



2010

INFORME ANUAL
de Responsabilidad
Corporativa y Sostenibilidad
Grupo Telefónica en el Perú

Telefónica

Iniciativas del Grupo Telefónica en el Perú agrupadas en torno a los Principios del Pacto Mundial



Derechos Humanos (Principios 1 y 2)

- Los trabajadores nuevos de Telefónica reciben capacitación en los Principios de Actuación (PdA) de la compañía como parte de su inducción.
- Telefónica del Perú aprobó una nueva versión de la *Normativa interna sobre el derecho al secreto de las telecomunicaciones y a la protección de datos personales de los abonados y usuarios*, según la nueva Dirección de Seguridad Corporativa.
- Brindamos oportunidades laborales a 27 personas con discapacidad.
- Ratificamos la norma ISO 27001 de Telefónica del Perú que garantiza la seguridad de la gestión de redes y los procesos de respuesta a incidencias de seguridad.
- Ofrecemos productos como la Zona de Seguridad *Speedy* y el control parental para el servicio de TV paga, para que los padres protejan a sus hijos de contenidos indebidos.
- A través de la *Norma general de extensión de los PdA a la cadena de suministro* nos aseguramos de que nuestros proveedores no incurran en prácticas de trabajo forzoso o trabajo infantil. Para ello llevamos a cabo un total de 52 auditorías a nuestros proveedores.
- El volumen de compras adjudicado localmente ascendió a más de S/. 2,891 millones.
- El 86% de los 1,792 proveedores adjudicados son proveedores locales.
- Impulsamos la inclusión digital y social de más peruanos a través de nuestra inversión en innovación tecnológica de S/. 506 millones en 2010.
- El Grupo Telefónica en el Perú invirtió más de mil millones de Nuevos Soles en el año 2010, incrementando los esfuerzos principalmente en el negocio de Internet.

Estándares laborales (Principios 3, 4, 5 y 6)

- Rechazamos cualquier tipo de trabajo forzoso, discriminación, acoso o agresión laboral.
- Apoyamos la libertad de asociación. Contamos con 2,195 empleados con convenio colectivo.
- Brindamos un trato equitativo para todos y, según el desempeño de cada trabajador, damos ascensos e incentivos. En el año, 6,780 empleados participaron de una evaluación integral.
- Invertimos más de S/. 4.7 millones en la formación de nuestros empleados.
- Realizamos chequeos médicos anuales, en horario de oficina, para nuestros empleados afiliados al Plan EPS (Entidades Prestadoras de Salud).
- Generamos más de 17 mil empleos en el año. Las mujeres representan el 48% de nuestra planilla y ocupan el 17% de los cargos directivos.
- Por segundo año consecutivo, Telefónica del Perú ingresó en el *ranking* de Mejor Clima Laboral del *Great Place to Work Institute*, que agrupa a las compañías (con 700 trabajadores o más), que cuentan con los dos tercios o más de sus empleados satisfechos. Por su parte, Telefónica Móviles, Telefónica Servicios Comerciales, *tgstiona* y Atento estuvieron entre las 35 mejores compañías para trabajar en el país.

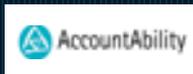
- Cinco empresas del Grupo Telefónica han obtenido la certificación Asociación de Buenos Empleadores (ABE), patrocinada por la Cámara de Comercio Americana del Perú, que reconoce sus buenas prácticas de Recursos Humanos.
- En el año, no se registró ninguna víctima mortal por operaciones que estén vinculadas a la compañía entre nuestros empleados.
- *Proniño* benefició a más de 38 mil niños, niñas y adolescentes en riesgo de trabajo infantil en 224 escuelas en 17 regiones del país.
- Más de 4 mil empleados son Voluntarios Telefónica. En 2010, este programa de voluntariado corporativo realizó 121 actividades de ayuda social.

Medio ambiente (Principios 7, 8 y 9)

- Telefónica del Perú y Telefónica Móviles confirmaron su certificado ISO 14001 de gestión ambiental mediante la superación de la auditoría anual de seguimiento.
- Fomentamos una cultura de respeto al medio ambiente con acciones como la facturación digital, la desafiliación a las *Páginas Blancas*, y *Reciclame*, programa de reciclaje de equipos celulares y accesorios en desuso.
- Apoyamos la campaña mundial *La Hora del Planeta* y difundimos esta iniciativa entre nuestros clientes y empleados.
- Reducimos el consumo de agua en más del 11%.
- Reducimos el consumo de papel blanco en más de 1,100 toneladas.
- Sensibilizamos a nuestros empleados a través de comunicados y avisos en la Intranet, revistas, carteleras, entre otros canales internos.
- En noviembre de 2010 patrocinamos el *Primer Encuentro Ambiental 3R3* con la presencia del Premio Nobel de la Paz, Al Gore.
- Promovemos las energías limpias al hacer uso de energía eólica y emplear paneles solares para llevar telecomunicaciones a zonas remotas.

Anticorrupción (Principio 10)

- Contamos con un buzón confidencial para que nuestros empleados presenten sus denuncias y quejas.
- En nuestro sitio web, brindamos información relevante para nuestros accionistas.
- Transparentamos nuestros resultados financieros y contables en la *Memoria Anual*. Asimismo, desarrollamos el *Informe anual sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno corporativo*.
- Recibimos una certificación de la Comisión Nacional Supervisor de Empresas y Valores (Conasev) por haber cumplido con el procedimiento de protección a los accionistas minoritarios.
- Emitimos anualmente la *Certificación del cumplimiento de la normativa sobre la información financiero contable*.
- Nuestros PdA garantizan nuestra conducta ética y orientan a nuestros empleados en situaciones de conflicto de intereses.
- En el año se presentaron, a nivel global, 37 denuncias relacionadas a posibles inobservancias de los Principios de Actuación.



Informes de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica en 2010

Perú



2004
GRI



2005
GRI
AA



2006
GRI A+
AA1000AS



2007
GRI A+
AA1000AS



2008
GRI A+
AA1000AS



2009
GRI A+
AA1000AS



2010
GRI A+
AA1000AS

Argentina

Desde 2003
GRI A+
AA1000AS

Brasil

Desde 2003
GRI A+
AA1000AS

Chile

Desde 2003
GRI A+
AA1000AS

Colombia

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

Ecuador

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

El Salvador

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Guatemala

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

México

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

Nicaragua

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Panamá

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Uruguay

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Venezuela

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

España

Desde 1999
GRI A+
AA1000AS

*Desde 2009 estos países publican el informe por separado. Anteriormente publicaban el Informe de Responsabilidad Corporativa de Centroamérica.

Acerca del Informe

Presentamos el séptimo Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica

Hacia un marco de reporte comparable y global

En Telefónica presentamos por séptimo año consecutivo nuestro *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad*. Se trata de un informe de gestión, que incorpora las mejoras y avances realizados en materia de sostenibilidad, seguimiento de resultados y valoración del cumplimiento de los objetivos que nos hemos venido trazando a lo largo de estos últimos años. Aquí damos cuenta también de los retos y compromisos asumidos, todo ello reportado con rigor y transparencia, tal como lo señala la verificación realizada por Ernst & Young.

Continuamos afianzando nuestro modelo de reporte estructurado en tres bloques

Primer bloque

Este primer segmento se despliega al interior de nuestra carátula y ha sido elaborado de acuerdo con los Principios del Pacto Mundial y los indicadores de la *Global Reporting Initiative* (GRI). Este desarrollo intenta mantener un criterio intersectorial que pueda permitir la comparabilidad, mejore la transparencia, y refleje los avances en la gestión, siguiendo el espíritu de los informes de progreso del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Segundo bloque

Corresponde a nuestro informe de gestión y se basa en la estrategia que venimos aplicando (gestión de riesgos, gestión de oportunidades y relacionamiento con nuestros grupos de interés o *stakeholder engagement*), y cuyo contenido da respuesta a los principios de inclusividad, materialidad y capacidad de respuesta (principios del estándar AA1000), así como a la guía de elaboración de memorias de sostenibilidad GRI, versión 3.0 G3.

Tercer bloque

Materiales monográficos que abordan temas relevantes para nosotros, donde además existe una demanda de información por parte de nuestros grupos de interés. El tercer bloque está planteado como un suplemento anexo al informe y este año desarrolla todos los esfuerzos e iniciativas que hemos puesto en marcha para colocar a nuestros clientes en el centro de toda la operación de la compañía.



Avance en el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial

Los 10 Principios del Pacto Mundial y su correspondencia con los indicadores GRI establecen la estructura de este primer bloque

Derechos Humanos

Principio 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia.

- Apoyamos y respetamos la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia.
- En materia de seguridad y salud: se ha designado un Centro de Competencia Internacional de Seguridad Salud en el Grupo (CCISS), para el asesoramiento proactivo en prevención de riesgos laborales a las diferentes regiones en las que operamos y el despliegue e implantación del proyecto *Seguridad, salud y bienestar*.
- Fomentamos el buen uso de las tecnologías de la información y comunicación por niños y adolescentes.
- Hemos alcanzado un nivel adecuado y uniforme de protección en los datos de carácter personal en todas nuestras operaciones, con independencia del país donde estamos presentes.

Principio 2

Las empresas deben asegurar que sus negocios no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

- En Telefónica trabajamos día a día para asegurarnos de que nuestras empresas no sean cómplices en posibles vulneraciones, de forma directa con nuestros profesionales, clientes y comunidades, o de forma indirecta con nuestros proveedores.
- Continuamos trabajando en simplificar y clarificar la oferta, progresar en la estrategia de multicanalidad –especialmente aprovechando las oportunidades que ofrecen las redes sociales– y trasladar estos avances a la satisfacción del cliente de cada país.
- Colaboramos para solventar los problemas sociales en las comunidades locales donde operamos, para ello aportamos con capacidades y tecnología. Es de destacar la implicación económica, material y técnica de Telefónica ante las situaciones de emergencia y catástrofes ocurridas durante 2010, con el objetivo de contribuir a una pronta recuperación de las distintas zonas e intentar que las comunidades recuperen su derecho a una vida digna.
- Trabajamos en la formación de nuestros proveedores para que conozcan nuestra estrategia en gestión responsable en la cadena de suministro, así como fortalecer la cultura de responsabilidad corporativa en sus empresas.

