



INFORME INTEGRADO 2016

Telefonica

Conectamos a todos y
creamos valor con un
negocio responsable_





Índice

- 03 Entrevista al Presidente
- 07 Entrevista con CEO Telefónica Centroamérica
- 09 Perfil y valores de la Compañía

1 Principales magnitudes 2016

- 11 Magnitudes principales
- 12 Principales indicadores no financieros

2 Contribución al progreso

- 15 Impacto económico
- 17 Impactos ambientales
- 18 Impactos de la Red
- 19 Contribución a los impuestos locales

3 Gobierno Corporativo

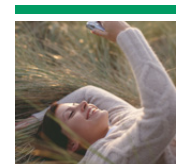
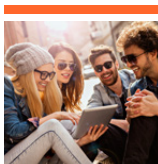
- 21 Comité Ejecutivo

4 Negocio responsable

- 23 Gobierno y gestión de la sostenibilidad
- 26 Gestión de nuestros grupos de interés y reputación
- 36 Análisis de materialidad
- 40 Identificación y gestión de riesgos
- 44 Ética empresarial y cumplimiento
- 48 Gestión de la cadena de suministro

5 Modelo y desarrollo de negocio

- 58 Despliegue de Red
- 59 Transformación digital



6 Compromiso con el cliente

- 62 Compromiso con nuestros clientes
- 65 Soluciones digitales
- 66 Consolidamos un sistema de atención digital.
- 67 Confianza digital

7 Compromiso con nuestro equipo

- 7 Evolución de la plantilla
- 79 Atracción y desarrollo del talento
- 80 Gestión de la diversidad
- 82 Clima laboral, conciliación y compromiso
- 83 Seguridad, salud y bienestar laboral

8 Compromiso con la sociedad

- 86 Derechos Humanos
- 90 Inclusión digital
- 95 Oferta diferenciada y adaptada
- 97 Acción social

9 Compromiso con el medio ambiente

- 109 Crecimiento en una economía verde
- 116 Economía circular
- 119 Energía y cambio climático
- 124 Gestión de campos electromagnéticos

10 Anexos

- 126 Resumen de Hitos alcanzados en 2016 y Retos para 2017 de la Compañía
- 127 Principios para la elaboración del Informe
- 128 Premios y reconocimientos relevantes en 2016
- 129 Tablas de cumplimiento GRI
- 138 Compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- 139 Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Entrevista al Presidente



José María Álvarez-Pallete
Presidente

¿Qué balance hace de su primer año como Presidente de Telefónica?

Para mí es un orgullo poder afirmar que en el ejercicio 2016 hemos cumplido nuestros compromisos: se ha consolidado el cambio de tendencia en los resultados de la Compañía y Telefónica ya ha iniciado su ciclo de crecimiento sostenible.

En 2016 las principales magnitudes financieras crecieron en términos orgánicos. Los ingresos aumentaron un 1,3% impulsados por el incremento en el número de clientes, que se sitúa en 350 millones, y el aumento del ingreso medio por cliente. Y esto demuestra que somos relevantes para nuestros clientes, que depositan en Telefónica su confianza todos los días porque la propuesta de valor que les hacemos les convence. El OIBDA también creció un 4,7% interanualmente en términos orgánicos y el margen aumentó hasta el 31,5%, superando nuestros objetivos de rentabilidad.

En el gran desafío que teníamos, la generación de flujo de caja libre, hemos crecido por primera vez en 7 años, un 24% anual, hasta casi 4.400 millones de euros. Lo hemos conseguido en un contexto de niveles de inversión récord, que ha ascendido a unos 9.000 millones de euros, y ejerce de efecto tractor sobre nuestros casi 13.000 proveedores.

Más allá de los números, hemos alcanzado nuestros objetivos con un modelo de negocio sostenible, generando un impacto positivo en todos nuestros mercados. Somos uno de los motores de progreso económico más relevantes y en 2016 aumentamos nuestra aportación al PIB del conjunto de países en los que estamos presentes hasta el 0,6%, con una generación de empleo que supera el millón de personas, y al mismo tiempo incrementando el consumo de energías renovables, que alcanza ya casi el 44%.

Nuestra apuesta por la digitalización nos ha llevado a ser líderes en el despliegue de ultra banda ancha fija en Europa y en Latinoamérica y a masificar el LTE en todas las geografías. Estamos construyendo una de las infraestructuras digitales más potentes y avanzadas del mundo para que nuestros clientes puedan disfrutar de una experiencia diferencial.

En paralelo, y con el cliente en el centro de todo lo que hacemos, hemos acelerado la digitalización de la Compañía de punta a punta. El proceso de digitalización va mucho más allá de crear una aplicación, un buen canal de ventas y atención al cliente online o de facturación digital. El desafío consiste en simplificar la complejidad del mundo analógico y digitalizar los procesos para tener toda la

información en tiempo real y aplicar sistemas cognitivos que nos permitan conocer mucho mejor lo que los clientes nos piden.

También hemos ejecutado con éxito iniciativas financieras, como la reciente venta parcial de Telxius y la notable actividad de financiación en los mercados. Y hemos tomado decisiones difíciles, reformulando la política de retribución al accionista, estableciendo un dividendo de 0,40 euros por acción en efectivo para 2017, lo que nos permite remunerar de forma atractiva a nuestros más de 1,3 millones de accionistas y ofrecer una rentabilidad por dividendo consistente con el mercado y un pay-out sostenible.

Todo ello, junto con la reducción orgánica de la deuda, nos ha permitido fortalecer la posición financiera de la Compañía. Es una satisfacción depender de nosotros mismos, y no de factores externos, para conseguir los objetivos que nos hemos marcado.

El decidido esfuerzo y dedicación de todo el equipo Telefónica ha tenido un destacado reconocimiento externo, tanto desde índices como el Dow Jones Sustainability Index –que tiene en cuenta el desempeño económico, social y ambiental de las compañías–, el Carbon Disclosure Project –que valora la gestión del cambio climático de las compañías–, como de

la revista Fortune, que nos ha elegido como la operadora más admirada de Europa.

Al mismo tiempo, los frutos de la profunda transformación que emprendimos hace unos años y los avances logrados en 2016 han contribuido a la revalorización de la acción de Telefónica en un 16% en los últimos doce meses hasta finales de abril, muy por encima del índice telco europeo de referencia (-7,2%), posicionándonos como una de las 10 mayores compañías del sector a nivel mundial por capitalización bursátil.

En definitiva, gracias al compromiso, talento e ilusión de los 127.000 profesionales de Telefónica, el año 2016 ha sido muy positivo para la Compañía. Para mí es un orgullo y una gran responsabilidad trabajar con todos ellos día a día.

¿Qué objetivos se ha fijado para 2017 y los próximos años?

Nuestras prioridades no han cambiado. El principal objetivo es seguir construyendo la compañía que queremos para el futuro: una empresa con unos resultados sólidos a corto plazo que al mismo tiempo sea capaz de convertir los retos a largo en grandes oportunidades.

Nuestra historia se ha escrito con momentos en los que hemos sabido anticiparnos. Nunca le hemos tenido miedo al cambio y ahora nos encontramos en un contexto de cambio permanente y profundo. La globalización,

los cambios demográficos, la escasez de los recursos, la crisis de valores y la disrupción tecnológica están cambiándolo todo.

Y la digitalización está en el centro de esta revolución en la que aspiramos tener un papel clave. No tenemos todas las respuestas. Pero sí el compromiso y las capacidades para contribuir al progreso de la sociedad.

La digitalización está teniendo ya un impacto positivo y tendrá consecuencias muy beneficiosas en términos de crecimiento. Y nosotros queremos seguir siendo protagonistas en la construcción de la nueva sociedad digital en los países en los que estamos presentes, con un equipo enfocado al cliente y con la integridad, la transparencia y el compromiso como bandera.

En Telefónica estamos convencidos de que la vida digital es la vida. La tecnología emerge como motor de democratización en todos los ámbitos de la sociedad, permite abordar retos sociales, medioambientales y ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas.

Por eso, elegimos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida, para que todas las personas puedan acceder a un mundo de posibilidades infinitas, a través de la tecnología.

Hemos iniciado 2017 con confianza. Este será un año de crecimiento sostenible sobre las sólidas bases que hemos consolidado. Tenemos

muy claras nuestras prioridades estratégicas. Para alcanzarlas, necesitamos avanzar en nuestra propia transformación, tanto tecnológica como cultural, apalancándonos en nuestra diversificación geográfica.

Contamos con el mejor equipo para conseguirlo, y vamos a seguir reforzándolo con más diversidad, perfiles digitales y nuevos modos de trabajo; a mejorar tanto nuestra Promesa Cliente como la privacidad y la seguridad, ayudando, además, a los usuarios a usar de modo responsable y positivo la tecnología.

Aspiramos a crecer en las principales partidas de la cuenta de resultados y en generación de caja, con expansión de márgenes. Vamos a continuar avanzando en nuestra senda de transformación hacia una Compañía de plataformas, impulsando la digitalización extremo a extremo y la inteligencia cognitiva

Elegimos *crear, proteger e impulsar* las conexiones de la vida, para que todas las personas puedan acceder a un mundo de *posibilidades infinitas*, a través de la tecnología

y con una inversión enfocada en ultra banda ancha fija y 4G.

Queremos aumentar la ubicuidad, disponibilidad y eficiencia energética de nuestra red, avanzando en nuestro compromiso de que en 2030 el 100% de la energía que usamos sea renovable. Y seguiremos racionalizando nuestro proceso de compras para ser más ágiles y establecer relaciones más sostenibles con nuestros proveedores.

Gestionaremos el portafolio con criterios estratégicos y con una visión transversal de los activos, que acelere el desapalancamiento orgánico y refuerce nuestro balance. Al mismo tiempo, ofreceremos una atractiva remuneración para los accionistas.

¿Cómo se posiciona Telefónica ante los retos globales?

La dimensión de lo que estamos viviendo no tiene parangón. Como generación de seres humanos somos muy afortunados, porque ninguna otra generación en la historia de la humanidad ha vivido un nivel de disrupción tecnológica como el que estamos viviendo nosotros.

Todos estos cambios nos han llevado a aumentar nuestro compromiso con la sostenibilidad como motor de desarrollo de la sociedad. La tecnología abre la puerta a mejoras de la prosperidad y el bienestar, pero

al mismo tiempo plantea incertidumbres y riesgos que es necesario abordar.

Tan importante es alcanzar nuestras metas, como la forma de conseguirlas. Estamos convencidos de que el futuro es impulsar un modelo de negocio responsable, capaz de generar confianza en nuestros clientes, inversores, empleados, accionistas y en la sociedad.

Afrontamos el futuro con optimismo y con unos principios bien definidos que deben guiarnos en nuestra toma de decisiones. Tenemos que preguntarnos a dónde queremos llevar las sociedades o cómo queremos repartir la riqueza en esta nueva economía. Para ello, necesitamos valores que conformen una sociedad mejor, más justa, que no deje a nadie atrás en la participación de la nueva Sociedad Digital, permitiendo una distribución de la riqueza más equitativa.

En un mundo hiperconectado como el de hoy, no todo es aceptable. Somos responsables de dar forma a una sociedad que nos permita, a nosotros y a las futuras generaciones, vivir con privacidad y libertad.

En esta línea, nuestra estrategia como compañía responsable incorpora grandes retos globales, con una visión de largo plazo. Algunos ejemplos de lo que ya estamos haciendo, como la gestión de la red teniendo en cuenta la eficiencia energética y la reducción de

emisiones de CO₂ con más uso de renovables para frenar el cambio climático, ya los he citado. O como, para responder a las dudas sobre la privacidad de los datos, en Telefónica no solo somos transparentes sobre el uso que hacemos de los mismos, sino que además queremos ayudar a nuestros clientes a preservar su soberanía digital.

Otro desafío es el cambio del entorno laboral influido por el nuevo paradigma tecnológico; en Telefónica buscamos transformar nuestra manera de trabajar y aprovechar al máximo el talento de un equipo que tiene que ser cada día más diverso.

Me gustaría resaltar el papel esencial de la conectividad para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Nuestro negocio tradicional tiene un impacto muy positivo en el objetivo de industria, innovación e infraestructuras, si bien nuestra estrategia como negocio responsable y los proyectos dirigidos a impulsar la sostenibilidad nos permiten contribuir al resto de objetivos, con una influencia más directa en los de crecimiento económico. De hecho, somos desde hace años firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Especialmente orgullosos nos sentimos de las diversas iniciativas que impulsamos en el ámbito de la educación y, en particular, de la Fundación ProFuturo, puesta en marcha por la Fundación Telefónica y la Fundación Bancaria 'la Caixa'.

ProFuturo tiene como misión reducir la brecha educativa en el mundo, proporcionando una educación digital de calidad a niños y niñas de entornos vulnerables de África Subsahariana, Latinoamérica y Sudeste Asiático. El objetivo es muy ambicioso: queremos transformar la educación de 10 millones de niños y niñas en 2020, con tecnologías, contenidos educativos y metodologías de enseñanza-aprendizaje a docentes y alumnos.

Si pensamos en los avances tecnológicos, ¿cuál es el que más va a impactar a Telefónica y a sus clientes?

La tecnología es clave para acercarnos a nuestros clientes con la nueva experiencia de servicio que queremos para ellos.

El 5G transformará radicalmente la conectividad. Estamos hablando de una capacidad para transportar datos móviles 1.000 veces superior, de velocidades que se van a multiplicar entre 10 y 100 veces, de una significativa reducción en la latencia, de dispositivos más potentes y con

Somos responsables de dar forma a una sociedad que nos permita, a nosotros y a las futuras generaciones, *vivir con privacidad y libertad*

baterías más eficientes... Todo ello hará posible la explosión del Internet de las Cosas, los coches autónomos, operaciones quirúrgicas en tiempo real en remoto, la educación digital a distancia o la comunicación holográfica, por poner algunos ejemplos. Y ya se vislumbra la expansión de la Realidad Virtual, la Realidad Aumentada y vemos una nueva ola más potente de tecnología, en torno a la Inteligencia Cognitiva.

Esta disrupción tecnológica facilita un nuevo mundo de información y conocimiento y nos permite estar cada vez más conectados. Estamos hablando de un crecimiento imparable y exponencial.

El potencial que proporciona la información generada por todos los dispositivos conectados es enorme. Dándole un uso inteligente a todos estos datos, a través de la Inteligencia Artificial y los Sistemas Cognitivos, podremos solucionar problemas de salud, educación, energía y transporte, con impacto positivo en la vida de las personas y en el conjunto de sociedad.

En una compañía como Telefónica la tecnología siempre ha sido y siempre será protagonista. Además, en un momento como este, en el que hay más tecnología disponible que nunca, trabajamos para poner la innovación y la disrupción digital al servicio de nuestros clientes de forma eficiente y sostenible.

Lo estamos haciendo construyendo una Telefónica de plataformas. Hemos invertido

48.000 millones de euros desde 2012, de los cuales la mayor parte se ha dedicado a reforzar la primera plataforma –la de los activos físicos–, seguida de la segunda plataforma –la de los sistemas– y la tercera plataforma –la de los productos y servicios–.

Además, hemos preparado a la Compañía para ser pionera en el ámbito de la Inteligencia Cognitiva, impulsando nuestra cuarta plataforma, la del poder cognitivo, que nos va a permitir establecer un nuevo modelo de relación con nuestros clientes, relacionándonos con ellos de manera más natural y sencilla.

Aspiramos a ensanchar la relación con los clientes, buscando incrementar su satisfacción y abriéndoles nuevas posibilidades para que puedan enriquecer su vida digital con nosotros bajo los principios de transparencia, la seguridad y el control de sus datos. Porque cultivar cada día la confianza de nuestros clientes es nuestra prioridad.

Queremos establecer un *nuevo modelo de relación* con nuestros clientes, relacionándonos con ellos de manera *más natural y sencilla*

Estoy convencido de que el impacto de la inteligencia cognitiva, incorporada en nuestra cuarta plataforma, será comparable en un futuro cercano al impacto que tuvo la introducción de la telefonía móvil o a la banda ancha.

¿Qué papel tiene en este camino la innovación?

La innovación forma parte del ADN de Telefónica. La continua transformación de la Compañía en sus casi 100 años de historia es pura innovación y reflejo de una mentalidad de anticipación y visión propia de cualquier emprendedor.

Estamos comprometidos con la innovación tecnológica como herramienta fundamental para ayudar a crear un mundo más sostenible, consiguiendo a su vez ventajas competitivas y productos diferenciadores.

Por un lado, nuestra estrategia promueve las capacidades internas de I+D+i, con un modelo propio de innovación que nos permite estar a la vanguardia en el sector. En 2016 nuestra inversión en I+D+i alcanzó casi 6.600 millones de euros, posicionándonos como la cuarta telco que más invierte en I+D en el mundo. Tenemos 9 centros de innovación en nuestras geografías y solo el año pasado registramos 545 patentes.

Por otro lado, las fuentes tradicionales de innovación no son suficientes e impulsamos entornos abiertos a través de Open Future, un programa integrado que acompaña al

emprendedor en cada una de sus etapas de crecimiento. Telefónica Open Future ya ha acelerado más de 1.500 compañías, invirtiendo en más de 700 start-ups.

En cuanto al Gobierno Corporativo, ¿qué medidas han tomado para avanzar en el camino de las mejores prácticas?

Avanzar en el cumplimiento de las recomendaciones y mejores prácticas de buen gobierno corporativo es una de mis prioridades y en los últimos dos años la Compañía ha dado firmes pasos en esta dirección.

En la próxima Junta General de Accionistas se someterá a aprobación la ratificación y nombramiento de dos nuevos consejeros independientes, Carmen García de Andrés y Francisco José Riberas Mera, así como la reducción del número de miembros del Consejo de Administración a diecisiete, de acuerdo con las recomendaciones de buen gobierno y las tendencias internacionales.

Estas nuevas incorporaciones, junto a las cuatro realizadas en 2016, nos permiten reforzar aún más el máximo órgano de la gestión de la Compañía, incrementando la independencia y diversidad del mismo. Así, los consejeros independientes representan el 53% del total, y se eleva la proporción de mujeres consejeras hasta el 18%.

Al mismo tiempo, la incorporación de Carmen García de Andrés como miembro de la



Comisión de Auditoría y Control y de José Javier Echenique y Luiz Fernando Furlán a la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, todos ellos consejeros independientes, refuerza el cumplimiento de las recomendaciones de buen gobierno relativas a la composición de las Comisiones del Consejo.

Somos afortunados por tener un Consejo comprometido, que vela por el futuro y sostenibilidad de la Compañía. Un Consejo que trabaja para asegurar que Telefónica seguirá ganando relevancia en el conjunto de la sociedad en las décadas venideras con un modelo de negocio responsable.

Me gustaría aprovechar esta ocasión para agradecer la dedicación, el compromiso y la gran contribución de César Alierta, Pablo Isla y Gonzalo Hinojosa durante sus muchos años de trabajo en el Consejo de Telefónica.

Carta CEO Telefónica Centroamérica_



Osman Rodríguez
CEO CAM

Presentamos el **Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica Centroamérica 2016**, un documento que integra los resultados financieros de la Compañía, con la ejecución de la estrategia denominada Elegimos Todo; el Plan de Negocio Responsable y nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Que la Responsabilidad Social Corporativa está tomando cuerpo en los debates públicos, ya no es noticia. Que muchas empresas estén incorporando líneas de trabajo en la materia, tampoco parece ser ya una noticia. Que los clientes, empleados, accionistas reclamen a las compañías un comportamiento más íntegro –o responsable- es ya una constante. Y que la sociedad entienda que las empresas son ya parte de la solución al desarrollo económico y social y no la causa del problema, es una realidad.

Si es así, y en Telefónica así lo hemos entendido, **¿cuál es el verdadero rol de la Responsabilidad Corporativa en la empresa en el nuevo siglo?** Aun cuando cada compañía lo interprete a su modo, a nosotros nos ha parecido que, difícilmente, puede haber un rol distinto que no sea el de crear valor; el de adaptarse e incorporarse a la visión de la compañía; el de impregnar la forma de relacionarse con las denominadas partes interesadas; o el de extenderse a lo largo de los modelos de negocio y la estrategia empresarial.

Otra de nuestras premisas, ha sido revisar y actualizar nuestros **Principios de Actuación**, que son los que rigen la manera en la que los profesionales de Telefónica desarrollamos nuestra actividad. Dichos Principios, se actualizaron de acuerdo a los riesgos y oportunidades de la operación, como: la inclusión, corrupción, internet seguro, privacidad de la información (revisar).

Paralelamente, continuamos apostando a nuestra transformación interna a fin de preparar a la región para afrontar los nuevos retos del mundo digital. Bajo esa perspectiva, la simplificación de procesos, así como la optimización y la sinergia de nuestros sistemas se vuelven más imperantes, sobre todo de cara a nuestros clientes. Y la respuesta a esas necesidades ha sido Full Stack.

Full Stack es el proyecto más importante de la compañía, por lo que ha requerido el involucramiento de todas las áreas, desde clientes hasta las operaciones de red, logística y Recursos

Humanos, con el objetivo de integrar a todos como una empresa que brinda la mejor experiencia a sus clientes, no importando en el país que se encuentre de la región.

ELEGIMOS TODO_ es el motor para lograr nuestra visión de convertirnos en una Onlife Telco. Esta estrategia busca conciliar las expectativas de los grupos de interés de la Compañía y hacerla atractiva para los clientes, accionistas, empleados, socios comerciales y sociedad en general. Por ello, viene acompañada de un Plan de Negocio Responsable definido localmente para incorporar los elementos éticos, sociales y ambientales que deben acompañar el crecimiento del negocio.

Además, definimos nuestro **plan de negocio responsable 2016-2018** basándose en el modelo de actuación del Grupo Telefónica y en los valores de marca. El plan responde a las necesidades de la organización y a prioridades del contexto en el que operamos; busca reforzar el principio de integridad de cara a los grupos de interés y al cumplimiento de las promesas públicas; potencia la estrategia de negocio demostrando el compromiso con el desarrollo del país; y da cuenta de transparencia y de alineación interna con la visión de Telefónica sobre el mundo digital.

Como ha sucedido en los últimos años, en 2016 la Compañía superó un entorno macroeconómico adverso para conseguir sus metas, generar ahorros, asegurar el logro de sus compromisos y definir las siguientes etapas en su proceso de

transformación hacia un **Onlife Telco**, es decir, una empresa cada día más conectada con las necesidades y las expectativas de sus clientes.

Por supuesto, en este resultado intervinieron otros factores como la simplificación de nuestra oferta. Otro aspecto determinante a la hora de mejorar la experiencia de nuestros clientes en 2016 fue el hecho de elevar exponencialmente las atenciones que ya se están gestionando a través de los canales digitales, una muestra evidente del proceso de transformación de la Compañía.

Por una parte, nuestro modelo de negocio está cada vez más concebido para contribuir a reducir las brechas económicas, geográfica y de capacitación. Unas tarifas especialmente adaptadas a clientes con bajos recursos; la extensión de la cobertura de banda ancha fija y móvil en cada vez más en la región; y las acciones para formar en el uso de las TIC... son ejemplos claros de cómo se puede trabajar en pro de la inclusión social por medio del core business.

Esta dimensión nos exige cada día más. Por eso nos hemos propuesto incrementar la satisfacción de nuestros clientes más allá del 8.75 alcanzado en 2016 y conseguir con ello que sean nuestros mejores embajadores.

Por supuesto, todos estos proyectos no son posibles sin el **talento de nuestra gente**. De ahí que la Compañía haya trabajado el año pasado en la atracción y retención de las personas que aceleren su transformación, pero también en la construcción de una plantilla más joven y balanceada en términos de género en todos los niveles. Telefónica Centroamérica concluyó el ejercicio 2016 con el 18 por ciento de los colaboradores menores de 30 años. Sabemos que cuando nos abrimos a la posibilidad de trabajar con **personas de diferentes generaciones y género** podemos tener distintas perspectivas para abordar los problemas, así como para crear innovadoras propuestas que generen valor a la Compañía.

En la misma línea de convertirnos en un Onlife Telco, hemos desarrollado el **portal de Centro de Atención al Empleado**, esto con el objetivo de brindar un servicio de mejor calidad, más ágil y accesible a todas las necesidades de nuestra gente, siempre teniendo a la tecnología como instrumento para facilitar su vida laboral en Telefónica.

En el 2016 elegimos comprometernos con el crecimiento *de una economía verde*.

En este punto, hay que destacar las numerosas actividades que realizó durante el año 2016 la **Fundación Telefónica** con el objetivo de cerrar las brechas a través de la educación digital y que beneficiaron a miles de niños, niñas, jóvenes, docentes padres y cuidadores en toda la región.

Continuamos apoyando la transformación de educación en la región, implementando metodologías innovadoras que preparan a niñas, niños, jóvenes y docentes para la sociedad digital con el apoyo de aliados estratégicos y la acción social de los **Voluntarios Telefónica**. Para ello, nos enfocamos en educación, fomentando las Competencias STEM y Habilidades para la Vida. En cuanto a STEM, continuamos empoderando a docentes en Tics e Innovación a través del **Proyecto Aulas Fundación Telefónica, Math Lab y Generación 3.0**, donde incidimos en indicadores de escolarización y en la transformación educativa. En cuanto a Habilidades para la Vida, contamos con los Proyectos **Design for Change, Destrezas Para Una Vida de Paz y Vive tu Talento**, cuyo fin es empoderar a las niñas, niños y adolescentes a que crean en sus capacidades para realizar sus sueños y ser agentes de cambio en sus comunidades. En cuanto a Voluntarios Telefónica, continuamos fortaleciendo nuestra cultura de voluntariado y **gestionando el Proyecto de manera innovadora** ya que este año incursionamos en el Voluntariado On-line, fortaleciendo institucionalmente a varias Asociaciones de personas con discapacidad.

En El Salvador, Guatemala y Nicaragua iniciaron pilotos del **Proyecto ProFuturo**, cuya Misión es Contribuir a la igualdad de niños y niñas en entornos vulnerables a través de iniciativas de transformación educativa apoyadas en una educación digital innovadora y de calidad. Con el objetivo de apoyar la educación de niñas y niños en edades de 4 a 12 años de cualquier religión y convicción a través del aprendizaje digital personalizado y guiado por el educador. Esto con el fin de desarrollar Competencias STEM, Lingüísticas y Valores y Habilidades para la Vida a través de tecnología, contenidos y acompañamiento. La propuesta de valor de ProFuturo se resumen en cuatro ítems: Equipamiento tecnológico, Plataforma educativa y contenidos, formación y apoyo a docentes y Monitoreo y reportes. La Plataforma Weclass permite gestionar los procesos de enseñanza-aprendizaje, tener acceso a contenidos, personalizar la sesión de clase y obtener informes de seguimiento.

El **Programa Voluntarios Telefónica** contribuye al desarrollo del país, a través de diversas acciones solidarias, movilizándolo más de PENDIENTE voluntarios al año, que invierten alrededor de pendiente horas de trabajo al año.

En el año 2016 elegimos comprometernos con el crecimiento de una **economía verde**, a través de la implementación de un sistema de gestión medioambiental con base en la norma internacional ISO 14001 fijándonos como meta de certificación a finales del 2017 en todas las operaciones de Centroamérica.

Al igual que el resto de las empresas y la sociedad en su conjunto, nos enfrentamos a importantes retos ambientales y queremos formar parte de ellos, con una visión de sostenibilidad, a medio y largo plazo, a través de la reducción de los impactos negativos producidos por el cambio climático y otros retos ambientales teniendo influencia dentro y fuera de la compañía. Para cumplir este objetivo es necesario el compromiso de todos, aplicando los controles necesarios e identificando oportunidades de mitigación de nuestros impactos al medio ambiente.

Quisiera, para terminar, reafirmar con usted nuestro compromiso de mejora continua en este informe de Responsabilidad Corporativa. Esta mejora no sería posible sin la comprensión y apoyo de nuestros grupos de interés. A todos aquellos que, con sus opiniones y sugerencias, nos han ayudado a avanzar en la consecución de nuestra visión, quisiera hacerles llegar mi más sincero agradecimiento. En definitiva: nuestra primera responsabilidad es para con nuestra forma de gestionar el negocio.

Atentamente,

Osman Rodríguez
CEO TELEFONICA CENTROAMÉRICA

Perfil y valores de la Compañía

Telefónica es hoy una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes. Contamos con las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como con una oferta innovadora de servicios digitales y de datos; así nos posicionamos 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. Nuestra visión se centra en que la tecnología facilite la vida a las personas y nuestro objetivo se basa en promover avances que contribuyan a ello, consiguiendo que la tecnología impacte de forma positiva en el mundo, tanto a nivel social como medioambiental y, en definitiva, que podamos aportar valor y confianza en un entorno cambiante y acelerado.

Nuestra sede central está en Madrid (España). En la actualidad operamos en 17 países y tenemos

una base de clientes que supera los 350 millones de accesos distribuidos en España, Reino Unido, Alemania y Latinoamérica, donde se concentra la mayor parte de nuestra estrategia de crecimiento. Somos, así, una de las compañías del sector con mayor carácter internacional, al generar más del 75% del negocio fuera del mercado doméstico. Movistar (España y Latinoamérica, a excepción de Brasil), Vivo (Brasil) y O2 (Reino Unido y Alemania) son las principales marcas bajo las que articulamos nuestra oferta comercial.

Somos una empresa totalmente privada y contamos con 1.323.265 accionistas directos. Cotizamos en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires; y nuestras filiales Telefónica Brasil y Telefónica Alemania en las de Sao Paulo y Frankfurt respectivamente.

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

Queremos ser una empresa en la que el cliente, empleado, proveedor, accionista y la sociedad en general puedan confiar. Para conseguirlo, comunicamos de forma clara a nuestros grupos de interés cuál es nuestra estrategia, modelo de negocio y datos más relevantes para mostrar la sostenibilidad y la capacidad de crear valor de la Compañía. En este documento presentamos nuestro Informe Corporativo Integrado correspondiente al ejercicio 2016, donde recogemos los avances producidos durante el año.

903

millones de dólares de *ingresos* durante el ejercicio 2016

1,703

empleados a 31 de diciembre de 2016

5

países en los que operamos



1

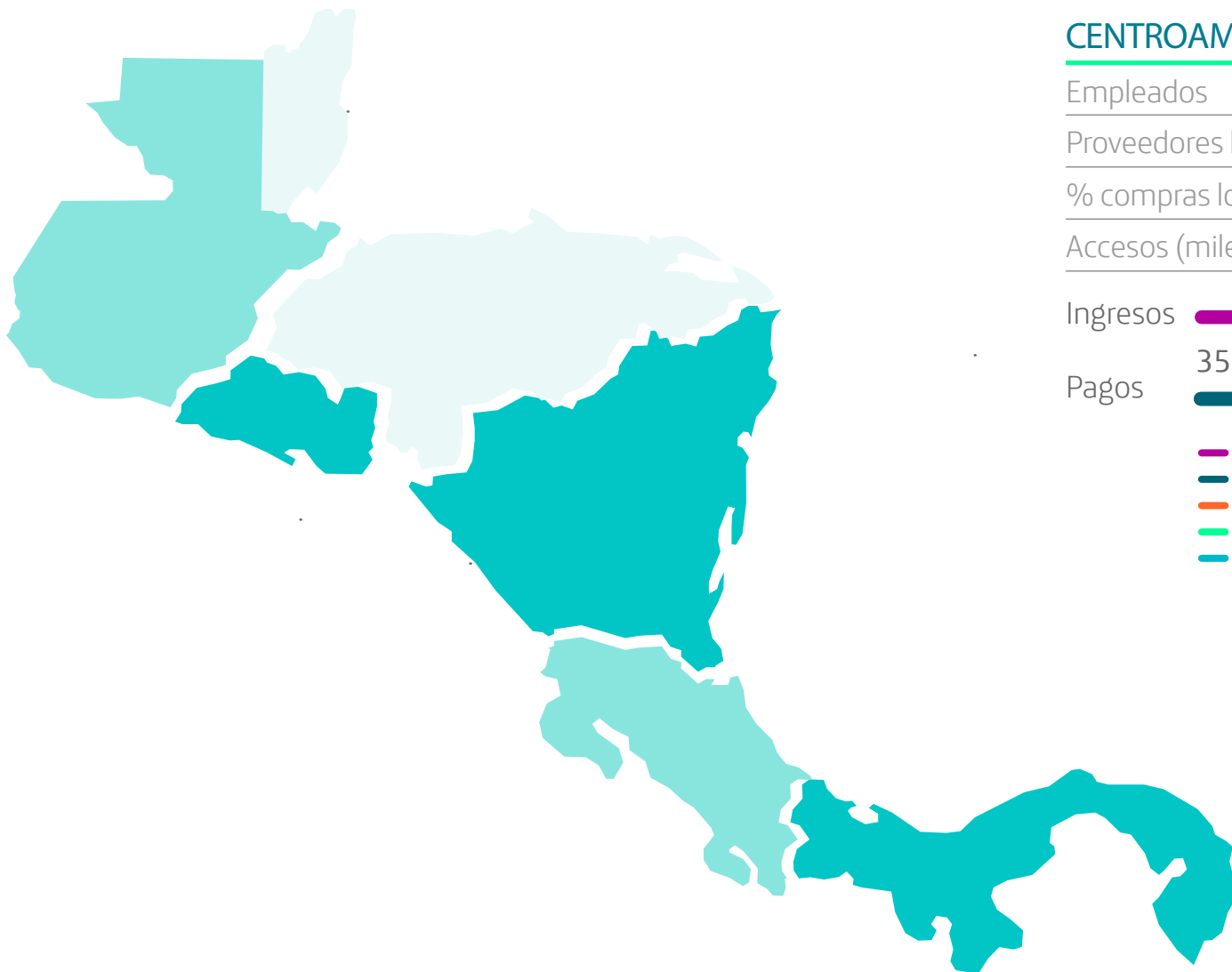


Principales magnitudes 2016

- Magnitudes principales
- Principales indicadores no financieros

Magnitudes principales

Todos los datos económicos, en millones de dólares



CENTROAMÉRICA 2016

Empleados	1.703
Proveedores locales	665
% compras locales	57,7%
Accesos (miles)	13.556

Ingresos 999

Pagos 351 154 90 70

- Ingresos
- Aprovisionamientos
- Inversión
- Gastos salariales
- Impuestos soportados

Principales indicadores no financieros

ECONÓMICOS

	Unidad	2015	2016
Impacto en comunidades			
% Compras adjudicado localmente	Porcentaje	59%	57.70%
Contribución tributaria global: contribución total (soportados y recaudados)	Millones de dólares	44	69.67
Cliente			
Índice de satisfacción del cliente	Puntos sobre 10	8.73	8.75
Mecanismos internos de denuncia			
Nº total de denuncias recibidas	Unidades	822	1.152
Nº denuncias recibidas procedentes	Unidades	206	641
Medidas de terminación del contrato de trabajo adoptadas como consecuencia de las denuncias recibidas procedentes	Unidades	38	135
Anticorrupción			
Número de casos confirmados de corrupción	Unidades	0	2
Medidas adoptadas con relación a empleados en el ámbito laboral como consecuencia de los casos confirmados de corrupción	Unidades	0	2

AMBIENTALES

	Unidad	2015	2016
Energía			
Consumo total de energía	MWh	125,873	150,463
Emissiones directas (alcance I)	tCO ₂ eq	3,794	12,696
Emissiones indirectas (alcance II "método basado en localización")	tCO ₂ eq	29,656	32,904
Residuos			
Residuos gestionados	Toneladas	208.43	118.71
% Residuos reciclados	Porcentaje	100%	97%
consumos			
Agua	Miles de metros cúbicos	36	45

SOCIALES

	Unidad	2015	2016
Internos (RRHH)			
Nº empleados totales al cierre del período	Personas	1,675	1,703
Porcentaje de mujeres en plantilla	Porcentaje	23%	33%
Turnover voluntario	Porcentaje	43%	43%
Empleados menores de 30 años	Personas	7	17
Porcentaje de mujeres directivas	Porcentaje	11%	11%
Porcentaje de empleados con convenio	Porcentaje	100%	100%
Índice de clima laboral total	Puntos sobre 100	88	88
Nº de horas de formación	Miles de horas	29.2	36.81
Externos			
Clientes prepago móvil	Miles	11,502,339	12,271,195



2



Contribución al progreso

- Impacto económico
- Impactos ambientales
- Impactos de la Red
- Contribución a la
impuestos tributarios

Impacto económico

IMPACTO EN PIB

Somos uno de los motores de progreso económico más relevantes de las comunidades en las que estamos presentes. Durante 2016 aumentamos nuestra contribución al PIB del conjunto de países en los que operamos en 53.244 millones de dólares, lo que supone casi un 0,6% del total de riqueza generada en el conjunto de los mismos.

Podemos considerarnos, 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. Así, según la metodología de cálculo de impactos de PWC, por cada dólar de PIB creado de manera directa, en 2016 generamos 1.14 dólares adicionales de forma indirecta e inducida gracias a los gastos e inversiones que realizamos.

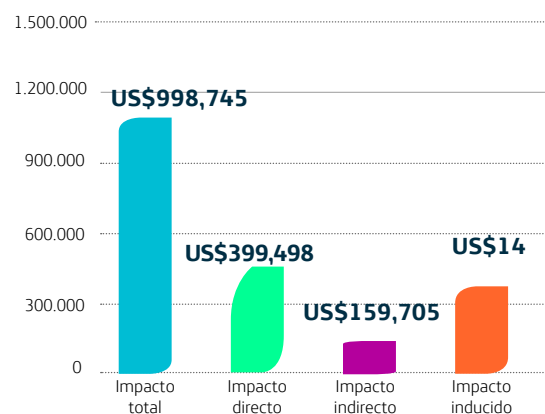
Por cada dólar que generamos,
hemos aportado

3.87 dólares

al *PIB de los países* en los que estamos presentes

IMPACTOS EN EL PIB DEL TOTAL DEL GRUPO TELEFÓNICA CENTROAMÉRICA

Millones de dólares



- ▶ Impactos totales generados por la actividad corporativa y los gastos e inversiones que telefónica ha realizado en los países en los que opera.
- ▶ Impactos generados directamente por telefónica por el desarrollo de su actividad.
- ▶ Impactos generados por los gastos e inversiones llevados a cabo por telefónica en toda su cadena de proveedores.
- ▶ Impactos generados por incremento del consumo derivado del aumento de las rentas del trabajo generadas por los empleos directos e indirectos.



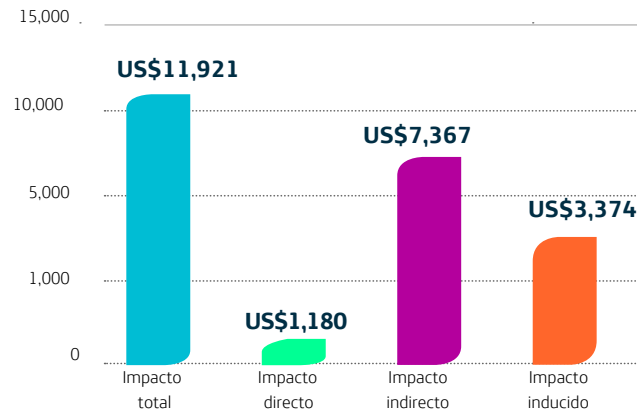
IMPACTO EN PIB

En Telefónica Centroamérica nuestro impacto fue de 11,921 personas., tanto de forma directa como indirecta e inducida, según la metodología de impacto de PwC. De esta manera, la actividad que desarrollamos hace que por cada persona que contratamos en nuestra plantilla, generemos adicionalmente 7 empleos en los países en los que operamos.



IMPACTOS EN EL EMPLEO DEL TOTAL DEL GRUPO TELEFÓNICA

Millones de dólares



- ▶ Empleos generados por la actividad corporativa y los gastos e inversiones que Telefónica ha realizado en los países en los que opera.
- ▶ Empleados contratados directamente por Telefónica.
- ▶ Empleos generados en aquellas empresas y sectores receptores de los gastos e inversiones llevados a cabo por Telefónica y por sus respectivos proveedores.
- ▶ Empleos generados en el conjunto de sectores económicos gracias a la actividad económica generada de forma inducida.



Impactos ambientales_

NUESTRA HUELLA

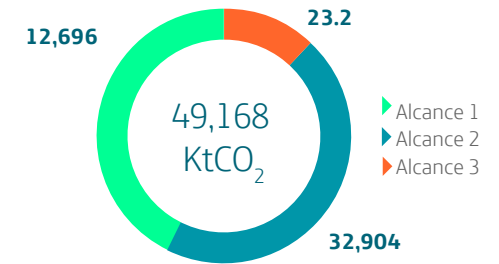
La huella de carbono que generamos proviene principalmente de nuestra Red, e incluyendo el alcance 3 supone 49,168 KtCO₂ equivalente, lo que representa únicamente un 0,1% del total de las emisiones de los países en los que operamos.

Hemos establecido en 2016 nuevos objetivos de energía y Cambio Climático a 2020 y 2030. La meta es alinear nuestros esfuerzos con el nivel de descarbonización requerido para limitar el calentamiento global por debajo de 2°C y reducir por tanto un 30% nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en 2020.

Por ese motivo, hemos establecido en 2016 nuevos objetivos de Energía y Cambio Climático a 2020 y 2030. La meta es alinear nuestros esfuerzos con el nivel de descarbonización requerido para limitar el calentamiento global por debajo de 2 °C y reducir por tanto un 30% nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en 2020.



NUESTRA HUELLA DE CARBONO



Impactos de la Red

Existen numerosos estudios que demuestran que la implantación de la banda ancha tiene un efecto positivo en la inclusión digital y en el crecimiento económico de las comunidades en las que operamos. No solamente impulsa el sector de las telecomunicaciones, sino que el desarrollo de la banda ancha contribuye al incremento de la productividad y de la capacidad competitiva de las empresas locales.

El desarrollo de la banda ancha genera una serie de impactos positivos en la sociedad que van mucho más allá de los puramente cuantitativos y que incluyen, entre otros, un mejor y mayor acceso de los clientes a la información y a la cultura, así como la ampliación de sus opciones de ocio y entretenimiento.

Gracias a las importantes mejoras en la rapidez y automatización de los procesos y en el procesamiento de datos y difusión de la información, se fomenta, de esta forma, la creación de nuevos modelos de negocio.



13,556,460
MILLONES
accesos



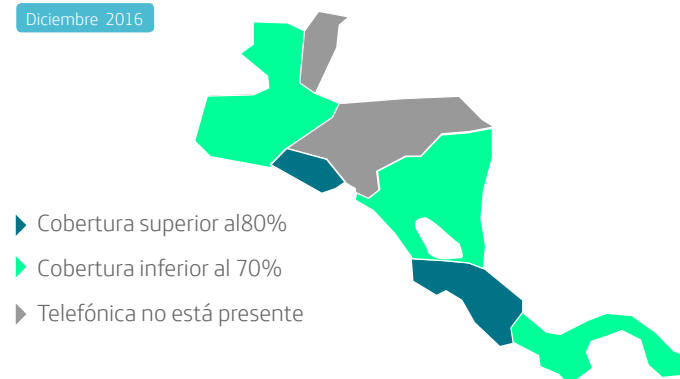
Los usuarios LTE se multiplicaron cuatro veces en el año 2015, alcanzando los



728,537 MILLONES
clientes CENTROAMÉRICA

MAPA DE COBERTURA MÓVIL 3G/4G SUPERIOR AL 35% DE LA POBLACIÓN EN LOS PAÍSES EN QUE TIENE PRESENCIA TELEFÓNICA

Diciembre 2016



3G

Cobertura mayor 80% en El Salvador, Costa Rica y Panamá
Cobertura menor al 70% en Guatemala y Nicaragua

4G

Cobertura superior al 50% en El Salvador, Costa Rica y Panamá.
Cobertura mayor al 35% en Guatemala y Nicaragua

Cobertura s/población %	GT	SV	NI	CR	PA
Cobertura 3G	64%	85%	69%	92%	87%
Cobertura 4G	35%	55%	40%	83%	68%

Contribución a los impuestos locales

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

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

IMPUESTOS EN 2016

Nuestra contribución económica y social no solo es cuantificable mediante el ingreso del Impuesto sobre Sociedades, sino también a través de otras contribuciones específicas en los distintos países en los que operamos, tales como tasas (por Utilización del Dominio Público, para la Financiación de la Corporación de Radio y Televisión, entre otras), impuestos locales y pagos a la Seguridad Social, así como otras contribuciones similares en el resto de países.

Además de estos impuestos directamente soportados, ingresamos en las arcas públicas, como consecuencia de nuestra actividad y por cuenta de otros contribuyentes, otras cantidades que deben tenerse en cuenta en la contribución tributaria total que realiza la empresa, tales como impuestos indirectos, retenciones a los trabajadores y otras retenciones.

Así pues, por cada 100 dólares de cifra de 24.1 dólares se destinan al pago de impuestos (5.5 al pago de impuestos soportados y 16.3 al pago de impuestos recaudados).

Por cada 100 dólares de cifra de negocio de la Compañía, **24.1 dólares** se destinan al pago de impuestos

DESGLOSE DE LA CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA GLOBAL DE TELEFÓNICA EN 2016

Miles de dólares

PAÍS	SOPORTADOS	RECAUDADOS	TOTAL
Costa Rica	9,005	19,191	28,197
El Salvador	10,482	18,982	29,464
Guatemala	5,267	8,582	13,849
Nicaragua	29,269	25,519	54,789
Panamá	15,445	17,612	33,058
TOTALES	69,468	89,886	159,357



3



Gobierno Corporativo

- Comité Ejecutivo

Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo de Telefónica 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.

Visión, flexibilidad y agilidad son los puntos fuertes de nuestro Comité Ejecutivo



Osman Rodríguez
CEO CAM



Fernando Miño
Director Auditoría e
Intervención CAM



Mario Torres
Secretario General CAM



Sergio Arroyo
Director Finanzas y
Compras CAM



José Labrado
Director RRHH, SSGG y
Seguridad CAM



Rafael Cisneros
Director Empresas y
Negocios CAM



Daniel Delisante
Director TOS CAM



Luis Benatuil
Director de Experiencia
Cliente y Desarrollo
Comercial CAM



Juan Diego Pérez
Director de Control
Gestión CAM



Ana Victoria Riaño
Director Fundación
Telefónica y RC CAM



Johanna Escobar
Director País
Costa Rica



Isaac Suárez
Director País
Panamá



Juan Manuel
Argüello
Director País
Nicaragua



Sergio Chueca
Director País
El Salvador



Humberto Pato
Director País
Guatemala



4



Negocio responsable

- Gobierno y gestión de la sostenibilidad
- Gestión de nuestros grupos de interés y reputación
- Análisis de materialidad
- Identificación y gestión de riesgos
- Ética empresarial y cumplimiento
- Gestión de la cadena de suministro

Gobierno y gestión de la sostenibilidad

Nuestra visión de empresa muestra que la vida digital es la vida, y la tecnología es parte esencial del ser humano. Queremos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida de una forma responsable. Con este objetivo fomentamos un modelo de negocio responsable que genere confianza en nuestros clientes, inversores, empleados, accionistas y en la sociedad en general.

Este negocio responsable implica una cultura de integridad, compromiso y confianza como principios básicos. Para lograrlo contamos con el Plan Global de Negocio Responsable, aprobado y seguido por nuestra Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales del Consejo de Administración.

Este Plan marca nuestras prioridades hasta 2020 en tres ámbitos: el cumplimiento y la gestión de riesgos, la productividad responsable y la sostenibilidad como palanca de crecimiento para mejorar nuestro negocio y el mundo.

Trabajamos para que las comunidades en las que operamos sean más *prósperas* e *inclusivas*

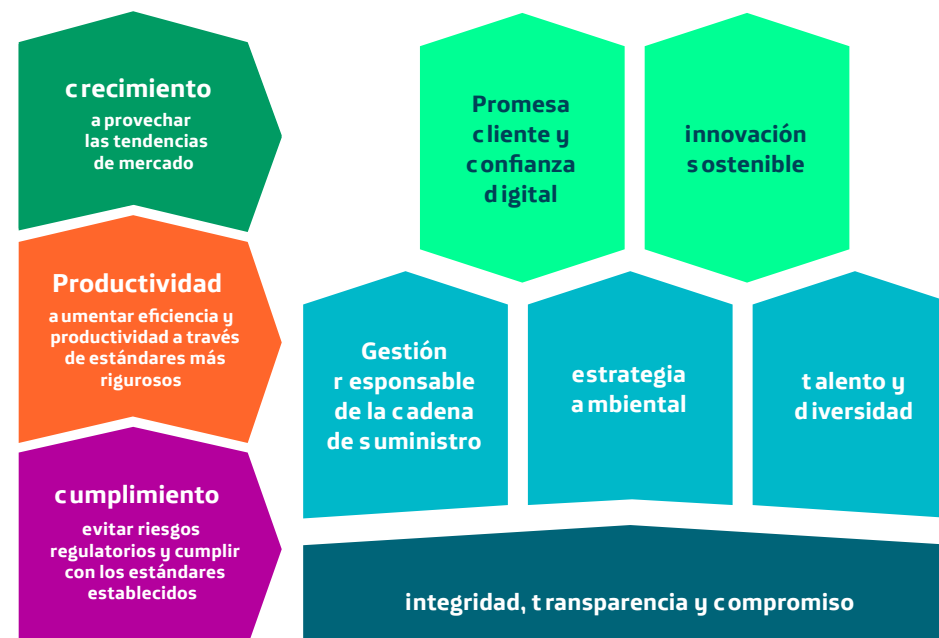
En la actualidad, el Plan Global de Negocio Responsable se centra en 5 líneas de trabajo, que cuentan con sus propios objetivos y retos:



De este modo, 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 negocio responsable con el desarrollo y gestión del negocio, incorporándolos a procesos y metas, para que pasen a formar parte de nuestra esencia como Compañía.

PLAN GLOBAL DE NEGOCIO RESPONSABLE



MODELO DE ACTUACIÓN

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 su accesibilidad geográfica, social y personal.

Productividad:

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.

cumplimiento:

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.

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.

Además, durante 2016, hemos creado un Panel Asesor de Sostenibilidad, que nos permite interactuar con nuestros principales grupos de interés de forma periódica, descubrir cuáles son los temas más materiales, y crear un mapa de aspectos a controlar derivados del impacto de nuestra actividad e integrarlos a nuestro Plan Global de Negocio Responsable.

Todo esto contribuye a que nuestro impacto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas sea mayor. Como empresa del sector de telecomunicaciones, nuestro negocio tiene un claro impacto en el Objetivo 9 (Industria, innovación e Infraestructuras), si bien nuestra estrategia como negocio responsable y los proyectos dirigidos a impulsar la sostenibilidad nos permiten tener una repercusión en los otros 16 objetivos, aunque con un impacto más directo en aquellos relacionados con crecimiento económico, educación, acción por el clima, desarrollo de sociedades sostenibles y alianzas estratégicas.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



La estrategia e implementación del Negocio Responsable en nuestra Compañía cuenta con los reconocimientos de los más prestigiosos índices y analistas de sostenibilidad globales, como **Dow Jones Sustainability Index** (DJSI), **Carbon Disclosure Project** (CDP), **Sustainalytics**, **Ethibel**, **MSCI** o **FTsE4Good**.

Además, contamos con el nivel ORO de reconocimiento en la evaluación de desempeño en materia de sostenibilidad realizada por **EcoVadis**, plataforma colaborativa que permite medir, tanto el propio desempeño en este ámbito, como el de sus proveedores.

CÓMO GOBERNAMOS LA SOSTENIBILIDAD

Nuestro máximo responsable de sostenibilidad es el Consejo de Administración. Por un lado, la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales se encarga de aprobar y hacer el seguimiento del Plan Global de Negocio Responsable y, por otro, se reportan los riesgos a la Comisión de Auditoría y Control. Ambas comisiones se reúnen habitualmente con una periodicidad bimensual.

A nivel ejecutivo, la Dirección Global de Ética Corporativa y Negocio Responsable es la

responsable de proponer y coordinar la estrategia de sostenibilidad, reportando directamente a la Dirección General de Asuntos Públicos y Regulación.

Además, la Oficina de Negocio Responsable es el órgano transversal encargado de la implementación del Plan Global en todas las actividades de la Compañía. Esta Oficina se replica en cada uno de los países, en la práctica totalidad de nuestras operaciones, 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 Negocio Responsable.

Con el objetivo de mantener la integridad y transparencia en la gestión de nuestros riesgos también disponemos de unidades organizativas específicas:

- ▶ Unidades de auditoría interna en todos los países en los que mantenemos intereses significativos.
- ▶ Unidad de inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias.



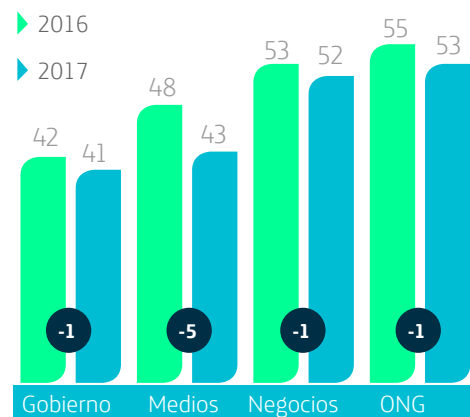
Gestión de nuestros grupos de interés y reputación_

La confianza es un valor cada vez más relevante en nuestra sociedad, que cobra mayor importancia ante los desafíos actuales en los que nos encontramos inmersos, tanto en el ámbito social y ambiental como económico.

Actualmente los niveles de confianza en instituciones (empresas, medios, gobiernos y ONG) se han erosionado. En esta pérdida de confianza generalizada destaca la brecha de más de 15 puntos entre la confianza del público informado y la de la población general.

LA CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES DECAE

Porcentaje de confianza
(Según el Trust Barometer de Edelman)



Entendemos que es un desafío pero a la vez una oportunidad para fortalecer el vínculo con nuestros grupos de interés.

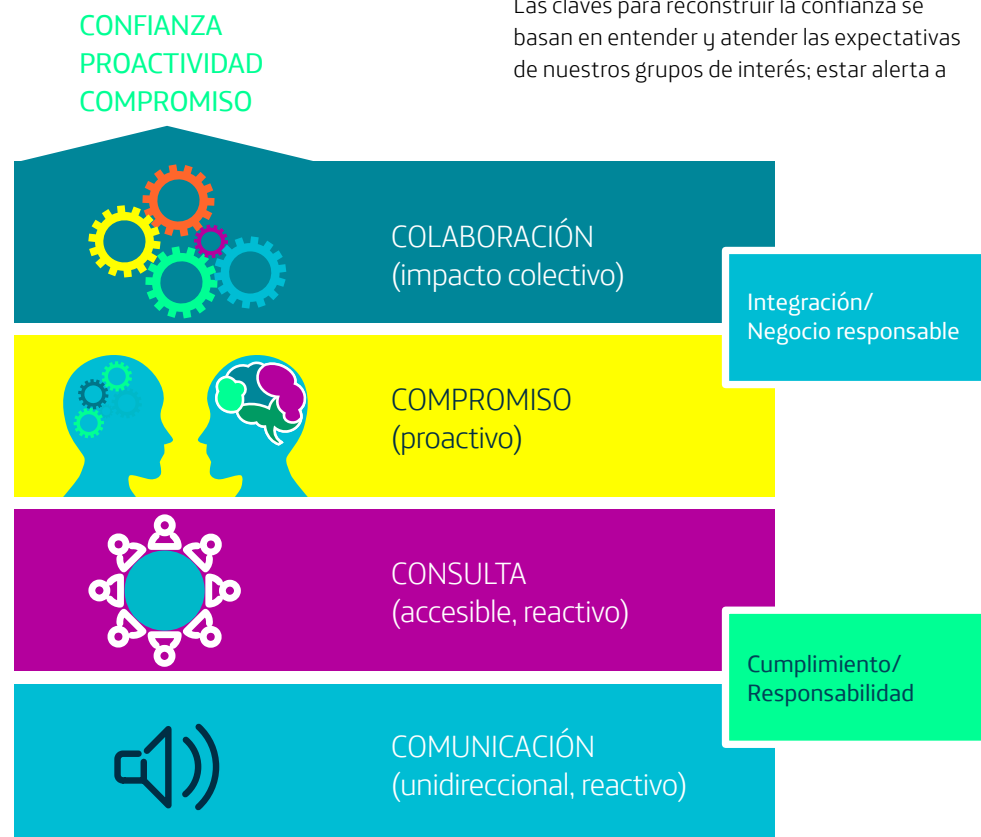
Especialmente teniendo en cuenta el contexto actual donde la sociedad demanda que las empresas juguemos un rol que va más allá del desarrollo económico.

Las claves para reconstruir la confianza se basan en entender y atender las expectativas de nuestros grupos de interés; estar alerta a

las tendencias y establecer alianzas que faciliten la toma de medidas que de forma conjunta generen beneficios y mejoren las condiciones económicas y sociales de las comunidades donde operamos.

Por ello en 2016 establecimos un Panel Asesor en Negocio Responsable, que nos ayuda en la alineación entre sostenibilidad y negocio, además de facilitar la vinculación y colaboración con nuestros principales grupos de interés.

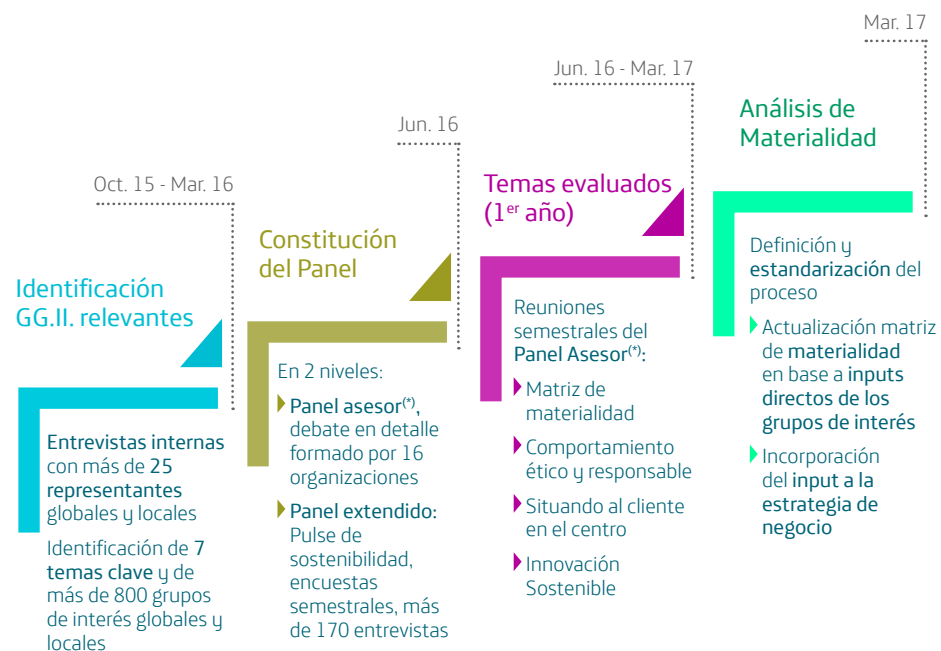
La sociedad nos demanda que *como empresa* juguemos un rol que va más allá del *desarrollo económico*



En este primer año nos hemos esforzado en identificar las organizaciones que componen el panel, su presidente y los temas materiales a debatir. Los gráficos recogen la hoja de ruta del Panel en su primer año de vida, así como la identificación de los temas más relevantes.

Más de 200 entrevistas nos llevan a identificar 7 temas relevantes

LA RUTA HACIA UN PROCESO INNOVADOR, HOMOGÉNEO Y SÓLIDO



IDENTIFICACIÓN DE 7 TEMAS RELEVANTES



(*) Foco Global y en principales mercados: Alemania, España, Brasil, México, Chile.

El Panel se estructura en dos niveles.
El primero nos facilita el análisis de temas materiales.

PANEL ASESOR DE NEGOCIO RESPONSABLE

- ▶ Plataforma de diálogo estructurado.
- ▶ Formado por expertos de 16 organizaciones con foco global y en los principales mercados (España, Alemania, Brasil, México y Chile).
- ▶ Reuniones trimestrales.
- ▶ Un tema crítico a debate por reunión con feedback detallado.
- ▶ El área encargada de gestionar el tema en debate, presenta la estrategia de Telefónica y responde a las preguntas de los panelistas.

Los miembros permanentes del panel en el primer año de vida provienen de:

Cientes



Proveedores



Inversores



ONGs



Organización sectorial



Organización multisectorial



Servicios profesionales



Best Practices



EVALUACIÓN DEL PRIMER AÑO DE VIDA

“En estos tiempos de cambios rápidos y profundos en la tecnología y las relaciones con los clientes es más importante que nunca invertir en un diálogo estructurado con los grupos de interés. ¡Felicitaciones, la iniciativa es excelente! Es un muy buen primer paso, pero es necesario continuar trabajando: tenemos el reto de reforzar el panel con expertos comprometidos, activos y que se sientan equipo. La implicación de Telefónica es clave para obtener el máximo beneficio”.



Presidente del Panel
Cooperability

**ERNST
LIIGTRRINGEN**

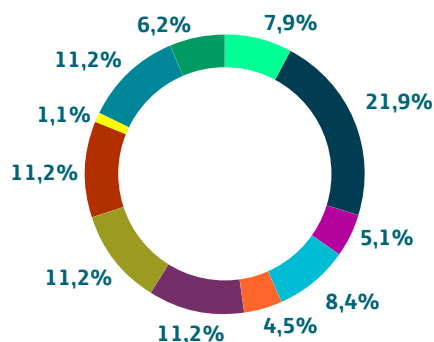
El siguiente nivel nos permite identificar los temas materiales, a la vez que cubrimos toda nuestra huella geográfica.

PANEL EXTENDIDO

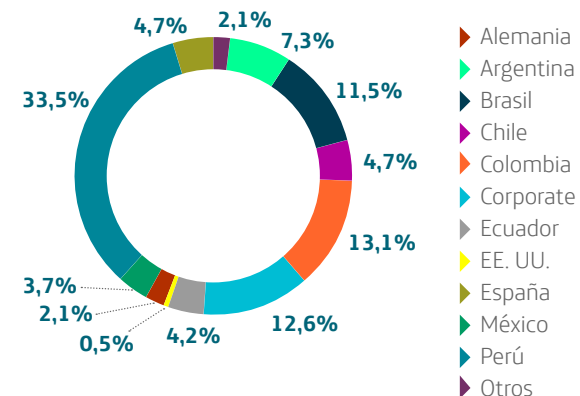
- ▶ Plataforma de medición de percepción e identificación de tendencias.
- ▶ Pull variable de grupos de interés. Foco local y global. En 2016 se conformó por más de 170 organizaciones representantes de los países en los que estamos presentes.^(*)
- ▶ Consultas online, semestrales donde profundizar en aspectos identificados en el Panel Asesor.
- ▶ Obtención del "Telefónica Stakeholder Pulse".
- ▶ Input para el Panel Asesor, para las áreas de gestión interna y para la elaboración de la matriz de materialidad (local y global).

(*) Con excepción de Reino Unido, Centroamérica y Uruguay.

La composición del Panel Extendido en 2016 fue:



- ▶ Ámbito académico/Think Tank
- ▶ Clientes
- ▶ Federaciones Industriales
- ▶ Organismos reguladores
- ▶ Medios y servicios de comunicación
- ▶ ONG y otros actores de la sociedad civil
- ▶ Organizaciones dedicadas a promover la sostenibilidad
- ▶ Servicios profesionales
- ▶ Accionistas
- ▶ Proveedores
- ▶ Otros



PRINCIPALES HALLAZGOS DEL PANEL EXTENDIDO

- ▶ Los grupos de interés informados tienen una percepción de nuestra reputación notablemente mejor que el conjunto de la sociedad. Hay una alta variabilidad cuando se comparan unos perfiles con otros dentro de este grupo de interés.

En el gráfico se recogen los niveles de reputación medidos en el Panel Extendido conforme la naturaleza de las organizaciones participantes.

- ▶ La percepción que los miembros del Panel Extendido tienen de nuestro desempeño en

materia de sostenibilidad es similar al nivel de reputación: 6,3 puntos sobre 10.

- ▶ Los aspectos materiales que estos grupos de interés consideran más relevantes para el sector TIC, tanto ahora como en el futuro próximo son la gestión centrada en el cliente y el comportamiento ético y responsable.
- ▶ La gestión de la cadena de suministro es donde se percibe que presentamos menor evolución.
- ▶ Adicional a los temas evaluados se han identificado dos nuevas categorías sugeridas por los expertos: la necesidad de alineación,

interna y externa, con el propósito de la Compañía y la gestión de la reputación corporativa en general.

En este sentido, comentar la importancia de la alineación entre nuestra actividad diaria y nuestro propósito, así como de la necesidad de la gestión del activo reputacional. En ambos aspectos llevamos ya tiempo trabajando, como se detalla en este Informe.

La evaluación ha servido para reforzar la matriz de materialidad del Grupo, así como las iniciativas que componen nuestro Plan Global de Negocio Responsable.



Clientes

ONG y otros actores de la sociedad civil

Organizaciones dedicadas a promover la sostenibilidad

Servicios profesionales

Proveedores



ALINEACIÓN CON EL PROPÓSITO DE TELEFÓNICA

Somos conscientes de la importancia del propósito corporativo; nos ayuda a canalizar nuestra contribución a las comunidades donde operamos, haciéndonos sentir parte de algo mayor y facilitando la creación de alianzas.

Esta alineación la hacemos tanto a nivel interno (trabajando con empleados en el porqué de la Compañía) como a nivel externo, trabajando con los clientes y con la sociedad para mejorar y mostrar los impactos positivos de nuestra actividad y nuestra razón de ser. Es por ello que en 2015 lanzamos el programa “**Elige Todo**”, que hemos continuado durante 2016.

Este panel complementa *la actividad de engagement* que realizamos a nivel local, regional, nacional e internacional

OTROS CANALES DE DIÁLOGO

CLIENTES



Metodología: Mediante los canales de diálogo a nivel local, que establecemos en el momento de la venta, y gracias a los servicios de atención al cliente, del seguimiento de la satisfacción y del Servicio de Defensa del Cliente (SDC), así como de las direcciones de marketing y estudios de mercado, foros de debate y áreas de encuentro, conocemos la experiencia de consumo, necesidades y expectativas sobre nuestros productos y servicios.

Ejemplos de compromiso e interacción con clientes:

- ▶ Para clientes residenciales contamos con canales de atención al cliente en cada una de nuestras geografías, con la [Comunidad Movistar](#); además de nuestros perfiles en Twitter ([Telefónica en Twitter](#), [Movistar en Twitter](#), entre otros).
- ▶ En el ámbito de los grandes clientes empresariales y multinacionales, además de nuestra división de Business Solutions cabe destacar la Semana de la Calidad de TBS (Telefónica Business Solutions), Telefónica Leadership Conference, y otros eventos como la International Telecoms Week.

ACCIONISTAS



Metodología: Organizamos y asistimos a reuniones continuas, tanto individuales como colectivas, con inversores institucionales y analistas sectoriales. Además, gracias a los canales online podemos conocer los temas que resultan más relevantes a la comunidad inversora, incluidas aquellas instituciones ISR (Inversión Socialmente Responsable) y/o con proyectos específicos de inversión responsable y firmantes de los Principios de Inversión Responsable.

Ejemplos de compromiso e interacción: Accionistas e Inversores de Telefónica, Foros y eventos para Accionistas e Inversores, Foro Europeo de Inversión Social (Eurosif), Société Generale, RobecoSam, Integrated Reporting.

PROVEEDORES



metodología: El área de Compras tiene un diálogo continuo con nuestros principales proveedores, promoviendo la búsqueda de soluciones conjuntas en colaboración con cada una de las 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.

ejemplos de compromiso e interacción:

- ▶ Reuniones con algunos de nuestros principales proveedores a nivel global para compartir nuestras estrategias sobre aspectos de sostenibilidad e intercambiar buenas prácticas.

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, con el objetivo de mejorar las mediciones, estandarizar indicadores y compartir las mejores experiencias.

ejemplos de compromiso e interacción: GSMA, Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU), ASIET, Global e-sustainability Initiative, European Internet Forum, Telecommunications Industry Dialogue, ICT Coalition, Internet Governance Forum, Global reporting Initiative, ASIET y ETn o.

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.

ejemplos de compromiso e interacción: World Economic Forum, International Labour Organization, Organización Mundial de la Salud, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Global Compact, Carbon Disclosure Project y Centre for Information Policy Leadership.

EMPLEADOS



metodología: Potenciamos el uso de la red interna Yammer – que cuenta con 98.681 miembros (unos 7.500 usuarios más que el pasado año) y más de 500 comunidades activas de media al mes en la red de la Compañía– tanto como herramienta de comunicación como de consulta y productividad.

Esta red ha sido una herramienta clave para facilitar el diálogo y debate previo al lanzamiento del nuevo programa de Compañía. El evento de presentación fue seguido por streaming en directo por más de 40.000 empleados.

Buenas prácticas:

- ▶ Durante 2016, hemos lanzado una intranet con la descripción del programa de Compañía "Elige Todo", que ha recibido un total de 738.368 visitas.
- ▶ Llevamos a cabo envíos semanales de newsletters globales, que incluyen la actualidad de la Compañía, así como temas relacionados con nuestro programa estratégico.
- ▶ Más allá del Power Point (Onlife TV): se trata de una serie de vídeos explicativos de nuestro programa de Compañía. Cada temporada –actualmente llevamos 4– se centra en diferentes líneas estratégicas. Durante 2016 ha contado con 280.000 reproducciones.

ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES



metodología: Fomentamos el diálogo continuo con las diferentes ONG, principalmente a nivel local, a través de foros y otros eventos, para así dar respuesta a las necesidades de las comunidades donde operamos.

ejemplos de compromiso e interacción: Cruz roja , unICEF , oxfam Intermón, Plan Internacional, ACNUR.

CANALES DE TELEFÓNICA EN LAS REDES SOCIALES

Mantener informados a nuestros grupos de interés y dialogar con ellos es clave en nuestro proceso de gestión. En esta línea, también hemos trabajado en la simplificación de canales en redes sociales.



MEDICIÓN Y GESTIÓN DE REPUTACIÓN

La reputación es un activo clave que forma parte de nuestro Cuadro de Mando que trimestralmente sigue el Consejo y la Comisión Delegada. Entendemos por reputación el juicio que de nosotros y de nuestra actividad y actuación en su conjunto, tienen nuestros grupos de interés.

Dada la relevancia de la reputación y su impacto en nuestro negocio, desde 2005, medimos la reputación en Público General, a través del modelo RepTrak, desarrollado por el Reputation Institute.

El modelo mide el atractivo emocional de la compañía, a través del indicador RepTrak Pulse, que se construye en base a los valores de estima, admiración, confianza e impresión generada.

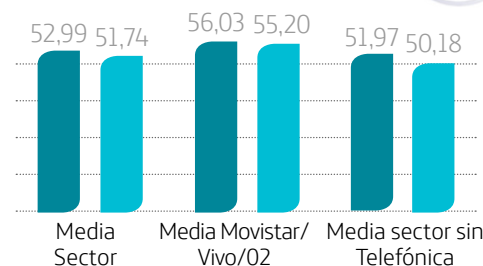
La reputación no reside en la compañía, sino en cada grupo de interés, por eso la medición de la reputación la hemos ido incorporando de forma gradual en diferentes grupos de interés utilizando el modelo, además de Público General que fue el modelo inicial en, empleados, proveedores y público informado. Este último grupo lo hemos incorporado en 2016 a través de las consultas al Panel Extendido.

REPUTACIÓN PÚBLICO EN GENERAL

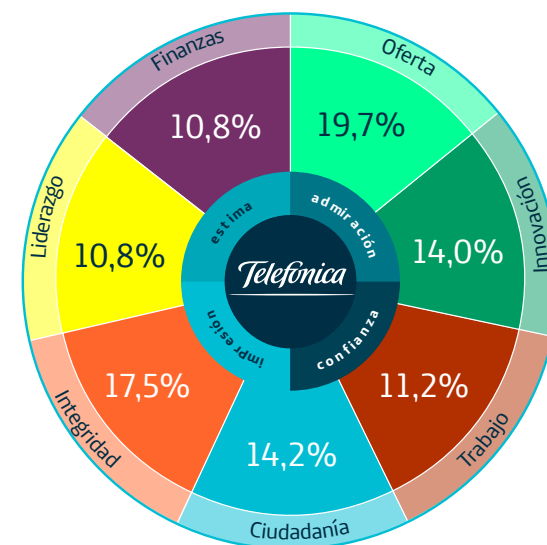
La reputación del sector, en los países donde operamos se mantiene estable; observándose una caída interanual, estadísticamente no significativa, de cerca de 1 punto.

Para buscar palancas que permitan entender y accionar estos movimientos, el RepTrak Pulse se completa con una evaluación más racional del desempeño de la compañía, gracias al indicador RepTrak Index. El indicador racional, en el caso de Público General, se construye en base a siete dimensiones: Oferta, Trabajo, Integridad, Liderazgo, Innovación, Ciudadanía y Finanzas. El peso de cada dimensión, se ajusta anualmente y es de destacar el peso que en 2016 logró la dimensión de Integridad, según el modelo de pesos, explicaría el 17,5% de la reputación del sector, sólo superado por la dimensión Oferta, que recoge la comercialización, prestación y postventa de servicios. La evolución del sector y de nuestras marcas comerciales es:

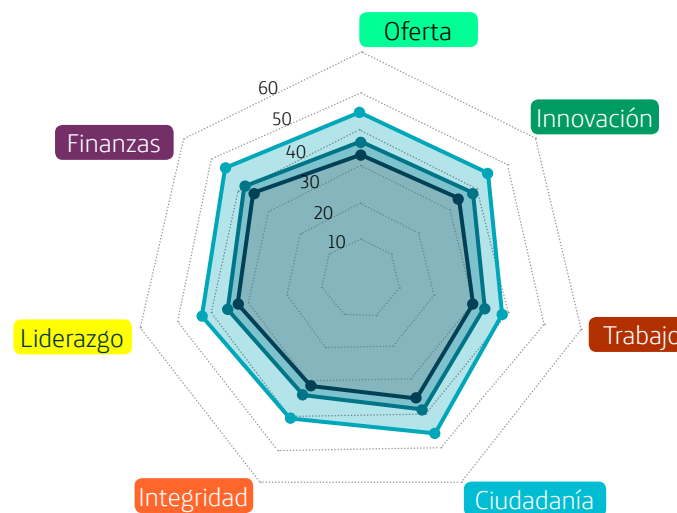
REPUTACIÓN PÚBLICO GENERAL



► 2015 ► 2016



La integridad explica el **17,5% de la reputación** de nuestro sector

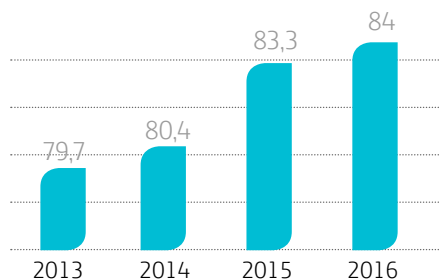


— Media sector — Media Movistar/Vivo/O2 — Media sector sin Telefónica

REPUTACIÓN ENTRE NUESTROS EMPLEADOS

Nuestros empleados juegan un papel clave en la construcción de nuestra reputación, tanto por ser agentes activos de la misma como por actuar de embajadores con una credibilidad cada vez más creciente ante la sociedad en general. Desde 2013 medimos la reputación que nuestros empleados tienen de Telefónica en los 17 países en los que estamos presentes. Entre otros aspectos se evaluaron: comportamiento ético, motivación, desarrollo profesional y entorno de trabajo. Es comportamiento ético la que tiene un mayor peso para construir la reputación entre sus empleados.

REPUTACIÓN DE TELEFÓNICA ENTRE SUS EMPLEADOS



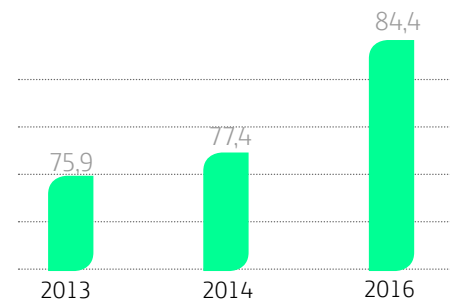
A nivel global, la tendencia de mejora de nuestra reputación se mantiene, alcanzando niveles próximos a la excelencia sumando más de 4 puntos respecto a 2013.

REPUTACIÓN ENTRE NUESTROS PROVEEDORES

Al igual que nuestros empleados, los proveedores son clave en la construcción de la reputación de la Compañía, especialmente en un sector donde el contacto directo con nuestros clientes es llevado a cabo en un alto porcentaje por nuestros proveedores aliados. Convencidos de ello, en 2013 iniciamos la medición de nuestra reputación en este grupo de interés, alineándolo con la encuesta bianual de satisfacción de proveedores.

A nivel global, nuestra reputación sigue mejorando. Desde 2014 se observa una mejora de 7 puntos, alcanzando una puntuación cercana a la excelencia.

REPUTACIÓN DE TELEFÓNICA ENTRE SUS PROVEEDORES



Los aspectos que más influyen en la construcción de la reputación en este grupo de interés son Liderazgo y Sostenibilidad.

En Liderazgo se encuentran los dos atributos que más ayudan en la construcción de la reputación y que mejor valoración tienen: "Telefónica es solvente y con potencial de crecimiento" y "Telefónica es una empresa puntera y líder en su sector".

Como áreas de mejora se identifican el cumplimiento de compromisos adquiridos y la coordinación de las áreas implicadas en la compra.

Desde 2014 nuestra reputación entre los proveedores ha mejorado en 7 puntos, alcanzando una puntuación cercana a *la excelencia*



ALGUNAS DE LAS ASOCIACIONES CON LAS QUE TELEFÓNICA CENTROAMÉRICA PARTICIPA

AENOR

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



Asociación conformada por las principales operadoras de telecomunicaciones en Latinoamérica.