Estándares laborales

Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

- En Telefónica asumimos el compromiso de garantizar que todos los trabajadores –directos e indirectos– puedan tener la posibilidad de formar y afiliarse al sindicato de su elección sin temor a represalias o intimidaciones, de conformidad con la legislación local de cada uno de los países en los que opera, así como apoyamos el derecho a la negociación colectiva.
- En materia de libertad de asociación, en Telefónica tenemos como referentes nuestros Principios de Actuación, el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales y su Código de Conducta, vigentes entre la Union Network International (UNI) y la compañía.
- El porcentaje de empleados de Telefónica con condiciones laborales reguladas por convenios colectivos aumentó en más de dos puntos porcentuales en 2010, hasta alcanzar el 75% de la planilla.
- Gracias a la creación de unos 200 foros paritarios, los trabajadores de Telefónica están representados al más alto nivel, promueven la mejora de sus condiciones laborales y la salvaguarda de su bienestar físico, mental y social.
- Informamos puntualmente, a través de nuestros canales internos, sobre los acuerdos o cambios organizativos que se producen. Dentro de estos conductos internos de comunicación existen canales de denuncia puestos a disposición de todos los empleados a través de Internet.

Principio 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

- Garantizamos la no existencia de trabajo forzado en ninguna de las empresas, así como en ninguno de los países en los que la compañía tiene operaciones. Este esfuerzo se extiende a nuestros proveedores.
- Potenciamos nuevas formas de trabajo que permitan una mayor flexibilidad a nuestros empleados, haciendo más fácil la conciliación de su vida personal y profesional.
- Todas nuestras empresas adheridas al Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales han obtenido el Certificado de Auditoría de Prevención de Riesgos Laborales.
- La compensación fija que Telefónica paga a sus empleados está en todos los casos por encima de los salarios mínimos locales. En muchos casos esta retribución fija se complementa con un paquete de beneficios sociales adecuado a los mercados en los que operamos.
- Colaboramos junto con nuestros proveedores para evitar que se produzcan situaciones de servidumbre o trabajo forzoso en nuestra cadena de valor.

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

- En Telefónica actuamos en tres frentes para contribuir de manera significativa con la erradicación del trabajo infantil en los países en los que la compañía opera: a través de la propia regulación interna, de la gestión responsable de la cadena de suministro y de la intervención directa con los programas de acción social *Proniño* y *EducaRed* de la Fundación Telefónica.
- Durante 2010 intervenimos en 5,860 instituciones educativas latinoamericanas en colaboración con 118 ONG ejecutoras, beneficiando directamente a 211,349 niños, niñas y adolescentes. Asimismo, instalamos 432 Aulas Fundación Telefónica (AFT) que benefician adicionalmente a 223,988 escolares.
- El portal global *EducaRed* recibió 52.6 millones de visitas y más de 233 millones de páginas fueron consultadas por la comunidad educativa iberoamericana. Los cerca de 2,100 cursos de capacitación organizados, en los que se han impartido 1.2 millones de horas de formación, beneficiaron a más de 142,000 personas. .

Principio 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y educación.

- Nuestro Proyecto Global de Diversidad es el encargado de convertir internamente este principio en una realidad, principalmente a través de la inclusión de la perspectiva de diversidad en el ciclo de vida del empleado.
- A través de nuestras acciones de sensibilización: por medio de la plataforma de formación *e-learning*, donde destaca el curso *Gestión de la diversidad cultural*, cuyo principal objetivo es que los empleados aprendan a hacer frente a nuestra realidad multicultural y se adapten a ella en su entorno de trabajo.
- Con el desarrollo de políticas internas: para que la igualdad esté contemplada en todas nuestras políticas de empleo.

Medio ambiente

Principio 7

Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente.

- Contribuimos a la solución de los problemas globales, como la mitigación o adaptación al cambio climático a través de nuestros productos y servicios. Trabajamos fuertemente en la identificación apropiada de los riesgos ambientales en nuestras operaciones, contribuyendo de manera sectorial y global.
- En Telefónica, nuestro Sistema de Gestión Ambiental Global marca las líneas de acción para una gestión ambiental preventiva y adecuada. Sabemos que el cambio climático y la eficiencia energética son un reto global y los gestionamos de manera adecuada. Creemos firmemente que podemos reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) globales a través de actividades de eficiencia energética interna y sobre todo a través de nuestros productos y servicios en el ámbito mundial.

Principio 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

- Trabajamos con los equipos locales capacitados y comprometidos con los objetivos medioambientales y de cambio climático y eficiencia energética. Gestionamos de manera eficaz la responsabilidad ambiental de todas las líneas de negocio.
- Ponemos mayor énfasis en la gestión de residuos en operaciones, así como el control de impacto visual y/o acústico en el despliegue de red. La responsabilidad de reducción GEI y energía la llevamos a cabo a través de proyectos globales con miras a cumplir nuestros objetivos globales de reducción al año 2015.

Principio 9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

- Identificamos y desarrollamos productos y servicios que generen eficiencia energética y reducción de emisiones de CO₂ en nuestros clientes.
- A través de nuestros productos y servicios podemos contribuir con la protección del medio ambiente, así como fomentar la eficiencia energética en nuestros clientes y con ello reducir las emisiones de GEI globales. Esta propuesta de valor de Telefónica debe ser legítima y enfocada a todos los segmentos de nuestro negocio en Europa y América Latina.

Anticorrupción

Principio 10

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas, extorsión y el soborno.

- En Telefónica somos conscientes del elevado coste de la corrupción. A mediano y largo plazo, las empresas contarán con una fuerte estrategia anticorrupción.
- Contamos con dos comisiones dependientes del Consejo de Administración (la Comisión de Auditoría y Control, y la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa de Telefónica S.A.), además de unidades organizativas específicas.
- Nuestros Principios de Actuación contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, no aceptación de regalos y sobornos, y el principio de neutralidad política. También contamos con normas que introducen principios de control contra el fraude en los procesos con mayor riesgo potencial.

2010

INFORME ANUAL
de Responsabilidad
Corporativa y Sostenibilidad
Grupo Telefónica en el Perú

Telefónica



Índice

	Carta de los Presidentes	6
	Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad	8
01	Aplicamos la estrategia a nuestra gestión	10
02	Relaciones sostenibles	24
03	Indicadores clave	38
04	Reconocimientos	39
05	Motor de progreso	40
	Carta de revisión independiente	42

Carta de los Presidentes

Carta del Presidente Telefónica, S.A.



Estimados amigos:

Es un placer para mí presentarles el Informe de "Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad" de Telefónica, un documento que, ya en su propia denominación, introduce un cambio de notable calado, que tiene que ver con nuestra estrategia en esta materia y con nuestros logros en 2010: por primera vez en nueve años introducimos el concepto "sostenibilidad" en la denominación del Informe.

El ejercicio de 2010 ha supuesto para nosotros, sin género de dudas, el número más alto de resultados en Responsabilidad Corporativa (RC). Para empezar, hemos liderado por segundo año consecutivo, el *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)* –el índice de inversión socialmente responsable más importante del mundo– en el denominado supersector de las telecomunicaciones, incluyendo operaciones fijas y móviles. También, la prestigiosa revista *Fortune*, nos ha reconocido como la "Compañía más Admirada" del sector de las telecomunicaciones. Además, Telefónica ha liderado el *Carbon Disclosure Project (CDP)* en nuestro sector; conviene recordar que CDP aglutina a más de 475 inversores que gestionan conjuntamente activos por valor de 36 billones de euros y que recopila información sobre los riesgos y oportunidades identificadas relativas al cambio climático, los planes de reducción de emisiones y la transparencia de las actuaciones corporativas para mitigar el cambio climático. Adicionalmente, la compañía ha renovado un año más su presencia en el índice de inversión ética FTSE4Good. Y, por último, a estos logros globales, hay que sumar los numerosos reconocimientos y premios recibidos por todas nuestras operadoras en los diferentes países donde estamos presentes.

Mantener estos logros en 2011 no va a ser sencillo. Superarlos, será tarea titánica. Por eso nos hemos propuesto un profundo proceso de reingeniería de procesos, que abarca desde un nuevo planteamiento estratégico, hasta un nuevo modelo de trabajo. Solo quien se reinventa cada día puede mantener una posición de liderazgo. Para ello hemos incorporado a nuestro programa *bravo!* –programa global de transformación de compañía para el periodo 2010-2012– la sostenibilidad y la RC como una de las palancas clave del denominado eje cultura. Así, junto con nuestra marca y nuestros

profesionales, la RC es una palanca necesaria para reforzar nuestra relación con la sociedad. Los avances en esta materia tienen seguimiento tanto en el Consejo de Administración, principal órgano de gobierno de Telefónica, como en el Comité Ejecutivo, principal órgano de dirección.

Además, en el terreno de la gestión interna, hemos vinculado nuestra estrategia en esta materia con la definición que hace DJSI: "la sostenibilidad corporativa es –dice el índice– un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social". Esta definición nos está permitiendo no solo una aproximación conceptual de mayor calado al fenómeno de la RC, sino, sobre todo, una mayor vinculación con la estrategia de negocio, tanto en la gestión de riesgos propios de nuestra actividad como a la gestión de oportunidades vinculadas al impacto de nuestros servicios en la sociedad y al denominado *stakeholder engagement*.