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



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.



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



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



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



La GSMA representa los intereses de las operadoras móviles a nivel mundial.



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



ONG que localiza y reporta imágenes de abuso sexual a menores a nivel global.



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



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



Agencia de la ONU que trabaja para defender los derechos de la infancia.



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.

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



El Salvador



Guatemala



Panamá



Nicaragua



Costa Rica

Análisis de materialidad

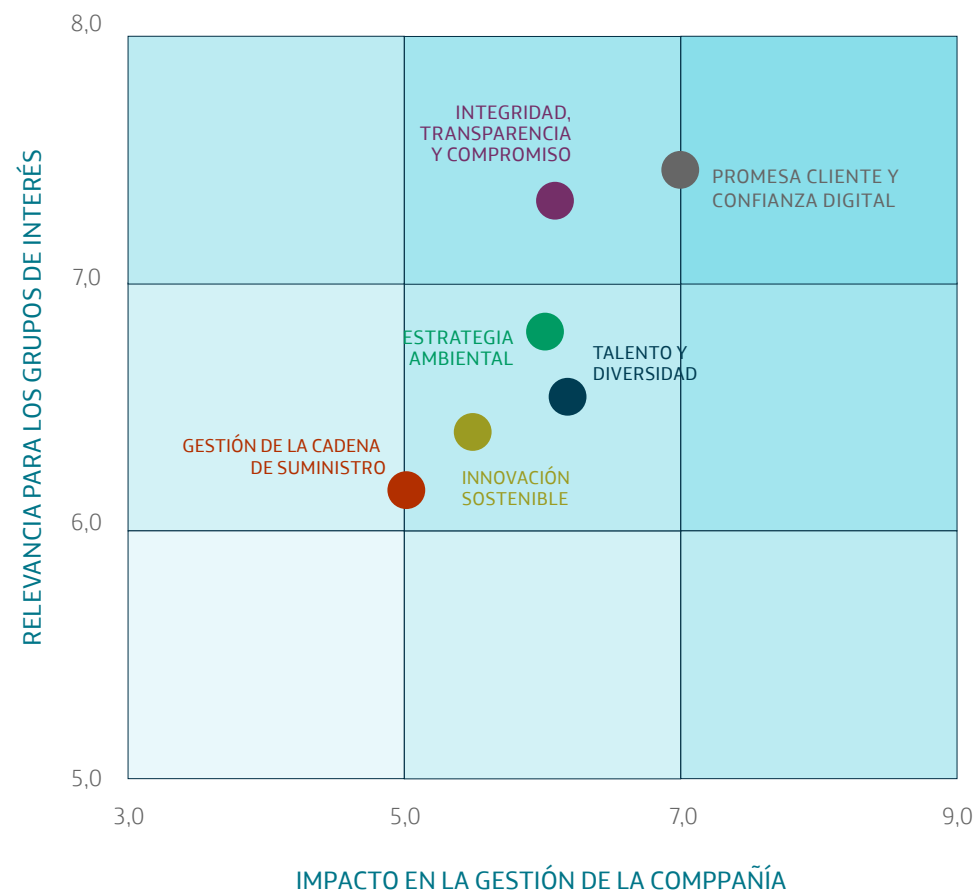
Entendemos la materialidad como aquellos asuntos que pueden tener un impacto presente o futuro en nuestros ingresos, rentabilidad, eficiencia de los capitales invertidos, posición competitiva, perfil de riesgos y cualquier otro aspecto que pueda determinar la capacidad de crear valor a largo plazo de la empresa para nuestros grupos de interés.

Por todo esto, cada año llevamos a cabo un proceso de análisis de la materialidad mediante una metodología común a todos los países, que nos ayuda a identificar la relación entre los aspectos más relevantes para la gestión estratégica de la Compañía y los que cobran una relevancia mayor en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés, tanto corporativos como locales.

Para este análisis, seguimos las indicaciones de la Guía GRI en su versión G4 y, con el objetivo de aumentar la comparabilidad y la exhaustividad de los asuntos, partimos del análisis de materialidad que el Global e-Sustainability Initiative (GeSI) hizo para toda la **cadena de valor del hipersector de las TIC** en noviembre de 2014 y que ha concluido con la preselección de 55 asuntos potencialmente materiales divididos en 8 categorías: inclusión digital, empleados, cambio climático, cadena de suministro, clientes, privacidad, gobernanza e impacto en las comunidades.

Posteriormente se han puesto estos temas en los paneles de grupos de interés –consulte el capítulo ‘Gestión de grupos de interés y reputación’– para tratar estas tendencias y medir la percepción de nuestro desempeño en ellas de cara a actualizar la matriz de materialidad de nuestra Compañía, y llevar a cabo un seguimiento de nuestros temas materiales. La interacción con los grupos de interés en este panel extendido tiene una periodicidad semestral.

Los aspectos más relevantes y que, por tanto, definen nuestro Plan de Negocio Responsable, son:



ASUNTO MATERIAL	RELEVANCIA	IMPACTO	MATERIALIDAD
Inclusión Digital	9.06	5.10	47.91
Privacidad	6.31	7.31	52.56
Empleados	5.53	5.33	29.32
Medio Ambiente y Cambio Climático	4.93	4.80	24.03
Sostenibilidad en la Cadena de Suministro	9.31	9.17	85.40
Clientes	7.86	8.50	68.48
Gobernanza	8.38	10.18	85.09
IMPACTO EN LAS COMUNIDADES	8.19	7.34	60.80



Se realizaron nuevas consultas a grupos de interés. A través de encuestas presenciales y encuestas en línea donde realizaron un diagnóstico de percepción entre clientes corporativos, distribuidores, proveedores, aliados institucionales y comité regional de Directivos de Telefónica.

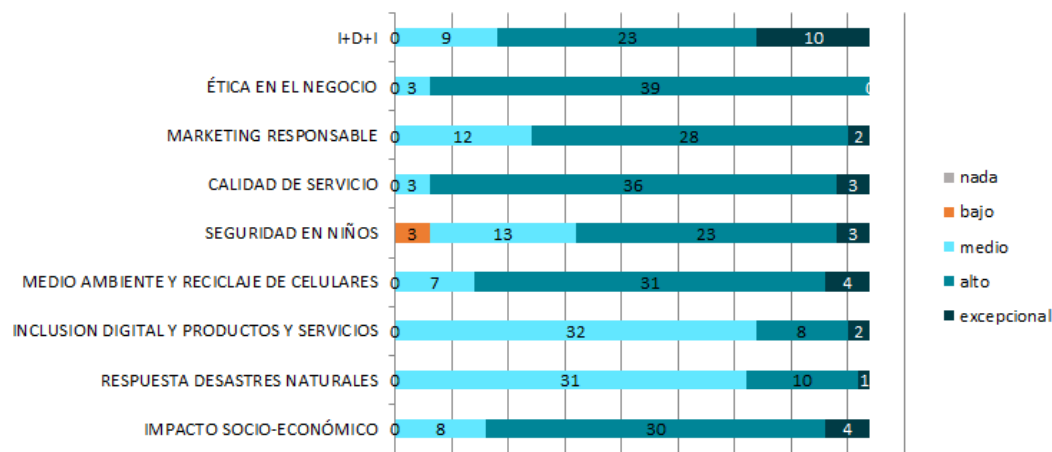
De acuerdo a este análisis, los aspectos más importantes que recibimos de los aspectos económicos, sociales y ambientales son:

1. **Clientes**
 - a. Calidad de servicio
2. **Gobernanza**
 - a. Prácticas éticas en el negocio
3. **Impacto en las comunidades**
 - a. Impactos socio-económicos
 - b. Respuesta ante desastres naturales
4. **Inclusión digital**
 - a. Productos y servicios sociales
5. **Sostenibilidad en la cadena de suministro**
 - a. Trabajo infantil en la cadena de suministro
 - b. Aspectos laborales en la cadena de suministro
6. **Privacidad**
 - a. Protección de la privacidad del usuario
7. **Empleados**
 - a. Adquisición, retención y desarrollo de talento
 - b. Diversidad de género
8. **Medio ambiente y cambio climático**
 - a. Residuos RAEE (residuos eléctricos y electrónicos)
 - b. Campos electromagnéticos en red
 - c. Despliegue responsable de red

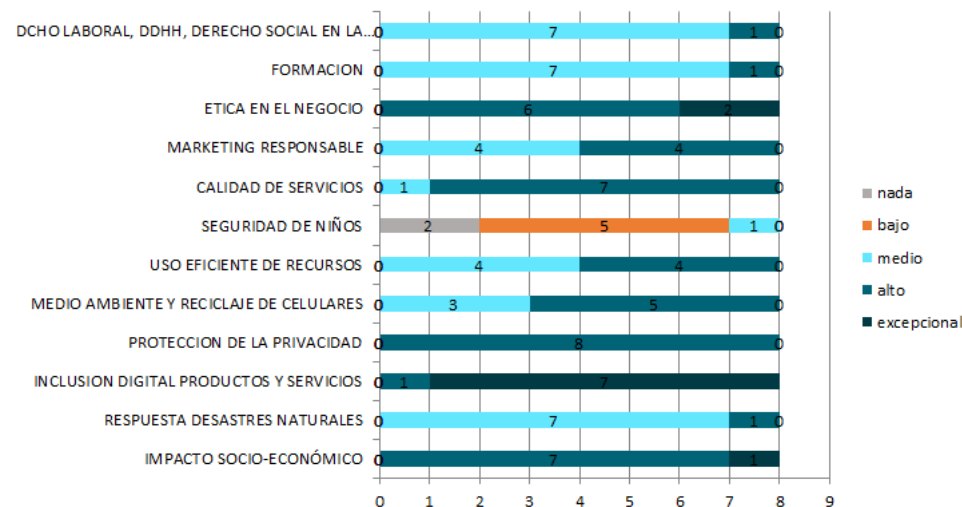
Con el fin de determinar los contenidos de este informe se realizó un análisis de múltiples fuentes de información proveniente de nuestros principales grupos de interés.

Para este análisis se tuvo en cuenta los resultados del ejercicio de ponderación de asuntos valorados para nuestro sector en índices de inversión responsable y su relación con la estrategia de la Compañía, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), realizado en 2015; los diálogos realizados con clientes, proveedores, empleados, entre otros, y los resultados de nuestras mediciones de reputación realizadas a público general, público especializado.

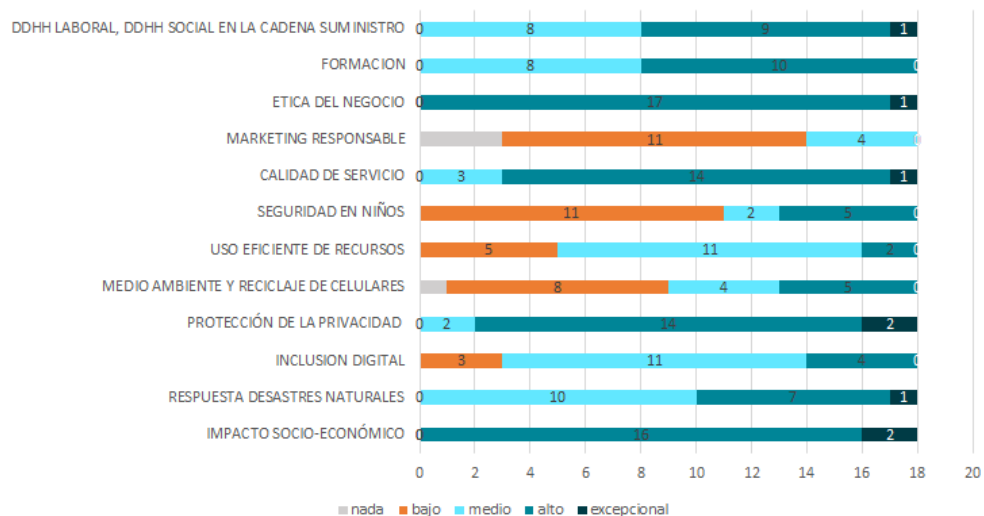
CLIENTES



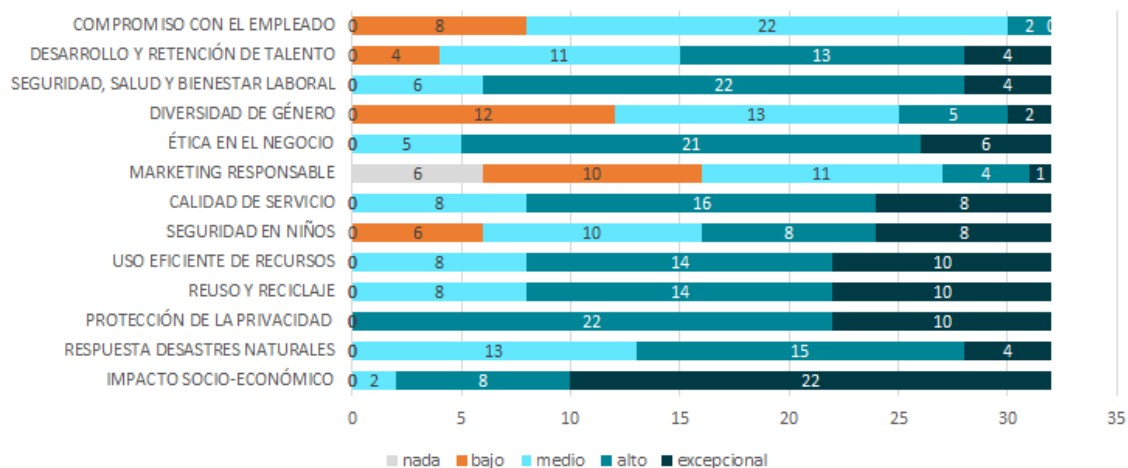
DISTRIBUIDORES



PROVEEDORES



EMPLEADOS



Identificación y gestión de riesgos_

Los riesgos son inherentes a todos los negocios y actividades empresariales. Su identificación, así como asegurarlos de forma eficaz, contribuyen a conseguir los objetivos de nuestro negocio y a afianzar el compromiso de la organización con sus accionistas, clientes y otros grupos de interés.

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 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.

MODELO DE GESTIÓN DE RIESGO

Realizamos un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las principales sociedades que componen su Grupo. Para ello, la Compañía cuenta con un Modelo de Gestión de Riesgos que considera lo establecido en referentes metodológicos como el "Enterprise Risk Management – Integrated Framework" emitido por COSO ("Committee of Sponsoring Organizations", de la Comisión Treadway) o la norma ISO 31000 "Gestión de riesgos – principios y directrices", entre otros.

Según su naturaleza, se consideran cuatro categorías de riesgo:

- **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 de competencia, 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.

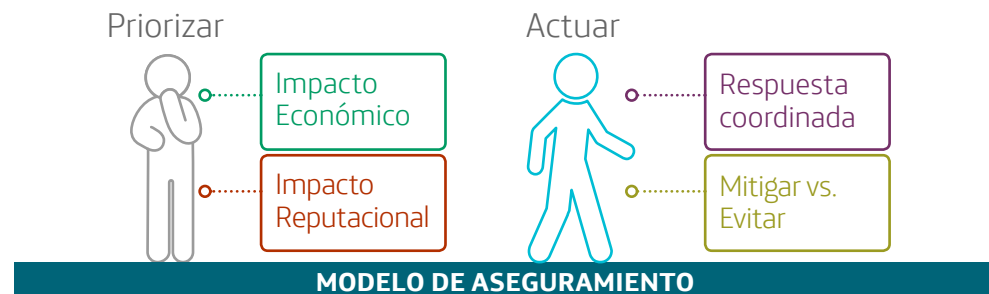
Asimismo se incluyen dentro de esta categoría los riesgos de naturaleza fiscal.

- **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.

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.

Para disponer de un modelo integral, orientado a las necesidades y la propia configuración del Grupo, se considera una evaluación de riesgos desde dos perspectivas complementarias: global (top-down) y local (bottom-up).

PRIORIZACIÓN Y ACTUACIÓN ANTE LOS RIESGOS



EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS



GOBIERNO DE LA GESTIÓN DE RIESGOS

Todas las personas dentro de nuestra organización tienen la responsabilidad de contribuir a la gestión de riesgos. De cara a la coordinación de estas actividades, la Política de Gestión de Riesgos, revisada durante el ejercicio 2016, establece los siguientes roles:

Supervisión del sistema de gestión de riesgos

La Comisión de Auditoría y Control del Consejo de Administración, supervisa el sistema de gestión de riesgos y propone al Consejo de Administración, para su análisis y consideración, la Política de Control y Gestión de Riesgos, en la cual se identifican las categorías de riesgo a las 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.

Responsables de los riesgos

Los responsables de los riesgos participan activamente en la estrategia y en las decisiones importantes sobre su gestión, elaborando un plan para su mitigación y realizando un seguimiento de su evolución.

Función de gestión de riesgos Función independiente de la gestión, dentro del área de Auditoría Interna, cuyo objetivo es impulsar, soportar, coordinar y verificar la aplicación de lo establecido en la Política de Riesgos, asistiendo también a la Comisión de Auditoría y Control en cuantos asuntos precise.



PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS

El proceso de gestión de riesgos toma como referencia la estrategia y objetivos de la Compañía, como base para la identificación de los principales riesgos que pudieran afectar a dichos objetivos.

Los riesgos son identificados y evaluados por los gestores de cara a priorizar su reporte y seguimiento; pero, especialmente, para determinar la respuesta ante los mismos, generalmente a través de planes de mitigación, o de estrategias para evitar o transferir dichos riesgos.

PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS



Identificación de los riesgos

Los riesgos son identificados por los gestores atendiendo, tanto a los factores que los causan, como a los efectos que puedan tener en la consecución de los objetivos.

Consideramos también potenciales riesgos emergentes que eventualmente pudieran tener un impacto adverso en el desempeño futuro; si bien su resultado y horizonte temporal siempre es incierto y difícil de predecir, se trata de anticipar la actuación sobre áreas de relevancia creciente.

Evaluación de los riesgos

El objetivo de la evaluación de riesgos es dar un orden de magnitud o relevancia de los mismos, considerando tanto su eventual impacto económico o reputacional como su probabilidad de ocurrencia.

De cara a la evaluación de los riesgos, se consideran factores cualitativos y cuantitativos; a través de técnicas como: el nivel de exposición, escenarios o análisis de sensibilidad ante determinados riesgos. Asimismo, se considera el impacto reputacional de los riesgos y otros factores adicionales como son la tendencia o las perspectivas sobre la evolución futura de los mismos.

Respuesta y supervisión del riesgo El Modelo de Gestión de Riesgos contempla la identificación y evaluación de los riesgos, así como el establecimiento de mecanismos de respuesta y seguimiento razonable ante los mismos.

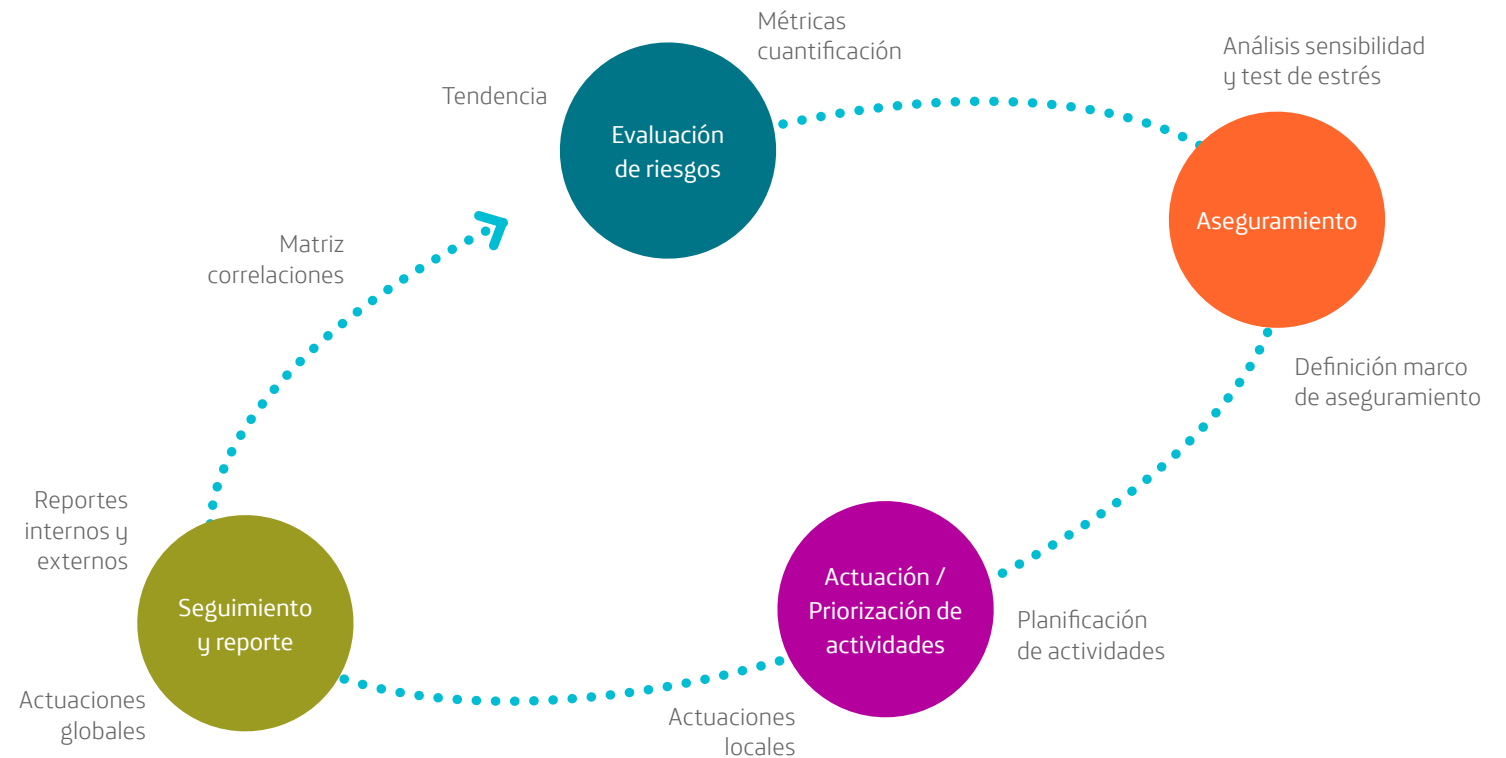
De acuerdo con la diversa tipología de los riesgos, los mecanismos de respuesta ante los mismos incluyen iniciativas globales, promovidas y coordinadas de forma homogénea en nuestras principales operaciones y/o actuaciones específicamente orientadas a atender riesgos concretos en algunas compañías.

En materias como los riesgos de naturaleza fiscal, se realiza un seguimiento de los principales asuntos, mientras que para determinados riesgos de tipo operacional se dispone de Programas Multinacionales de seguros, o seguros negociados localmente en cada país, según el tipo de riesgo y cobertura.

Tolerancia al riesgo y riesgo aceptable Contamos con un nivel de tolerancia al riesgo o riesgo aceptable, entendiendo por estos, la disposición a asumir cierto nivel

de riesgo, en la medida que permita la creación de valor y el desarrollo del negocio, consiguiendo un equilibrio adecuado entre crecimiento, rendimiento y riesgo.

ESQUEMA GENERAL DEL MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS



Riesgos e incertidumbres a los que se enfrenta la compañía

Nuestro negocio 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 nos enfrentamos y que podrían afectar al negocio, situación financiera, reputación, imagen corporativa y marca, y a nuestros resultados, se exponen conjuntamente con la información recogida en el Informe de Gestión de los Estados Financieros, cuyo detalle se puede encontrar en el anexo Informe Financiero:

- El deterioro del entorno económico o político puede afectar negativamente a nuestro negocio.
- La condición financiera y resultados del Grupo podrían verse afectados si no manejamos de forma efectiva nuestra exposición a los tipos de cambio de divisa extranjera o a los tipos de interés.
- Los cambios en las normas de contabilidad podrían influir en los beneficios que se reporten.
- Operamos 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.

- Estamos expuestos 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 que ofrecemos puede resultar desventajosa en relación con los ofrecidos por empresas competidoras.
- Podemos no anticiparnos y adaptarnos adecuadamente a los cambios tecnológicos y tendencias del sector.

- Dependemos 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.

- 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.

Ética empresarial y cumplimiento

La gestión Ética parte de nuestros Principios de Negocio Responsable, los cuales reflejan los compromisos éticos y de actuación responsable frente a los distintos grupos de interés.

¿CÓMO NOS RELACIONAMOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS?



Tanto nuestros empleados, por medio de un canal de denuncia interno, como todos nuestros grupos de interés, por medio de un canal externo, tienen la posibilidad de reportar, de forma anónima o personal, cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable, así como de cualquier normativa interna o externa a la que está sujeta Telefónica.

ENFOQUE DE GESTIÓN

¿Por qué es un tema material?



Porque refleja el tipo de Compañía que queremos ser, nos ayudan a construir y mantener relaciones a largo plazo con nuestros grupos de interés, y afectan directamente a nuestra profesionalidad y a nuestra productividad. Además, nos permiten establecer relaciones comerciales duraderas con nuestros socios, que cuentan con principios similares, con el objetivo común de contribuir a que el mundo sea un lugar mejor para vivir.

¿Dónde impacta?



Una gestión ética y responsable impacta en la confianza de nuestros clientes y empleados, en los compromisos que tenemos y adquirimos como Compañía, como el medio ambiente, la seguridad, la privacidad o la libertad de expresión, en las sociedades donde operamos, a través de una comunicación responsable y un control interno.

El objetivo de Telefónica



Nuestro objetivo, de cara a 2017 es aprobar una actualización de los Principios de Negocio Responsable, adaptándonos a las realidades actuales y a la estrategia de la Compañía.

Indicadores

	2015	2016
% de empleados que han realizado el curso de Principios de Negocio Responsable	86%	90,2%
Comunicaciones recibidas	822	1.152
Investigaciones cerradas	464	1.090

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



NUESTRO RETO

2016 ha sido un año clave para nosotros en esta materia. Hemos creado una nueva área independiente de Cumplimiento, con el objetivo de reforzar y promover la cultura ética en todo el Grupo, y desde el máximo nivel.

De esta forma, dependiendo del Consejo de Administración y reportando de forma directa a la Comisión de Auditoría y Control, el área de Cumplimiento –canalizada a través de una regulación propia– busca unificar, reforzar y homogeneizar, a nivel global y local, todos los controles internos que hemos venido desarrollando desde las áreas de Ética Corporativa y Sostenibilidad, Auditoría Interna y Servicios Jurídicos, entre otras.

Nuestros compromisos en materia de ética y cumplimiento se manifiestan en:

► Principios de negocio responsable.

Reflejan nuestros compromisos éticos y de actuación responsable frente a los distintos grupos de interés y, a la vez, contienen el código ético que debe regir la actuación de cada uno de nuestros empleados. Estos Principios se desarrollan, a su vez, en Políticas y Normativas relevantes, como la Política Anticorrupción o la Norma Corporativa de Conflictos de Interés, ambos aprobados en 2015.

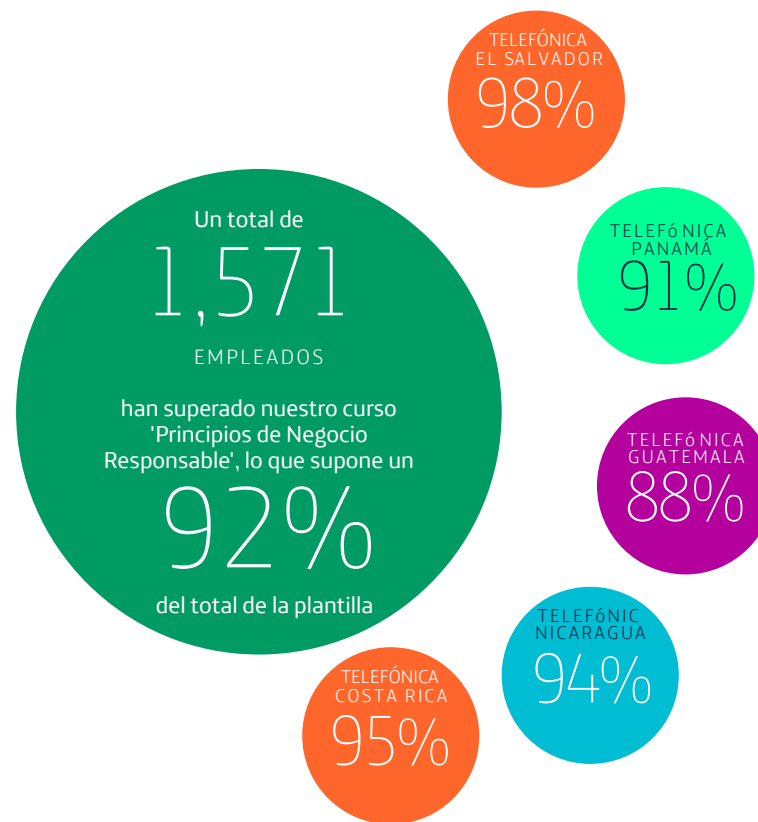
► Compromiso con los derechos

Humanos. Integramos de forma transversal en nuestros procesos operativos este compromiso con los Derechos Humanos (ver en el capítulo 'Cumplimiento de Derechos Humanos' el avance en las líneas de actuación identificadas).

PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE

Los Principios de Negocio Responsable se aprobaron por el Consejo de Administración en 2006 y durante estos diez años han sufrido leves cambios, como por ejemplo un refuerzo en el Principio de Integridad al incluir un apartado específico en materia de corrupción, para adaptarlos a las últimas novedades normativas y mejores prácticas empresariales.

Durante 2016 hemos trabajado en una actualización importante de los Principios, cuya aprobación está prevista para el segundo trimestre de 2017, una vez superados todos los procesos de aprobación a nivel global y local. La nueva redacción actualizará los compromisos en materia de privacidad y seguridad, cumplimiento y transparencia fiscal, comunicación responsable y protección de accionistas minoritarios, entre otros. La revisión se está llevando a cabo teniendo en cuenta la evolución de nuestra actividad y estrategia, para lo que se han analizado las opiniones de los máximos directivos de



la Compañía a nivel global y local, y se ha consultado a nuestros empleados a través de *focus groups* en diferentes países. Asimismo, se están teniendo en cuenta los estándares internacionales y un *benchmark* de las mejores prácticas a nivel internacional.

De esta manera, además de recoger todos los compromisos que consideramos que hay que asumir frente a nuestros clientes, accionistas, empleados, proveedores

y la sociedad en general, se refuerza aún más la cultura de responsabilidad y actuación ética que queremos que rijan en todas nuestras operaciones.

Además de la actividad que lleva a cabo el área de Cumplimiento, la Oficina de Negocio Responsable es la encargada de velar por la divulgación e implantación de nuestros Principios de Negocio Responsable. Está integrada por las áreas de Marketing,

Compras, Operaciones, Recursos Humanos, Servicios Jurídicos, Cumplimiento, Auditoría Interna y Ética Corporativa y Sostenibilidad, y reporta directamente al Consejo de Administración a través de la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales.

Durante 2016 hemos continuado con una actividad formativa online de carácter obligatorio para todos los empleados del Grupo, con el objetivo de renovar el conocimiento de todos nuestros profesionales en los Principios de Negocio Responsable. A cierre de esta memoria, un total de 109.467 empleados lo han superado, lo que supone un 90,2% del total de la plantilla.

CULTURA DE NEGOCIO RESPONSABLE

El cumplimiento y el comportamiento ético de una compañía dependen en gran medida de la cultura que rige en la misma y de cómo lo perciben los empleados. Con esto en mente, dedicamos espacio y esfuerzo, tanto en comunicaciones internas, como en cursos de formación a empleados en las temáticas relacionadas con los Principios de Negocio Responsable y el Plan de Negocio Responsable de la Compañía.

En este sentido, durante 2016 se han llevado a cabo diferentes campañas de comunicación internas sobre aspectos tales como: la propia creación del área de Cumplimiento, la importancia del cumplimiento de las normas

o los criterios de aceptabilidad de presentes que puedan intercambiarse en fechas determinadas, entre otras.

NEUTRALIDAD POLÍTICA

La Compañía se mantiene neutral a nivel político. En ningún momento toma posición, directa o indirectamente, a favor o en contra de ningún partido político.

No realizamos donaciones a partidos políticos u organizaciones, públicas o privadas, cuyas actividades estén claramente vinculadas a la política. Esto no impide que demos a conocer nuestros puntos de vista en los asuntos que puedan afectar a la gestión y a la sostenibilidad de la Compañía a través de actividades de lobbying. Informamos de forma transparente de nuestra actividad de lobbying a través de los diferentes registros existentes con este objetivo.

Estamos registrados como lobbista en el registro voluntario de la Unión Europea, reportando unos costes vinculados a las actividades cubiertas por el registro de 2 millones de euros y unas subvenciones recibidas de 4.790.000 euros.

CANALES DE DENUNCIA Y COMUNICACIÓN

Todos nuestros empleados tienen la posibilidad de reportar, de forma anónima o personal, cuestiones

asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable, o cualquier normativa interna o externa a la que está sujeta Telefónica.

Este año también se ha implantado un canal de comunicación externo para todos nuestros grupos de interés, llamado el **Canal de Negocio Responsable**. A través de este canal se tiene la posibilidad de consultar o reportar, de forma anónima o personal, cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y de sus políticas asociadas.

Todas las comunicaciones a través de nuestros canales de denuncia y comunicación, tanto internos como externos, 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 una oportuna investigación conforme a nuestros procedimientos internos.

Buenas Prácticas

PLAY TO MOVE



Durante 2016 lanzamos a nivel global la campaña Play to Move, para dar a conocer internamente lo que hacemos en materia de Negocio Responsable. Con este objetivo jugamos con la aplicación (app) Play to Move, conversamos en Yammer, aprendimos, nos reímos y... finalmente tres empleados, entre los 2.096 jugadores de 15 países, recorrieron el mundo, investigando, en un viaje que ha dado lugar al primer Brand film de la historia de Telefónica: "Play to Move: La Película".

Durante 2016 se registraron un total de:



Durante 2016, a través del Canal de Principios de Negocio Responsable y otros medios, se registraron un total de 1.152 comunicaciones. En este ejercicio se han cerrado 1.090 investigaciones resultando 641 procedentes. Entre las medidas adoptadas hubo 135 relacionadas con la terminación del contrato de trabajo, adoptadas como consecuencia de las denuncias recibidas procedentes. De las investigaciones cerradas hay que destacar que 2 de ellas han estado relacionadas con casos de corrupción.

AUDITORÍA INTERNA

Contamos con una serie de comisiones y unidades específicas que supervisan el nivel adecuado de control y transparencia en materia de ética y cumplimiento. Los Estatutos Sociales y el Reglamento del Consejo de Administración de la Compañía establecen que la Comisión de Auditoría y Control tiene como función primordial servir de apoyo al Consejo en las funciones de supervisión y establecen, entre sus competencias, la supervisión de la eficacia del control interno de la sociedad, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos, incluidos los fiscales. Durante 2016 Auditoría Interna ha emitido 710 informes en todo el Grupo:



Hitos 2016

- Creación de un canal de comunicación con grupos de interés externos. 100% Cumplido
- Revisión de la normativa interna. En progreso
- Revisión de los Principios de Negocio Responsable. 100% Cumplido
- Campaña de comunicación sobre los principios de Negocio Responsable. 100% Cumplido
- Curso de formación de Principios de Negocio Responsable (participación del 90% de la plantilla). 100% Cumplido

Retos 2017

- Incorporación al análisis de las expectativas de los grupos de interés de las peticiones y denuncias realizadas.
- Aprobación final y campaña de comunicación a empleados de los Principios de Negocio Responsable.
- Campaña de comunicación interna ligada a los nuevos Principios de Negocio Responsable.
- Curso de formación de Principios de Negocio Responsable (mantener la participación del 90% de la plantilla).

Asimismo, la creación del área de Cumplimiento busca reforzar dichos controles. Así, entre sus funciones, cabe destacar su actividad en el ámbito de prevención y en otros frentes como el seguimiento del cumplimiento normativo, gestión del conocimiento, diseño de controles específicos con virtualidad preventiva de posibles incumplimientos y, sobre todo, resolución de consultas sobre la interpretación de las normas. En este sentido, a lo largo de 2016 se han realizado 241 consultas de diferente naturaleza.

Gestión de la cadena de suministro

Nuestra estrategia y Principios de Negocio Responsable se basan en los valores de integridad, compromiso y transparencia, que aplicamos a la relación con todos nuestros proveedores y en todas las fases del proceso de compras.

¿CÓMO NOS RELACIONAMOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS?



Promovemos una cultura de sostenibilidad a lo largo de nuestra cadena de valor que nos permite multiplicar el impacto positivo de nuestra actividad. Al mismo tiempo, trabajamos en mejorar nuestros procesos alcanzando una mayor eficiencia y agilidad en la relación con nuestros proveedores.

ENFOQUE DE GESTIÓN

¿Por qué es un tema material?



La identificación y gestión de riesgos asociados a la cadena de suministro es una responsabilidad inherente a cada empresa, por lo que debemos fomentar un compromiso social y medioambiental entre todos nuestros proveedores.

¿Dónde impacta?



En la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de las personas que participan en nuestra cadena de suministro y que afectan a la calidad del servicio ofrecido a nuestros clientes.

El objetivo de Telefónica



Reforzar los controles de seguimiento sobre los proveedores con mayor riesgo, sobre todo en el ámbito de la privacidad y protección de datos de nuestros clientes. Fomentar la compartición de buenas prácticas en el ámbito de la gestión sostenible.

Indicadores	2015	2016
% compras adjudicado en Centroamérica	59%	57.70%
Nº auditorías o evaluaciones realizadas a proveedores de riesgo desde el Corporativo	n.s.	11.678
Proveedores de riesgo con planes de mejora	608	468

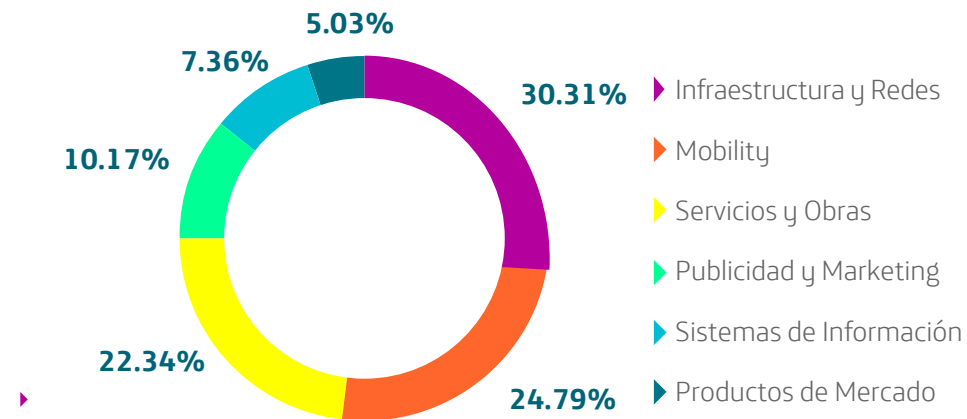
Objetivos de desarrollo sostenible



El modelo de gestión común que se aplica a todas las compras nos permite una gestión coordinada, y está apalancado y consolidado en Telefónica Global Services (TGS), compañía desde la que se lideran las negociaciones con los proveedores globales del grupo, basándose en el *Category Management* como herramienta principal de gestión y especialización en los principales productos y servicios. Además, TGS presta a su vez servicios en el área de Compras a los partners con los que colabora. Por otro lado, desde su filial Telefónica Compras Electrónicas, se promueve la digitalización E2E del proceso y la automatización de ciertas tareas administrativas en toda la cadena de suministro, con el objetivo de desempeñar nuestra actividad con la máxima integridad.