Telefónica produce 16 informes de RC localmente y uno corporativo, también revisados externamente. Por ese motivo, en 2010 hemos apostado por unirnos a la plataforma *Global Compact Lead*, una iniciativa formada por cerca de 50 compañías multinacionales que busca promover la idea de la sostenibilidad bajo el impulso de las Naciones Unidas.

Por último, estamos adaptando nuestro modelo interno de gestión con el fin de dar respuesta a estas líneas de trabajo. Trabajar en sostenibilidad es trabajar de forma horizontal para (y junto) con todas las áreas y a todos los niveles organizativos: corporación, región o país. Asegurando esa horizontalidad seremos capaces de alcanzar nuestros desafíos.

Nuestro reto es grande. Y nuestra ilusión, máxima. Confiemos en poder conseguirlo y poder seguir contando con su confianza.

César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.

Carta del Presidente de Telefónica Latinoamérica y del Presidente del Grupo Telefónica en el Perú



Desde hace siete años venimos presentándole nuestro *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad*, reporte que ha ido evolucionando en su estructura y contenido para ofrecerle una información cada vez más relevante a partir del adecuado entendimiento de nuestra razón de ser, la manera como operamos nuestro negocio e impactamos en la sociedad y, lo más importante, nuestra contribución con el desarrollo económico y social del Perú.

En el Informe destacamos con orgullo nuestros logros durante el ejercicio 2010, año en el que hemos continuado con el crecimiento de nuestros servicios brindando una mayor cobertura, sobre todo en las zonas rurales más alejadas y, también, incrementando nuestra red de clientes, que ahora supera los 22.3 millones. Ello solo ha podido lograrse a partir de importantes inversiones que permiten cubrir parte de la gran geografía nacional, así como a la confianza depositada por nuestros clientes.

Al igual que en el ejercicio anterior, hemos puesto especial foco en el cliente y hemos concentrado esfuerzos para mejorar considerablemente nuestro desempeño frente a sus expectativas. Este hecho nos ha permitido lograr 7.85 puntos al cierre de 2010 en el índice de satisfacción de nuestros clientes de telefonía móvil (ISC), y 7.18 puntos en los clientes de telefonía fija, en donde el incremento alcanzado ha sido el más alto de los últimos tres años. La mejora de nuestros procesos internos de cara a ofrecer mayores niveles de calidad, así como la profundización de políticas para la protección de datos son, entre otras, parte de nuestra sólida propuesta de valor orientada a la mejora continua.

Resulta obligado destacar la participación de nuestros colaboradores, cuya renovada actitud



puesta de manifiesto en los multitudinarios talleres *Todos por el Cliente*, y en el nuevo rol de *Embajadores Telefónica*—que han asumido también con ilusión y compromiso— han contribuido a elevar el clima laboral y reducir los espacios de conflictividad sindical. Ello se aprecia al ver que Telefónica del Perú, Telefónica Móviles y otras tres importantes empresas del Grupo Telefónica han sido consideradas dentro del *ranking* de las mejores empresas para trabajar en el país, reconocimiento otorgado por el Great Place to Work Institute.

Nuestra estrategia hoy, en un momento en el que las telecomunicaciones están transformando las sociedades, busca conducirnos a la sostenibilidad y está enfocada en identificar los impactos más sensibles de nuestra operación con el fin de gestionarlos oportunamente. Ello nos permitirá alcanzar el objetivo de convertirnos en la primera compañía global en el mundo digital, ambiciosa meta que encuentra en nuestro emblemático programa *bravo!*, la palanca para acelerar la transformación de la compañía y construir relaciones sostenibles con nuestros grupos de interés.

Persistimos en las iniciativas de innovación e inclusión social, y particularmente este año nos sentimos orgullosos de haber concluido

José María Álvarez-Pallete
Presidente Telefónica Latinoamérica

el proyecto de *Banda Ancha Satelital para localidades aisladas* (BAS), que permitió que 1.7 millones de peruanos hoy accedan a las tecnologías de la información y la comunicación. Este importante proyecto fue posible gracias a una alianza público privada con el Estado peruano, que financió el proyecto con los recursos del fondo para el servicio universal (Fitel). En esa misma línea de contribución al desarrollo, se inició el tendido de una nueva plataforma de fibra óptica que recorrerá la sierra y la selva nacional en un trayecto de 1,800 km, y que incrementará nuestra red nacional de transporte de fibra óptica en más del 50%.

Por otro lado, nuestra preocupación por la protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes, y por asegurarles una educación de calidad que no se vea interrumpida debido a obligaciones laborales que impidan su adecuado desarrollo, continúa guiando el eje de nuestra acción social estratégica. En 2010, el número de beneficiarios del programa *Proniño* superó la cifra de 38 mil, en 17 regiones del país.

Finalmente, nos ratificamos un año más en el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como en el alineamiento a los estándares del *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI), y a las nuevas tendencias que presenta la guía de la *Global Reporting Initiative* (GRI G-3).

El informe que les presentamos registra, además, los espacios de diálogo que se realizan en diversos formatos con nuestros grupos de interés, incorpora sus recomendaciones y sintetiza el compromiso que venimos desarrollando, día a día, para fortalecer la confianza de la sociedad y sus distintos actores, labor que nos hemos tomado muy en serio. Estamos seguros que el camino del desarrollo sostenible nos ayudará a cumplir este reto.

Javier Manzanares Gutiérrez
Presidente del Grupo Telefónica en el Perú

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad en Telefónica

El nuevo enfoque de sostenibilidad contribuye a construir relaciones a largo plazo con nuestros grupos de interés.

La RC de Telefónica se enmarca en el programa estratégico *bravo!*

En Telefónica entendemos la Responsabilidad Corporativa (RC) como una herramienta de generación de valor para el negocio y para los grupos de interés. Somos conscientes de que las necesidades y expectativas de estos grupos cambian con el tiempo, por lo que consideramos importante revisar constantemente nuestra estrategia y adaptarla a las condiciones del entorno. Así, este año hemos incorporado el enfoque de la sostenibilidad como una función ligada a nuestro negocio y un factor clave para el éxito.

La propuesta que estamos poniendo en marcha está en línea con la definición que realiza el *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*¹: "la sostenibilidad corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social".

En este sentido, nuestra estrategia de RC ha evolucionado, enfocándose en la consecución de los objetivos planteados por el programa estratégico *bravo!*, que tiene como fin último convertirnos en la mejor compañía del mundo digital, aprovechando las oportunidades y el crecimiento del sector de las telecomunicaciones. Este programa global se

articula en torno a cuatro pilares que permitirán transformar el negocio: clientes, oferta, plataformas y cultura.

Para alcanzar nuestros objetivos en materia de RC y sostenibilidad, estamos poniendo énfasis en la cultura corporativa mediante tres palancas: nuestro compromiso con la sociedad, los empleados y la marca. El objetivo es construir una cultura única para una compañía global que integre nuestra gran diversidad como organización y garantice la confianza de todos nuestros grupos de interés.

Nuestra estrategia de RC y sostenibilidad se organiza en tres líneas de trabajo:

- La gestión de los riesgos o impactos.
- La gestión de las oportunidades.
- El relacionamiento con nuestros grupos de interés o *stakeholder engagement*.

La gestión de los riesgos o impactos

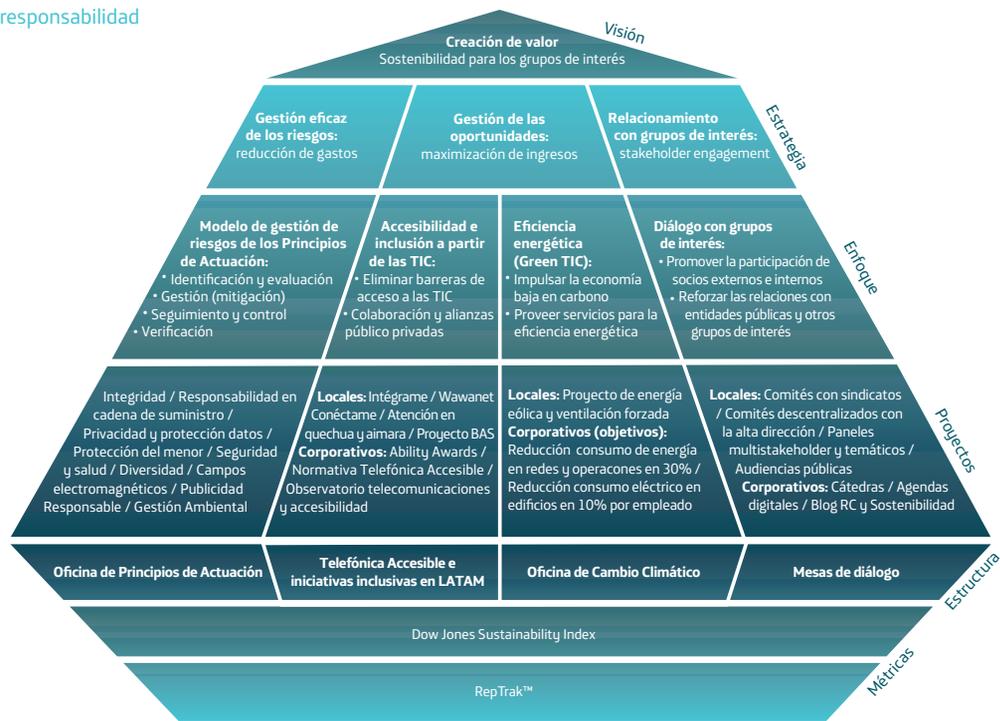
Consideramos fundamental tener un enfoque preventivo para gestionar los impactos vinculados al incumplimiento de nuestros Principios de Actuación (PdA), que son la guía

Pilares del programa *bravo!*



¹ Índice bursátil que se ha convertido en una referencia para medir el compromiso de sostenibilidad de las empresas, a partir de una evaluación y clasificación de acuerdo con criterios financieros, sociales y ambientales.

Esquema estratégico de la responsabilidad corporativa en Telefónica



que orienta a nuestros profesionales en su trabajo diario, tanto en la toma de decisiones y en su proceder como en la forma en la que interactúan con clientes, proveedores, accionistas, empleados y la sociedad en general. Para ello, disponemos de un modelo de gestión simple y eficaz basado en la identificación y evaluación de riesgos, el planteamiento de respuestas y el correspondiente seguimiento a través de proyectos, que finalmente tienen impacto directo en nuestra reputación.

El órgano encargado de desarrollar políticas y procedimientos para la prevención de los riesgos identificados es la Oficina de Principios de Actuación, cuya unidad de proyectos comenzó, desde 2009, a definir nuestro posicionamiento. Además la Oficina articula las actuaciones internas en responsabilidad en la cadena de suministro, Derechos Humanos, integridad, privacidad y protección de datos, seguridad y salud, campos electromagnéticos, gestión ambiental, protección del menor y publicidad responsable.

La gestión de las oportunidades

Queremos aprovechar las oportunidades que brindan las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para impulsar nuestra contribución con la sociedad a través de dos líneas de actividad diferenciadas:

Innovación e inclusión social

Identificación e impulso de proyectos para captar oportunidades de negocio con impacto social, que beneficien a personas que tradicionalmente se han visto excluidas de los beneficios que ofrecen las TIC (habitantes de zonas rurales y remotas, de escasos recursos, con discapacidad, entre otros).

Durante 2010, desarrollamos múltiples iniciativas para llevar las telecomunicaciones a más peruanos, masificar la banda ancha, contribuir con la alfabetización digital y la calidad educativa. Los dos hitos más importantes en el año fueron la conclusión del proyecto *Banda Ancha Satelital para localidades aisladas* (BAS), que benefició a 1.7 millones de peruanos, y el inicio del tendido de una nueva red de 1,800 km de fibra óptica por la sierra y selva del país.

Eficiencia energética

Generación de proyectos globales de eficiencia energética e impulso al desarrollo de productos y servicios vinculados con la eficiencia energética de clientes y la reducción de gases de efecto invernadero (GEI).

En 2010, en el ámbito global cumplimos más de la mitad del objetivo de reducción del 30% del consumo eléctrico en nuestras redes definido en 2007, instauramos el programa Green Customer Experience y alcanzamos el liderazgo en el índice de la organización independiente *Carbon Disclosure Project*.

En el ámbito local, continuamos aprovechando los recursos naturales del país para utilizar energía renovable, reduciendo así los costos para la compañía y los impactos en el medio ambiente.

El relacionamiento o diálogo con nuestros grupos de interés (stakeholder engagement)

Promovemos el diálogo efectivo a través de espacios de intercambio de opiniones y expectativas como los paneles de diálogo *multistakeholder*, las reuniones con empleados y sindicatos, el relacionamiento en medios sociales, las alianzas público privadas, entre otros. De esta manera, escuchamos a nuestros grupos de interés, orientamos nuestras acciones a construir relaciones de confianza con ellos y establecemos sinergias para trabajar en temas comunes.

Para el seguimiento de estas tres líneas de trabajo, además de herramientas de medición específicas para cada uno de los proyectos, contamos con dos indicadores de carácter estratégico: el *Dow Jones Sustainability Index*, desde un punto de vista de gestión (donde somos líderes, por segundo año consecutivo, en el sector de telecomunicaciones) y, desde un punto de vista reputacional, el *RepTrak™*², índice de reputación que empleamos desde 2005.

² Índice de reputación que permite conocer la percepción de la gestión local de la compañía y compararla con otras empresas a nivel global.



01

Aplicamos la estrategia a nuestra gestión

01	Análisis de materialidad	12
02	Gestión de los impactos	14
03	Gestión de las oportunidades	20
04	Diálogo con nuestros grupos de interés	23

01 1

APLICAMOS LA ESTRATEGIA
A NUESTRA GESTIÓN

Análisis de materialidad

Priorizamos todos aquellos asuntos que son relevantes y atendemos a las demandas de nuestros grupos de interés.

En este análisis se han tomado en cuenta las características y particularidades de Telefónica

Para la elaboración de nuestro séptimo *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad*, y según el ejercicio realizado el año pasado, nos hemos enfocado hacia los temas identificados como relevantes para nuestros grupos de interés a partir del desarrollo de una matriz que recoge y analiza dichos asuntos en contraste con el impacto anual o potencial que pueden ejercer en nuestra estrategia, para atender así a las demandas e inquietudes de estos grupos. Para ello, como un primer paso tomamos en cuenta diversas fuentes como las exigencias y requisitos de organismos internacionales, los índices de inversión como el *Dow Jones Sustainability Index*, los análisis de riesgos de nuestra compañía y del sector, los resultados

financieros, los paneles de diálogo con grupos de interés sobre el informe y los proyectos que estamos emprendiendo de acuerdo con los lineamientos corporativos.

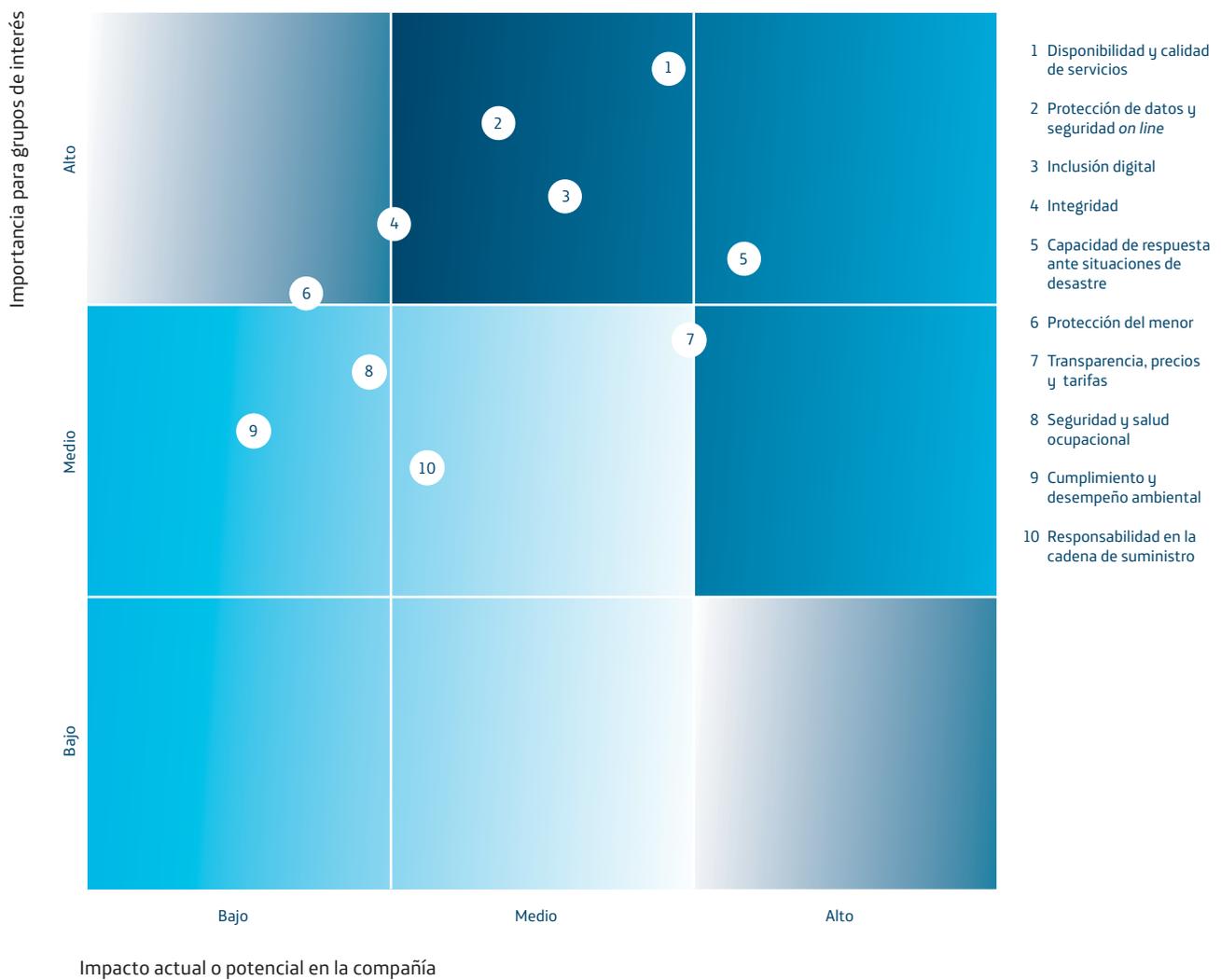
Para efectos de la elaboración de este informe, de los 36 temas identificados en un primer momento, se tuvieron en cuenta los 10 que destacaron dentro de los niveles medio y alto. Estos puntos están desarrollados a lo largo del informe, junto con el reporte de los indicadores de la *Global Reporting Initiative (GRI)*, la adhesión a los Principios del Pacto Mundial, la contribución a los Objetivos del Milenio y el cumplimiento de los principios de inclusividad, exhaustividad y capacidad de respuesta de la norma AA1000³.

Criterios de medición

Influencia en Telefónica	Influencia externa
Criterio	Criterio
Satisfacción cliente	Empleados / Sindicato
Satisfacción empleado	Asociaciones de consumidores
Crecimiento	ONG / Sociedad
Eficiencia	Organismo regulador
Retorno al accionista	Gobierno
	Proveedores
	Medios

³ Estándar internacional que analiza la información que presenta una determinada organización para garantizar que sea confiable para los grupos de interés, de manera que ellos puedan revisarla, comentarla, y tomar decisiones según ésta.