Adicionalmente, en 2016 se creó una unidad Global de Supply Chain cuyo objetivo es la mejora en la gestión de nuestra logística, enfocada durante este primer año a la optimización de stocks y a la mejora de la disponibilidad de los terminales móviles.

VOLUMEN DE COMPRAS ADJUDICADO



IMPACTO EN LA COMUNIDAD

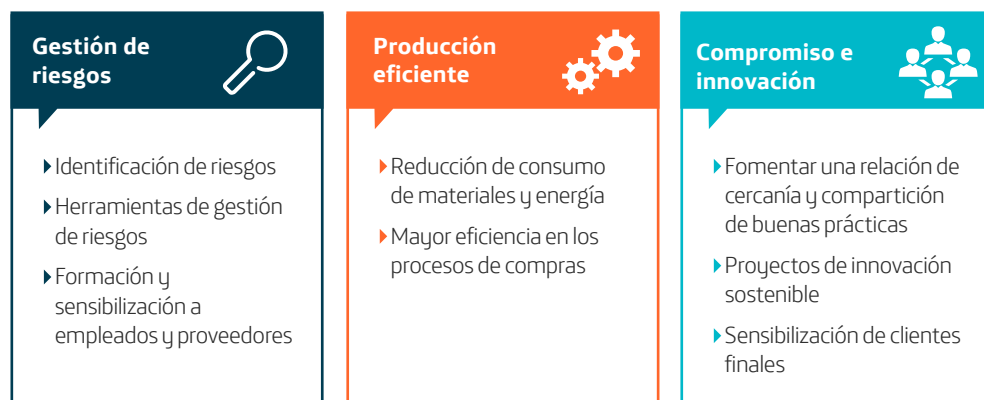
somos conscientes del impacto, local y global, de nuestra actividad en la sociedad.

57.70% del volumen de compras adjudicado a proveedores locales...

...y en gestión regional en Centroamérica, más de **1,830** procesos de compra, por importe de **más de \$175 millones de dólares.**

Modelo de Gestión Sostenible

Desarrollamos nuestro modelo de gestión sostenible de la cadena de suministro en tres niveles:



De acuerdo a nuestros Principios de Negocio Responsable pedimos a todos los proveedores que aseguren el **cumplimiento de los Derechos Humanos y laborales fundamentales**, así como el **respeto** por el **medio ambiente**

Gestión de riesgos

Identificación de Riesgos

Para poder gestionar óptimamente nuestra cadena de suministro, ponemos foco en aquellos proveedores más significativos para la Compañía, ya sea por su riesgo o por el

impacto que tienen sobre nuestro negocio dado el volumen de adjudicación. Para ello, nos apoyamos en un análisis previo, que durante el pasado año revisamos y actualizamos.

¿CÓMO LO HACEMOS?

La valoración del riesgo se basa en cinco aspectos generales, así como en los correspondientes aspectos de sostenibilidad recogidos en nuestros Criterios Mínimos de Negocio Responsable.

Aspectos Generales

- ▶ Naturaleza de la actividad
- ▶ Localización geográfica
- ▶ Asociación con la marca
- ▶ Visibilidad para los clientes
- ▶ Visibilidad para otros grupos de interés externos



Aspectos de Sostenibilidad

- ▶ Privacidad / Protección de Datos
- ▶ Condiciones Laborales
- ▶ Seguridad y Salud
- ▶ Medioambientales
- ▶ Derechos Humanos (Trabajo infantil)
- ▶ Minerales procedentes de zonas en conflicto

Marco Normativo para Proveedores

De acuerdo a nuestros Principios de Negocio Responsable y nuestra Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro, pedimos a todos nuestros proveedores que desarrollen su actividad aplicando estándares éticos, sociales y medioambientales similares a los que rigen en Telefónica.

En 2016, nuestro Consejo de Administración aprobó una nueva Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro, en la que se recogen los Criterios Mínimos de Negocio Responsable que deben cumplir todos nuestros proveedores y trasladarlos a su propia cadena de suministro. En esta versión hemos incorporado nuevos aspectos relevantes –sobre anticorrupción y conflictos de interés, privacidad y confidencialidad de la información, etc.– y reforzado otros como los sociales (el tráfico de personas) o medioambientales (residuos, sustancias peligrosas, consumo de materiales, etc.).

Además, en el marco de la implantación de la Política Anticorrupción –aprobada a finales de 2015–, se han incorporado al proceso de compras los mecanismos necesarios para que el proveedor certifique el cumplimiento de las leyes en esta materia.

De este modo, a los requisitos técnicos y estándares de calidad que los productos o servicios deben cumplir, se suman los criterios mínimos recogidos en:

- ▶ La Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro.
- ▶ La Política Anticorrupción.
- ▶ Las Condiciones Generales para el Suministro de Bienes y Servicios del Grupo Telefónica.

En el caso de que un proveedor no alcance el nivel exigido o no sea capaz de proporcionar la información solicitada, ponemos en marcha los procesos necesarios para alcanzar su compromiso de cara a implantar los planes de mejora que garanticen el cumplimiento de nuestros estándares.

En casos extremos, cuando esto no es factible, en base al acuerdo inicialmente suscrito por ambas partes, se suspenden las relaciones con dicho proveedor hasta que demuestre que ha corregido la situación.

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Nos comprometemos a actuar con el mayor nivel posible de rigor, objetividad, transparencia y profesionalidad en la relación con nuestros proveedores.

CRITERIOS MÍNIMOS DE NEGOCIO RESPONSABLE

Cualquier persona, empresa u organización que quiera ser considerada como proveedor de Telefónica deberá comprometerse a cumplir con los Criterios Mínimos de Negocio Responsable y a trasladar en todo momento la obligación de este cumplimiento a sus subcontratistas.

Éticos

- ▶ Cumplimiento de la Ley
- ▶ Anticorrupción
- ▶ Conflictos de interés

Privacidad y confidencialidad de la información

- ▶ Información
- ▶ Datos de carácter personal

Sociales

- ▶ Relación laboral
- ▶ Horario de trabajo
- ▶ Salarios
- ▶ Trabajo forzado y Tráfico de personas
- ▶ Trabajo infantil y personas jóvenes
- ▶ Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
- ▶ Condiciones de seguridad y salud
- ▶ No discriminación
- ▶ Minerales en conflicto

Medio Ambientales

- ▶ Ciclo de vida y actuación preventiva
- ▶ Política ambiental
- ▶ Gestión ambiental
- ▶ Cambio climático
- ▶ Residuos
- ▶ Sustancias peligrosas y productos químicos
- ▶ Consumo de materiales, recursos y emisiones atmosféricas

PLAN ANUAL DE AUDITORÍAS EN CIFRAS

En base a los riesgos de cada región o país, así como el tipo de cada proveedor, nos focalizamos en evaluar su desempeño en los aspectos más críticos.

LATINOAMÉRICA

Empresas colaboradoras intensivas de mano de obra y terceros a través del Programa aliados.

a auditorías según asuntos críticos a nivel local.

a auditorías corporativas según criterios homogéneos de sostenibilidad.

1.002
auditorías
in situ

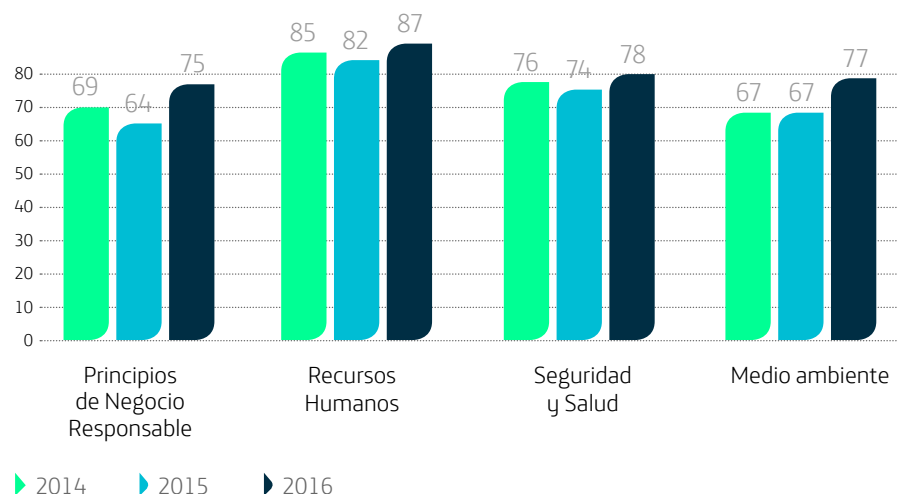
328
proveedores con
planes de mejora
derivados de las
auditorías

10.369
auditorías
administrativas

106
auditorías in situ
(sobre Principios
de Negocio
Responsable,
RRHH, Seguridad
y Salud, y Medio
Ambiente)

102
proveedores con
planes de mejora
derivados de las
auditorías

% CUMPLIMIENTO EN LAS AUDITORÍAS CORPORATIVAS EN LATINOAMÉRICA



Detalle auditorías corporativas

Se han detectado leves mejoras en todas las disciplinas, alcanzándose un nivel de cumplimiento general del 79%. En RRHH, el 87% (+5% respecto a 2015) de cumplimiento registrado es un claro ejemplo del trabajo que llevamos a cabo con nuestros aliados con relación a las obligaciones laborales que deben cumplir.

Algunos de los riesgos más comunes han sido detectados en:

- ▶ El proceso de Inducción, Capacitación y Clima Laboral, y en el de Vinculación y Administración de Personal.
- ▶ Respecto a los aspectos de Seguridad y Salud, se han concentrado en las secciones de Higiene y Seguridad Industrial, Implementación y Operación, y Verificación.
- ▶ Y en los procesos medioambientales, en la gestión de residuos y el sistema de gestión ambiental.

ASPECTOS CLAVES EN NUESTRO SECTOR

Ponemos especial foco en temas asociados a la cadena de suministro que sean relevantes para nuestro sector y la estrategia de la Compañía. Entre ellos, destacamos, la privacidad y protección de datos, el trabajo infantil –más información en el capítulo ‘Derechos Humanos’– y minerales en conflicto.

Privacidad y protección de datos

El compromiso con la privacidad forma parte de nuestra promesa cliente y es estratégico para la Compañía. Debemos, por lo tanto, vigilar que se cumpla, no solo en el seno de nuestras propias actividades sino también por parte de nuestros proveedores, sobre todo cuando tienen acceso o gestionan datos de nuestros clientes.

Tenemos identificados cuáles son los proveedores sobre los que debemos efectuar un control específico y a los que debemos exigir unos estándares especiales. Estamos trabajando en reforzar los controles de seguimiento establecidos sobre los proveedores con mayor riesgo en este ámbito, ya sea a través de evaluaciones y/o auditorías.

Además, en línea con los criterios mínimos de privacidad recogidos en nuestra Política y en las Condiciones Generales para el Suministro de Bienes y Servicios, promovemos entre nuestros proveedores unas medidas de seguridad que garanticen el cumplimiento de nuestra normativa interna en el ámbito de la seguridad y el buen uso de datos de carácter personal.

Nuestros proveedores **deberán disponer de una política de privacidad** que refleje su compromiso de proteger la información que les confiamos

Minerales en conflicto

A pesar de que no tenemos relaciones comerciales directas con fundidores o refinadores, trabajamos activamente para reforzar el control que se lleva a cabo sobre el uso de este tipo de minerales en toda nuestra cadena de valor. En este sentido, adoptamos una **política de empresa** basada en las directrices recogidas en el informe 'Guía de Diligencia Debida para Cadenas de Suministro Responsables de Minerales Procedentes de Áreas Afectadas por Conflictos y de Alto Riesgo', de la OCDE. Política que contempla las cinco etapas de la Guía y que trasladamos a nuestros proveedores.

1. Trazabilidad de minerales 3t G.

Promovemos que nuestros proveedores lleven a cabo procesos efectivos de debida diligencia para garantizar, siempre que sea necesario y posible, la trazabilidad de los minerales 3TG, procedentes de zonas de conflicto, así como la mitigación de los riesgos asociados, como es la violación de los Derechos Humanos.

Además, todo proveedor que nos presente una oferta debe cumplir los requisitos mínimos recogidos sobre este aspecto en la Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro y en las Condiciones Generales para el Suministro de Bienes y Servicios del Grupo Telefónica.

2. Evaluación y auditoría de proveedores

Analizamos y evaluamos el cumplimiento de nuestros proveedores a través de la plataforma de EcoVadis y las auditorías en el seno de la iniciativa sectorial **Joint Audit Cooperation**.

Pedimos a nuestros proveedores que dispongan de una política y un procedimiento que asegure razonablemente que el estaño, el tántalo, el tungsteno y el oro usados en los productos que fabrican no benefician directa o indirectamente a grupos armados.

3. Iniciativas de compromiso. También apoyamos y participamos en las principales iniciativas, tanto internacionales como sectoriales, orientadas a reducir este tipo de riesgos, como es la **Alianza Público-Privada para el Comercio Responsable de Minerales (APP)** o el grupo de trabajo "Industry Responsibility" de GESI (Global e-Sustainability Initiative).

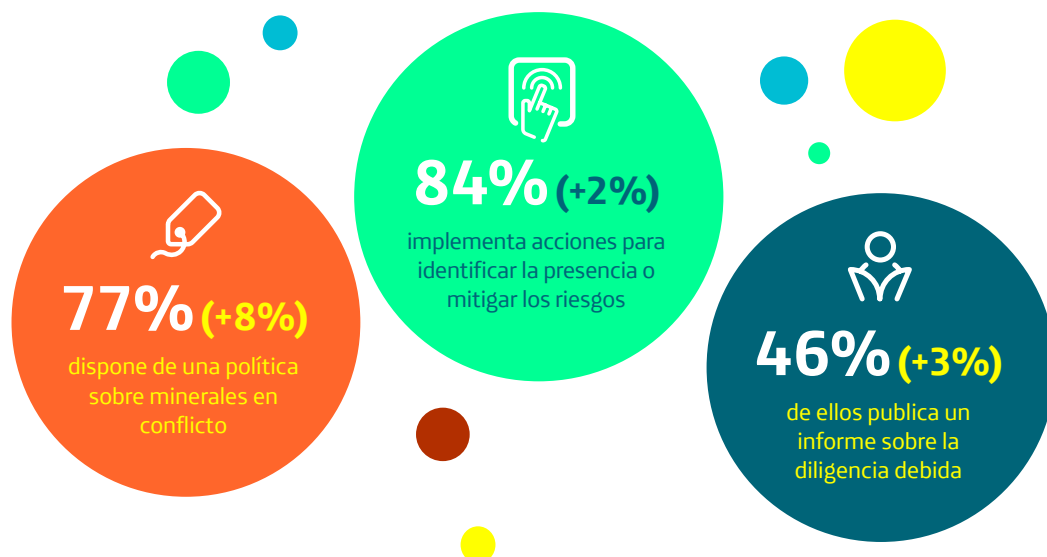
4. Reclamaciones. Disponemos del **Canal de Negocio Responsable** a través del cual cualquier grupo de interés puede consultarnos o remitir reclamaciones en este ámbito.

5. Información. Informamos sobre la debida diligencia de la cadena de suministro.

Además, como sociedad cotizada en la Bolsa de Valores de Nueva York, cumplimos debidamente con la Sección 1.502 de la Reforma Dodd-Frank de Wall Street y con la Ley de Protección al Consumidor.

FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN Durante el pasado año, hemos reforzado nuestro modelo de gestión sostenible con formación a nuestros gestores internos y proveedores atendiendo las necesidades específicas en cada país. Por ejemplo, en Colombia se llevó a cabo una capacitación específica en riesgo eléctrico dado el alto riesgo existente para algunos de nuestros aliados. Y en México, con el fin de mejorar la calidad de atención al cliente, se creó un curso online sobre las obligaciones de calidad y de atención al cliente que el personal de nuestros aliados con contacto con el cliente debe conocer. Cada formación la impartimos de forma presencial o a través de plataformas online (SuccessFactors, Academia Movistar, Sistema Integral de Capacitación, ICampus,...).

ENTRE LOS PROVEEDORES EVALUADOS:



1.889 cursos presenciales y **1.123 online** de los que se beneficia on más de **61.600 colaboradores** en Latinoamérica

COMPROMISO E INNOVACIÓN



Promovemos una comunicación continua con nuestros proveedores, con el objetivo de mantener una relación de cercanía con ellos y fomentar una cultura de sostenibilidad en nuestra cadena de suministro.

ENCUESTA SATISFACCIÓN

Nos esforzamos por conocer la percepción y prioridades de nuestros proveedores. En 2016, realizamos la encuesta dirigida a los principales proveedores para conocer su nivel de satisfacción e identificar qué aspectos son valorados positivamente y cuáles son susceptibles de mejora.

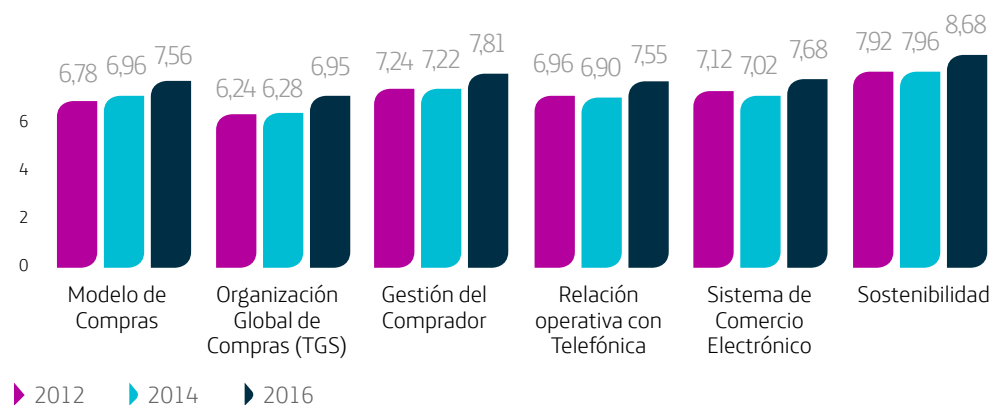
Lanzamos la encuesta a unos 3.800 proveedores, alcanzando un nivel de participación del 24%.

► Las valoraciones (en una escala de 0 a 10) han mejorado respecto a las encuestas realizadas en años anteriores, y de nuevo han sido las cuestiones de sostenibilidad las mejor valoradas.

Dentro de los aspectos valorados positivamente se encuentran: la actuación honesta y transparente de los compradores; el compromiso con la sostenibilidad en la cadena de suministro; la formalización electrónica de compromisos y factura electrónica; y el cumplimiento de los compromisos que adquirimos con nuestros proveedores.

Los proveedores identificaron otros aspectos susceptibles de mejora, como las condiciones de pago establecidas en comparación con las de otras empresas.

EVOLUCIÓN DE RESULTADOS EN LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES



Queremos que los *terminales móviles* de nuestros clientes *sean más sostenibles* y accesibles

Hitos 2016



100%
Cumplido

Revisión de los criterios mínimos de negocio responsable que exigimos a nuestros proveedores



100%
Cumplido

Poner especial foco en los proveedores relacionados con la prestación de servicios



100%
Cumplido

Incorporación de Telefónica a la iniciativa sectorial JAC (Joint Audit Cooperation)



95%
Cumplido

Ampliar el alcance del proceso de evaluación de EcoVadis, incluyendo a los 250 principales proveedores de riesgo

Retos 2017

Reforzar los controles de seguimiento sobre los proveedores con mayor riesgo en el ámbito de la privacidad y protección de datos de nuestros clientes.

Revisión de la normativa interna que define los criterios mínimos generales de actuación en las contrataciones de proveedores de obras y servicios (contratas y subcontratas).

Integración de plataformas para una mayor automatización del proceso de evaluación de proveedores críticos, permitiendo una gestión más eficiente de la información sobre el desempeño de nuestros proveedores.

Continuar ampliando el alcance del proceso de evaluación de EcoVadis, incluyendo a los 300 principales proveedores de riesgo de Telefónica.

Fomentar la compartición de buenas prácticas en el ámbito de la gestión sostenible, llevando a cabo diferentes iniciativas de diálogo con los proveedores.



5



Modelo y desarrollo de negocio

- Despliegue de Red
- Transformación digital

Despliegue de Red

La conectividad es uno de los principales motores de la transformación digital. Por ello, queremos que nadie se quede al margen y todas las poblaciones tengan acceso a los beneficios que suponen la vida digital y el desarrollo económico derivado de las nuevas tecnologías.

Nuestros clientes quieren estar siempre conectados, en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo con la máxima calidad y teniendo la mejor experiencia. Para responder a esta demanda, aprovechamos nuestros activos

Desde 2012 hemos invertido **154 millones de dólares** en el desarrollo de nuestras redes fijas y móviles

físicos para construir las redes del futuro, que nos permitan tener una oferta diferenciada.

Organizados bajo nuestra primera plataforma, los activos de Red se están convirtiendo en una fuente clave de conocimiento del cliente. Estos datos nos permiten priorizar el despliegue de nuestras redes según sus necesidades.

NUESTRA CONECTIVIDAD

La conectividad es la base de nuestro negocio, más aún en una era de crecimiento exponencial de aplicaciones, servicios y terminales, en la que la inversión en infraestructuras es clave para que cada día más hogares tengan la oportunidad de acceder al mundo digital.

Nuestros sistemas agregan maneras inteligentes de administrar los activos y nos ayudan a convertirnos en una empresa en tiempo real, eficiente y convergente.

Nuestros clientes desean y esperan la máxima velocidad de acceso, la mayor capacidad de transmisión de información, disponibilidad las 24 horas del día y flexibilidad para acceder desde cualquier dispositivo y lugar. Además, continuamos trabajando para mejorar la capacidad y cobertura, lo que nos ha

permitido un crecimiento exponencial del tráfico, que ha aumentado el 49% en el último año.

Durante el pasado 2016 invertimos casi 154 millones de dólares, destinando el esfuerzo inversor mayoritariamente en el despliegue de redes ultrarrápidas y de nueva generación.



MAPA DE COBERTURAMÓVIL 3G/4G SUPERIOR AL 80% DE LA POBLACIÓN EN LOS PAÍSES DONDE TIENE PRESENCIA TELEFÓNICA



Transformación digital

SOLUCIONES DIGITALES

La vida es una colección de escenarios. Integrar dispositivos y servicios, proporcionando una conexión digital sencilla, enriquece y simplifica nuestra cotidianidad. Estas soluciones impulsan la transformación digital, creando un mundo hiperconectado más natural, donde el Internet de las Cosas es un tejido vivo, natural y en evolución.

Como consecuencia de todo esto, nuestros clientes exigen una oferta integrada que va más allá de la conectividad, incluyendo comunicaciones, dispositivos, vídeo y servicios digitales. Así, bajo lo que denominamos 3ª plataforma, nuestros servicios digitales han crecido un 14% impulsado, entre otros por la nube, la economía de datos, la seguridad o los servicios IoT.

Muchos de estos servicios ayudan a afrontar retos sociales y medioambientales, como las soluciones de eficiencia energética, gestión de flotas o sistemas de sensorización y medición. Para más información, consulte el capítulo 'Servicios EcoSmart'.



Personal



La comunicación es la base de la interacción humana. Gracias a la tecnología, nuestro cuerpo y las cosas que nos rodean pueden 'hablar' llevándonos a una nueva dimensión.

Hogar



La tecnología y la conectividad transforma nuestros hogares, y la forma en que nos comunicamos y llevamos a cabo nuestro día a día.

Ciudades



Las ciudades se están convirtiendo en centros de influencia económica y social. La revolución digital crea una sociedad hiperconectada y colaborativa, transformando la vida y permitiendo la sostenibilidad ambiental.

Industria



Gracias a la transformación digital, las empresas mejoran su flexibilidad, aumentan la velocidad de producción, su eficiencia y desarrollan nuevos procesos, modelos de negocio y productos.

Vivimos en una sociedad digital en la que todo está hiperconectado y es clave *garantizar la seguridad y privacidad* de las soluciones para nuestros clientes

En un mundo tecnológico basado en la conectividad, la seguridad es imprescindible en nuestra vida digital. Hoy en día las amenazas son cada vez más frecuentes y sofisticadas afectando a organizaciones y personas poniendo en peligro su economía, reputación, privacidad y confianza. Por ello, contamos con Eleven Paths, una unidad especializada de negocio, cuyo objetivo es aportar privacidad y confianza a nuestros servicios y productos.

BIG DATA INTELIGENCIA COGNITIVA

La conectividad es un concepto que va mucho más allá de lo puramente técnico. Queremos ser una compañía impulsada por los datos. Por ello, mediante el uso del poder cognitivo, los datos de nuestras tres plataformas anteriores se convierten en conocimiento gracias a nuestra 4ª plataforma. La inteligencia cognitiva nos permite comprender mejor a nuestros clientes y establecer una conexión más natural y fácil, generando una nueva relación de confianza con ellos en base a la transparencia y el control sobre sus datos.

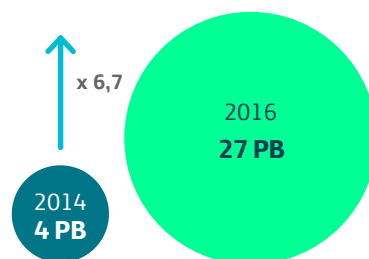


Durante 2016 hemos lanzado LUCA, una nueva unidad especializada en Big Data cuyo objetivo es impulsar la transformación digital de nuestros clientes. Buscamos que otras organizaciones – tanto del sector público como privado - logren evolucionar basándose en la gestión de sus propios datos. De esta forma, LUCA permite a las organizaciones acelerar su viaje hacia el Big Data a través de la ingeniería de datos y los “business insights” a través de los datos provenientes de los más de 320 millones de accesos a nuestra red de comunicaciones en todo el mundo,

podemos ofrecer información de gran valor tanto a nuestros clientes particulares como corporativos de sectores tales como turismo, distribución o servicios financieros, entre otros.

conozca más:

ALMACENAMIENTO DE BIG DATA



Bajo el nombre de AURA, se materializa nuestra apuesta para revolucionar la forma en la que nuestros clientes se relacionan con nosotros. Gracias a ella, los usuarios enriquecerán, a la vez que simplificarán, el acceso a numerosos casos de uso, a través de distintos soportes y usando una interacción natural (voz, texto...) con nuestros productos y servicios. Esta nueva forma de interacción permitirá construir un camino de confianza que facilite la oportunidad de complementar su experiencia digital con el descubrimiento de nuevas formas de poner a trabajar sus datos.

AURA aportará transparencia en la gestión de datos, ya que permitirá a los usuarios saber cuales almacenamos, podrán decidir qué datos

quieren eliminar de su vida digital con nosotros y adicionalmente, podremos ofrecerles nuevos servicios basados en aquellos que generan en nuestras plataformas. Con AURA es el cliente el que está al mando y quien decide qué se hace con sus datos.

Para implementar este nuevo modelo de relación con los clientes, AURA se apoya en la tecnología cognitiva que, gracias a las capacidades computacionales de última generación, es capaz de implementar la potencia de razonamiento de las soluciones de Inteligencia Artificial. Así, de forma personalizada, permite que la respuesta generada tenga en cuenta el contexto en el que el usuario plantea su necesidad y ofrece tiempos de respuesta muy cortos.



6



Compromiso con el cliente

- Compromiso con nuestros clientes
- Confianza digital

Compromiso con nuestros clientes

"Estamos ensanchando la relación con nuestros clientes, buscando incrementar su satisfacción y abriéndoles nuevas posibilidades para que puedan enriquecer su vida digital con nosotros"

José maría álvarez-Pallete
Presidente



Hoy en día cualquier empresa afirmará que su estrategia está centrada en escuchar y dar respuesta a las exigencias de sus clientes. Cuando se trata del servicio de conectividad y otros servicios digitales de valor añadido, el centrarse en el cliente no es una opción, es una necesidad. Los mercados en los que opera Telefónica son altamente competitivos, y en el entorno digital, las expectativas de nuestros clientes se han multiplicado. Adaptamos nuestra estrategia de cliente a los mercados, pero somos conscientes de la importancia de mantener unos estándares comunes alineados con los valores de integridad, compromiso y transparencia que caracterizan nuestra cultura de compañía.

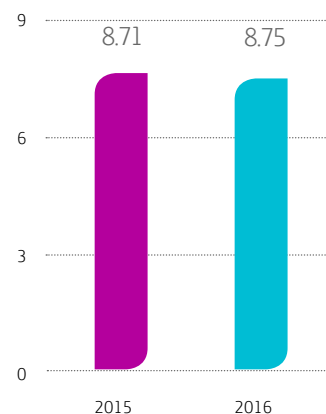
¿Cómo se trabaja?

La experiencia del cliente se ve afectada por una combinación de múltiples factores y actividades dentro de la Compañía, y

se convierte así en uno de los objetivos más transversales a toda la Compañía. La experiencia del cliente, en el caso del servicio móvil por ejemplo, viene influenciada por elementos tan dispares como la cobertura de la Red, la calidad y la velocidad de la conexión, la digitalización de la experiencia, la simplicidad y la transparencia con la que comunicamos las condiciones del servicio en cada momento, la amabilidad y eficacia de nuestros *call centers*, una gestión efectiva por parte de nuestros proveedores, etc. Requiere una gestión holística de lo que espera el cliente de nosotros y unos incentivos compartidos.

En Telefónica, cada operadora maneja múltiples indicadores a la hora de medir la experiencia cliente (churn, NPS, encuestas de satisfacción de atención al cliente, plazos de respuesta, etc.) pero hay uno que influye en la remuneración de todos los empleados de

EVOLUCIÓN DE NUESTRO ISC



En 2015 se estableció que el **50% de la remuneración variable** de los empleados del Grupo está directamente ligado al grado de satisfacción de nuestros clientes

la Compañía y refleja por lo tanto el carácter relevante y transversal de la experiencia cliente para el Grupo.

Actualmente somos el número 1 de nuestro sector en el ISC en 10 de nuestros 17 mercados.

Gobernanza

Los planes de calidad o de experiencia cliente son estratégicos en todas las operadoras del Grupo y se reporta sobre ellos al máximo nivel en los comités ejecutivos de cada compañía.

Además, a nivel Grupo, el Consejo de Administración cuenta con una Comisión específica dedicada a la Calidad que se reúne trimestralmente y revisa la evolución de los planes país y el ISC a nivel global.

Finalmente, Telefónica incorpora a su estrategia cliente un compromiso firme con su derecho de privacidad y de control sobre sus datos. Esta estrategia es dirigida por el Chief Data Officer, a nivel global, que forma parte del Comité Ejecutivo del Grupo.

Grandes Clientes

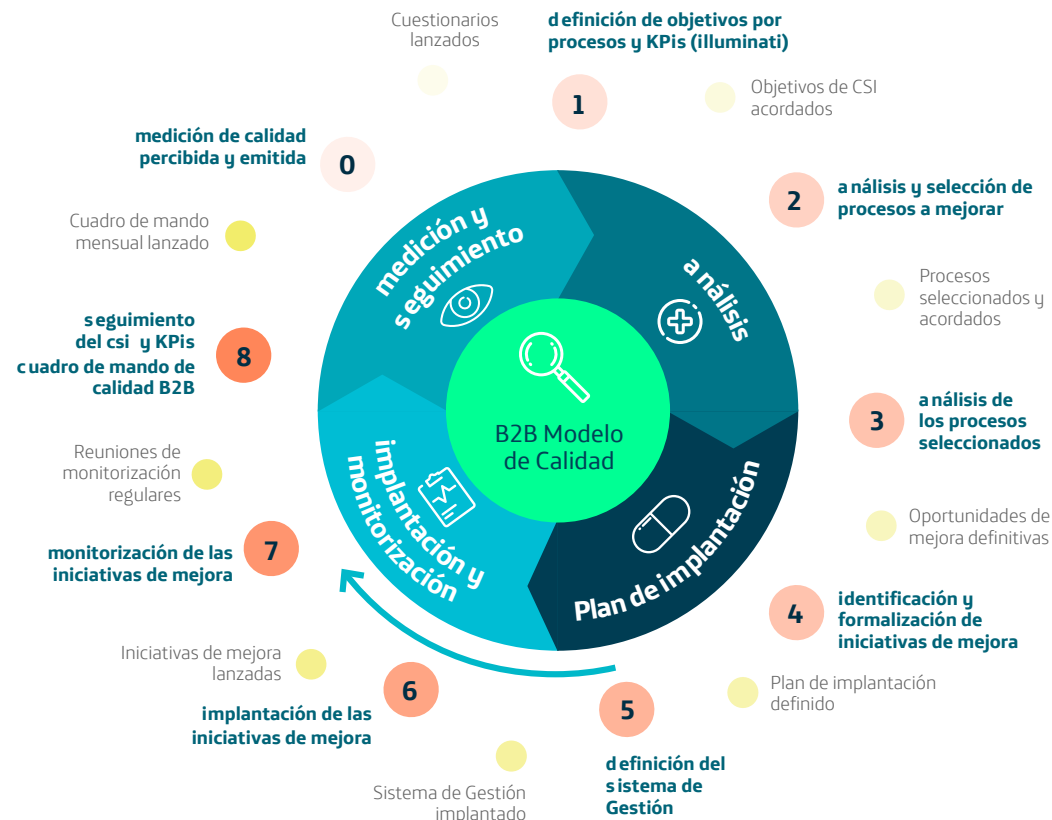
Telefónica Business Solutions es nuestra división encargada de ofrecer soluciones integrales de comunicación al mercado B2B y de gestionar los negocios de empresas (multinacionales, grandes empresas y PYMES), de mayoristas y de roaming a nivel global dentro del Grupo.

Acompañamos a nuestros clientes de una manera ágil, rápida y eficaz. Para ello, ofrecemos experiencias a través de un programa integrado de mejora operativa constituido en torno al conjunto de interacciones que un cliente tiene con nuestra empresa a lo largo de su ciclo de vida.

Con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes un modelo operativo distintivo donde la tecnología y la explotación de la información marquen la diferencia, trabajamos en un proyecto de transformación completa dirigido a evolucionar la forma en que interactuamos con nuestros clientes B2B, los productos y servicios que ofrecemos y el sistema de coordinación entre las áreas internas.

Este modelo operativo se sustenta en tres pilares:

- **1. optimización de los procesos**
Definimos e implementamos mejoras en los procesos, los sistemas, las personas, los KPIs y la propia organización. Para ello, contamos con nuestro propio Modelo de Calidad que sustenta este procedimiento de mejora continua:



► 2. articulación óptima de las áreas funcionales

Clasificamos y mapeamos las interacciones claves de nuestros clientes, permitiendo la identificación de los puntos relevantes de contacto y, consecuentemente, trabajar en la mejora de los mismos usando la metodología Lean de rediseño de procesos.

► 3. digitalizando las interacciones diarias con el cliente

Incorporamos automatismos inteligentes de procesos y proporcionamos inteligencia para facilitar la toma de decisiones. Adicionalmente, estamos trabajando en integrar los puntos de vista del cliente y de la empresa con la finalidad de lograr una experiencia superadora.

CICLO DE VIDA DEL CLIENTE



EN EL SEGMENTO B2B LIDERAMOS EN SATISFACCIÓN Y EN NPS

En febrero de 2017, logramos un ISC Global B2B de 7,49, el valor más alto conseguido hasta el momento durante todo el período medido. Además, el NPS se mantiene muy positivo logrando un valor de +18%, con el 40,8% de clientes promotores en este segmento.

csi y brecha con la competencia

distribución de promotores y detractores

* Basado en una cuestión de recomendación



Buenas Prácticas

EN MULTINACIONALES Y WHOLESALE DESTACA LA VOZ DEL CLIENTE

Con la implantación del programa Voice of Customer (VoC) se pretende conseguir una mejora continua de la interacción de los clientes Multinacionales y Wholesale con los servicios que ofrece Telefónica Business Solutions. De esta forma se pueden brindar respuestas eficientes y eficaces acorde a sus necesidades y, de esta forma, mejorar su experiencia con nuestra empresa.

Estamos capturando de manera sistemática y a todos los niveles el feedback del cliente, difundiendo la Voz de Cliente a toda la organización de modo que esta sea el principal input de los planes de mejora y creando "historias de cliente" al cruzar la información de calidad emitida con calidad percibida.

Los principales objetivos de este proyecto son optimizar los servicios y productos ofrecidos a estos clientes, mejorar su satisfacción, reducir el Churn y mejorar el clima de los empleados.

Soluciones Digitales_



SEGURIDAD

Ciberseguridad
E-mail protección
Web Security Gateway
SMDM (Security Mobile Device Management)
Seguridad Gestionada
Tráfico Seguro



M2M

Automatización de personal en el campo
Empresa en línea
Gestión de flotas



CLOUD

Hosting dedicado
Gestión y Soporte
Colocación
DRP
Almacenamiento virtual
Backup virtual
Monitoreo on demand
Aplicaciones on demand (Saas)



SMART CITIES

Mobilidad Urbana



Consolidamos un sistema de atención digital_

Como parte de la cultura digital que venimos desarrollando, en 2016 también hicimos más fácil y sencilla la autogestión de nuestros clientes con plataformas amigables y completas, en las que pueden ajustar sus líneas a sus necesidades.

CANALES ASISTIDOS

CALL CENTER



6.8 MM
Llamadas
Atendidas

CENTROS DE EXPERIENCIA



174
Centros de
Experiencia

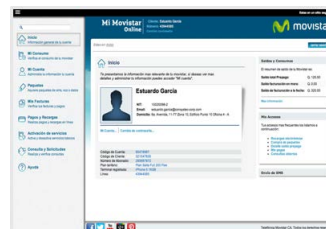
KIOSKOS



26
Kioskos
Fijos

CANALES DIGITALES

PORTAL MI MOVISTAR ONLINE



7.9 MM
Transacciones

APLICACIÓN MÓVIL MI MOVISTAR



26.6 MM
Transacciones

REDES SOCIALES



2.2 MM
Atenciones

78%

Nivel de
Servicio

En 2016 nos propusimos optimizar la recarga para convertirla en un proceso fácil, rápido y seguro. Por eso, ahora nuestros clientes tienen la facilidad de abonar saldo en cualquier lugar, utilizando su computadora o teléfono móvil. Luego de adecuar nuestras plataformas y de varias campañas de comunicación en medios masivos, canales internos y alianzas con distintas instituciones financieras en el país.