Matriz de materialidad



01 2

APLICAMOS LA ESTRATEGIA
A NUESTRA GESTIÓN

Gestión de los impactos

Para cada uno de nuestros impactos, consideramos necesario establecer estándares mínimos de actuación, que van mas allá de la legislación local.

En 2010
ratificamos
la norma ISO
27001 del
Sistema de
Gestión de
Seguridad de la
Información

Protección de datos y seguridad *on line*

En Telefónica entendemos que una de las grandes preocupaciones para nuestros grupos de interés en el mundo digital es la seguridad de su información. La rápida evolución de las amenazas en Internet demanda nuevos sistemas preventivos o mejoras inmediatas en los sistemas de seguridad vigentes. Para darles confianza y tranquilidad, trabajamos constantemente en optimizar nuestros procesos de administración de datos, operaciones, productos y servicios.

Con el fin de estar al tanto de las tendencias y reportes de ataques en Internet, formamos parte de organizaciones como FIRST (*Forum of Incident Response and Security Teams*), que agrupa a los equipos de respuesta a incidentes de seguridad en el ámbito mundial, y del APWG (*Anti-Phishing Working Group*), una de las principales organizaciones globales focalizada en la lucha contra el fraude informático, suplantación y robo electrónico.

Para nuestros clientes del segmento Empresas, presentamos un nuevo servicio de *antiphishing* con varios niveles de defensa que permiten enfrentar el problema creciente del fraude electrónico, provocado por el uso de correos electrónicos engañosos. Este servicio está orientado a empresas que, por su negocio, realizan transacciones de dinero o de información confidencial, en línea o por Internet.

Adoptamos rigurosas medidas internas de seguridad

Cumpliendo con lo establecido por la legislación vigente, hemos adoptado todas las medidas técnicas y organizativas necesarias para evitar la pérdida, mal uso, alteración, el acceso no autorizado y robo de los datos personales almacenados. Muestra de ello es la ratificación en 2010 del cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 27001 del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información por Telefónica del Perú, que garantiza la seguridad de la gestión

de redes de banda ancha, telefonía móvil y la empresarial, en la que se incluyen los procesos de respuesta a incidencias de seguridad.

Con nuestros trabajadores hemos compartido la *Normativa interna sobre el derecho al secreto de las telecomunicaciones y a la protección de datos personales de los abonados y usuarios* para que se comprometan a cumplirla. En diciembre de 2010, Telefónica del Perú aprobó una nueva versión que recoge las funciones de la Dirección de Seguridad Corporativa, área que reúne y prioriza los diversos estamentos de la empresa vinculados con el aseguramiento de la información y que antes no existía como tal. Esta normativa también se encuentra en el Reglamento interno de trabajo y en la Intranet, para que se pueda acceder a ella en cualquier momento.

Por otro lado, hemos continuado con el trabajo, iniciado en 2009, de incorporar los requisitos para el cumplimiento de la normativa interna referida en los contratos con proveedores que puedan implicar acceso o manejo de información protegida y sensible para nuestros clientes.

En 2010, no existen denuncias por infracción de la protección de datos de nuestros clientes. Su cumplimiento es supervisado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).

Integridad

En Telefónica, buscamos que todos los que forman parte de nuestra organización actúen en línea con los principios éticos más exigentes, de manera que promovamos la confianza como nuestro valor central e inspiremos a la sociedad a partir de nuestras actitudes y expresiones.

Para desarrollar una cultura basada en valores sólidos contamos con nuestros Principios de Actuación (PdA), el código de conducta que nos ayuda a tomar decisiones y actuar con integridad, transparencia y profesionalidad con nuestros grupos de interés.

Estos principios establecen, por ejemplo, nuestra absoluta neutralidad política y el respeto a la

Reunimos a expertos mundiales en seguridad de redes

Por segundo año consecutivo Telefónica del Perú y FIRST organizaron el 6to. Congreso Latinoamericano de Respuesta a Incidentes de Seguridad (Colaris) en Lima. Con la participación de expertos nacionales e internacionales en seguridad de redes de Internet, se discutieron temas como el *antiphishing*, fraude financiero, gestión de la seguridad corporativa y sus aspectos regulatorios y legales, así como los retos para la nueva generación de servicios de seguridad, entre otros.

libre competencia, de modo que no se generen perjuicios para el interés económico general en el territorio nacional. A partir de estos lineamientos se desprenden políticas y normativas concretas para su cumplimiento en el desarrollo de nuestra actividad diaria.

Además de ser fundamentales para la construcción de nuestra reputación, los PdA fomentan una cultura de trabajo íntegra y generan en nuestros empleados orgullo y sentido de pertenencia. Por ello, resulta importante capacitarlos para que conozcan a profundidad estos lineamientos y los apliquen al tomar decisiones laborales. En 2010, el 48.2%⁴ del personal ha sido formado en los PdA a través de la herramienta virtual *e-learning*.

En el año también implementamos una inducción virtual para integrar a los nuevos empleados y formarlos en los principios básicos y el código de conducta de la compañía. Desde marzo de 2010, cerca de 400 incorporaciones fueron acompañadas de esta inducción virtual.

Para supervisar y velar por el cumplimiento de nuestro código de conducta, contamos con la Oficina de Principios de Actuación, encargada de divulgar los PdA al interior de la compañía, coordinar su implementación y evaluar las denuncias que se reportan desde los canales confidenciales disponibles para todos los empleados. Este trabajo se potencia a partir de las sinergias que se crean con los equipos de auditoría interna, intervención e inspección, quienes con frecuencia se reúnen para evaluar los distintos casos. Durante el año, se recibieron en el ámbito global un total de 121 comunicaciones, 84 fueron consultas referidas a los PdA y políticas asociadas, y el resto estuvo relacionado a posibles inobservancias. Para estas últimas, evaluamos el caso y tomamos las acciones disciplinarias correspondientes (despidos, notificaciones o consejos) según las circunstancias y la gravedad de la situación.

A todos estos esfuerzos por fomentar y asegurar una conducta ética, se suman nuestros aportes a la lucha contra la corrupción en la administración de justicia, presentando quejas o denuncias ante la Oficina de Control de la Magistratura cuando identificamos casos debidamente comprobados. El impulso de estas denuncias es una contribución a la sociedad y ha dado lugar a la sanción de magistrados que habían actuado en forma contraria a lo dispuesto por las normas legales.

Promovemos parámetros éticos entre abogados

Como continuación del trabajo iniciado en 2009 de promover el ejercicio ético y responsable de los abogados, desarrollamos el proyecto de reglamento de promoción y disciplina, cuya finalidad es promover los más altos estándares de acuerdo con los principios y normas contenidos en el *Código de buenas prácticas del abogado*. También se ha avanzado en la redacción del acta de fundación del sistema de autorregulación y los compromisos corporativo, institucional, de estudios de abogados e individuales, que debieran suscribirse para su adhesión al sistema. En 2011 se llevará a cabo una revisión final para implementar el sistema en la segunda mitad del año.

Capacidad de respuesta ante situaciones de desastre

La experiencia nacional e internacional nos ha enseñado que los terremotos producen serios daños a la infraestructura de telecomunicaciones, que dificultan que las personas puedan comunicarse durante y después del desastre natural. Esto se debe a que, por un lado, las redes sufren la caída de postes y antenas, rotura de líneas de fibra óptica, entre otras averías y que, por otro, se incrementa desproporcionadamente el tráfico de llamadas, lo que ocasiona congestión en las redes y dificulta que nuestros clientes se comuniquen. Los hechos recientes ocurridos en distintas partes del mundo nos han demostrado que ninguna red de telecomunicaciones puede soportar el altísimo tráfico de llamadas que se produce en estas situaciones extremas.

Durante los últimos años, hemos implementado una serie de acciones a fin de mejorar y reforzar nuestras redes y plataformas, como es el caso del nuevo tendido y la instalación del respaldo por cable submarino en el norte del país. Asimismo, hemos unificado los Centros de gestión fijo-móvil, lo que permite realizar de manera continua acciones de detección,

diagnóstico, escalamiento de incidencias y operación remota para poder resolver inmediatamente cualquier anomalía que se presente en las redes. Junto con las otras operadoras en el mercado implementamos la Red Especial de Comunicaciones en Situación de Emergencia (Recse), que prioriza las llamadas para autoridades estatales.

Conjuntamente con las redes troncales, contamos con un *backup* de fibra submarina de Telefónica Internacional (TIWS), bancos de baterías y grupos electrógenos. También nos hemos esforzado por ampliar en 243% los circuitos móviles y en 335% los circuitos de protección de móviles en las principales ciudades del país.

En 2010, hemos realizado cuatro planes de prueba de comunicación de emergencia con los teléfonos satelitales Iridium 9555, diseñados para asegurar la fiabilidad de las comunicaciones en cualquier lugar y para soportar las condiciones más adversas.

Mejoramos nuestra organización interna

Durante el año, hemos consolidado una serie de medidas internas que nos permitirán estar mejor preparados ante cualquier incidencia, y articular adecuadamente las acciones internas que deben realizar las distintas áreas en la compañía. Así, implementamos el plan de continuidad de negocio según la norma BS-25999 y los lineamientos corporativos, que permiten establecer las estrategias y procedimientos que debe realizar una organización que provee direccionamiento, soporte, equipamiento, metodologías y estándares, para garantizar la continuidad de las operaciones del negocio. En esta línea, presentamos la Oficina de Continuidad de Negocio, liderada por la Dirección de Seguridad Corporativa, a todos los comités directivos de Telefónica.

Asimismo, hemos conformado el Comité de Crisis que se encarga de revisar la evolución de las actividades del plan de continuidad del negocio y asegurar la provisión de recursos suficientes para el mantenimiento y desarrollo del mismo.

En el ámbito preventivo hemos participado en campañas de difusión sobre el uso adecuado de los servicios de telecomunicaciones en

⁴ Incluye a todas las empresas del Grupo Telefónica en el Perú.