Confianza digital_

Introducción

Vivimos en un mundo caracterizado por la conexión y los datos. A su vez, la preocupación de la sociedad sobre cómo sus datos personales son protegidos y están seguros va en aumento. Así, según una encuesta de Accenture realizada en 2016, a 28.000 consumidores en 28 países, sobre el uso de tecnología, el 47% de los encuestados mostraron una preocupación en temas de privacidad y seguridad ([Accenture's 2016 Digital Consumer Survey](#)).

La regulación también se ha hecho eco de esta preocupación y así, en mayo de 2018 entrará en vigor una ley europea de privacidad, el [Reglamento Europeo de Protección de Datos de carácter personal](#). Consideramos que es un avance significativo en los derechos fundamentales de privacidad ofreciendo a los ciudadanos de la UE un mayor control sobre sus datos personales. Los objetivos del GDPR están en consonancia con la estrategia de Telefónica relativa a la privacidad, transparencia y control por parte del cliente de sus datos.

En Latinoamérica los reguladores también están incrementando las medidas de protección hacia el usuario; cabe destacar la publicación en enero de 2017 del [Decreto Legislativo de Perú que crea la Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la](#)

[Información Pública](#), y que fortalece el Régimen de Protección de Datos Personales y la regulación de Gestión de Intereses.

En Telefónica compartimos esta preocupación y sabemos que la confianza digital debe ser un elemento clave de nuestra promesa cliente e ir más allá del cumplimiento con legislaciones vigentes. Es por eso que nos proponemos cumplir con unos compromisos básicos:

1. Los datos de las personas deben estar protegidos y seguros:

La seguridad y la privacidad de los datos son la base de nuestro negocio y debe ser nuestra preocupación primordial cuando diseñamos servicios y colaboramos con terceros.

2. Los usuarios deben conocer cómo se usan sus datos y tener el control:

El cliente debe poder acceder de forma fácil a sus datos y entender cómo se usan. Debemos facilitarle herramientas sencillas que le permitan gestionar sus decisiones en la gestión de sus datos. La transparencia durante todo el ciclo de vida del servicio es un principio básico que rige las relaciones con nuestros clientes y socios.

3. Los usuarios deben poder beneficiarse de sus datos:

Con el consentimiento del cliente, pondremos a trabajar sus datos para hacer nuestros servicios más sencillos y útiles, con el objetivo de personalizar sus experiencias o para ofrecerle nuevos servicios que se ajusten a su perfil. Innovaremos en colaboración con otras

empresas para ofrecer servicios basados en estos datos, y generar valor para ellos o para la sociedad.

Además, la privacidad y la ciberseguridad son dos de los aspectos integrados dentro del modelo de gestión de riesgos de la Compañía. Para más información, consulte el capítulo 'Identificación y gestión de riesgos'.



Marco Regulatorio Interno

Nuestro compromiso con la privacidad, seguridad y libertad de expresión están recogidos en varios apartados de nuestros Principios de Negocio Responsable, que se reformularon, entre otros aspectos para recalcar la importancia que tienen estos derechos para nosotros.

El principio de “Respeto a los Derechos de Privacidad y de Libertad de Expresión” que forma parte de nuestros Principios de Negocio Responsable se concreta en políticas y normativas internas que establecen pautas comunes para todas nuestras empresas.

Para garantizar que los datos de nuestros clientes y servicios se mantienen debidamente seguros, estamos revisando el marco normativo, alineándolo con los últimos estándares internacionales con el fin de adaptarlo a los retos y necesidades vigentes en materia de privacidad y seguridad global.

La transparencia y una comunicación fluida con el cliente o usuario son prioritarios para que se sienta cómodo y tranquilo a la hora de hacer uso de nuestros servicios, por lo que nos aseguramos que tenga a su disposición información clara y sencilla sobre el uso que hacemos de sus datos, y que tenga la posibilidad de comunicarse con nosotros de forma directa y fácil ante cualquier duda.



Privacidad

► **Política Global de Privacidad**

Aprobada por el Consejo de Administración y que establece las directrices que toda empresa del Grupo debe seguir para proteger la privacidad de nuestros clientes y de todos los grupos de interés que nos confían sus datos. En breve se aprobará una política actualizada en línea con la estrategia de la Compañía centrada en la confianza que debemos generar en el usuario.



Libertad de expresión

► **Procedimiento Global ante requerimientos por parte de las autoridades competentes**

Define el procedimiento para atender solicitudes por parte de las autoridades de los países donde operamos y garantiza una respuesta que respete la privacidad y seguridad de estas solicitudes.



tecnología de la información

► **Normativa sobre controles Básicos sobre tecnología de la información**



seguridad Global

► **Política Global de seguridad**

Actualizada en 2016. En esta nueva versión se especifican los principios de legalidad, eficiencia, corresponsabilidad, cooperación y coordinación que rigen las actividades de seguridad dentro del Grupo; también se establecen los principales roles de seguridad en la organización y se fijan las bases del marco normativo.

► **Normativa Global de seguridad (pendiente de aprobación)**

Actualmente en desarrollo y/o actualización, reglamentos específicos de:

- Clasificación de la información
- Gestión de Incidentes
- Continuidad de Negocio
- Gestión de Cambio
- Análisis de Riesgos
- Seguridad en la Cadena de Suministro
- Control de Acceso
- Seguridad en la Plataforma
- Seguridad en las Personas
- Seguridad Física
- Seguridad de las Comunicaciones
- Gestión de Activos
- Seguridad en el Ciclo de Desarrollo
- Ciberseguridad
- Revisión y Cumplimiento

Centro Global de Privacidad:

Punto de referencia público, en los telefónica.com de todos los países donde operamos, sobre nuestra posición y nuestra forma de actuar en el ejercicio del respeto por la privacidad y seguridad. Los grupos de interés han tenido una gran aceptación a este Centro teniendo un total de accesos a la página de 8.889 visitas desde su lanzamiento en agosto de 2016 a febrero de 2017.

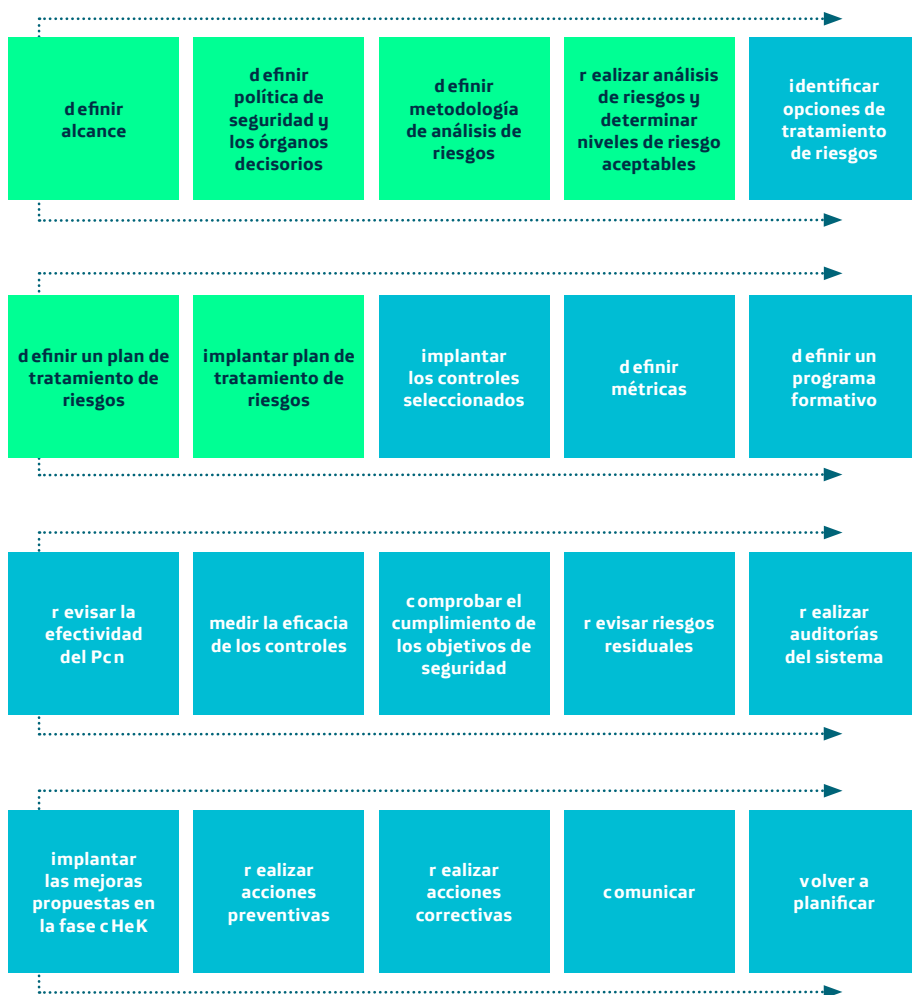
PRINCIPIOS DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN

PRINCIPIO RECTOR	Progreso de Telefónica
<p>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.</p>	<p>Nuestros Principios de Actuación revisados en 2010 reconocen el derecho a la privacidad como base de una relación de confianza con nuestros grupos de interés.</p> <p>Así mismo 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.</p> <p>El Grupo dispone de la figura del Chief Privacy Officer, máximo responsable de la implantación y seguimiento de la Política, que se apoya en los Data Protection Officer locales.</p> <p>En lo que se refiere a la gestión de la seguridad el Grupo dispone de la Política Corporativa de Seguridad de la Información, además de otras normativas, basada en estándares internacionales y actualizada conforme a las crecientes demandas internacionales en materia de seguridad. Además de realizar formación específica sobre dichas Políticas, todos nuestros empleados tienen acceso a la misma a través de la Intranet del Grupo.</p>
<p>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, servicios, como en países concretos) de conformidad con los Principios Rectores para la aplicación del marco 'Proteger, respetar y remediar' de la ONU.</p>	<p>Como parte de nuestra debida diligencia, en 2016 iniciamos una actualización de nuestra evaluación del impacto de los derechos humanos realizada en 2013. Buscamos comprender los impactos potenciales derivados de la estrategia del Grupo Telefónica, de las nuevas actividades del Grupo, y del entorno digital cambiante, tomando como punto de partida los resultados de la evaluación anterior y siguiendo un marco metodológico cuyo punto de referencia son los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.</p> <p>En esta primera fase se han identificado 23 asuntos de derechos humanos en los que se encuentran: Neutralidad y respeto del derecho de libertad de expresión en la divulgación de información en la Red; Divulgación de información suficiente y transparente sobre mecanismos de recolección y tratamiento de los datos y Posibles usos ilegítimos o no autorizados de los datos. Con este trabajo se logrará tener una matriz de impacto actualizada que defina qué asuntos son prioritarios para Telefónica y qué líneas de acción hay que aplicar con el objetivo de asegurar una debida diligencia en materia de derechos humanos.</p>
<p>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.</p>	<p>En Telefónica estamos sujetos a los entornos jurídicos en los que operamos, lo que implica que debemos, en circunstancias excepcionales y siempre expresamente previstas en las leyes nacionales, dar respuesta a requerimientos de las autoridades competentes relativos a determinada información sobre las comunicaciones de nuestros clientes o bloqueos de contenidos en el marco de la legalidad vigente en cada país y bajo el prisma del máximo respeto a la privacidad, la libertad de expresión y el secreto de las comunicaciones de sus usuarios.</p> <p>En Telefónica implementamos en todos estos casos un procedimiento estricto que garantiza, al mismo tiempo, el cumplimiento de nuestras obligaciones en materia de colaboración con la administración de Justicia y la protección de los derechos de los afectados.</p> <p>En 2016 se aprobó el Procedimiento Global ante tales requerimientos en el que se define un proceso único para atender las solicitudes de acuerdo con la legislación de los países donde operamos respecto a la información de los usuarios, interceptación de las comunicaciones, bloqueo del acceso a sitios y contenidos y suspensión de redes o servicios. Se detalla el proceso de recepción y tratamiento de las peticiones legales, áreas involucradas, responsabilidades, tratamiento de las comunicaciones y registro y control interno, de tal manera que se garantice el cumplimiento legal y el respeto por los derechos fundamentales de las personas.</p>
<p>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</p>	<p>Además de los procesos formales indicados en el principio anterior, contamos con que la protección de los derechos de privacidad, seguridad de los datos y de la información, la protección del derecho a la libertad de expresión son, junto con la protección de los derechos humanos en general temas que recaen bajo la supervisión del Consejo de Administración, a través de la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales. Esta Comisión se encarga de impulsar y seguir la implementación del Plan Global de Negocio Responsable de Telefónica, plan que incluye objetivos específicos en materia de privacidad, seguridad y promoción del uso responsable de la tecnología.</p> <p>Telefónica cuenta además con un Chief Data Officer, que forma parte de Comité Ejecutivo del Grupo. El Chief Data Officer define la estrategia global de la Compañía en materia de datos, es decir, los servicios de inteligencia cognitiva asociados al Big Data. Esta función estratégica nos garantiza que la privacidad y la seguridad de los datos sean un elemento prioritario a tener en cuenta en todos nuestros servicios, estemos donde estemos.</p> <p>Asimismo contamos con el Chief Privacy Officer que vela por el cumplimiento de la Política de Privacidad en todas las operaciones donde estamos presentes. En cada operación se cuenta, además, con el Data Privacy Officer que garantiza que nuestras actuaciones a nivel local sean coherentes con nuestras normativas internas y externas. El comité de privacidad es el ente responsable de coordinar todas las actuaciones de cumplimiento en materia de protección de datos.</p> <p>Además la privacidad y la ciberseguridad son aspectos integrados dentro del modelo de gestión de riesgos de la Compañía (Ver capítulo de 'Riesgos').</p>

PRINCIPIOS DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN

PRINCIPIO RECTOR	Progreso de Telefónica
<p>5 Buscar siempre garantizar la seguridad y la libertad de los empleados de la Compañía que puedan estar expuestos a situaciones de riesgo.</p>	<p>Nuestra Dirección Global de Seguridad Física aplica los controles, procesos y tecnologías de seguridad de áreas a la protección personal, la salud y el bienestar de empleados y colaboradores de la Compañía.</p> <p>La información obtenida del control de accesos físico y lógico permite gestionar planes de evacuación eficientes, gestionando en tiempo real los equipos de emergencia y el personal afectado y movilizando los recursos necesarios para garantizar su integridad.</p>
<p>6 Sensibilizar y formar a los empleados involucrados en las políticas y procesos pertinentes.</p>	<p>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 2016 un total de 25.265 empleados han sido formados en protección de datos, seguridad de la información y concienciación. Para más información, ver detalle en el capítulo de 'Confianza Digital'.</p>
<p>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.</p>	<p>Con el objetivo de contribuir a la cooperación internacional entre gobiernos y el sector privado y mejorar la transparencia en asuntos de seguridad nacional, derechos humanos y privacidad, somos miembros y participamos activamente en grupos de trabajo internacional y regional que promueven el respeto y la protección de la privacidad, seguridad y libertad de expresión.</p> <p>Telefónica participa de forma asidua en foros y consultas en estas temáticas. Para más información ver detalle en el capítulo de 'Confianza Digital'.</p>
<p>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.</p>	<p>El presente informe sintetiza los avances realizados por el Grupo Telefónica en materia de privacidad y libertad de expresión.</p> <p>Para más información se puede consultar también el capítulo correspondiente a 'Confianza Digital' de este mismo Informe.</p> <p>En aras de una mayor transparencia hacia todos nuestros grupos de interés, publicamos por primera vez en 2016 nuestro Informe de Transparencia de las Comunicaciones donde informamos a la sociedad sobre las solicitudes que podamos recibir por parte de las autoridades en 18 países donde operamos respecto a Interceptaciones legales, metadatos asociados a las comunicaciones, bloqueo y filtrados de contenidos y suspensiones geográficas o temporales del servicio. Puede consultar el Informe de Transparencia.</p>
<p>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.</p>	<p>Telefónica ha sido particularmente activa en este período en el ámbito de la privacidad y libertad de expresión promoviendo la fusión del Telecom Industry Dialogue y el Global Network Initiative (GNI). Por otra parte, Telefónica ha participado en la celebración de encuentros sobre apagones de la Red (shutdowns) con todos los agentes interesados compartiendo experiencias e identificando los efectos negativos de esta práctica en términos de derechos humanos y desde el punto de vista económico y social. Telefónica también ha colaborado con el Relator Especial de las Naciones Unidas sobre el derecho a la libertad de opinión y de expresión, David Kaye, aportando su opinión y mejores prácticas en la consulta pública sobre la libertad de expresión y el sector de las telecomunicaciones y el acceso a Internet.</p>
<p>10 Examinar, conjuntamente, las opciones para la implementación de los mecanismos adecuados de reclamación, tal como se detalla en el Principio 31 de los Principios Rectores de la ONU para las Empresas y los Derechos Humanos.</p>	<p>Las consultas y hechos relativos a las actividades de Telefónica pueden plantearse a través del Canal de Negocio Responsable publicado en la página web corporativa de Sostenibilidad.</p> <p>El canal se crea en 2016 con el objetivo de establecer un sistema de comunicación con los grupos de interés y vinculado directamente a la política de Negocio Responsable y el Compromiso de derechos humanos de Telefónica de acuerdo a los principios de respeto, confidencialidad, respuesta diligente y exhaustividad.</p>

El proceso de continuidad es anual, persiguiendo su mejora continua y ampliación de alcance:



Buenas Prácticas

INVERSIÓN EN PLANES DE CONTINUIDAD

Para nosotros hablar de continuidad no es hablar de costes, es hablar de inversión con un retorno muy tangible en términos de reputación y valor de imagen de la empresa.

- ▶ **Simplicidad.** El Plan de Continuidad de Negocio es entendible, sencillo de utilizar y de mantener.
- ▶ **Alcance limitado.** Cubre las operativas más críticas de la organización.
- ▶ **Responsabilidades.** Establece claramente quien forma parte del mismo, sus

funciones, responsabilidades y autoridad.

- ▶ **Activación del Plan.** La activación del Plan de Continuidad de Negocio solo se produce ante situaciones de crisis o emergencia perfectamente definidas y una vez que las medidas de seguridad preventivas han fallado.
- ▶ **Pruebas reales.** Debido a la gran huella de Telefónica hemos podido probar y mejorar nuestros planes en situaciones reales recopilando lecciones aprendidas y mejoras únicas en el sector.

Gestión de vulnerabilidades y brechas

Tenemos una red de Centros de Respuesta a Incidentes (lo que en el ámbito de ciberseguridad se llaman CSIRT) que trabajan de forma coordinada para:

- ▶ Conocer y analizar los riesgos de las potenciales ciberamenazas, como parte de un proceso de inteligencia donde se identifiquen y entiendan las ciberamenazas

más relevantes que afectan a la organización, con el objetivo de anticiparse a su acción, evolución y de preservar a la organización global del Grupo de sus potenciales efectos dañinos y mitigar los perjuicios de esos riesgos hasta un nivel aceptable para el negocio.

- ▶ Monitorizar las vulnerabilidades graves existentes en los activos tecnológicos más

críticos de la organización para minimizar el tiempo de exposición de estos activos a los riesgos asociados.

- ▶ Establecer las relaciones con otros CSIRTs/ CERTs nacionales e internacionales tanto del sector público como privado para el apoyo mutuo y la compartición de información de alerta temprana sobre ciberamenazas y vulnerabilidades.
- ▶ Detectar los potenciales incidentes de seguridad que están afectando a los activos tecnológicos de la organización mediante la monitorización y análisis de eventos de seguridad.
- ▶ Responder y gestionar los incidentes de seguridad que afectan a la organización para limitar el impacto de los mismos.

Servicios de seguridad

En ElevenPaths, nuestra unidad de ciberseguridad, ofrecemos innovación disruptiva en ciberseguridad para aportar privacidad y confianza a nuestra vida digital.



Creamos productos innovadores capaces de transformar el concepto de la ciberseguridad, estando siempre un paso por delante de nuestros atacantes, que son una amenaza creciente en nuestra vida digital.

Durante los últimos tres años hemos combinado el desarrollo de tecnologías patentadas innovadoras con la firma de alianzas con los principales actores del mercado, como nuestro camino elegido hacia un futuro más seguro, elegimos ser el proveedor de servicios de seguridad inteligente.

Nuestros servicios de seguridad globales están diseñados para mejorar continuamente la eficacia de la infraestructura de seguridad. Por ello, estamos trabajando para desarrollar nuevos servicios y capacidades de seguridad que ayuden a los negocios de sus clientes a estar mejor protegidos contra las amenazas en los entornos en los que operan. En 2016, emprendimos un proceso de transformación basado en la innovación a través de la tecnología.

Colaboramos con los principales organismos y entidades como la **Comisión Europea**, **CyberThreat Alliance**, **ECSO**, **EuroPol**, **Incibe** y la **OEA**.

Además, hemos abierto nueve Centros de Operaciones de Seguridad (SOC) y un nuevo

Centro Global Avanzado (Telefónica Advanced Global SOC -TAGS-). Esta extensa Red nos permite afrontar las amenazas y problemas de seguridad con un enfoque global, pero sin tener que distanciarse de los clientes.

Por otro lado, en ElevenPaths impulsamos el espíritu emprendedor a través de la inversión en start-ups de seguridad como Countercraft, 4IQ, BlueLive, LogTrust, IMBox y Alise Devices. Gracias a estas colaboraciones, alianzas y nuestra experiencia podemos ofrecer un portfolio de soluciones de ciberseguridad integral para el mundo de Internet de las cosas, identidad y privacidad, antifraude, gestión documental, ciberseguridad industrial, movilidad segura y gestión del riesgo; con el objetivo de entregar a nuestros clientes una solución adaptada a sus necesidades específicas.



Relación con Grupos de Interés, Instituciones y líderes de opinión

Con el objetivo de contribuir a la cooperación internacional entre gobiernos y el sector privado, y mejorar la transparencia en asuntos de Seguridad Nacional, Derechos Humanos y Privacidad, somos miembros y participamos activamente en grupos de trabajo internacional y regional que promueven el respeto y la protección de la Privacidad, Seguridad y Libertad de Expresión.

Participamos de forma regular en foros y consultas en estas temáticas. En 2016 las principales iniciativas han sido:

- ▶ **Center for information Policy leadership:** Somos miembros del Center for Information Policy Leadership un grupo de reflexión sobre política de privacidad y seguridad con sede en Washington, DC, Bruselas y Londres, que trabaja con líderes

Ofrecemos un portfolio de soluciones de **ciberseguridad integral** con el objetivo de entregar a nuestros clientes una **solución adaptada** a sus necesidades

de la industria, autoridades reguladoras y responsables de políticas en todo el mundo para ayudar contextualizar y promover la política de privacidad y ciberseguridad a escala global.

Durante 2016, trabajamos conjuntamente en la elaboración de un posicionamiento público sobre la **transparencia de los datos**.

► **Rightscon:** Hemos participado en la edición de Rightscon Silicon Valley del 30 al 1 de abril de 2016 en San Francisco, California. Rightscon es un foro de debate sobre derechos humanos digitales que reúne a grupos de interés a escala global.

► **GSMA:** Sesiones de trabajo para la elaboración de los Principios de Responsabilidad del ecosistema Móvil.

► **Data transparency Lab:** Somos miembros del Data Transparency Lab, una comunidad de tecnólogos, investigadores, políticos y representantes de la industria que trabajan para avanzar en la transparencia de los datos personales online a través de la investigación científica y el diseño.

Protección de menores y Promoción del uso responsable de la Tecnología

Como parte de nuestro compromiso con el uso responsable de la tecnología, hemos definido una estrategia global basada en la promoción del buen uso de Internet por parte de niños y adolescentes. Para ello, buscamos dotar a padres, tutores y a todos los agentes implicados en la educación de los más jóvenes, de las herramientas y servicios necesarios para fomentar un entorno seguro en Internet y concienciar a la sociedad en general de

la importancia de abordar estas temáticas clave para crear ciudadanos digitales más responsables.

Nuestras líneas de actuación y compromisos con la protección al menor en la Red y el fomento del uso responsable de la tecnología se recogen en 5 ámbitos de trabajo:

Alianzas con grupos de interés, iniciativas de autorregulación y bloqueo de contenidos

Velar por la seguridad en el entorno online es un reto que no podemos abordar en solitario, por

ello, desde Telefónica vemos necesario trabajar conjuntamente con aliados sectoriales y de la sociedad civil para lograr que los menores aprovechen el potencial de la tecnología minimizando cualquier pequeño riesgo con el que se puedan encontrar.

En este sentido, podemos destacar nuestra colaboración con:

► Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y apoyo a las líneas de denuncia nacionales (Equipo Niños, ASI, Te Protejo, Safernet, Centre for Child Protection on the Internet, Seguros en Internet...).

► ONGs y asociaciones nacionales (Pantallas Amigas, Safernet, NSPCC, Childnet, Red Papaz, entre otras).

► Acciones con grupos de interés clave en la protección al menor online (Inhope, Insafe, ANATEL, Red de Aliados por la Niñez, Zentrum für Kinderschutz im Internet, RCPI, Gobiernos, etc.).

Así como nuestra participación en las siguientes alianzas:

► Alianza con la **GSMA** para la lucha contra los contenidos de abusos sexuales a menores.



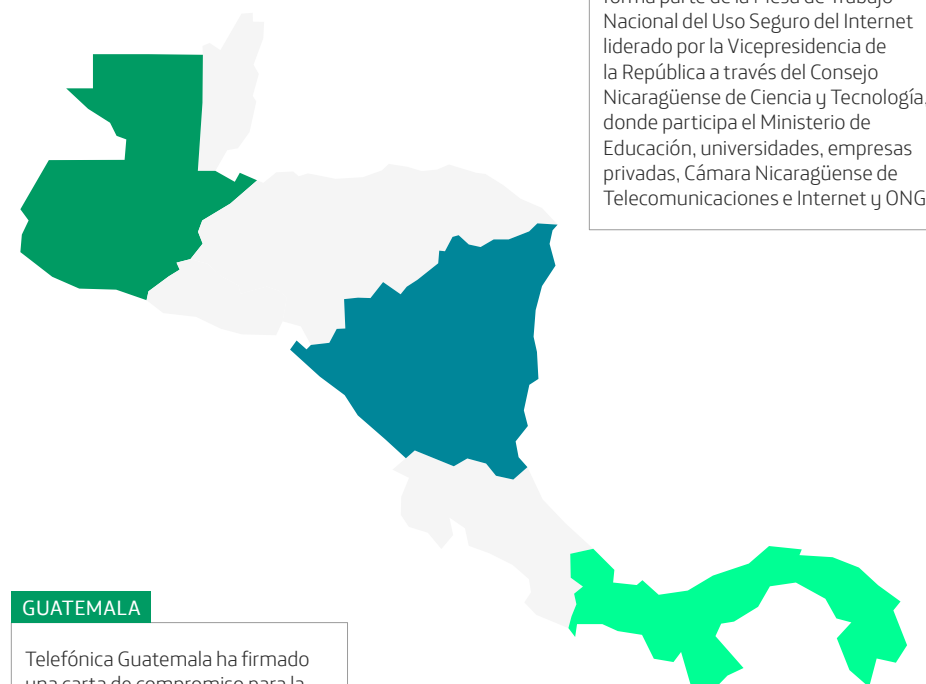
► Procedemos al bloqueo de contenidos con las listas proporcionadas por la **Internet Watch Foundation** en los siguientes países: Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Nicaragua, México, Panamá, UK, Uruguay y Venezuela. Por su parte, Telefónica Colombia hace lo propio a través de MINTIC.

► **ICT Coalition:** Principios Uso Seguro de dispositivos conectados y servicios online para menores. A finales de 2016, cada una de las empresas integrantes entregamos un informe con nuestro desempeño en los compromisos que asumimos para cada una de las acciones de los Principios TIC. Estos documentos son de dominio público para que puedan ser contrastados por quien lo desee.

► **Alianza para proteger mejor a los menores online:** Participamos en esta iniciativa desde su creación, en septiembre de 2016. Su objetivo es identificar los riesgos con los que los niños se pueden encontrar mientras navegan en Internet; promover el intercambio de mejores prácticas; y que sus miembros se comprometan a realizar acciones concretas, incluyendo un código de conducta, para proteger a los menores en el mundo digital. Sin embargo, la Alianza no parte de cero sino que aprovecha los logros y lecciones aprendidas de la Coalición de los CEOs para hacer de Internet un lugar más seguro.

A nivel local, también intervenimos en numerosos grupos de trabajo y formamos parte de iniciativas nacionales para la promoción del

uso responsable de la tecnología por parte de los más jóvenes y la protección del menor en entornos online:



GUATEMALA

Telefónica Guatemala ha firmado una carta de compromiso para la protección de las niñas, niños y adolescentes frente a la violencia y explotación sexual en línea, junto a GSMA, UNICEF, CLARO y TIGO, además de la formación de un comité para dar seguimiento a lo acordado en dicha carta.

NICARAGUA

Desde el año 2012, Telefónica Nicaragua forma parte de la Mesa de Trabajo Nacional del Uso Seguro del Internet liderado por la Vicepresidencia de la República a través del Consejo Nicaragüense de Ciencia y Tecnología, donde participa el Ministerio de Educación, universidades, empresas privadas, Cámara Nicaragüense de Telecomunicaciones e Internet y ONG.

PANAMÁ

A través de Fundación Telefónica la Compañía parte de la Red de Aliados por la Niñez que agrupa a más de 23 organizaciones y/o fundaciones que trabajan a favor de los más jóvenes.



Productos y Servicios:

Junto con el acompañamiento familiar, las tecnologías son las mejores herramientas para ayudar a padres y menores a hacer un buen uso de las mismas. Por ello, vemos clave la promoción y desarrollo de productos y servicios que promuevan el uso responsable de la Red y de los dispositivos conectados:

Educación y Sensibilización:

No podemos obviar la importancia que tiene para niños y jóvenes la formación en un uso creativo, responsable y seguro de Internet y de las tecnologías conectadas. Así como la necesidad de padres y educadores de tener a su disposición los recursos necesarios para abordar con éxito este nuevo reto que se les presenta. Por ello, Telefónica apuesta por el desarrollo de iniciativas formativas y de sensibilización que faciliten la convivencia en una sociedad cada vez más digital:

► **Los portales familia digital y dialogando son los principales ejes de actuación para conseguir todos estos objetivos:**



Durante 2016 Familia Digital se convirtió en la web de referencia sobre consejos de uso responsable de la tecnología por parte de los menores en la comunidad hispana de Movistar, habiendo implantado el proyecto en 9 países (España, Ecuador, México, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Venezuela).



En noviembre de 2016, Movistar y Vivo presentaron Dialogando, una iniciativa global cuyo objetivo es debatir sobre la relación que tenemos con la tecnología en todos los ámbitos de nuestra vida, desde los primeros pasos en el entorno digital, hasta nuestras relaciones personales a través de las TIC, la conducción responsable o el ocio digital, entre otros.

El proyecto ya ha sido implantado en Brasil, España, Venezuela, Colombia, Ecuador, Nicaragua, Panamá, Guatemala y Uruguay, y a lo largo de los próximos meses se implantará en otras 6 operaciones del Grupo hasta alcanzar un total de 15 países.



Buenas Prácticas

GUATEMALA

Llevamos a cabo charlas en centros educativos sobre el buen uso de Internet, dirigidas a alumnos, maestros y familias.



NICARAGUA

Participación en la campaña "Por una comunidad educativa segura en Internet" a través de la puesta en marcha de un servicio gratuito de recepción de consejos sobre uso responsable de la tecnología en el teléfono móvil que pueden solicitar todos aquellos clientes que lo deseen.

Movistar Nicaragua presenta el primer servicio social de mensajería para estimular el uso seguro del Internet

Al enviar la palabra INTERNETS al 2201 los clientes de Movistar recibirán mensajes gratuitos con consejos para navegar en Internet de forma segura. Más información [aquí](#).



PANAMÁ

Se realizaron charlas presenciales para dar a conocer a más de 700 educadores a nivel nacional el uso y beneficios de la plataforma de Familia Digital





7



Compromiso con nuestro equipo

- Evolución de la plantilla
- Atracción y desarrollo del talento
- Gestión de la diversidad
- Clima laboral, conciliación y compromiso
- Seguridad, salud y bienestar laboral

Evolución de la plantilla_

Al terminar 2016 contábamos con un equipo de 1,638 empleados en la región, una media d una media de 35 años y 33% son mujeres.

La diversidad es un aspecto muy relevante para nosotros, ya que enriquece la cultura de la Compañía y nos acerca más a nuestros clientes y la sociedad en general. En la actualidad, contamos con empleados de más de 19 nacionalidades, que se encuentran en los 5 países en los que tenemos plantilla. En lo referente a diversidad de género, un 33% de nuestros profesionales en 2016 eran mujeres

1,703

empleados

19

nacionalidades

33%

de la plantilla *son mujeres*

18%

son menores de *30 años*

EMPLEADOS

	Guatemala	El Salvador	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	Total
2016	450	298	312	255	375	1703



Atracción y desarrollo del talento_

Gestión del Talento

En un sector tan marcado por la transformación digital como es el de las tecnologías de la comunicación, la atracción y retención del talento es uno de los asuntos más materiales para nuestra sostenibilidad y rentabilidad. Por ello, ofrecemos una carrera profesional cuyo objetivo es, por un lado, tratar de cumplir con las inquietudes y aspiraciones de nuestros profesionales y, por otro, alinearse con los retos, a medio y largo plazo, de nuestra Compañía.

Queremos ser un buen lugar para trabajar, donde nuestros profesionales se sientan valorados, incentivados y puedan potenciar su formación y desarrollo.

Como parte relevante de este proyecto, estamos apostando por atraer talento procedente de la nueva generación de nativos digitales, imprescindibles para un sector tan dinámico como el nuestro. Así, en 2016, el 17.9% de nuestros empleados era menor de 30 años y llevamos a cabo un total de 349 nuevas contrataciones, de los que el 33% son mujeres.

Women in Leadership: en un programa de desarrollo que tiene como objetivo potenciar el liderazgo de las mujeres dentro de la Compañía.

Formación

Un aspecto fundamental para una buena gestión del talento en una empresa como la nuestra es la formación continua de los empleados. Por ello, articulamos esto a través de:

TRANSFORMACIÓN DIGITAL: PERFILES PROFESIONALES

La transformación necesita visión de futuro, anticipación, y esto es lo que nos ha llevado a desplegar el proyecto de talento Perfil para la Transformación Digital. La iniciativa tiene como objetivo la identificación de las competencias necesarias para liderar el cambio y así mantener nuestra posición competitiva en el mercado en los próximos años. Para conseguirlo hemos aplicado el Business Intelligence a la gestión del talento, lo que nos ha permitido cruzar el input de los aproximadamente 2.300 líderes que han participado, con más de 28.000 referencias obtenidas.

El Perfil para la Transformación Digital nos ha permitido identificar cuáles son estas capacidades diferenciales para tener éxito en entornos de disrupción tecnológica:

- ▶ **capacidad de aprendizaje,** crucial en entornos de cambios, esencial para reinventarse continuamente. Significa poder aprender y poder hacerlo de forma diferente, por medio de la experiencia, y a la velocidad del negocio. Y poder aplicar estos aprendizajes en situaciones nuevas.
- ▶ **competencias de transformación,** que permiten navegar con éxito el cambio constante. El modelo identifica además aquellas competencias con mayor impacto en el liderazgo transformador.
- ▶ **amplitud y profundidad de experiencias digitales,** que resultan clave para mantener la posición competitiva, maximizando su impacto en el negocio y mejorando la experiencia de cliente.

▶ **formación presencial:** en 2016, Universitat Telefónica, nuestra universidad corporativa, capacitó en cada operación de Telefónica en Centroamérica a más de 500 ejecutivos gracias a los programas presenciales de liderazgo y estrategia focalizados en la transformación digital.

▶ **formación online:** articulada a través de programas de e-learning, entre los que destaca también el uso de aulas virtuales y el aprendizaje a través de MOOC.

Durante el año 2016, invertimos un total de 43.3 millones de dólares en distintas acciones de formación, que supusieron un total de 4,9 millones de horas. El promedio de horas de formación por empleado ha aumentado más de un 25% respecto al año anterior, hasta alcanzar la cifra de 38,61 horas, lo que es una muestra de la relevancia que para nosotros tiene este aspecto.

El proceso de formación se ha integrado en un modelo global soportado por una única herramienta unificada.



Gestión de la diversidad

Tenemos la convicción de que las empresas son el reflejo de las personas que trabajan en ella. Así, para nosotros la gestión de la diversidad es una palanca clave en la digitalización de la Compañía.

¿cómo entendemos la diversidad?



Creemos que es una fuente de talento y por tanto la vivimos como un elemento competitivo que nos permite acercarnos a una sociedad diversa y cambiante. La diversidad fomenta la empatía y la innovación, y como tal genera valor para nuestra Compañía.

enfoque de Gestión

¿Por qué es un tema material?



La diversidad es una importante fuente de talento, que nos permite impulsar la inclusión e innovación que son líneas estratégicas dentro de nuestra Compañía. Buscamos atraer y desarrollar el potencial de los mejores profesionales.

¿dónde impacta?



En una atención mejor y más personalizada hacia nuestros clientes, además repercute en la cultura de Compañía, así como en nuestros proveedores y colaboradores.

nuestro objetivo



Garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción de talento diverso. Reducir la brecha de mujeres que ocupan puestos de responsabilidad, atraer talento joven y avanzar en el desarrollo de buenas prácticas para la consecución de estos objetivos.

indicadores

	2015	2016
% mujeres	28%	33%
% jóvenes menores de 30 años	7%	18%

objetivos de desarrollo sostenible



Política de Diversidad

Entendemos la diversidad como una fuente de talento dentro de nuestra Compañía y como un elemento competitivo que nos permite acercarnos a una sociedad diversa y cambiante. Fomentamos de esta forma la empatía y la innovación, a la vez que generamos valor para la Compañía e impacta de forma positiva en nuestros resultados.

En este sentido, nuestra apuesta por la diversidad es transversal a toda la organización y constituye un eje estratégico de nuestro Plan de Negocio Responsable.

Para establecer y regular los principios dentro del Grupo Telefónica que garanticen la igualdad de oportunidades y la diversidad, nuestro Consejo de Administración ha aprobado en 2016 una **Política Global de Diversidad e Inclusión**, cuyo objetivo es asegurar el trato no discriminatorio, justo e imparcial en todos los ámbitos de nuestra organización. Aseguramos así una gestión sin prejuicios asociados a la nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, capacidades físicas o responsabilidades familiares.



Todas nuestras actuaciones se basan en nuestros:
Principios de Negocio Responsable

NUESTRO CONSEJO GLOBAL DE DIVERSIDAD IMPULSA INICIATIVAS PARA FOMENTAR LA IGUALDAD EN TODO EL GRUPO



Clima laboral, conciliación y compromiso_

Un aspecto muy relevante para la atracción y retención del talento es fomentar un buen entorno de trabajo. Alinear expectativas y conocer los problemas son claves para mantener a nuestros profesionales motivados y es esencial para conseguir un alto compromiso y un excelente servicio para nuestros clientes.

Para conseguir todo esto, desarrollamos un constante y continuo diálogo con nuestros empleados mediante distintos canales y realizamos un estudio anual de clima laboral sobre el que nos marcamos objetivos. En esta encuesta aplicamos criterios cuantitativos y cualitativos, medibles y gestionables para identificar la evolución y los objetivos en las distintas categorías de preparación, motivación y recursos de nuestros trabajadores.

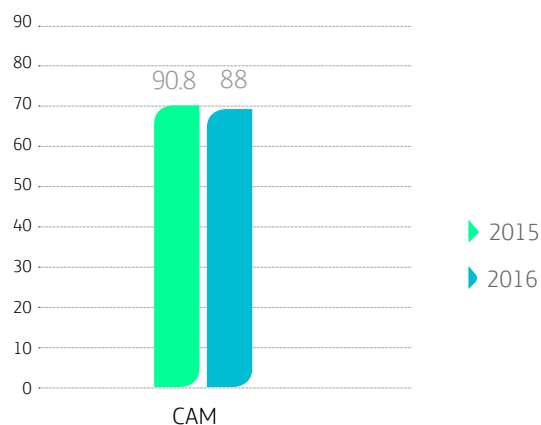
Respecto al análisis de diversidad de los resultados, estos muestran que el compromiso y motivación son mayores entre los más jóvenes que en los grupos de más de 30 años: 83 puntos en menores de 20 años y 80 puntos en la horquilla de 20 a 30 años. La puntuación separada por género resultó ser muy similar entre mujeres (79 puntos) y hombres (78 puntos).

En el análisis global, las cuestiones que obtuvieron un mejor resultado por los trabajadores fueron:

- ▶ "Sé lo que se espera de mí en mi trabajo" (89 puntos).
- ▶ "Me siento con energía para intentar dar siempre lo mejor de mí en mi trabajo" (87 puntos).
- ▶ "Estoy orgulloso de trabajar en mi empresa" (87 puntos).

Es importante destacar que la cuestión "Mi empresa actúa de forma ética y responsable" ha obtenido un resultado de 80 puntos, uno por encima de la media global.

ÍNDICE DE CLIMA LABORAL CAM



Seguridad, salud y bienestar laboral

Seguridad física de los empleados

La información que obtenemos del control de accesos físicos nos permite gestionar planes de evacuación eficientes, en tiempo real, con los equipos de emergencia y el personal afectado, movilizandolos recursos necesarios para garantizar su integridad. Asimismo, la planificación de ausencias (agenda laboral, vacaciones o bajas) nos permite la redistribución de espacios como la cesión de parking de empleados, asignación de plazas para personas con movilidad limitada temporal y mujeres en estado de gestación.

Como empresa global, los desplazamientos internacionales de nuestros empleados son habituales. La protección en viajes de negocios es esencial para minimizar la exposición frente a cualquier riesgo, dar una respuesta adecuada ante cualquier eventualidad y crear un respaldo en todo momento.

La formación sobre prevención de riesgos en viajes está disponible en nuestra plataforma e-learning. La información facilitada previamente al empleado sobre la región, país, ciudad, información de seguridad local y aseguradora es esencial para un buen uso de todos los recursos.

Programa 'Feel Good'

Durante 2016 hemos llevado a cabo distintas campañas de promoción de la salud. Así, dentro del programa "Feel Good", que se desarrolla mediante cuatro ejes fundamentales: actividad física, nutrición, salud y persona; hemos puesto en marcha diversas iniciativas para fomentar hábitos saludables de los empleados, entre las que destacan la campaña de nutrición –dieta saludable–, prevención de la osteoporosis o seguridad vial en la conducción de motos, entre otras. Además, se han puesto en marcha salas de bienestar, con espacios para la actividad física y charlas sobre salud para los empleados.

Mediante la campaña "Elegimos protegernos" hemos fomentado la concienciación de la vacunación como un acto responsable de la propia persona con su entorno y la sociedad; realizando, de forma paralela a la campaña, charlas informativas a los empleados.

País	tasa de incidencia			ratio de gravedad			tasa de duración media		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
CAM	19,0	18,8	19,0	476,8	488,4	532,5	25,2	26,0	28,0

Tasa de incidencia: número total de accidentes / número medio de trabajadores durante el período.

Ratio de gravedad: número total de días perdidos debido a accidentes laborales / número medio de trabajadores durante el período.

Tasa de duración media: número total de días perdidos debido a accidentes laborales / número total de accidentes.

2016	tasa de accidentes (ir)			tasa de enfermedades profesionales (odr)			tasa de días perdidos (idr)			tasa de absentismo (ar)		
	total	Hombres	mujeres	total	Hombres	mujeres	total	Hombres	mujeres	total	Hombres	mujeres
CAM	1,90	2,45	0,86	0,02	0,01	0,02	53,25	71,62	17,87	0,024	0,007	0,015

Tasa de accidentes (IR): número total de accidentes in labore con baja / horas trabajadas al año x 200.000.

Tasa de enfermedades profesionales (ODR): número total de enfermedades profesionales / horas trabajadas al año x 200.000.

Tasa de días perdidos (IDR): número total de días perdidos por accidente de trabajo in labore con baja / horas trabajadas al año x 200.000.

Tasa de absentismo (AR): número total de días perdidos por cualquier tipo de incapacidad / días de trabajo al año.





El programa *Feel Good* se basa en cuatro ejes: Actividad física, nutrición, salud y persona





8



Compromiso con la sociedad

- Derechos Humanos
- Inclusión digital
- Acción social

Derechos Humanos_

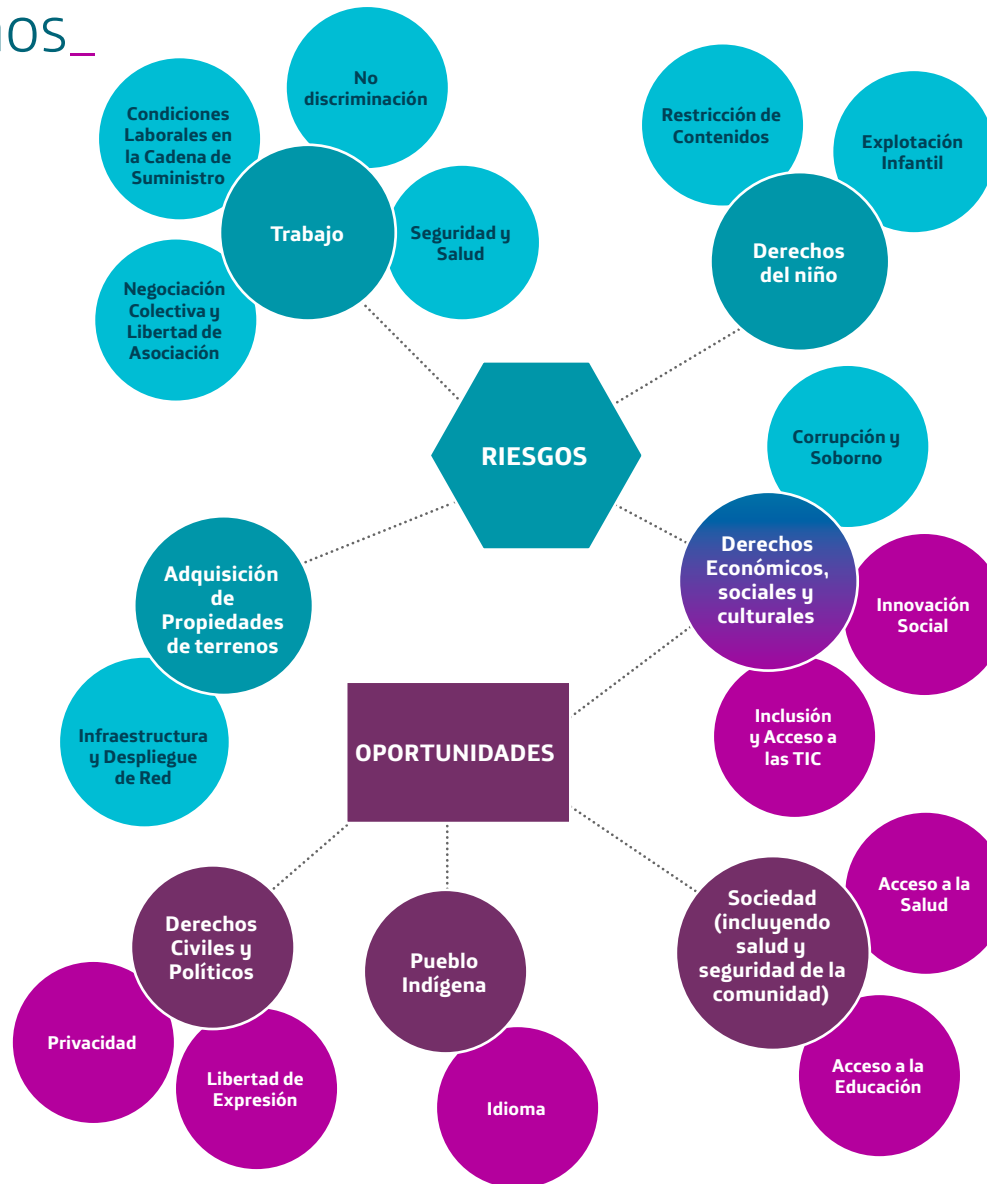
NUESTRO COMPROMISO

El respeto por los Derechos Humanos constituye uno de los pilares de nuestros Principios de Negocio Responsable y se refleja en compromiso explícito que publicamos en 2013 conforme a los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas.

Nuestro enfoque se basa en cinco componentes básicos que cubren la esfera de influencia de la Compañía: nuestra gente, nuestra tecnología, nuestros proveedores, nuestro rol en las comunidades y nuestro rol para el cambio mediante la participación y alianza con los grupos interés.

NUESTRA DEBIDA DILIGENCIA EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

En 2012 realizamos una evaluación sobre nuestros potenciales impactos en los Derechos Humanos, siguiendo las directrices de los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas. La evaluación se llevó a cabo en 16 países e identificó 15 temas.



Nuestro modelo de debida diligencia se ha construido siguiendo el siguiente modelo de gestión:

1. Integrar en nuestras políticas y procesos a nivel corporativo y local nuestro compromiso con los Derechos Humanos.
2. Evaluación de los impactos en los Derechos Humanos en cada uno de nuestros mercados.
3. Adaptación del actual mecanismo de quejas en el que se incluyan todos los aspectos de Derechos Humanos evaluados.
4. Compromiso continuo con todos los grupos de interés para unir esfuerzos de colaboración que aborden los riesgos de la industria y creen soluciones innovadoras que permitan aprovechar las oportunidades.
5. Monitorear e informar de los avances y desafíos tanto a nivel global como local.
6. Actualizar nuestra matriz de impacto en Derechos Humanos para adaptarla a la realidad del sector, a nuestra estrategia y al contexto donde operamos.

Hemos venido avanzando en la implementación de este modelo en todos los países donde operamos. Como parte del ejercicio de monitoreo hemos entendido que los cambios actuales en la industria digital y la definición de la nueva estrategia del Grupo Telefónica implicaban una revisión de la primera evaluación de impacto.

Estamos al borde de una nueva era: robótica, inteligencia artificial y automatización... van a dar forma al futuro. Los servicios digitales, la hiperconectividad, el uso correcto del big data y la inteligencia artificial cambiarán el mercado en el que estamos compitiendo y tendrán un impacto en la vida de todas las personas. Es importante que seamos conscientes de los potenciales impactos que estos desarrollos pueden tener en los Derechos Humanos y que tengamos implantados planes de trabajo para mitigar estos impactos.

Como parte de nuestra debida diligencia, en 2016 iniciamos una actualización de nuestra evaluación de impacto en Derechos Humanos realizada en 2013.

Buscamos comprender los impactos potenciales derivados de nuestra estrategia, de las nuevas actividades del Grupo, y de un entorno digital en constante cambio, tomando como punto de partida los resultados de la evaluación anterior y siguiendo un marco metodológico cuyo punto de referencia son los Principios Rectores

de Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

Para poder determinar y diferenciar los distintos niveles de conexión e influencia en los impactos potenciales a los Derechos Humanos se definieron 5 áreas de análisis (empleados, cadena de suministro, actividades de negocio, actividades de expansión corporativa y asuntos transversales) y posibles impactos asociados a cada uno.

En esta primera fase se han identificado 23 asuntos de Derechos Humanos:

ASUNTOS INTERNOS



- ▶ Desigualdad de condiciones laborales entre diversos países, cargos y trabajadores internos de la Compañía vs. externalización.
- ▶ Discriminación y diversidad.
- ▶ Garantía del Libre ejercicio de la libertad sindical.
- ▶ Reestructuración de funciones organizativas.
- ▶ Impactos relacionados con minería en conflicto.

PROVEEDORES



- ▶ Condiciones justas, equitativas, satisfactorias y respetuosas de los derechos laborales de los trabajadores tercerizados.
- ▶ Impactos ambientales relacionados con reciclaje de chatarra electrónica.

CLIENTES



- ▶ Brecha digital: pleno acceso a los servicios de telecomunicaciones.
- ▶ Imposición de cargas contractuales excesivas y cobros adicionales en virtud de cláusulas abusivas.
- ▶ Publicidad subliminal, engañosa, agresiva y discriminatoria.
- ▶ Seguridad de productos y servicios soportados en la Red.
- ▶ Neutralidad y respeto del derecho de libertad de expresión en la divulgación de información en la Red.

- ▶ Divulgación de información suficiente y transparente sobre mecanismos de recolección y tratamiento de los datos.

- ▶ Posibles usos ilegítimos o no autorizados de los datos.

- ▶ Generación de modelos cognitivos utilizando datos de los clientes y de la operación.

- ▶ Uso adecuado, proporcionado y legítimo de la tecnología.

- ▶ Impactos en comunidades por mantenimiento, construcción y desarrollo de infraestructuras.

- ▶ Calidad y estabilidad de redes de telecomunicación.

NEGOCIOS CORPORATIVOS



- ▶ Aseguramiento de la debida diligencia en Derechos Humanos en operaciones de M&A, Joint ventures, alianzas y acuerdos de transferencia de tecnología.

TRANSVERSALES



- ▶ Corrupción y soborno.
- ▶ Responsabilidad Fiscal.
- ▶ Impactos sobre los derechos de los niños como sujetos especiales de protección y atención.
- ▶ Impactos asociados a tecnologías emergentes.

En esta actualización tenemos en cuenta las siguientes fuentes de información:

- ▶ Opiniones de expertos, ONG's, reguladores en relación con los impactos de las nuevas tecnologías.
- ▶ Estrategia comercial de la Compañía.
- ▶ Opiniones de equipos internos sobre nuestra capacidad de gestión de los posibles impactos.

Basándonos en el diálogo y siguiendo los criterios de los Principios Rectores se priorizan aquellos asuntos que requieren mayor atención. Esta priorización cruzará las variables de relevancia del asunto con nuestro nivel de gestión:

- ▶ Para la estrategia de la Compañía, el sector, el regulador y el mercado, así como su frecuencia de ocurrencia y la conexión de Telefónica con nuestro impacto.
- ▶ La variable de nivel de gestión evalúa las políticas, procedimientos, responsables, indicadores de medición y capacidad de gestión de los mecanismos de reclamación por parte de Telefónica.

Con este trabajo se logrará tener una matriz de impacto actualizada que nos defina qué asuntos son prioritarios para Telefónica y qué nuevas líneas de acción hay que aplicar con el objetivo de seguir asegurando una debida diligencia en materia de Derechos Humanos.

MECANISMOS RECLAMACIÓN Y REMEDIO

Incluso contribuyendo con las mejores políticas y prácticas vigentes, en ocasiones, no podemos evitar causar o contribuir a un impacto adverso sobre los Derechos Humanos. En la actualidad, las consultas y hechos relativos a sus actividades pueden plantearse a través del [Canal de Negocio Responsable publicado en la página web corporativa de Sostenibilidad](#).

El canal se ha creado, a finales de 2016, con el objetivo de establecer un sistema de comunicación con nuestros grupos de interés y vinculado directamente a la Política de Negocio Responsable y a nuestro compromiso de Derechos Humanos, de acuerdo con los principios de respeto, confidencialidad, respuesta diligente y exhaustividad.

Contamos con un procedimiento que garantiza el adecuado funcionamiento del Canal.



Una vez que recibimos una comunicación la analizamos, contestamos al destinatario y en el caso de que proceda la derivamos al departamento correspondiente. Una vez que este departamento resuelva la comunicación, trasladamos la solución al interesado, cerrando de esta manera el expediente.

Desde la apertura del canal en octubre de 2016, hasta diciembre de 2016, hemos recibido 263 consultas que han sido tramitadas con los departamentos correspondientes según el asunto.

—
Nuestro enfoque en
Derechos Humanos
*se basa en
componentes básicos
para nosotros:
empleados, tecnología,
proveedores y nuestro
rol dentro de la sociedad*

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.

En este sentido, estamos comprometidos con la meta 8.7 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que busca “adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas modernas de esclavitud y la trata de seres humanos y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y a más tardar en 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas”. Muestra de ello es que somos la única empresa del sector de telecomunicaciones que forma parte de la Red Colombia contra el Trabajo Infantil donde trabajamos por el cumplimiento de los seis compromisos firmados en 2014, los cuales hacen referencia a velar por la erradicación del trabajo infantil en el interior de la empresa, en la cadena de suministro y en las áreas de influencia.



Inclusión digital_

Desarrollamos soluciones innovadoras y sostenibles que aportan valor a las sociedades en las que operamos y nos permiten llevar la conectividad e Internet a todas la personas, independientemente de su ubicación, situación económica o discapacidad.

¿CÓMO GARANTIZAMOS LA INCLUSIÓN DIGITAL?



Más allá del esfuerzo de inversión en despliegue de Red, a través de la innovación tecnológica y los nuevos modelos de negocio desarrollamos soluciones de conectividad asequibles y accesibles, para garantizar que todas las personas acceden a las ventajas de la transformación digital.

ENFOQUE DE GESTIÓN

¿POR QUÉ ES UN TEMA MATERIAL?



El acceso a redes de banda ancha de alta velocidad es la base del desarrollo de la economía digital. En este sentido, como proveedor de conectividad, Telefónica tiene el objetivo de llegar cada vez a más personas y juega, por tanto, un papel fundamental como catalizador de la transformación digital.

¿DÓNDE IMPACTA?



Impacta directamente en las personas que se encuentran excluidas de los potenciales beneficios que ofrece la revolución digital a través de los servicios de conectividad. También permite responder de una manera más eficiente a situaciones de emergencia y desastres naturales.

EL OBJETIVO DE TELEFÓNICA



Queremos incrementar la inversión en nuevos proyectos e iniciativas de innovación sostenible, haciendo especial foco en conectar a los no conectados y llevar Internet a zonas rurales. Del mismo modo, seguir incorporando la accesibilidad como un elemento natural, a la vez que vamos extendiendo las buenas prácticas que conseguimos en nuestras distintas operaciones.

Indicadores	2015	2016
Inversión en Servicio Universal (millones de euros)	324	343
Penetración de smartphones	48,5%	49,5%

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Con la revolución digital estamos viviendo un gran desarrollo social y económico en el que la tecnología nos abre las puertas a un mundo de información y conocimiento. La conectividad es, por tanto, el gran aliado que nos permite garantizar el acceso a la vida digital, con la mejor tecnología y sin dejar a nadie atrás.

La inclusión digital, que puede ser definida como la expansión de la conectividad global y la adopción de servicios de Internet, está demostrado que puede traer beneficios sociales y económicos, además de tener un gran potencial para ayudar a reducir la pobreza, mejorar infraestructuras o ampliar la oferta de acceso a servicios como salud, educación o servicios financieros, entre otros.

En la última década, gracias a la inversión en despliegue de Red y a los nuevos modelos de negocio, hemos sido capaces de extender la cobertura de nuestros servicios y reducir la brecha digital de forma acelerada (para más información, ver capítulo 'Despliegue de Red').

Sin embargo, a pesar de todos estos avances todavía, a día de hoy, existen barreras a la inclusión

La **conectividad** es el gran aliado que nos permite **garantizar** el **acceso a la vida digital**

digital, dejando a aquellas comunidades que no están conectadas o están desatendidas, correr el riesgo de quedar aún más rezagadas, además de perder una oportunidad de crecimiento y desarrollo en estos sectores de la población.

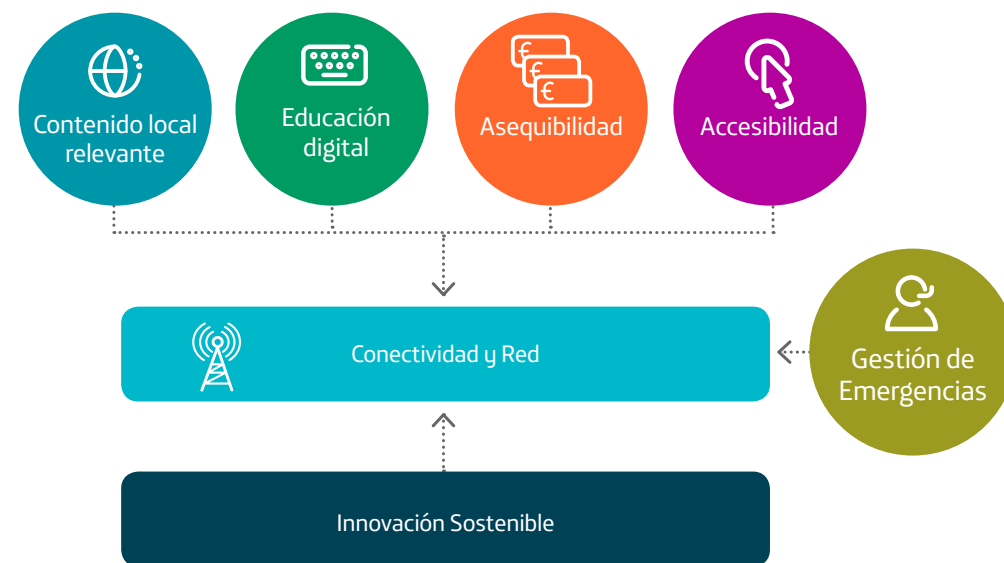
Por ello, creemos que la solución para conseguir reducir esta brecha debe ser integral e involucrar tanto a empresas privadas como a autoridades y administraciones públicas. Será este uno de los principales retos a los que nos enfrentaremos en los próximos años y para conseguirlo, hemos comenzado ya a trabajar en los siguientes frentes que nos ayudarán a progresar en las comunidades en las que operamos:

► **Despliegue de red en zonas remotas:** Asegurando el acceso a la tecnología gracias al despliegue de nuestra red en regiones o zonas geográficas de difícil acceso

► **Respuesta ante emergencias:** Desarrollando políticas y soluciones que nos permitan actuar de una forma eficaz en respuesta a desastres o catástrofes naturales, llevando nuestros servicios de comunicaciones a la población y equipos de emergencia y actuando en nuestras infraestructuras para garantizar la continuidad del servicio.

► **Educación Digital y Desarrollo De Contenido Local:** Mediante programas

INCLUSIÓN DIGITAL



de educación que aumentan la adopción y uso de Internet y la eliminación de barreras de conocimiento sobre los servicios digitales. Además, impulsamos el desarrollo de contenidos que sean relevantes para nuestros clientes.

► **Accesibilidad:** Garantizando la accesibilidad de nuestras soluciones para todos los colectivos y personas que padezcan algún tipo de discapacidad.

► **Asequibilidad:** Desarrollando nuevos modelos de negocio que permitan a todos los segmentos de la población acceder a nuestros productos y servicios, independientemente de sus recursos económicos.

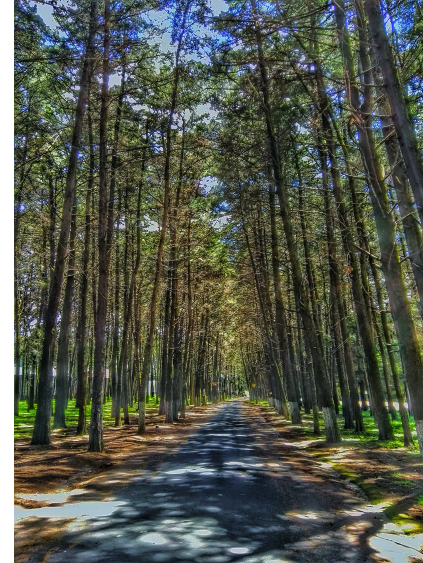
► **Innovación Sostenible:** Desarrollando nuevas soluciones innovadoras que busquen tener un impacto social y/o medioambiental positivo y generar valor en el largo plazo para nuestra Compañía.

CONECTIVIDAD Y RED EN ZONAS REMOTAS

Además del despliegue de Red y la inversión en infraestructura que llevamos a cabo, se realizan proyectos específicos que buscan llevar la conectividad a zonas remotas y rurales mediante modelos de negocio innovadores que garanticen un retorno de la inversión realizada.

Con una población en LATAM de unos 64 millones de personas que todavía no tienen acceso a redes de banda ancha móvil (datos de la GSMA), estas soluciones tienen como objetivo lograr que todas las personas puedan acceder a la comunicación y al mundo digital. Creemos que Internet y las comunicaciones móviles tienen el potencial de impactar positivamente en la transformación de la vida de las personas ofreciendo beneficios en un gran número de áreas como salud, educación, servicios financieros, transporte o agricultura, entre otras.

Modelos como la compartición de infraestructuras de red, uso de nuevos espectros de frecuencia o soluciones de virtualización de red, están permitiendo reducir la inversión necesaria para el despliegue con lo que se facilita llegar a nuevas zonas y con ello que más personas puedan acceder a servicios de comunicación. Para más información, consulte el capítulo 'Despliegue de Red'.



EMERGENCIAS

Contar con tecnología punta, segura y eficiente marca la diferencia en momentos de emergencias, pues permite optimizar la coordinación de las acciones de rescate y logística, actuar en tiempo real y hacer frente de forma más eficiente a los retos de seguridad que se presentan después de una catástrofe. Y es que, cada día más, la tecnología y las telecomunicaciones son un elemento clave para las situaciones de emergencia, mejorando su gestión y aumentando la rapidez.

Somos conscientes de la importancia de nuestras redes y del potencial de los servicios innovadores que ofrecemos para abordar de forma más eficiente los crecientes retos sociales y medioambientales.

Los nuevos servicios nacidos de la transformación digital tienen un gran potencial para mejorar las eficiencias en casos de emergencias. De esta forma, los servicios digitales basados en el análisis de Big Data o Internet de las Cosas permiten avances en la adaptación al cambio climático, así como predicción de patrones de comportamiento en crisis migratorias o pandemias.

En caso de desastres, la respuesta es en primer lugar responsabilidad de los gobiernos. Por ello, impulsamos la colaboración con estos y con organizaciones humanitarias con el objetivo de fortalecer las estrategias de respuesta. Nuestra política de actuación

en estos casos se focaliza en la organización y ejecución de un despliegue puntual de tecnología de telecomunicaciones que ayude y soporte los esfuerzos de preparación y respuesta ante situaciones de emergencia.

Proporcionamos además el canal de alerta temprana, facilitamos la coordinación de la respuesta de los equipos de emergencia y la coordinación logística, así como el soporte de las comunicaciones vitales entre y hacia las personas afectadas.

Entre las iniciativas que hemos llevado a cabo destacan en:

► **Guatemala:** Se firma carta de compromiso entre empresas de telecomunicaciones, Cruz Roja, Cruz Roja Internacional, CONRED, Superintendencia de Telecomunicaciones - SIT-, GSMA para acciones preventivas y apoyo durante desastres naturales.

Por otro lado, a principios de 2016 firmamos el Humanitarian Connectivity Charter, impulsado por el GSMA. Este documento busca mejorar la coordinación entre las operadoras de redes móviles antes, durante y después de un desastre.

Política de Actuación

La clave para una respuesta rápida y eficaz por parte de los equipos de emergencia frente a situaciones catastróficas se basa en una buena gestión de las redes y servicios de



telecomunicaciones. Además de establecer los Planes de Continuidad, necesarios para garantizar la prestación normal de servicios a nuestros clientes, en todos los países donde operamos incluimos acciones concretas para completar así la ayuda humanitaria:

- Preparamos simulacros con el objetivo de construir, mejorar y mantener actualizados los procesos, planes de acción, capacidades y prioridades en respuesta conjunta.
- Establecemos un código básico de ayuda humanitaria en coordinación con los reguladores nacionales para ordenar la participación de las empresas públicas y privadas.
- Soportamos el acceso a nuestros servicios móviles durante la emergencia, proporcionando acceso simplificado y gratuito a las comunicaciones vitales hasta el punto de reactivar servicios suspendidos o dados de baja.
- Solucionamos el déficit de infraestructuras de comunicaciones a través de nuestros servicios satélite. Complementamos así el resto de soluciones, ya sea como única posibilidad de comunicación o como soluciones de backup 100% diversificadas. Además, podemos

ofrecerlo de forma global, independientemente de la geografía, las distancias a nodos o a las centrales, y desplegarlo rápidamente.



► Participamos activamente en la Asociación GSMA –organización de operadoras móviles y compañías relacionadas, dedicada al apoyo de la normalización, la implementación y la promoción del sistema de telefonía móvil GSM– con la organización de un grupo de trabajo específico para la 'Respuesta ante Desastres Naturales y de Emergencia'.

► Impulsamos proyectos de innovación que buscan nuevas herramientas y procesos para mejorar las respuestas ante situaciones de emergencia.

RETO 2017

Promover el desarrollo de políticas y soluciones para dar respuesta a situaciones de emergencia y desastres naturales.

SERVICIO ASEQUIBLE

Dentro de nuestro objetivo de poder conectar a las personas, sabemos que es muy importante que los servicios que ofrecemos sean asequibles para la población, sin importar el estrato social al que pertenezcan.

La adopción de banda ancha fija y, especialmente móvil, ha mejorado de manera significativa durante la última década. Sin embargo, a pesar de estos avances, todavía existen sectores de la población que no pueden acceder debido a razones fundamentalmente económicas; especialmente en Latinoamérica. Aun teniendo en cuenta la importante reducción de tarifas de telecomunicaciones registrada en los últimos años –del 2010 al 2015 se han reducido anualmente de media un 8,17%–, el ingreso promedio de la población, en la base de la pirámide sociodemográfica de la región, es tan reducido que estos avances no permiten superar la barrera económica.

En este sentido, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG) también destacan el potencial de Internet en cuanto al bienestar social y económico.

El coste de un teléfono móvil para el 40% de la población más pobre puede llegar a suponer el **17% de sus ingresos**

Del mismo modo, en el caso de las pequeñas empresas y los emprendedores poder acceder a servicios de telecomunicaciones asequibles les ayuda a impulsar y desarrollar sus negocios.

El prepago móvil, una oferta diferenciada de banda ancha y los paquetes de servicios para pequeñas empresas y emprendedores, son herramientas clave para incrementar la penetración en los sectores de la población de menores ingresos.

Oferta diferenciada y adaptada

En el mercado móvil, así como en lo referente al acceso a Internet, la competencia, la innovación tecnológica y comercial, y la inversión privada han permitido que millones de personas accedan a los servicios de telecomunicaciones. Ofrecer una gama flexible de planes es clave para llegar a todos los segmentos de la población, ya que de esta forma nuestros clientes pueden decidir a qué acceder basándose en su propia demanda y en lo que pueden pagar.

El acceso a Internet, tanto por banda ancha fija, como a través de los teléfonos inteligentes, son la principal herramienta que influye de forma determinante en la asequibilidad de nuestros servicios. Por ello, en los mercados en que estamos presentes, nuestros clientes ya pueden acceder a Internet (1 GB por mes) por menos del 4% del ingreso nacional bruto). En Latinoamérica hemos sido pioneros en el desarrollo de tarifas de prepago como herramienta para promover

INDICADORES DE INCLUSIÓN DIGITAL

2016 CAM

Penetración de smartphones	65%
Prepago	62%
Contrato	80%
Penetración de smartphones sobre Parque Móvil	34%
Prepago	30%
Contrato	80%
Smartphones LTE (millones)	1,065,807
Penetración LTE	24%
Accesos CAM Dic-16	13,556,460
Parque LTE Dic-16	1,065,807

servicios móviles, lo que nos ha permitido llegar a una penetración media del 112%.

Respecto a los smartphones, 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 más alta en la región. Son, de esta forma, una herramienta clave para la reducción de la brecha digital en los sectores económicamente más vulnerables.

Además, estos terminales 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 57,1% de nuestros clientes móviles tienen un smartphone, siendo un 43,1% de ellos prepago.

Oferta diferenciada y Adaptada_

Adaptándonos a las necesidades de los usuarios hicimos planes que les permiten a nuestros clientes aprovechar al máximo nuestras redes 3G+ y 4G+. Estos planes han tenido gran aceptación, apalancan nuestro liderazgo en el mercado y representan nuestro parque Smartphone.

Ofrecer una gama flexible de planes es clave para llegar a todos los segmentos de la población, ya que de esta forma nuestros clientes pueden decidir a qué acceder basándose en su propia demanda y en lo que pueden pagar.

En *Latinoamérica*, del 2010 al 2015, las tarifas de banda ancha móvil *se han reducido* anualmente de media *un 8,17%**

(*) Fuente: "Iniciativas para el cierre de la brecha digital en Latinoamérica". Publicación de Raul Katz, CET.LA, Agosto 2016.

Oferta Captación

WhatsApp **todos los días** con el mejor **LTE**

En tus planes y recargas de B/. 3 o más.

WhatsApp **GRATIS** por 30 días

- Con tus Recargas de **B/. 3** o más el cliente recibe WhatsApp Gratis por 30 días.
- Promoción válida del 17 de noviembre de 2016 al 15 de enero de 2017.
- Promoción válida para clientes con planes y prepago que recarguen B/. 3 o más.

Celebra esta *Navidad* con el triple de data **LTE**

WhatsApp **Gratis** todos los días.

En Planes y Paquetes de Data de B/. 5 o más.

En Planes y Recargas de B/. 3 o más.

Oferta Paquetizada

Recargas Todo Incluido

Combo **recargas**

Internet + Minutos + SMS

favorito + ilimitado + gratis

Recarga	Días	MB	Min y SMS	Ilimitados	Gratis
C\$29	2	30	10	1 Fav	N/A
C\$49	3	50	20	2 Fav	
C\$99	7	150	30	3 Fav	
C\$149	10	250	50		
C\$199	15	500	60		

- ☐ Sin suscripción, cuando Recargan el monto exacto se acreditan bonos de Min, SMS y Datos.
- ☐ Minutos válidos para Nicaragua, Movistar CA y USA.
- ☐ SMS válidos para toda Nicaragua.
- ☐ WhatsApp, Snapchat y Facebook Gratis no consumen MB (No se permite Voz IP)
- ☐ Internet Full Navegación.

RETOS 2017

Buscar y potenciar nuestras iniciativas para facilitar y potenciar el acceso a Internet de los hogares con menos ingresos.

Oferta Captación

La mejor Navidad de la historia es la que vos imaginás

Recargá \$5.000 o adquirí un Plan Postpago y llevate

1 Set de Play-Doh

4G
LTE gratis
en toda Centro Rica

Al recargar \$5,000 o mas o al adquirir un Kit prepago 4G > \$ 34,900 a los clientes recibirá un SET DE PLAYDOH sujeto a disponibilidad y existencias. Vigencia del 14 de Noviembre al 31 de Diciembre.

Beneficios de Portabilidad:

Bono de Portabilidad cada 3 meses de por Vida	Número Amigo
\$2.000 para SMS y Min All Net Local	Para hablar y mensajear GRATIS a números Movistar. El primero lo podés activar al momento de portarte, el segundo al mes 3 y el tercero al mes 6.
10 Min a Movistar CA, USA o Canadá	
100MB	

- ☐ WhatsApp Gratis por 7 Días(21MB) por recargas de \$2000.
- ☐ Duplica de Por Vida, Vigencia 7 días.

Oferta Paquetizada

Agrandá una parte o toda tu Recarga Total

Minutos a todas las redes

WhatsApp

Internet

Monto	Min	WhatsApp	MB	Días
\$ 0.50	7	Incluido	25	3
\$ 1.00	15		50	3
\$ 1.50	20		75	3
\$ 2.00	30		100	4
\$ 2.50	35		125	5
\$ 3.00	45		150	5
\$ 5.00	75		250	7
\$ 10.00	150		750	15
\$ 15.00	225		1024	30

Todas las recargas reciben WhatsApp GRATIS y minutos a Todas las Redes, USA/Canadá y Movistar Centroamérica con opción a agrandarla como se muestra arriba.

- ☐ WhatsApp gratis no incluye llamadas de voz sobre IP.

Terminales Propios

- ☐ Navegación y llamadas a Movistar Ilimitado por 1 mes.
- ☐ Capacidades: Navegación (10GB) / Llamadas (2500 minutos)

Aportados

Mantienen promoción normal (te devolvemos el valor en saldo, 3GB Internet y 1000 mensajes)

Oferta Internet Ilimitado por Q2

- ☐ Por solo Q2 diarios, podés disfrutar de INTERNET 4G ILIMITADO.
- ☐ Aplica para clientes con recarga Cero Clavos activa desde Q25
- ☐ El beneficio se asigna una única vez al día por Q2 de saldo Comprado.
- ☐ Aplica solo para navegación 4G LTE

Acción Social

La Compañía aúna esfuerzos con Fundación Telefónica para contribuir a la mejora de la calidad educativa y al cierre de la brecha digital a través de proyectos sociales y educativos que van dirigidos a todos los miembros de la comunidad educativa: niños, niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, padres de familia, cuidadores y comunidad.

La Fundación, en alianza con autoridades locales, organizaciones de la sociedad civil y con el apoyo de los voluntarios de la Compañía, promueve el uso de la tecnología, el protagonismo infantil y juvenil y el desarrollo de las competencias necesarias para hacer frente a los retos del mundo digital.

Proyectos que benefician a las comunidades más vulnerables de la región

Con el proyecto **JOVENES EMPRENDEDORES** se benefició a 664 jóvenes en varios municipios en la región. El proyecto es un modelo de transferencia metodológica a docentes para beneficiar a jóvenes entre 14 y 18 años que cuentan con el acompañamiento permanente de los formadores. Éste logró promover el desarrollo de competencias del Siglo XXI entre las cuales se destacan el liderazgo, el emprendimiento, la creatividad, colaboración, pensamiento crítico, entre otras. Los beneficiarios formularon varias iniciativas sociales para transformar su entorno.

CIFRAS	2015	2016
PRESUPUESTO EJECUTADO	49,5	57,1
JÓVENES	10,532	664



Con el proyecto *Jóvenes Emprendedores* se benefició a *664 jóvenes*.



Apostamos por la innovación educativa

Fundación Telefónica apuesta por el desarrollo de la educación, impulsando proyectos dirigidos a fortalecer la igualdad de oportunidades educativas a través de metodologías innovadoras.

De este modo, Fundación Telefónica se ha sumado al movimiento global 'Design For Change', cuyo objetivo es ofrecer a los niños la oportunidad de poner en práctica sus propias ideas para cambiar el mundo, partiendo de su propio entorno.