01 2

APLICAMOS LA ESTRATEGIA
A NUESTRA GESTIÓN

GESTIÓN DE LOS IMPACTOS

caso de emergencias y también colaboramos permanentemente con el Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci) en la coordinación y ejecución de simulacros. Con motivo del simulacro nacional realizado en agosto de 2010, nos sumamos al MTC para presentar la campaña *1,2,3...Comunicación en situaciones de desastre*, que busca informar acerca de las mejores alternativas de comunicación en estos casos.

Protección del menor

Como compañía que pone a disposición de los clientes el acceso a las nuevas tecnologías para contribuir con el desarrollo del país, somos conscientes de que nuestro trabajo no termina en la provisión de los servicios, sino que involucra unos estándares mínimos de seguridad para proteger los derechos y la integridad de las personas, sobre todo de los niños, niñas y adolescentes. Ellos conforman el grupo más vulnerable ante los riesgos que pueden encontrarse o generarse en Internet.

En Telefónica trabajamos activamente para fomentar un uso sano y responsable de las TIC y permitir que los menores puedan aprovechar estas herramientas, por ser fundamentales en la educación moderna y para el crecimiento intelectual. Todas las acciones que realizamos parten de una estrategia corporativa que incluye el desarrollo de productos y servicios, la investigación en torno al uso de las TIC por parte de menores y la sensibilización a la comunidad educativa y sociedad en general. Así, en 2008, junto con la Universidad de Navarra y la Organización Universitaria Interamericana (OUI) fundamos el Foro Generaciones Interactivas para afianzar nuestro trabajo en esta materia, crear conciencia, educar y sensibilizar a la sociedad.

Ante el crecimiento de la problemática de ciberacoso o acoso mediante Internet u otras tecnologías, hemos incorporado en nuestro sitio web de RC (www.telefonica.com.pe/rc) una sección con algunos consejos prácticos para que los padres estén prevenidos. En este canal también se presenta todo el trabajo de la compañía en materia de protección al menor. Adicionalmente, durante el año lanzamos avisos publicitarios con información y recomendaciones para los padres.

Productos y servicios

Brindamos opciones de clasificación y regulación de contenidos para ayudar a los

padres a prevenir situaciones de peligro para sus hijos. Entre ellos tenemos:

- **Zona de Seguridad Speedy**
Speedy ofrece un *pack* de seguridad integral con la colaboración de MacAfee, que pone a disposición de los clientes una serie de herramientas que protegen la navegación en Internet. Incluye antivirus, antiespía, control parental, cámaras de seguridad con claves

secretas y *antiphishing*.

- **Control parental**

El servicio de Cable Mágico Satelital ofrece la opción de control de padres, un filtro que permite habilitar el servicio de calificación de programas en cada televisor, con el que se regulan los contenidos a los que podrían acceder los menores en casa.



Conociendo nuestra realidad

Para desarrollar acciones que permitan prevenir a los menores de los posibles peligros en Internet, es necesario conocer primero cómo y para qué están usando estas herramientas.

En 2010, se llevó a cabo el segundo estudio del Foro Generaciones Interactivas para conocer los hábitos de uso de las pantallas (televisión, videojuegos, celular e Internet) por parte de los niños, niñas y adolescentes en Latinoamérica. En el Perú, esta investigación se llevó a cabo a partir de la construcción de una red nacional de académicos de universidades públicas y privadas e interesados en el tema de las TIC y educación. Esto permitió contar con interlocutores especializados que se responsabilizaron por las encuestas en cada región y que conocían mejor la realidad de cada contexto local.

En total se realizaron 3,488 encuestas en 67 colegios en 11 regiones del país (Áncash, Arequipa, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Junín, La Libertad, Lima y Callao, Loreto, Piura y Puno). Todos los participantes recibieron un folleto con algunos consejos prácticos para el uso responsable de las TIC. En 2011, presentaremos una publicación que podrá servir de línea de base para trabajar en torno al tema.

Seguridad y salud ocupacional

Nos preocupamos por asegurar que nuestros empleados estén cómodos y seguros, y no corran el riesgo de accidentarse al desarrollar sus actividades laborales, sobre todo aquellos que trabajan en exteriores. En este sentido, desarrollamos una serie de iniciativas para fomentar una cultura preventiva, cumpliendo estrictamente con las regulaciones y priorizando la capacitación en temas de seguridad y salud, la implementación de mecanismos que eviten los accidentes de trabajo, y la prevención y diagnóstico de posibles enfermedades.

Como complemento al seguro médico de EsSalud con el que cuentan nuestros empleados por pertenecer a la planilla de la compañía, les ofrecemos la opción de elegir un plan de una empresa prestadora de salud (EPS). Los afiliados al plan EPS, sus hijos y conyuges cuentan con un programa de cobertura ilimitada y oncológica, además de un seguro para padres.

Afianzamos la cultura de la prevención

Anualmente organizamos un chequeo médico general para todos nuestros empleados en todo el país que les permite detectar, de manera oportuna, problemas médicos de relevancia. A fin de facilitar los procedimientos requeridos, estos exámenes se realizan dentro del horario de trabajo. Durante 2010, 4,216 empleados participaron en el chequeo médico.

En todos nuestros locales existe una unidad de servicio médico con profesionales y equipos adecuados para atender a todos nuestros empleados en caso ocurra alguna emergencia de salud. Además, mantenemos un programa de seguridad y salud en el trabajo que busca fortalecer en el tiempo nuestra gestión a través de acciones puntuales, como la implementación de procedimientos de trabajo seguro o la realización de inspecciones

periódicas a los locales con la finalidad de detectar condiciones de riesgo y disponer las medidas de control necesarias.

Por otro lado, nuestros empleados recibieron en 2010, 1,198 horas de formación en temas de seguridad y salud. Durante el año, registramos 25 accidentes, 177 días perdidos por accidentes y ninguna víctima mortal por el ejercicio de sus actividades laborales.

De manera complementaria, iniciamos en 2010 la elaboración de un curso *e-learning* a fin de capacitar a la mayor cantidad de nuestros empleados en los conceptos básicos de la seguridad y salud en el trabajo, los objetivos planteados en esta materia, las medidas básicas de prevención, entre otros. La producción del mismo finalizará en marzo de 2011.

Durante el año, se realizaron otras actividades en materia de salud como campañas de vacunación y charlas de prevención en salud. Algunos de los temas tratados fueron las alergias, las infecciones respiratorias y cómo liberar el estrés.

Seguridad y salud*

	Unidad de medida	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Tasa de accidentes (IR)	Unidades	0.46	0.09
Tasa de enfermedades profesionales	Unidades	0	0
Tasa de días perdidos (IDR)	Unidades	3.17	0.93
Tasa de absentismo	Unidades	2,369.17	928.15
Número de víctimas mortales	Unidades	0	0

*Las tasas están calculadas de acuerdo a la metodología establecida por la Global Reporting Initiative (GRI).

Identificamos riesgos en el negocio

Con el objetivo de evitar posibles incidentes, hemos realizado la identificación de peligros y la evaluación de riesgos de la Gerencia de Gestión de Empresas Contratistas y Servicio Técnico, perteneciente a la Dirección de Servicio Técnico. A partir de este diagnóstico, se han determinado los riesgos más críticos para las operaciones de esta gerencia, en función de los cuales se está definiendo controles operativos (capacitaciones, normativas, entre otros) para implementar en 2011.

Asimismo, la cultura de prevención frente a casos de emergencia que desarrollamos en la compañía considera la realización de una serie de simulacros durante el año. Estos simulacros de emergencia nos permiten mejorar el conocimiento de nuestras instalaciones y de las vías de evacuación, detectar problemas técnicos e identificar dificultades organizativas y de coordinación entre nuestros trabajadores.

Cumplimiento y desempeño ambiental

Somos conscientes de las repercusiones positivas y negativas que nuestras operaciones tienen sobre el medio ambiente, por lo que hemos asumido el compromiso de identificar, mitigar y monitorear nuestros impactos. A través de nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA) buscamos optimizar nuestros procesos para volverlos más eficientes, gestionar responsablemente los recursos y desechos que generamos, y fomentar una cultura de respeto por el medio ambiente, tanto en el ámbito interno como externo.

En el ámbito global, contamos con la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética, que guía las acciones de la compañía en esta materia a partir de dos frentes: la mitigación del cambio climático a través de las TIC y las acciones compartidas para la reducción de gases de efecto invernadero (GEI).

En los primeros meses del año, Telefónica del Perú y Telefónica Móviles confirmaron la ISO 14001, una de las certificaciones de calidad ambiental más importantes del mundo, mediante la superación de la auditoría anual de seguimiento. Para el caso de Telefónica del Perú, esta incluye los procesos de instalación, operación, mantenimiento y desmontaje de telefonía fija, basado en tecnologías inalámbricas de última milla. Por su parte, Telefónica Móviles cuenta con esta certificación para todos sus procesos e instalaciones.

Estos reconocimientos ratifican nuestro compromiso con la reducción del consumo de agua, energía y papel, el mejoramiento de la infraestructura, los controles sobre impactos ambientales, y la reducción del ruido y de las radiaciones electromagnéticas.

Consumo responsable de recursos

Hemos establecido una serie de objetivos en materia de reducción del consumo de recursos, a fin de ser más eficientes en nuestras actividades. Estamos satisfechos con los resultados alcanzados en el año y nos hemos propuesto continuar realizando esfuerzos para que esta cifra siga disminuyendo.

Para el caso del manejo del agua, implementamos la inspección de fugas, las revisiones y evaluaciones de llaves con temporizadores y el reemplazo de griferías. Todo ello permitió reducir nuestro consumo de agua en más del 11% respecto al año anterior.