Design For change (DFC), es un proceso simplificado de Design Thinking que promueve tres aspectos claves del aprendizaje constructivista: empatía, pensamiento creativo y crítico y trabajo en equipo, se desarrolla en 5 etapas: Siente, Imagina, Actúa, Evolúa (evolución/evaluación) y Comparte. El proceso es totalmente dinámico, divertido y participativo. En él, los actores principales son los niños, quienes inician el proceso explorando su entorno e identificando los aspectos que les gustaría transformar, todo esto de la mano y con el apoyo de sus profesores, quienes facilitan y viven el proceso son sus alumnos.



La metodología Design fo Change permite cambiar de rol, introducir la creatividad y el diseño en las aulas y preparar a los alumnos para las competencias que requiere el siglo XXI. Además, los niños y las niñas se convertirán en agentes activos de cambio, proponiendo ideas de emprendimiento social para mejorar sus comunidades.

La metodología de 'Design for Change' requiere de una formación previa de los profesores que vayan a ejercer el rol de 'facilitador' y de un proceso de auto aprendizaje por parte de los escolares. La idea principal de este método es que, mediante el diálogo, los alumnos puedan reconocer un problema, aportar ideas y llegar a un acuerdo para aplicar la solución. Los docentes formados adquirieron competencias del siglo XXI como: alfabetización digital, comunicación, trabajo en equipo, creatividad e innovación, entre otras, a través del uso de nuevas tecnologías para innovar en sus aulas de clase. Se creó el modelo digital para prevenir la violencia escolar

Con el proyecto se logró llegar a más 250 instituciones educativas, 10,698 docentes formados que llegan a 27,802 niñas y niños en los procesos de aprendizaje.

Aportamos a la Mejora de la Calidad Educativa

Fundación Telefónica en alianza con **Fe y Alegría** pusieron en marcha este proyecto en 60 escuelas públicas de Chile, Colombia, **El Salvador, Guatemala, Panamá** y Perú, tras detectar la baja calidad educativa existente en los entornos vulnerables de estos países. En todos ellos se aplicó la metodología de Fe y Alegría: '**Sistema de Mejora de la Calidad de Fe y Alegría**', muy reconocida en América Latina por su exitosa implantación.

Desde que se inició el proyecto en 2011, más de **30.000 personas** de la comunidad educativa han participado, entre directivos, docentes, alumnos, familias y líderes comunitarios. La carencia de estrategias innovadoras en el aula, la falta de espacios recreativos para los alumnos, la ausencia de organización o el poco compromiso de la comunidad educativa han sido algunas de las problemáticas que se han detectado en los diferentes centros educativos. Hemos elegido seis colegios, uno por cada país, para que nos muestren cómo ha sido su camino hacia la mejora de la calidad educativa en sus aulas.

El objetivo de la metodología utilizada es que las instituciones educativas se organicen en torno a unos procesos de mejora sostenidos en el tiempo, en los que el eje de la reflexión y la acción sea la pedagogía.

Han participado *más de*
30,000
personas de la Comunidad Educativa

Etapas del viaje: la metodología

El método de trabajo de este proyecto, el '**Sistema de Mejora de la Calidad de Fe y Alegría**', se trata de un proceso cíclico compuesto de cuatro fases: evaluación, reflexión, planificación y sistematización. La socialización, la formación, la participación, el acompañamiento, la articulación, el seguimiento y la organización son las condiciones. Los contenidos son el contexto, los recursos, los procesos y los resultados.

Con los datos obtenidos durante los tres años de ejecución del proyecto, en marzo de 2016 publicamos un informe en el que se recogerán 20 historias de transformación de escuelas en Latinoamérica. El objetivo: compartir las historias de transformación de las escuelas participantes y que los aprendizajes sirvan de ayuda para la mejora de la calidad educativa en escuelas de entornos vulnerables.

MovilizaTE

Alianza de Fundación Telefónica con la Dirección de Recursos Tecnológicos del Ministerio de Educación Pública y la Fundación Omar Dengo para promover la innovación educativa, principalmente, mediante el uso de tecnologías móviles –principalmente, teléfonos celulares– para apoyar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En el marco de esta alianza, se desarrolla Aulas Fundación Telefónica, proyecto de inclusión digital que promueve el uso de la tecnología de la información y comunicación como herramienta esencial para la mejora de la calidad educativa en Costa Rica y trece países más de América Latina.



MovilizaTE busca promover espacios de encuentro y sinergias entre distintas instituciones públicas y privadas: organizaciones del Estado, organismos internacionales, organizaciones locales, ONG, universidades y empresas. De ahí que la alianza facilite conferencias y foros para promover el uso significativo de la tecnología.

Asimismo, con el apoyo de directores, docentes, estudiantes, personal administrativo y madres de familia, MovilizaTE ha liderado la elaboración de orientaciones el uso de celulares en centros educativos. Estas orientaciones se basan en los Lineamientos generales para el uso de dispositivos propiedad de los estudiantes en el centro educativo, lanzados por el Ministerio de Educación Pública.



AULAS FUNDACIÓN TELEFÓNICA

que ha logrado formar a más 31,100 profesores en los cursos de Innovación y uso de las Tics impactando a más 246,054 niños y niñas. Como una manera de que todos los educadores que pasan por nuestra plataforma educativa pongan en práctica junto con sus estudiantes todo lo aprendido.

Trabajamos con tres componentes:

2. EXPERIENCIAS EDUCATIVAS

Son metodologías educativas de Fundación Telefónica o de terceros que promueven la adquisición de competencias del siglo XXI. Trabajamos con proyectos que sean replicables y que aporten al acercamiento de la comunidad educativa con la sociedad digital.

Congreso de Docentes Aulas Fundación Telefónica: Evento de dos días dirigido a docentes destacados que participan del proyecto. Con el evento se busca la actualización de los profesores con nuevas tendencias educativas por medio de ponencias, foros, ferias de buenas prácticas, entre otros.

Olimpiadas virtuales: Evento que se realiza en Guatemala, dirigidas a niños y niñas de 4º, 5º y 6º primaria de escuelas públicas, en donde compiten sanamente con niños de otras escuelas con el objetivo de fortalecer los contenidos y aprendizaje de Lenguaje y matemática.

1. FORMACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO

- Implementar, acompañar y hacer seguimiento a la formación de profesores de tal manera que se garantice la adquisición de competencias del siglo XXI y su aplicabilidad en el aula.
- Formación Blended (Virtual y Presencial) con desarrollo y adaptación de contenido descargable que incluyen competencias de aprendizaje e innovación. El proyecto cuenta una plataforma propia (escuela virtual) con un catálogo de cursos para docentes:
- Formación por roles (docente, Director, Dinamizador de Aula, Coach, Tutor on line)
- Ruta Formativa:
 - o Ruta de Innovación educativa
 - o Ruta TIC (uso de la tecnología en el aula)
- Comunidad de Aprendizaje: Red social que complementa el trabajo de formación y que permite compartir experiencias innovadoras entre los diferentes entornos educativos y con docentes de Latino américa.
- Gestión y seguimiento de la Formación: Monitorio y acompañamiento al desarrollo del proyecto y al logro de los objetivos propuestos. Levantamiento de incidencias y resolución de las mismas. Complementación de mejoras.

3. MEDICIÓN DE IMPACTO

La Medición de Impacto de las TIC en la escuela, es una herramienta que permite conocer el estado de evolución y transformación de las escuelas en la apropiación de las tecnologías. Aborda cuatro dimensiones:

- **Accesibilidad:** Mide la disponibilidad de recursos tecnológicos y conectividad.
- **Organización de Uso:** Mide la forma como las Instituciones Educativas organizan el Uso de las TIC, situación que determina su aprovechamiento.
- **Formación:** Identifica todos los procesos formativos en que se involucra la escuela
- **Prácticas pedagógicas:** Mide el impacto de los aprendizajes de los docentes y su aplicación en el aula de clase.

Hemos trabajado desde el 2008 en la implementación de 56 Aulas Fundación Telefónica en áreas vulnerables de la región y la formación más de **31,000 educadores** y beneficiando así a **246,054 niños, niñas y jóvenes** de Centroamérica.

Aulas Virtuales_



Formación a Docentes en las Aulas Fundación Telefónica

En Fundación Telefónica el docente es un acto clave en la innovación educativa, es por eso que damos especial atención a la formación a docentes en Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Fundación Telefónica cuenta con módulos de formación estructurados en líneas con contenidos en TIC e Innovación para fortalecer el desarrollo de habilidades y capacidades en los docentes para implementar estrategias innovadoras que motiven la participación del estudiante a través del trabajo colaborativo y multiplicación del conocimiento.

1. SCOLARTIC

Plataforma de Formación a docentes y trabajo colaborativo entre los países de Latinoamérica para promover el uso de las tecnologías de manera eficiente y efectiva.

2. Ruta Informativa

La Ruta Formativa está estructurada por módulos y cada una de ellas contiene diferentes niveles de adquisición de competencias, básico, medio y avanzado donde se brindan herramientas a los docentes para una nueva forma de abordar el aprendizaje. Los cursos están alojados en ScolaTic y se enfocan en: "El uso de las Tic en el aula" e "innovación educativa".

3. Recursos Educativos

Son estrategias interactivas producto de la formación a los docentes para dar respuestas a las necesidades y realidades educativas de cada entorno. Principalmente son experiencias sistematizadas de proyectos educativos de inclusión de tecnología en el aula. Existe un banco de recursos educativos que fueron creados por los docentes, tales como: apps, wiki, jcllic, edlim, cuadernia, power pint interactivas, creación de blogs, hot potatoes, enciclopedias digitales, entre otros.

Concurso Innovación Educativa Fundación Telefónica (Panamá - Guatemala)

Esta es una iniciativa que se desarrolla en el marco del proyecto Aulas Fundación Telefónica, donde damos un reconocimiento a docentes que elaboran proyectos innovadores, integrales y relevantes que promuevan el trabajo colaborativo entre docentes y estudiantes. Con este Concurso visibilizamos el impacto del uso de las tecnologías en la mejora del proceso de enseñanza aprendizaje, mediante el trabajo colaborativo que realizan los docentes y estudiantes de forma innovadora con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).



Proyecto MathLab (Panamá)

El proyecto brinda una oportunidad para el desarrollo de competencias STEM (Ciencias, Tecnología y Matemáticas) en Panamá, específicamente las matemáticas, a través del juego, para niños y educadores de centros educativos en entornos sociales vulnerables.

El proyecto Mathlab desarrolla una ruta de formación virtual y presencial para el docente que le permite explorar a través del curso Introducción a la Gamificación, la didáctica del juego, sus elementos, su relación con el aprendizaje y como diseñarlos para aplicarlo a un objetivo educativo. El modelo propone a los docentes el abordaje de las matemáticas a través de la gamificación, estableciendo una relación entre el diseño de juegos y el aprendizaje, como una alternativa académica que genera interés y motivación en los estudiantes. Adicional toma en cuenta que la formación del docente es considerada como la piedra angular del cambio educativo, por lo que se desarrollan acciones concretas para ayudar al maestro en su inmersión en la cultura digital y la nueva pedagogía asociada a ella, impulsando la innovación educativa a través de ScholarTIC, una plataforma educativa para profesores.

Objetivos:

- Contribuir a que niños y niñas mejoren el desarrollo de competencias matemáticas necesarias para desenvolverse adecuadamente en el mundo actual, a través de la formación, el acompañamiento y la implementación de metodologías innovadoras y atractivas, destinadas a docentes pertenecientes a diversos entornos educativos (que atiendan población en condición de vulnerabilidad).

- Sensibilizar y formar a los docentes en el uso de metodologías ludo-pedagógicas para la enseñanza de las matemáticas y la estimulación de aprendizajes de niños y niñas.
- Brindar técnica y recursos ludo -pedagógicos variados para innovar en las matemáticas y experimentar en el aula.
- Acompañar a los docentes en el desarrollo de competencias digitales.

Programa Habilidades para la Vida

El curso busca fomentar la sensibilidad social de los niños y adolescentes guiándoles a través de talleres y experiencias que le permitan conocerse a sí mismos y al contexto que les rodea, desarrollando habilidades personales y sociales necesarias para diseñar su plan de vida.

Participan educadores u orientadores que atienden población de niños o adolescentes en centros educativos o comunitarios de entornos vulnerables. Este proyecto se enfoca en varias áreas educativas:

- Formación virtual para educadores a través de la plataforma educativa ScholarTIC con acompañamiento y talleres presenciales.
- Implementación de talleres presenciales dinámicos y participativos para niños o adolescentes
- Contenido de formación que aborda el desarrollo de habilidades para la vida de niños y adolescentes y les orienta hacia el diseño de su plan de vida.

- Encuentros, giras y actividades complementarias a la formación de niños y adolescentes.
- Formación flexible y funcional para centros educativos y centros comunitarios.



VOLUNTARIOS TELEFONICA

Los empleados de la Compañía son voluntarios activos. Más de **14,181 horas donadas** por voluntarios beneficiaron a las comunidades educativas. El voluntariado canaliza y promueve la acción social de los empleados a través de diferentes actividades.

Durante el año, **1,784 voluntarios** participaron en **73 iniciativas** aportando sus conocimientos, habilidades y tiempo con niños, niñas, jóvenes y padres de familia ayudándoles a ampliar sus competencias y cerrando la brecha digital. Un ejemplo de esto, fue el Día Internacional de Voluntarios Telefónica que promovió el uso de las TIC en diferentes colectivos.

En Fundación Telefónica generamos conocimiento para compartirlo con otros, realizamos alianzas con terceros y trabajamos eventos en conjunto con el fin de informar a la sociedad sobre las nuevas tendencias en educación y tecnología. Creemos en que podemos contribuir a mejorar la calidad de la educación de Guatemala.



VOLUNTARIOS TELEFÓNICA CAM

	2016
Horas de Voluntariado	14,181
Beneficiarios	6,183
Total de Actividades	73
Voluntarios Formados	430
Horas de Formación	1,943
Actividades con Personas con Discapacidad	10
Actividades Digitales	2
Voluntarios Activos	1,784



VACACIONES SOLIDARIAS

Vacaciones Solidarias es un proyecto internacional de Fundación Telefónica que da inicio en el año 2007 por el programa Proniño (programa de prevención y erradicación del trabajo infantil). Los empleados de Grupo Telefónica que participan donan dos semanas de sus vacaciones para colaborar con un proyecto que contribuye a la mejora de la calidad educativa o de infraestructura de los países que se nominan como país sede. Con el objetivo de vivir una experiencia única y trabajar junto a otras personas que tienen el deseo de cambiar la realidad social de Latinoamérica, cada año Voluntarios Telefónica convoca a los colaboradores de la compañía para participar en Vacaciones Solidarias en los meses julio, agosto y septiembre.



CONFERENCIAS Y FOROS

Las conferencias y foros, en su mayoría, están dirigidos a la comunidad educativa del país y se exponen temas que apoyen a los docentes, escuelas y otras fundaciones con nuevas prácticas educativas incorporando la innovación y la educación digital.

El **Momento de Innovación** es un evento, que se realiza cada dos años en los cinco países de la región, con el objetivo de despertar en los jóvenes el auto reconocimiento como agentes de cambio (de sus vidas, sus comunidades y sus sociedades) a través de la innovación. Y a la vez, reflexionar junto a ellos en que la innovación es para todos y que se puede desarrollarse mediante la práctica y en cualquier ámbito de sus vidas. Para lograr estos objetivos el Momento de Innovación se estructura en diferentes etapas:

a. Inspiración: en donde se motiva a los participantes a que se pregunten ¿qué los inspira?, que descubran sus motivaciones y sus potencialidades.

b. Pasión: es aquello que nos mueve para lograr lo que nos proponemos. En este momento se profundizará sobre cómo identificar aquello que nos apasiona y nos mueve a actuar.

c. Sueños: los jóvenes descubren ese gran sueño, además se les motiva a identificar características de ese sueño y los recursos que necesitan. Se les plantean preguntas como: ¿cómo manejar mi tiempo y recursos? ¿cómo integro la tecnología a mi sueño? ¿cómo puedo aprovechar mejor las redes sociales?



d. Con Innovación: en esta última etapa se comparte con los jóvenes qué es la innovación, cómo partiendo de una idea + una técnica de innovación se pueden lograr buenos resultados. En esta etapa se busca despertar en los jóvenes la sensación de que ellos también pueden innovar, que tienen los recursos y que solo es cuestión de pensar diferente.

Talleres "Liderazgo y gestión Directiva" (Guatemala)

Utilizando la metodología de Aulas Fundación Telefónica, los Directores se certificaron en el Curso "Liderazgo y gestión Directiva" con el objetivo de fortalecer la gestión del director de establecimientos educativos públicos.

Proyectos educativos con TIC para la mejora de la lectoescritura

Sistematizaciones que resumen cinco experiencias educativas con nuevas tecnologías desarrolladas por Fundación Telefónica Nicaragua y que fueron presentadas en el Primer Foro de Docentes Innovadores celebrado en el país centroamericano. Estos proyectos tienen como objetivo la mejora de las competencias en comprensión lectora y lectoescritura mediante la utilización de TIC en el aula.

Proyectos educativos con TIC

Sistematizaciones que resumen tres proyectos educativos con nuevas tecnologías desarrollados por Fundación Telefónica Nicaragua.

La primera sistematiza la puesta en práctica del proyecto Mobile Learning, una experiencia educativa con tablets desarrollada en Aulas Fundación Telefónica. En ella participaron más de 2.000 estudiantes de cuarto a sexto de Primaria y séptimo a decimoprimer de Secundaria y 59 docentes de cuatro centros educativos situados en distintas áreas de Nicaragua.

Las otras dos tuvieron lugar en centros educativos del departamento de Estelí que cuentan con una de las Aulas Fundación Telefónica y fueron presentadas en el Primer Foro de Docentes Innovadores que se celebró en el país centroamericano. Una de ellas tiene como objetivo crear una enciclopedia interactiva y la segunda se enfoca en promover la cultura regional de Estelí.

Participaron más de *2,000 estudiantes* y *59 docentes* en distintas áreas de Nicaragua.





Foros sobre innovación educativa (Costa Rica)

En su ánimo por generar reflexión y enriquecer la discusión en torno a la innovación educativa y la incorporación de las tecnologías en los procesos de enseñanza y aprendizaje –incluida la formación docente– Fundación Telefónica, en conjunto con el Ministerio de Educación Pública, la Fundación Omar Dengo y otros actores, fomenta la creación de espacios que los propicien.

Algunos ejemplos de ello son el Foro “Formación docente inicial y permanente en el uso de TIC”, realizado en la Universidad de Costa Rica; o el Encuentro de Educación y Cultura 2016 “Enlazando ideas de progreso”, realizado en alianza con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

Red de empresas contra el trabajo infantil (Costa Rica)

Tras más de 14 años en proyectos para la prevención y erradicación del trabajo infantil en Latinoamérica, Fundación Telefónica pasa el relevo a Telefónica Movistar para trabajar, junto con un numeroso grupo de empresas nacionales y transnacionales y el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, en la Red de empresas contra el trabajo infantil. Conformada en diciembre de 2015, la red contó con el apoyo de Fundación Telefónica desde el inicio, y cuenta con el acompañamiento de la Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP) y la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED).

Encuentro Regional de Fundación Telefónica (Panamá)

Todos los años realizamos Encuentros por regiones, donde agrupamos a docentes, actores claves, directores de los centros educativos donde impartimos nuestros proyectos para compartirles temas de relevancia en la educación del siglo XXI. Se realizan Encuentros en Chiriquí, Santiago, Coclé, Panamá Oeste y Panamá Centro para compartir un espacio de Buenas Prácticas, Formación, Metodologías de Enseñanza / Aprendizaje entre otros temas.

Expo Congreso de RC para la erradicación del trabajo infantil (Panamá)

Por más de 14 años Fundación Telefónica ha contribuido a la erradicación del trabajo infantil en Latinoamérica, y en Panamá se ha ganado un sitio como asesor del Comité para la erradicación del trabajo infantil por decreto de ley por su gestión y compromiso con la problemática. Nuestra experiencia y labor nos abre puertas para compartir ese trabajo en espacios como el Expo Congreso de RC para la erradicación del trabajo infantil organizado por el CONEP.

Fuimos ponentes en dicho congreso exponiendo la herramienta de Medición de Trabajo Infantil para empresas, denominada Aquí Estoy y actúo que permite una auto evaluación de que tanto conoces y respetas las normativas relacionadas al trabajo infantil dentro de la cadena de labor dentro de una empresa.

Presentación a Proveedor de Telefónica (Panamá)

Es importante para Fundación Telefónica predicar con el ejemplo y por ello es vital que todos los proveedores con los cuales trabajamos tengan presente la importancia de cumplir con las normativas relacionadas al trabajo infantil dentro de sus negocios por más pequeños o grandes que sean. Se invitó a nuestros principales proveedores a conocer sobre normativas, trabajo infantil en cifras, a quien reportar situaciones de trabajo infantil y que acciones puede tomar dentro de su empresa para erradicar dicha situación.



PROFUTURO

Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

Con el objetivo de reducir las desigualdades en el mundo, en 2016 se ha creado la **Fundación ProFuturo**, en colaboración con la Fundación Bancaria "La Caixa", cuya misión es reducir la brecha educativa en el mundo proporcionando una educación digital en entornos vulnerables de África Subsahariana, Latinoamérica y Sudeste Asiático. Esta nueva propuesta educativa, incorporamos tecnologías, contenidos educativos y metodologías de enseñanza a docentes y alumnos con el objetivo de transformar la educación de 10 millones de niños y niñas en 2020. Además, el proyecto tiene vocación de acoger y promover la participación de otras empresas e instituciones y aspira a crear una gran red internacional de centros para potenciar una educación mejor en el mundo.





9



Compromiso con el medio ambiente

- Crecimiento en una economía verde
- Economía circular y reciclaje
- Energía y cambio climático
- Gestión de campos electromagnéticos

Crecimiento en una economía verde_

Queremos promover una economía que contribuya a la sostenibilidad ambiental de nuestras operaciones, clientes y ciudades.

¿Cómo gestionamos el Medio Ambiente?



Contamos con una estrategia ambiental global con la que queremos contribuir al crecimiento en una economía verde, con el desacoplamiento entre el desarrollo del negocio y nuestro impacto ambiental. Creamos además servicios digitales para ayudar a nuestros clientes a reducir su huella ambiental y aumentar la resiliencia ante los retos ambientales.

Enfoque de Gestión

¿Por qué es un tema material?



Al igual que el resto de empresas y la sociedad en su conjunto, nos enfrentamos a importantes retos ambientales, entre ellos el cambio climático, identificado como uno de los mayores factores de riesgo a nivel mundial. Se trata de un elemento primordial, por lo tanto, para nuestros principales grupos de interés, para la sostenibilidad económica de la compañía y en la que además creemos que tenemos soluciones que aportar a través de la digitalización y nuestros servicios de Big Data e Internet de las Cosas.

¿Dónde impacta?



Nuestro trabajo en materia ambiental tiene influencia dentro y fuera de la Compañía, afecta a nuestra operación, a nuestros costes e ingresos, a nuestros clientes y a las sociedades y entornos en los que estamos presentes.

El objetivo de telefónica



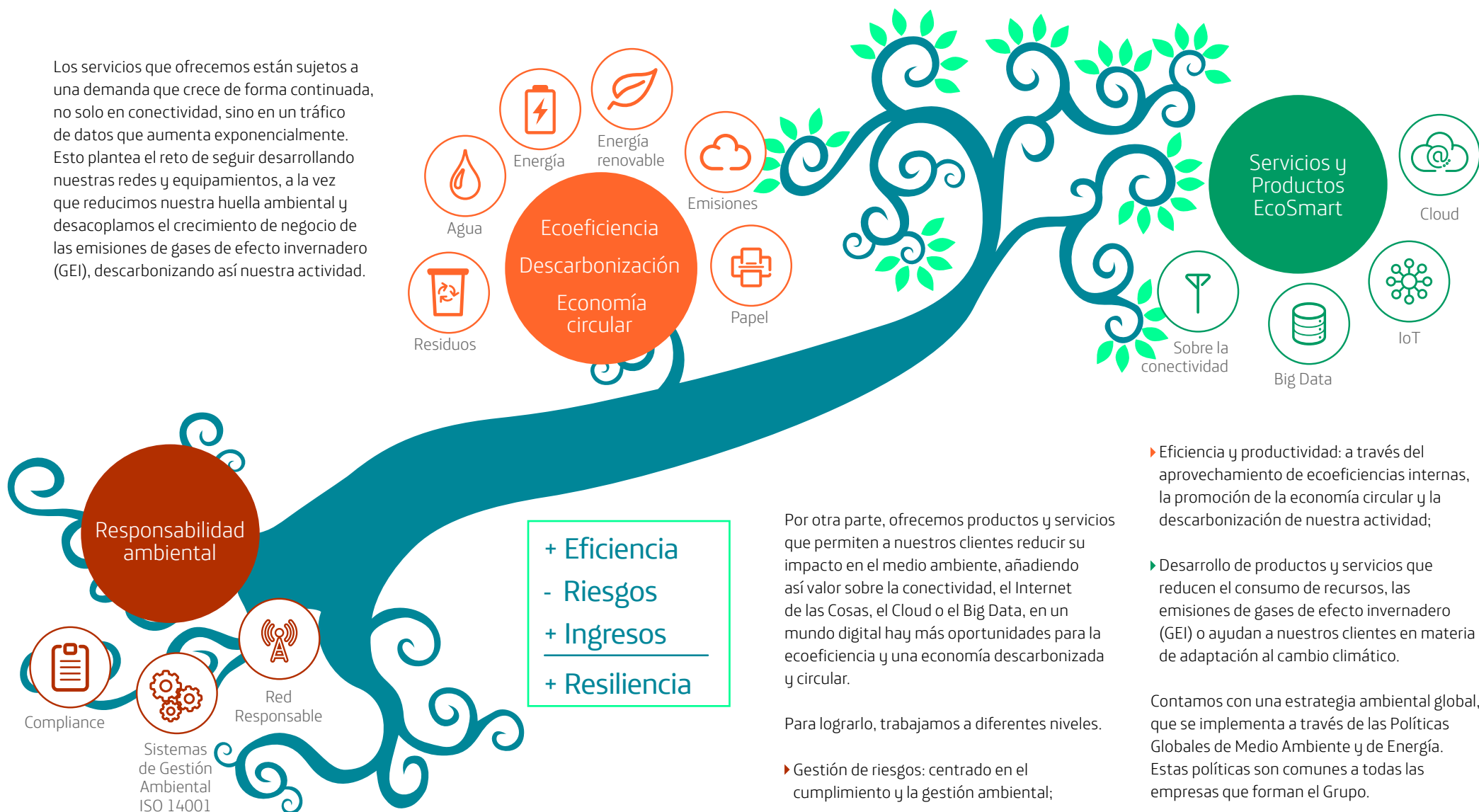
Queremos formar parte de las empresas líderes que promueven un crecimiento verde, con una visión de sostenibilidad, a medio y largo plazo, a través de nuestros objetivos de Energía y Cambio Climático, de la gestión ambiental, y del aumento de nuestros servicios EcoSmart, para contribuir a reducir los impactos negativos producidos por el cambio climático y otros retos ambientales.

Indicadores	2015	2016
Consumo de energía por tráfico (MWh/PB)	126	150
Emisiones GEI (Alcance 1+2) (tCO ₂)	33,450	1.372.145
% Consumo de Energía Renovable	58	68

Objetivos de desarrollo sostenible



Los servicios que ofrecemos están sujetos a una demanda que crece de forma continuada, no solo en conectividad, sino en un tráfico de datos que aumenta exponencialmente. Esto plantea el reto de seguir desarrollando nuestras redes y equipamientos, a la vez que reducimos nuestra huella ambiental y desacoplamos el crecimiento de negocio de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), descarbonizando así nuestra actividad.



Gobernanza Ambiental

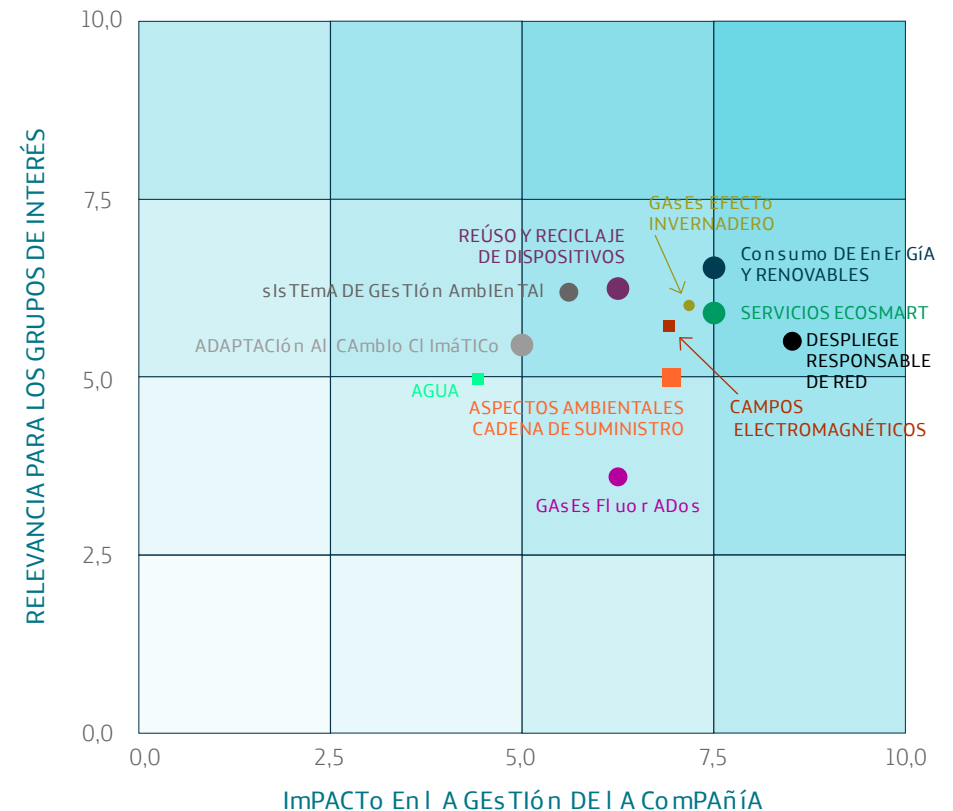
La estrategia ambiental es responsabilidad del Consejo de Administración, en el marco de nuestro Plan Global de Negocio Responsable de la Compañía. Los objetivos ambientales más relevantes se definen a nivel global,

por parte de los máximos responsables de operaciones y sostenibilidad, y contamos con un equipo multidisciplinar, a nivel global y en los diferentes países, encargados de llevar a cabo la estrategia en los diferentes niveles de responsabilidad.



materialidad ambiental

Anualmente analizamos cuáles son nuestros aspectos ambientales más relevantes, en base a la estrategia de negocio, el entorno regulatorio y las demandas de nuestros grupos de interés.



Hitos 2016

Nuevos objetivos de reducción de energía y emisiones GEI, en los que nos comprometimos a que el consumo eléctrico proviniera de fuentes 100% renovables para 2030 y a reducir las emisiones de GEI, de acuerdo con una metodología basada en ciencia, en línea con el Acuerdo de París.



Alcanzamos un consumo equivalente al 44% de nuestro consumo eléctrico.



Redujimos nuestro consumo energético un 2,17% a pesar de un aumento del tráfico de más del 50%.



Reducimos nuestra huella de carbono total en un 22%.



El 90% de Telefónica cuenta con Sistemas de Gestión Ambiental certificados conforme a la ISO 14001.



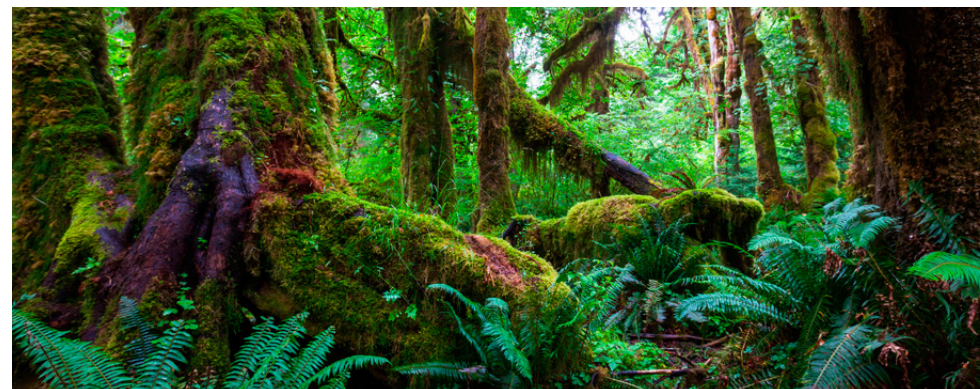
Aprobamos una **Política global de Gestión Energética**



Fuimos reconocidos externamente con el Green Mobile Award 2016 en el Mobile World Congress de GSMA.



Formamos parte, por tercer año consecutivo, de la "Lista A" del Carbon Disclosure Project (CDP).



re tos 2017

100% de nuestras operadoras en Centroamérica certificadas conforme a la ISO 14001.

Cumplir con los objetivos de energía y emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

Avanzar en nuestro Plan de energías renovables.

Mantener el reconocimiento externo de nuestra estrategia en materia de cambio climático y energía por CDP.

Digitalizar los procesos de gestión de residuos, GReTel, y reducción en la generación de residuos frente a la reutilización de equipos.

Aumentar el valor ambiental de nuestros servicios de IoT y Big Data con mayor impacto positivo sobre el medio ambiente.

Sistemas de Gestión

En el marco de un compromiso claro con la mejora continua y prevención de la contaminación, contamos actualmente con un Sistema de Gestión Ambiental conforme a la norma ISO 14001 que cubre en torno al 90% de la empresa, con el objetivo de llegar al 100% a lo largo de 2017.

Gracias a ambos sistemas, podemos asegurar el adecuado control de riesgos e impactos ambientales a lo largo de toda la cadena de valor, desde el despliegue de la Red al desmantelamiento de instalaciones obsoletas, pasando por una operación eficiente de redes y la reutilización de equipos (propios y de cliente). Esto nos permite prestar un servicio de máxima calidad sin comprometer el cuidado del medio ambiente y, por ejemplo, seguir reduciendo el consumo de energía.

Por otro lado, conforme al principio de precaución, analizamos los riesgos ambientales y de cambio climático en todas nuestras operaciones bajo nuestro modelo global de riesgos, a fin de minimizarlos e identificar oportunidades en su gestión. Los posibles riesgos están asociados a aspectos regulados por la legislación ambiental, la vulnerabilidad ante desastres climáticos de nuestra Red o los costes de la energía.

Los Sistemas de Gestión y planes específicos como el Plan de Eficiencia Energética Global, contribuye a controlar estos riesgos y aprovechar las oportunidades que hay en ellos. En 2016 no fuimos objeto de ninguna sanción relevante en materia ambiental.

La gestión ambiental representa para la Compañía un factor de competitividad; reporta importantes oportunidades de generación de eficiencia en el consumo de recursos asociados a la operación de la red de telecomunicaciones y a la gestión comercial; y es política de la Compañía contribuir con los objetivos globales del Acuerdo de París y a la Agenda 2030.

La energía eléctrica es la materia prima de las telecomunicaciones y es precisamente en este eslabón de la cadena de valor, donde se tienen las mayores oportunidades de generar ahorro y eficiencias a través de la implementación de energías alternativas y más limpias.

En 2016 se creó la Política de Gestión Energética y se comunicó públicamente sus compromisos de acción frente al cambio climático (ODS 13) que incluye la reducción del consumo de energía y emisiones de gases de efecto invernadero y el consumo de electricidad procedente de fuentes renovables. En 2017 se llevará a cabo la revisión de los programas y metas, además de un plan de energías renovables para establecer compromisos específicos de la Compañía.

1ª DESPLIEGUE DE CABLE SUBMARINO

Telxius, una de las unidades de negocio, es responsable de desplegar y operar el cable submarino y las estaciones de amarre en los diferentes países.

Al ser el medio acuático un ecosistema altamente sensible a las intervenciones, realizamos estudios de impacto ambiental y establecemos las medidas preventivas adecuadas que garanticen un impacto mínimo.

Durante 2016 conseguimos la certificación de nuestro cable submarino conforme a la norma ISO 14001.



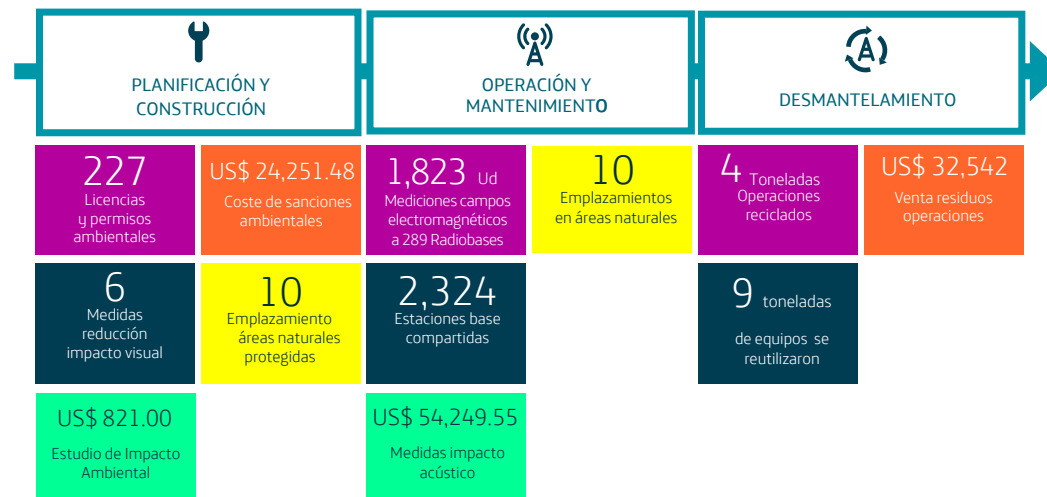
UNA RED RESPONSABLE

El mayor impacto ambiental que generamos es el de nuestra Red, debido principalmente al consumo energético que requiere para su funcionamiento, al impacto visual que genera y los residuos resultantes de las labores de mantenimiento.

Para una gestión responsable de nuestra infraestructura de Red aplicamos las mejores prácticas disponibles y gestionamos todos los aspectos e impactos ambientales de la misma, desde el diseño hasta el desmantelamiento, pasando por la operación y mantenimiento en cumplimiento de la legislación ambiental, en temas como la gestión de residuos, el uso eficiente de recursos, la gestión del paisaje (impacto visual) y la biodiversidad.

En el despliegue de Red uno de los criterios que tenemos en cuenta es la compartición de infraestructura, por lo que siempre que es posible, ubicamos nuestras instalaciones con otras operadoras o empresas gestoras de torres de comunicación. Esto repercute en un menor impacto visual, en menos consumo energético y en una reducción en la generación de residuos. Esta práctica está cada vez más extendida dentro del Grupo, por ello, durante el 2016 2,324 de nuestras estaciones base eran compartidas.