Factura digital

Nuestros clientes pueden afiliarse de forma gratuita al servicio de factura digital y recibir mensualmente su recibo en su correo electrónico. De esta manera, no solo les brindamos un servicio más ágil, directo, y disponible desde cualquier lugar con acceso a Internet, sino también contribuimos a disminuir la tala de árboles al reducir el número de facturas en formato impreso.

Para incrementar el número de clientes afiliados, en Telefónica del Perú utilizamos distintos canales para promocionar el servicio y lanzamos una campaña de premios. En el caso de Telefónica Móviles, el crecimiento se logró gracias a las campañas de invitación a clientes pospago, así como de poblamiento de la base de datos de correos electrónicos. A fines de 2010, contamos con más de 596 mil clientes afiliados al servicio.

Del mismo modo, logramos reducir el consumo de papel blanco en más de 1,100 toneladas, y el consumo de combustible (gasóleo y gasolina) en nuestra flota de vehículos en más de 160 mil litros.

Gestión de residuos

Como parte de nuestra gestión ambiental, hemos generado iniciativas integrales de ecoeficiencia en todas nuestras operaciones y en el manejo de residuos que abarcan todos los elementos reciclables de la compañía. Así, contamos con programas para reciclar papeles, cartones y los suministros de impresión (tóners), para gestionar los equipos de cómputo obsoletos o en desuso, y para reutilizar otros residuos de estaciones base y edificios administrativos.

Como resultado de las campañas internas de gestión de residuos, se logró la reducción de los residuos de papel y cartón en oficinas, pasando de 25 toneladas en 2009 a 17 en 2010. Además, se pudieron reutilizar cerca de 9,000 equipos, 133% más que lo registrado el año anterior.

En Telefónica del Perú implementamos el proyecto *Día cero técnico*, según el cual se procedió a dismantelar centrales obsoletas en edificios técnicos en el ámbito nacional, para

su debido tratamiento como residuo eléctrico o electrónico con la empresa recicladora de residuos sólidos, Rimpe. Contamos con seis puntos de acopio acondicionados para el almacenamiento de estos residuos, que posteriormente son entregados a la recicladora.

Hemos realizado convenios con otras empresas para reciclar los residuos generados por nuestras actividades de oficina. Así, para el reciclaje de tóners trabajamos con Lexmark, HP y su programa *Planet Partners*; y para el reciclaje de papel tenemos un convenio con Fundades.

Del mismo modo, la Dirección de Compras se encarga de incluir cláusulas ambientales en los contratos con los proveedores cuyas actividades sean más sensibles con el medio ambiente, especialmente relacionadas con la manipulación, segregación, minimización y gestión de residuos generados.

Vigilancia de las operaciones

Nuestra gestión ambiental involucra todas las etapas del despliegue de infraestructuras,

aplicando, en algunos casos, prácticas que van más allá de las exigencias legales, a fin de que se logre minimizar los impactos. En ese sentido, hemos determinado pautas para controlar y prevenir aspectos ambientales como el ruido, el impacto visual y las emisiones radioeléctricas.

Fomentamos una cultura de reciclaje

Durante el año, continuamos trabajando el programa *Reciclame* para fomentar el reciclaje de equipos celulares, baterías y accesorios en desuso. En el año, consolidamos esta iniciativa a través de alianzas con otros actores, como el convenio suscrito con el Gobierno Regional del Callao, así como la presencia en importantes eventos como Tecno Recicla Perú, primera campaña de acopio de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en el país. Asimismo, lanzamos una página del programa en *Facebook*.

Realizamos también la campaña interna *Planet Survivor* para sensibilizar a nuestros trabajadores en materia de reciclaje. A través de esta iniciativa recolectamos tres toneladas de equipos en desuso.

Indicadores ambientales

	Unidad de medida	2010	2009
Emplazamientos compartidos con otro operador	Unidades	442	32
Mediciones de ruido	Unidades	72	94
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	154	187
Horas de formación ambiental a empleados*	Unidades	525	740
Gasto mediciones de campos electromagnéticos	Nuevos Soles	109,833	153,595
Inversiones adecuaciones de impacto acústico	Nuevos Soles	138,222	419,867
Gasto estudios de impacto ambiental para el despliegue de la red	Nuevos Soles	35,730	4,718
Inversiones adecuaciones de impacto visual	Nuevos Soles	1,971,845	8,435,075
Gasto mantenimiento ambiental	Nuevos Soles	27,008	360,334

*Incluye formación e-learning y presencial.

Consumo de recursos

	Unidad de medida	2010	2009
Total consumo papel blanco	Toneladas	1,034	2,160
Consumo de agua	Miles de litros	341,605	384,595
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	1,362	1,528
Residuos de papel y cartón	Toneladas	17	25
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica (incluye oficinas y operaciones)	Toneladas	581	25
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes)	Toneladas	226.9	6.6
Residuos de aceites	Miles de litros	18	12
Otros residuos de instalaciones de Telefónica	Toneladas	6,834	11,971
Reutilización de equipos	Unidades	8,952	3,838
Volumen combustible derramado	Litros	8,174	0
Viajes por trabajo en avión	Unidades	4,101	4,274

Hacia un Perú Verde

Una de las iniciativas más importantes realizadas en 2010 fue el patrocinio del Primer Encuentro Medioambiental 3R3: "Hacia un Perú Verde", el cual basó su nombre en las tres principales acciones que promovemos en nuestra sociedad para encarar la lucha a favor del medio ambiente: reciclar, reutilizar y reducir.

El encuentro contó con una conferencia magistral ofrecida por Al Gore, Premio Nobel de la Paz 2007 y uno de los más reconocidos contribuyentes a la reflexión y acción mundial contra el cambio climático. En su ponencia, denominada *Thinking Green* enfatizó la urgencia de actuar cuanto antes para proteger los recursos naturales del país y compartió sus ideas acerca de un nuevo modelo de desarrollo sostenible ante más de mil asistentes, entre empresarios, funcionarios gubernamentales, académicos y líderes de opinión.



Responsabilidad en la cadena de suministro

Por la importancia que tienen las diversas actividades de la cadena de valor en servicio a nuestros clientes, entendemos a los proveedores como aliados estratégicos y buscamos una relación cada vez más sólida y confiable con ellos, que se oriente a alcanzar un beneficio mutuo.

Por ello, hemos desarrollado un modelo de gestión responsable que cubre dos aspectos:

- **Lograr el mejor relacionamiento**, a partir del respeto mutuo, y apoyado en un modelo de compras que se caracteriza por la transparencia en la negociación, la objetividad en la toma de decisiones y la igualdad de oportunidades entre todos los proveedores.
- **Promover una actuación responsable**, por lo que solicitamos a nuestros proveedores o aliados que se adhieran voluntariamente y cumplan nuestros PdA, y los invitamos a difundirlos e impulsarlos entre sus colaboradores y suministradores.

Somos responsables en todos los ámbitos de nuestra actuación y como esta se extiende a nuestra cadena de valor, es parte de nuestro compromiso no solo asegurar que estos aliados cumplan con los estándares más altos de calidad, sino también promover en ellos el respeto hacia las leyes, los estándares laborales, los Derechos Humanos, la seguridad y salud en el trabajo y el medio ambiente, reduciendo así los riesgos que puedan producirse en el desarrollo de sus operaciones. Para asegurar el cumplimiento de estos aspectos clave de la sostenibilidad les hacemos extensiva nuestra Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro y, con apoyo de la *Normativa de compras responsables*, establecemos los procesos y herramientas internas que aseguren que nuestros proveedores respeten todos estos condicionamientos éticos. De esta manera, contamos con una estrategia que evalúa permanentemente su desempeño y nivel potencial de riesgo, y que nos permite definir un plan de acción de acuerdo con los resultados obtenidos.

Finalmente, hacemos seguimiento a la aplicación de nuestra normativa mediante una serie de auditorías que nos permiten observar y garantizar su cumplimiento. De esta manera, por ejemplo,

lograremos evitar situaciones de trabajo forzoso o trabajo infantil que atenten contra el respeto a los Derechos Humanos. En 2010, realizamos 52 auditorías a proveedores nuestros.

Todos estos criterios de valoración son presupuestos de los contratos que suscribimos con nuestros proveedores, y el empoderamiento para su cumplimiento se inicia desde el proceso de adjudicación y contratación.

Desde 2008, nuestro programa *Aliados* acompaña a las empresas proveedoras en su desarrollo, lo que permite incidir directamente en la satisfacción de nuestros clientes, pues la mayoría de los contactos con ellos se da por medio de estas empresas. *Aliados* surge para custodiar los procesos de tercerización, fomenta programas de capacitación y fortalece un canal de comunicación permanente entre las partes.

En el Perú, uno de los focos de este programa está en cuatro empresas contratistas, muy relevantes para nosotros, (que involucran aproximadamente a 4,000 trabajadores en su planilla), cuya mejora gradual en sus procesos de gestión de Recursos Humanos se ha expresado en la medición del clima laboral que les ha servido de pauta para establecer planes de acción respecto a los temas que sus trabajadores indicaron como puntos más bajos.

Extensión de los PdA



La *Norma general de extensión de los PdA a la cadena de suministro* busca fomentar el desarrollo de estándares similares a los de Telefónica por parte de los proveedores y empresas colaboradoras. Establece una serie de requisitos mínimos e indispensables:

- No se permitirá trabajo infantil.
- No se aceptará el trabajo forzado.
- No se permitirán condiciones laborales de riesgo para la vida de los trabajadores ni el trato inhumano en el trabajo.
- Se exigirá el cumplimiento de la ley en materia medioambiental.

01 3

APLICAMOS LA ESTRATEGIA
A NUESTRA GESTIÓN

Gestión de las oportunidades

Las potencialidades de las TIC nos permiten desarrollar proyectos con alto impacto social y de eficiencia energética.