GESTIÓN RESPONSABLE DE INFRAESTRUCTURA DE RED



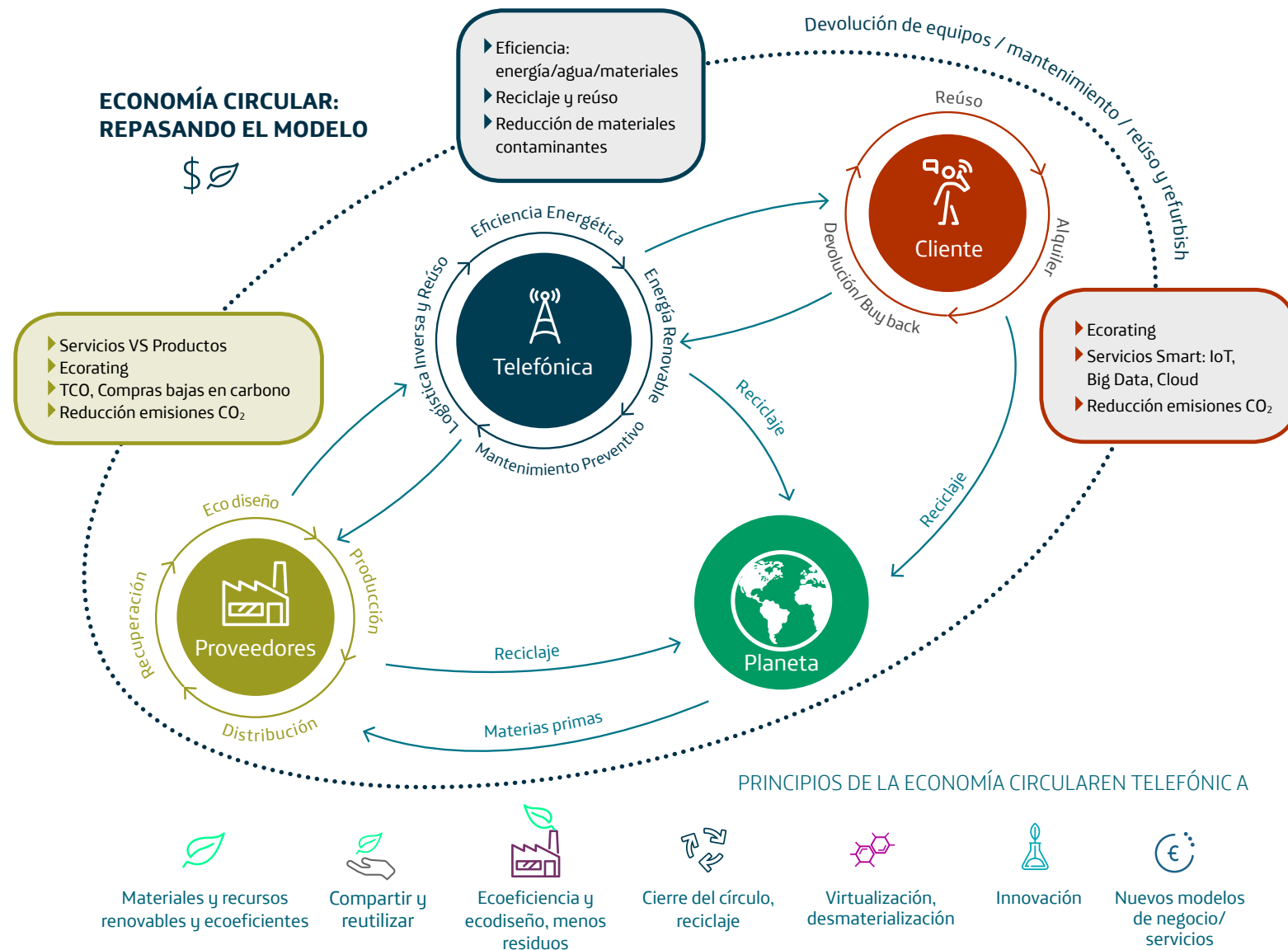
Economía circular_

Repasando el modelo

La economía circular propone crear flujos de materiales y energía en los que no hay desechos, y el equilibrio y sostenibilidad del sistema se basa en las relaciones de los distintos actores, simulando lo que pasa en la naturaleza con los ciclos biológicos. Las oportunidades que ofrece este modelo para las empresas son muchas y nosotros llevamos varios años integrando esta filosofía en nuestras actividades. Promovemos el reúso y el reciclaje, las compras bajas en carbono, la compra de equipos cada vez más eficientes, el alquiler de terminales, el Ecorating, y nuevos modelos de negocio, como el Modelo ESaaS (Energy Savings as a Service).

Uno de los pilares principales de esta Economía Circular consiste en la extensión de la vida útil de los productos, con la finalidad de integrar los aspectos ambientales desde la etapa de diseño. El enfoque de ciclo de vida tiene en cuenta entre otros aspectos los recursos usados para su elaboración (energía por ejemplo), la selección de materiales, las emisiones generadas y la gestión al final de su vida útil.

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.



ECOEICIENTIA INTERNA

La ecoeficiencia supone el uso eficiente de los materiales y recursos que consumimos para la prestación de nuestros servicios. En este sentido, 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 de infraestructura o mediante la reutilización de equipos a nivel interno.

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

Nuestro consumo de agua se debe principalmente al uso sanitario y, en menor medida, a su uso en climatización. Cada una de nuestras operaciones realiza medidas específicas para tener un consumo más eficiente año tras año.

Hemos gestionado 45,030 metros cúbicos de consumo de agua, un incremento del 8% respecto al 2016, debido a la apertura de nuevas oficinas administrativas.

Hemos *reducido* el *consumo de agua* un *4,4%* con respecto a 2015

Papel

En cuanto al consumo de papel, tenemos pautas comunes para reducir el impacto de este material, que promueven un uso eficiente a través la digitalización de los procesos, con lo que hemos reducido nuestro consumo en 2016 en un 27%. Además, promovemos el uso de papel reciclado frente al de fibra virgen, siendo un 12,3% del papel reciclado; y fomentamos que el papel de fibra virgen sea siempre de fuentes sostenibles y que tenga, por tanto, sellos FSC o PEFC.

Otro ejemplo de ecoeficiencia aplicado al consumo de este material es la digitalización de las facturas de nuestros clientes gracias a las nuevas tecnologías. En 2016, han elegido la factura sin papel 550,523 clientes. Hemos generado así más de 6 millones de facturas electrónicas que suponen 3.500 t de papel evitadas, lo que suponen cerca de 60.000 árboles.

RESIDUOS Y EQUIPOS EN DESUSO

La generación de residuos está presente en todas nuestras actividades. El mantenimiento de la infraestructura de Red es la principal generadora de residuos, pero también lo son las actividades administrativas que realizamos en nuestras oficinas y edificios y, en menor medida, las actividades comerciales con nuestros clientes. Enmarcados dentro de la economía circular, es importante abarcar todas las fuentes de residuos y las actividades que los generan, que en nuestro caso son desarrolladas en gran parte por proveedores. Es por ello que realizamos controles sobre la gestión de los residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, con el objetivo de garantizar el buen manejo de estos, y aumentar el potencial de reciclaje o reúso de los mismos.

Nuestra principal apuesta es reducir la generación de residuos y promover una economía circular, apoyando la reutilización y el reciclado. Para conseguirlo, fomentamos prácticas que promueven la reutilización de equipamiento, tanto interno como de nuestros clientes, cuando es posible. En 2016 hemos facilitado la reutilización de 9 equipos de nuestro clientes (móviles, routers, etc.).

Cerca del 66% 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 98% 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 aumentando en los últimos años. Por ello, consideramos que la solución a este problema debe afrontarse desde la responsabilidad compartida por todos los actores implicados. Nuestra contribución al cambio se fundamenta en estos principios:

- ▶ Realizar prácticas de reutilización y reciclaje.
- ▶ Fomentar el desarrollo de un marco normativo propicio a la reutilización y el reciclaje.
- ▶ Garantizar un tratamiento adecuado con controles a nuestra cadena de suministro.
- ▶ Ofrecer a nuestros clientes información ambiental durante la compra (Ecorating) y alternativas de disposición para sus teléfonos usados.
- ▶ Promover con los fabricantes el mejor ecodiseño a través de estándares internacionales.

Gracias a esto, en 2016 el 69% de los dispositivos usados en nuestras operaciones y por nuestros clientes han sido reciclados.

Cientes y Economía circular

Nuestros clientes están en el centro de todos los procesos, por lo que queremos ayudarles a sumarse a la economía circular y así reducir su impacto ambiental.

En los países donde operamos ofrecemos a nuestros clientes la opción de llevar sus teléfonos móviles en desuso para su reuso posterior. Los equipos de la operación fija como routers, módems y decodificadores retirados de casa del cliente son reacondicionados y se reutilizan nuevamente en la operación.

Para ello, colaboramos con empresas especializadas que garantizan el adecuado cumplimiento con la legislación ambiental. Durante el 2016, se recogieron cerca de 50 toneladas, de las cuales se enviaron a reciclaje, tanto del equipo de infraestructura como las terminales de los clientes.

La extensión de la *vida útil de los productos* es uno de los pilares principales de la Economía Circular

Programa de reciclaje electrónico

En cada tienda Movistar tenemos un buzón de reciclaje electrónico para los dispositivos en desuso y, a través de aliados estratégicos, garantizamos que cada dispositivo tenga un final de vida adecuado. Adicionalmente, por cada teléfono móvil reciclado, sembramos un árbol en las cuencas prioritarias del país y capacitamos a las organizaciones de base comunitaria para la recuperación de la cuenca.



Energía y cambio climático_

Trabajamos para tener la Red más eficiente en energía y carbono.

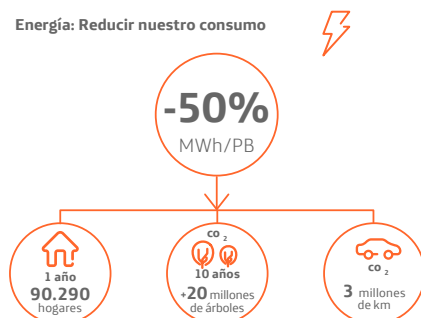
En la actualidad, el cambio climático es uno de los retos más importantes a los que nos enfrentamos, ya que no solamente afecta a la calidad de vida, sino al planeta en su conjunto. Tanto es así, que ha sido identificado en 2016 por el World Economic Forum como uno de los mayores factores de riesgo mundial. Además, Naciones Unidas lo ha marcado como uno de sus principales Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por ello, se hace urgente avanzar en la descarbonización, el desacoplamiento entre el crecimiento económico y emisiones de gases de efecto invernadero.

Somos conscientes del papel que podemos jugar en la búsqueda de soluciones a través de nuestros servicios, pero también de la responsabilidad que debemos asumir en la reducción de nuestra propia huella de carbono.

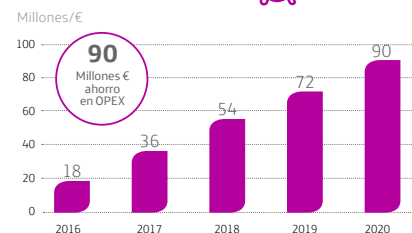
Con este objetivo, creamos hace 9 años una Oficina Global de Cambio Climático y fijamos nuestros primeros objetivos de reducción de energía y emisiones. En 2016, coincidiendo con la firma del nuevo Acuerdo de París, anunciamos nuestros nuevos objetivos de Energía y Cambio Climático a 2020 y 2030. La meta es alinear los esfuerzos con el nivel de descarbonización requerido para limitar el calentamiento global por debajo de 2°C.

OBJETIVOS DE ENERGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO 2015- 2020/2030

Energía: Reducir nuestro consumo



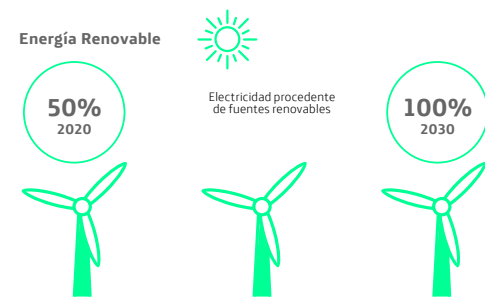
Conseguir ahorros por eficiencia energética



Proyectos

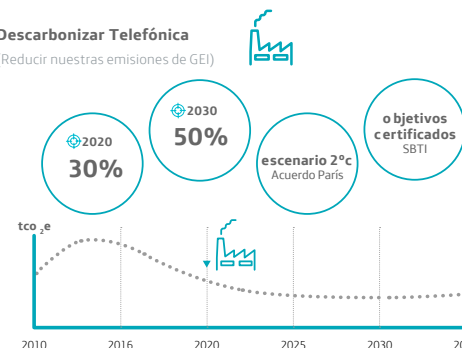


Energía Renovable



Descarbonizar Telefónica

(Reducir nuestras emisiones de GEI)



Nuestros objetivos para el período 2015-2020, no sólo son compatibles con la expansión de la Red y la calidad del servicio sino que, además nos ayudarán a ser más competitivos. Todos ellos están interrelacionados, complementándose y potenciándose entre sí:

- Reducir en un 50% el consumo de energía por unidad de tráfico en 2020.
- Desligar nuestro crecimiento de negocio de las emisiones de GEI. Reduciendo nuestras emisiones de Alcance 1 y 2, un 30% en términos absolutos en 2020 y consiguiendo una reducción del 50% a 2030.
- Ahorrar 100 millones de dólares gracias a proyectos de eficiencia energética en los próximos 5 años.
- Apostar por las energías renovables como fuente sostenible para nuestro negocio, alcanzando el 50% del consumo eléctrico proveniente de fuentes renovables en 2020 y el 100% en 2030.

Nos comprometemos a ser **100% renovables** en el año 2030

Asimismo, durante 2016 aprobamos nuestra **política corporativa de Gestión Energética** con el objetivo de proporcionar un marco común de referencia para el establecimiento de objetivos y acciones con base en el compromiso que hemos adquirido de consumir energía de un modo eficiente y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Las palancas para avanzar en la consecución de nuestros objetivos de energía y cambio climático son el Plan de Energía Renovables, el Plan de Eficiencia Energética y la transformación de nuestra Red.

Ganador del Green Mobile Award

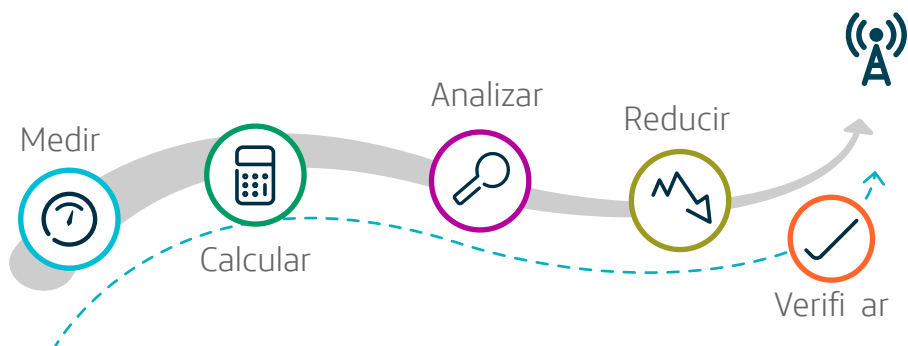
Hemos sido reconocidos con el GSMA Glomo 2016 en el MWC por nuestro programa global de eficiencia energética. El jurado lo reconoció como un notable ejemplo de lo que todo operador busca lograr: la mejora de la eficiencia energética, la reducción de su huella de carbono y la conservación del medio ambiente.



CDP A List Award

Telefónica ha sido reconocida por tercer año consecutivo con la máxima clasificación "A" en el CDP Climate Change 2016, con lo que renueva su presencia en el "Climate A List". Esta lista está integrada por aquellas empresas que cumplen los criterios máximos de puntuación definidos por **Carbon Disclosure Project** y que mide el nivel de desempeño de las empresas en la estrategia, objetivos y acciones relativos a la mitigación de los riesgos del cambio climático.

¿cómo Gestionamos nuestra Energía y emisiones Gei?



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.

INICIATIVA RE100

Telefónica forma parte de la iniciativa **RE 100**, que aglutina a empresas que se han comprometido a utilizar un 100% de energía renovable, dando ejemplo de liderazgo en la lucha contra el cambio climático y el desarrollo de una economía baja en carbono.

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 fallos en la Red y optimizar el gasto operacional de energía.

PLATAFORMA SUSI

La plataforma SUSI (Sistema Unificado de Supervisión de Infraestructura) es un BAS (Building Automation System) que permite un control centralizado y automático de diferentes subsistemas de infraestructura crítica, proporcionando una gestión eficaz y en tiempo real de equipos como generadores, rectificadores, UPS (Sistema ininterrumpido de energía) y máquinas de aire acondicionado, que son esenciales para brindar los servicios a nuestros clientes. Además nos permite obtener importantes ahorros energéticos por la automatización, por ejemplo, de los sistemas de climatización.

En 2016 nuestro *consumo energético* ha disminuido un 2,2%

DISTRIBUCIÓN DE NUESTRO CONSUMO ELÉCTRICO

El consumo energético en 2016 fue de 150,463 consumo energético. El consumo procedente de nuestra operación se divide en un 93% de electricidad y un 7% de combustibles.

En cuanto al consumo de combustible, el 49% proviene de nuestras operaciones y el 51% está asociado al consumo de combustibles de nuestra flota de vehículos.

En 2016 hemos implantado *130 proyectos de Eficiencia Energética*, consiguiendo un ahorro de *22 M€*

ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

Hemos analizado nuestra vulnerabilidad frente a los riesgos asociados al cambio climático, que se concentran a nivel geográfico principalmente en Latinoamérica, especialmente en Brasil y Perú, seguidos de Colombia, Chile y Centroamérica, y a nivel de negocio en nuestra Red.

Los riesgos más importantes están asociados a eventos climáticos extremos y, a medio plazo, al incremento de la temperatura. Esto afectará al consumo energético de nuestras infraestructuras, o a un posible aumento del coste de la energía dependiente del sector hidroeléctrico en algunos países.

Nuestra estrategia de adaptación al Cambio Climático, comprende desde planes de continuidad de negocio ante desastres climáticos, como el ocurrido recientemente en Perú, hasta los proyectos de eficiencia energética y nuestro Plan de energías renovables.

También reconocemos el rol clave que podemos desempeñar frente a los desastres naturales. La conectividad puede ser un salvavidas, ya sea a través de la alerta temprana o mediante el contacto con los servicios de emergencia. Para más información, consultar el capítulo 'Inclusión Digital'.

CALCULAR

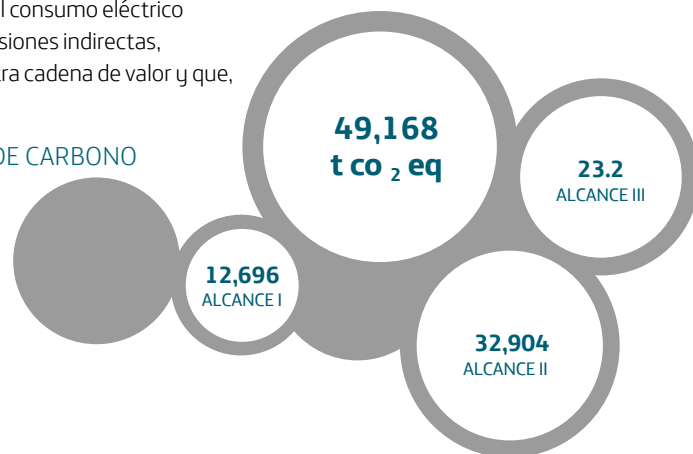
A partir del consumo energético calculamos nuestra huella de carbono. Este inventario abarca tanto las emisiones directas (Alcance 1) derivadas principalmente del consumo de combustibles y las fugas de gases refrigerantes en nuestras operaciones, como de las emisiones indirectas derivadas del consumo eléctrico (Alcance 2) y otras emisiones indirectas, relacionadas con nuestra cadena de valor y que,

no siendo controladas por nosotros, son también consecuencia de la actividad que desarrollamos (Alcance 3). Nuestra metodología de cálculo se basa en el Protocolo de GEI, la Norma ISO 14064 y la recomendación ITU-T L.1420.

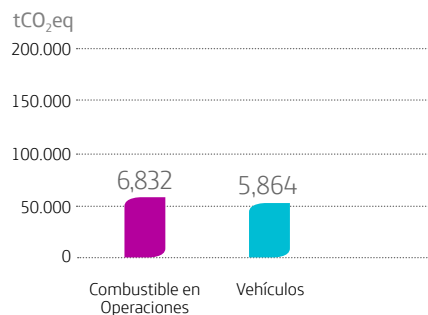
Como se puede ver en la gráfica, nuestras mayores emisiones son de Alcance 2, derivadas principalmente del consumo eléctrico de la Red. Las acciones que llevamos a cabo para su reducción se basan en la implantación de numerosos proyectos de eficiencia energética y en la transición a un mayor consumo de energía renovable.

En lo referente a las emisiones de Alcance 1, también actuamos, tratando de reducir el consumo de combustibles a través de proyectos de autogeneración renovable y con la compra de equipos de refrigeración que contienen gases refrigerantes de menor potencial de calentamiento global.

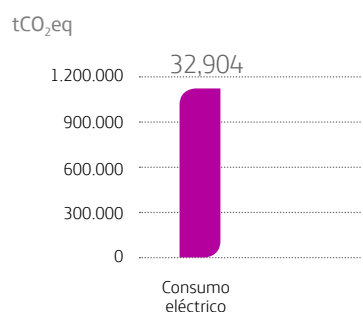
NUESTRA HUELLA DE CARBONO



DETALLES DE EMISIÓN DE ALCANCE 1



DETALLES DE EMISIÓN DE ALCANCE 2



OTRAS EMISIONES INDIRECTAS DE ALCANCE 3



7º WORKSHOP GLOBAL DE ENERGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO

El workshop Global de Energía y Cambio Climático es el punto de encuentro anual entre los líderes de la transformación energética en la compañía y las principales empresas colaboradoras en la materia.

En 2016 hemos celebrado la 7ª edición en Montevideo, reuniendo a más de 190 representantes de los equipos de las áreas de áreas de Operaciones, Sostenibilidad y Medio ambiente, Compras, Finanzas y Tecnología e IoT con 23 socios tecnológicos clave.

Los objetivos del workshop son compartir nuestra estrategia de eficiencia energética a nivel global, evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos, reducción de consumo energético y emisiones de gases



de efecto invernadero (GEI) y revisar y establecer las futuras acciones estratégicas enmarcadas en el plan de eficiencia a 2020.

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.

Hemos logrado que nuestras emisiones de *Alcance 1 y 2 sean un 26% menores que en 2015*

INVENTARIO DE ENERGÍA Y EMISIONES DE GEI

Energía	Unidades	2015	2016
Consumo total de energía	MWh	125,873	150,463
Electricidad	MWh	111,303	103,032
Combustible	MWh	14,571	25,998
Energía proveniente de fuentes renovables	%	58	68
emisiones de GEI	Unidades	2015	2016
Emisiones Alcance 1	tCO ₂ eq	3,794	12,696
Emisiones Alcance 2 (basado en método de localización)	tCO ₂ eq	29,656	32,904
Emisiones Alcance 3	tCO ₂ eq	545	23.2
Emisiones evitadas ^(*)	tCO ₂ eq	24	n/a
Agua	M3	33,797	36,449
NUESTRA HUELLA DE CARBONO	tCO ₂ eq		49,168

Los indicadores han sufrido un alza general debido a que la oficina de Gestión Ambiental lleva un control más detallado de las oficinas administrativas, tiendas movistar y lo relacionado con el giro del negocio.

Además, que se tuvo un incremento considerable en ampliación de red para cobertura y nueva tecnología, lo que ocasionó incremento en gastos de mantenimiento en infraestructura.



(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.

(*) Emisiones evitadas gracias a la compra y autogeneración de energía renovable.

Gestión de campos electromagnéticos_

En los últimos años hemos sido protagonistas de un desarrollo espectacular de la telefonía móvil. La ciencia en este campo, de la mano de este avance tecnológico, lleva investigando más de cuatro décadas los posibles efectos de las emisiones en la salud. Por ello, colaboramos activamente con instituciones, ciudadanos, empresas, administraciones públicas y, en general, con la sociedad para impulsar las máximas garantías de seguridad y la percepción más científica y objetiva posible sobre el conocimiento acerca de los campos electromagnéticos.

Cumplimos los límites Internacionales reconocidos

Durante 2016, todas las mediciones que hemos efectuado en nuestras estaciones base siempre han estado por debajo de los niveles reconocidos por las principales organizaciones de estandarización y normalización del mundo como la UIT (International Union of Telecommunication), la ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection), entre otras. En la mayoría de los países en los que operamos estas medidas son auditadas y están a disposición del público.

Además, todos los terminales y equipos que ofrecen nuestro servicio cumplen los estándares internacionales que establecen el parámetro SAR (*Specific Absorption Rate*);

parámetro establecido por los organismos reguladores y diversas agencias de salud debidamente facultadas para este propósito.

Las mediciones de nuestras *estaciones base* siempre han estado *por debajo* de los niveles reconocidos












10



Anexos

- Resumen de Hitos alcanzados en 2016 y Retos para 2017 de la Compañía
- Principios para la elaboración del Informe
- Estructura y perímetro de consolidación del Informe
- Premios y reconocimientos relevantes en 2016
- Tablas de cumplimiento GRI
- Compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Resumen de Hitos alcanzados en 2016 y Retos para 2017 de la Compañía

	HITOS		RETOS a corto plazo
Ética empresarial y cumplimiento	Creación de un canal de comunicación con grupos de interés externos.	 100% Cumplido	Campaña de comunicación interna ligada a los nuevos Principios de Negocio Responsable.
	Revisión de la normativa interna. Revisión de los Principios de Negocio Responsable.	 En progreso	Curso de formación de Principios de Negocio Responsable (participación del 90% de la plantilla).
Gestión de la cadena de suministro	Incorporación de Telefónica a la iniciativa sectorial JAC (Joint Audit Cooperation).	 100% Cumplido	Reforzar los controles de seguimiento sobre los proveedores con mayor riesgo en el ámbito de la privacidad y protección de datos de nuestros clientes.
Diversidad	Creación del Consejo Global de Diversidad.	 100% Cumplido	Alcanzar para 2020 el 30% de mujeres en puestos directivos.
Accesibilidad	Profundizar en la implementación de Diseño para Todos en todas las áreas de la Compañía.	 En progreso	Crear un catálogo global de terminales que incluya las funcionalidades de accesibilidad para todas nuestras operaciones.
Innovación sostenible	Incluir métricas de medición de impacto social y medioambiental en servicios clave.	 100% Cumplido	Incrementar la inversión en nuevos proyectos y aceleración de iniciativas de innovación con impacto social o medioambiental.
Medio ambiente	Redujimos nuestra huella de carbono el 22%.	 100% Cumplido	Cumplir con los objetivos de energía y emisiones de gases de efecto invernadero.

Principios para la elaboración del Informe

Este Informe Anual de Sostenibilidad de Telefónica Centroamérica 2016 recoge los avances producidos en el año en la Compañía y en su cadena de valor en materia económica, social y ambiental, así como su posicionamiento estratégico y de mercado que permitan al lector entender mejor nuestro modelo de negocio, su capacidad de generar valor en los capitales que lo conforman, y la interacción con los grupos de interés con que se relaciona.

Telefónica pone a disposición de todos sus grupos de interés toda su información pública para facilitar una información fiable, material, concisa y comparable sobre el desempeño de la Compañía, su modelo de negocio, sus palancas de valor y sus líneas estratégicas para los próximos años. Toda esta información se publica de forma anual y es accesible desde aquí en todos sus distintos libros:

Informe de Sostenibilidad: forma parte del Informe Integrado y está elaborado bajo los principios generales in accordance G4 dictados por el Global Reporting Initiative (GRI). Telefónica ha elegido para su Informe Anual de Sostenibilidad la "Opción de Conformidad-Exhaustiva" de GRI según sus directrices G4. Esta opción ha sido posteriormente sometida a la verificación externa por parte de EY.

Existen a disposición de todos nuestros grupos de interés informaciones adicionales y complementarias online en las páginas web de Telefónica:

En este documento, Telefónica informa sobre su compromiso con relación a la siguiente normativa internacional:

- ▶ Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas.
- ▶ Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS).
- ▶ Pacto Derechos Civiles y Políticos.
- ▶ Pacto Derechos Económicos, Sociales y Culturales.
- ▶ Convención Derechos del Niño.
- ▶ Convención Derechos Personas con Discapacidad.
- ▶ Convenio de Basilea (desechos peligrosos).

Premios y reconocimientos relevantes en 2016

CENTROAMÉRICA

- ▶ TopBrands Nicaragua y Guatemala, reconocimiento de Movistar como una de las marcas líderes del país por su confiabilidad, innovación y cercanía.
- ▶ Mejor calificación en telefonía e Internet móvil en Costa Rica, según la Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel).



GLOBAL

- ▶ Premio GSMA en los Global Mobile Awards por nuestro programa de Eficiencia Energética en la categoría Green Mobile.
- ▶ OpenStack, premio "Transformación del Negocio" del "Red Hat Open Innovation Club" por el cambio de paradigma de las redes de telecomunicaciones mediante el desarrollo de la tecnología NFV.
- ▶ Premio "Architectural Collaboration of the Year" de los Partner Summit Awards de Cisco, como mejor socio tecnológico.
- ▶ Telefonica Open Future, cuarto puesto en el Startup Europe Partnership de Berlín organizado por la Fundación Nesta.
- ▶ Segunda mayor puntuación (9 puntos) en Transparencia Fiscal del Ibex-35 según la Fundación Compromiso y Transparencia.

Tablas de cumplimiento GRI

Índice de contenido Gr I G4

Opción exhaustiva de conformidad con la Guía G4

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Página	Omisiones	Verificación externa
estrategia y análisis			
G4-1	3		Declaración del responsable principal.
G4-2	58 y 76		Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.
Perfil de la organización			
G4-3	7		Nombre de la organización.
G4-4	7		Marcas, productos y servicios más importantes.
G4-5	7		Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.
G4-6	9		Países en los que opera la organización.
G4-7	7		Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.
G4-8	9		Mercados a los que sirve la Compañía.
G4-9	7		Tamaño de la organización.
G4-10	117		Número de empleados por contrato laboral, región y sexo.



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Página	Omisiones	Verificación externa
G4-11	117		Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.
G4-12	63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72 y 73		Cadena de suministro de la organización.
G4-13	182		Cambio significativo que haya tenido lugar durante el período.
Participación en iniciativas externas			
G4-14	157		Tratamiento del Principio de Precaución.
G4-15	180, 181		Iniciativas externas que la organización ha adoptado o suscrito.
G4-16	52 y 53		Listado de las asociaciones a las que la organización pertenece.
Aspectos materiales y cobertura			
G4-17	ICA: 286, 287, 288 y 289		Lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización.
G4-18	183		Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.
G4-19	54		Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.
G4-20	183		Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.
G4-21	183		Límite de cada aspecto material fuera de la organización.
G4-22	182 y 183		Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.
G4-23	182 y 183		Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.
Participación de los grupos de interés			
G4-24	47 y 48		Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.
G4-25	43, 44, 45, 46, 47 y 48		En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.
G4-26	43, 44, 45, 46, 47 y 48		Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.
G4-27	44 y 45		Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y evaluación hecha por la organización.



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Página	Omisiones	Verificación externa
Perfil de la memoria			
G4-28	7		Período objeto de la memoria.
G4-29	7		Fecha de la última memoria.
G4-30	7		Ciclo de presentación de memorias.
G4-31	181		Punto de contacto para solventar las dudas.
G4-32	180		opción de conformidad, índice de Gr I y referencia al Informe de verificación externa.
G4-33	180 y 181		Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.
Gobierno			
G4-34	IAGC: 13, 29, 30, 31 y 32		Estructura de gobierno de la organización.
G4-35	42		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.
G4-36	42		Existencia de cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.
G4-37	42		Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.
G4-38	28		Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.
G4-39	27		Indicar si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo.
G4-40	IAGC: 17		Describe los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités.
G4-41	IAGC: 36		Procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.
G4-42	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	IAGC: 26		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.
G4-44	IAGC: 22 y 23		Procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales.
G4-45	IAGC: 31 y 32		Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Página	Omisiones	Verificación externa
G4-46	IAGC: 31 y 32		Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.
G4-47	42		Con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.
G4-48	3		Cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización.
G4-49	42		Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.
G4-50	44		Naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno.
G4-51	IAGC: 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99 y 100		Políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.
G4-52	IAGC: 91		Procesos para determinar la remuneración.
G4-53	IAGC: 91		Cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución.
G4-54	IAGC: 111 ICA: 172	En las páginas referenciadas se encuentra la información que permite calcular el ratio solicitado	Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla.
G4-55	IAGC: 111 ICA: 172	En las páginas referenciadas se encuentra la información que permite calcular el ratio solicitado	Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla.
Ética e integridad			
G4-56	60		Valores, principios, estándares y normas de la organización.
G4-57	62		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	61		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	19 y 20		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EC7	22		Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.
G4-EC8	19 y 20		Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.
Prácticas de adquisición			
G4-DMA	63 y 64		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EC9	9		Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE			
Energía			
G4-DMA	153, 157 y 165		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EN3	167, 169 y 171		Consumo energético interno.
G4-EN4	159 y 168		Consumo energético externo.
G4-EN5	167, 169 y 171		Intensidad energética.
G4-EN6	170 y 171		Reducción del consumo energético.
G4-EN7	175, 176 y 177		Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.
Emisiones			
G4-DMA	154, 165 y 166		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EN15	168 y 171		Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).
G4-EN16	168 y 171		Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).
G4-EN17	168 y 171		Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).
G4-EN18	168 y 169		Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.
G4-EN19	169 y 170		Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores

Página

Omisiones

Verificación externa

G4-EN20

En proceso de obtención

Emisiones de sustancias que agotan el ozono.

G4-EN21

No es relevante. Las emisiones de este tipo de contaminantes no son significativas de nuestra actividad

NO_x, SO_x, y otras emisiones atmosféricas significativas.

Efluentes y residuos

G4-DMA

153 y 159

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-EN22

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

Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.

G4-EN23

163

Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.

G4-EN24

No se han producido derrames relevantes

Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.

G4-EN25

163

Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea² y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.

G4-EN26

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

Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.

Productos y servicios

G4-DMA

175

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-EN27

159 y 176

Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.

G4-EN28

163 y 164

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

130

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-LA5

131

Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.

G4-LA6

131

Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.

G4-LA7

131

Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.

G4-LA8

131

Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores

capacitación y educación

G4-DMA 118

G4-LA9 119

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

G4-LA10 118 y 119

G4-LA11

Se ofrecen todos los desgloses por horas pero por personas por posible duplicación en la información. Estamos adaptando los sistemas informáticos para poder hacerlo próximamente

diversidad e igualdad de oportunidades

G4-DMA 121

G4-LA12 117 y 123

igualdad de retribución entre mujeres y hombres

G4-DMA 126

G4-LA13 127

evaluación de las prácticas laborales de los proveedores

G4-DMA 63 y 64

G4-LA14 63

G4-LA15 70

subcategoría : derechos Humanos

inversión

G4-DMA 133

G4-HR1 68

G4-HR2 60

Verificación externa

Información sobre el enfoque de gestión.

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

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.

Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.

Información sobre el enfoque de gestión.

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.

Información sobre el enfoque de gestión.

Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.

Información sobre el enfoque de gestión.

Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.

Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.

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.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Verificación externa
no discriminación			
G4-DMA	133		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR3	16		Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.
liber tad de asociación y negociación colectiva			
G4-DMA	126		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR4	66		Identifi ación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.
t rabajo forzoso			
G4-DMA	133 y 134		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR6	66		Centros y proveedores signifi ativos con un riesgo signifi ativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.
evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos			
G4-DMA	133 y 134		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR10	69		Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.
G4-HR11	134		Impactos negativos signifi ativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.
suBc ateGoría : socied ad			
lucha contr a la corrupción			
G4-DMA	60		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-S03	62		Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos signifi ativos detectados.
G4-S04	60		Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.
G4-S05	62		Casos confirmados de orrupción y medidas adoptadas.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores

Página

Omisiones

Verificación externa

evaluación de la repercusión social de los proveedores

G4-DMA

63 y 64

Información sobre el enfoque de gestión

G4-S09

69

No se ofrecen porcentajes sino las cantidades totales

Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social

G4-S10

70

Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas

subcategoría: responsabilidad sobre productos

salud y seguridad de los clientes

G4-DMA

172

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-PR1

173

Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.

G4-PR2

173

Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

Privacidad de los clientes

G4-DMA

100

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-PR8

104

Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

Compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas



CAPÍTULOS			
Derechos Humanos	Principio 1	Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia	Derechos Humanos
	Principio 2	Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.	Derechos Humanos
Estándares laborales	Principio 3	Las Empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Libertad de asociación y diálogo social
	Principio 4	Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Gestión de la cadena de suministro
	Principio 5	Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	Gestión de la cadena de suministro
	Principio 6	Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	Diversidad

CAPÍTULOS			
Medio ambiente	Principio 7	Las Empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Compromiso con el medio ambiente
	Principio 8	Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	Compromiso con el medio ambiente
	Principio 9	Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Servicios EcoSmart
Anticorrupción	Principio 10	Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	Ética empresarial y cumplimiento

Área de Impacto	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Asociados
Impacto económico	8: Trabajo decente y crecimiento económico
Impactos ambientales	12: Producción y consumo responsables, 13: Acción por el clima
Impacto de la Red	8: Trabajo decente y crecimiento económico
Ética empresarial y cumplimiento	8: Trabajo decente y crecimiento económico, 12: Producción y consumo responsables, 17: Alianzas para lograr los objetivos
Gestión de nuestros grupos de interés y reputación	17: Alianzas para lograr los objetivos
Gestión de la cadena de suministro	8: Trabajo decente y crecimiento económico, 9: Industria, innovación e infraestructura, 12: Producción y consumo responsables
Despliegue de Red	9: Industria, innovación e infraestructura
Transformación digital	9: Industria, innovación e infraestructura, 11: Ciudades y comunidades sostenibles, 12: Producción y consumo responsables
Innovación	8: Trabajo decente y crecimiento económico, 9: Industria, innovación e infraestructura, 11: Ciudades y comunidades sostenibles
Confianza digital	17: Alianzas para lograr los objetivos, 4: Educación de calidad
Evolución de la plantilla	5: Igualdad de género, 8: Trabajo decente y crecimiento económico
Gestión del talento y la diversidad	5: Igualdad de género, 8: Trabajo decente y crecimiento económico, 10: Reducción de las desigualdades
Libertad de asociación, diálogo social y retribución justa	8: Trabajo decente y crecimiento económico, 10: Reducción de las desigualdades
Derechos Humanos	16: Paz, justicia e instituciones sólidas
Inclusión digital	1: Fin de la pobreza, 9: Industria, innovación e infraestructura, 10: Reducción de las desigualdades, 11: Ciudades y comunidades sostenibles, 13: Acción por el clima
Acción social y cultural	1: Fin de la pobreza, 4: Educación de calidad, 10: Reducción de las desigualdades
Crecimiento en una economía verde	6: Agua limpia y saneamiento, 7: Energía asequible y no contaminante, 11: Ciudades y comunidades sostenibles, 12: Producción y consumo responsables, 13: Acción por el clima, 14: Vida submarina, 15: Vida de ecosistemas terrestres