Trabajamos
para
transformar
la vida de las
personas

Somos conscientes de que las TIC son la solución para muchos problemas en el presente y futuro. Estas herramientas ofrecen múltiples beneficios, como por ejemplo el aumentar la productividad de las empresas, generar fuentes de trabajo, potenciar la educación y el aprendizaje, agilizar la comunicación entre las personas, democratizar el acceso a la información, entre muchos otros. En Telefónica, nos hemos enfocado en trabajar dos temas que representan grandes desafíos para el país: la inclusión digital, que permite construir una sociedad más justa, y la eficiencia energética, que contribuye a preservar y cuidar el medio ambiente.

Inclusión digital

Buscamos participar en la construcción de una sociedad inclusiva, incrementando el acceso de más peruanos a las telecomunicaciones para que puedan aprovechar las oportunidades de desarrollo que brindan.

Bajo la estrategia de innovación social, promovemos la creación de iniciativas basadas en nuestro propio negocio, las TIC y las infraestructuras que sirven de base para el desarrollo de productos y servicios, con el fin de impulsar la igualdad de oportunidades y mejorar la calidad de vida de las personas. Así, continuamos innovando e identificando oportunidades para contribuir con la reducción de las brechas sociales.

Brecha geográfica

Apostamos por la construcción de alianzas público privadas como un camino eficiente y sostenible para facilitar el acceso a las telecomunicaciones de los lugares más remotos y pobres del país.

En esta línea, uno de los más grandes esfuerzos, y el más importante por parte del Estado hasta la fecha, fue el proyecto *Banda Ancha Satelital para localidades aisladas* (BAS), financiado con US\$ 48.8 millones

a través del Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (Fitel). El proyecto, concretado en mayo de 2010, permitió beneficiar a más de 1.7 millones de peruanos en 3,852 poblados rurales, brindándoles la posibilidad de generar emprendimientos locales a través de cabinas de Internet, teléfonos públicos, entre otras alternativas.

Con el programa *Intégrame*, establecemos alianzas con gobiernos regionales y locales para el desarrollo de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales con altos índices de pobreza. En 2010, beneficiamos a más de 26 mil personas, y desde que lanzamos esta iniciativa hemos conectado a más de 84 mil habitantes de 254 centros poblados en nueve regiones del país (Áncash, Cusco, La Libertad, Moquegua, Pasco, Piura, Puno, Tacna y Ucayali).

Un importante esfuerzo que iniciamos en 2010 fue el tendido de una nueva red de 1,800 km



de fibra óptica por la sierra y selva del país que hará que la red nacional se incremente en más del 50%. A partir de este despliegue permitiremos que millones de peruanos puedan acceder a Internet.

Brecha económica

Nos enfocamos en atender las necesidades de cada segmento del país con productos y servicios focalizados, para buscar que las diferencias de ingresos entre las personas no sean una barrera para su inclusión en el mundo de las telecomunicaciones.

Uno de los primeros productos que lanzamos fue *Fono Ya*, servicio de telefonía fija inalámbrica a un precio muy económico y dirigido a hogares urbanos de escasos recursos. En 2010, facilitamos la recarga de las más de 460 mil líneas activadas en el ámbito nacional a través del lanzamiento de las recargas virtuales en cualquier bodega afiliada. Así, pasamos de contar con 3,500 puntos de recarga a más de 60,000 en el ámbito nacional, acercándonos de esa manera a los clientes de la base de la pirámide.

A fin de facilitar el acceso de más hogares a Internet lanzamos el servicio *Internet 50*, que permite navegar ilimitadamente las 24 horas, los 365 días del año. El cliente interesado necesita adquirir, por única vez, un módem para que el servicio pueda ser instalado. Ajustándonos a los presupuestos de los hogares con menos recursos, los ayudamos a financiar este equipo durante seis meses.

Para brindar otra opción a nuestros clientes, presentamos el servicio *Internet 50 Prepago*,

dirigido exclusivamente a quienes cuentan con líneas prepago de cobre y sin banda ancha. En este caso, requerimos que activen el servicio con S/.50 al mes para poder navegar ilimitadamente y no se les cobra ningún costo por la instalación.

Brecha de capacitación

No es sostenible el proveer de infraestructura y de servicios de telecomunicaciones cuando muchas personas aún no conocen cómo aprovecharlos al máximo. Una parte fundamental de nuestra estrategia de inclusión es contribuir con el desarrollo de habilidades en las personas para que puedan hacer uso de las nuevas tecnologías.

A través del programa *Conéctame* buscamos combatir el analfabetismo digital y acercar las TIC a las comunidades rurales con escaso acceso a estos servicios. A través de un bus móvil equipado con tecnología inalámbrica, en 2010 hemos brindado capacitación a más de 13 mil personas del interior del país y, desde su inicio, el programa ha beneficiado a más de 44 mil pequeños productores, padres de familia y estudiantes de 123 localidades en nueve regiones del país.

Las capacitaciones impartidas por *Conéctame* están enfocadas en temas relacionados con la educación, la salud y la productividad. Para ello, utilizamos módulos con contenidos de relevancia para el desarrollo económico y social de las distintas zonas.

Conscientes de la importancia de que los niños que se encuentran hospitalizados no interrumpan su educación y su desarrollo

integral, hemos desarrollado el programa *Aulas Fundación Telefónica en Hospitales*. Esta iniciativa cuenta con laboratorios informáticos y profesores capacitados que atienden a niñas, niños y adolescentes hospitalizados, empleando una metodología educativa especial que fortalece habilidades instrumentales básicas y fomenta el uso de las TIC. Desde que lanzamos el programa hemos beneficiado a más de 40 mil menores a través de las 13 aulas establecidas en 11 hospitales en Arequipa, Cusco, Chiclayo, Huancayo, Iquitos y Lima.

Por otro lado, a través del eje de calidad educativa de *Proniño*, en 2010 implementamos 15 nuevos laboratorios informáticos en los colegios beneficiarios del programa, con los que suman 42 *Aulas Fundación Telefónica* en todo el país que favorecen la integración de las TIC en los procesos educativos.

Brecha de salud

Existe una gran oportunidad para ofrecer a nuestros clientes servicios dentro del sector salud que les ayuden a mejorar su calidad de vida diaria. Hemos identificado, por ejemplo, que los teléfonos móviles pueden convertirse en una canal de comunicación importante entre el paciente y su médico.

Con el objetivo de facilitar el acceso de madres gestantes de escasos recursos a los servicios de salud, establecimos una alianza con la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH) y la División de Ciencia y Tecnología del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para presentar el proyecto *Wawanet: Conectándose para una mejor salud materno-infantil en el Perú*. La iniciativa plantea brindar atención en salud a mujeres embarazadas utilizando la tecnología móvil, específicamente los mensajes de texto, para elevar así los niveles de salud materno-infantil.

Asimismo, el proyecto pretende integrar un sistema de historias clínicas electrónicas con las tecnologías móviles, todo ello con el fin de mejorar los sistemas de información. En 2010, llevamos a cabo el piloto en la Provincia Constitucional del Callao, beneficiando a 5,000 madres gestantes en su fase inicial.

Magnitudes de inclusión digital

	Unidad de medida	2010	2009
Brecha geográfica			
Contribución con el Servicio Universal *	Nuevos Soles	43,747,918	44,137,994
Brecha económica			
Clientes prepago fija	Miles	481.7 **	453
Clientes prepago móvil	Miles	16,068	14,908
Teléfonos públicos	Miles	174.6 ***	172.1

Fuente Osiptel.

*Solo incluye aportes al Fitel, no incluye pagos por Tasa de Supervisión (Osiptel), Tasa de Explotación ni canon por espectro radioeléctrico.

**Dato del área de Control de Telefónica del Perú S.A.A.

***Incluye telefonía pública móvil.

TIC y eficiencia energética

Las nuevas tecnologías están tomando mayor relevancia como sector estratégico para la reducción de los consumos energéticos, y por tanto de las emisiones de CO₂, contribuyendo así a reducir el impacto del cambio climático.

Para la mayoría de analistas de la industria, las sostenibilidad en el sector de las TIC se compone de dos variables intrínsecamente unidas: por un lado la eficiencia y por el otro, el crecimiento. En línea con ello, en Telefónica basamos nuestros objetivos de eficiencia energética en la reducción del consumo energético interno y en el aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio a propósito de la puesta en valor de productos y servicios que fomenten la eficiencia energética.

Acciones ecoeficientes

Nos hemos propuesto hacer un uso cada vez más responsable de los recursos naturales, desarrollando nuestra actividad de manera eficiente desde el punto de vista energético. Por ello, venimos implementando una serie de iniciativas amigables con el medio ambiente en el despliegue de nuestras redes de telecomunicaciones, aprovechando las condiciones climatológicas y de recursos (agua, vientos, luz solar) que son favorables en el Perú.

Desde hace más de 30 años, explotamos la luz solar para satisfacer la demanda de servicios de comunicaciones en zonas remotas donde no existen redes públicas de electricidad. De esta manera, no solo protegemos el medio ambiente sino también proveemos de telecomunicaciones a cada vez más peruanos.

En 2009, desarrollamos un piloto para la generación de energía a partir de la fuerza del viento en Palomapatá (Cajamarca), donde se observaron daños relacionados en las fundas de las antenas parabólicas. Adicionalmente, existen cuatro proyectos donde ya está comprobado el potencial de los vientos: Capilla (Arequipa), Pinchijaga (Piura), Samanco (Chimbote) y Cruces Grandes (Chancay-Lima). Este tipo de energía se conoce como eólica, y es un recurso abundante, renovable y limpio, que ayuda a disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero, lo que la convierte en una energía verde.

Por otro lado, en 2010 dotamos de aire frío a la sala de transporte en cinco estaciones base en Cajamarca. Para ello, se realizó la inyección y extracción de aire natural exterior, usando la temperatura baja en las zonas de altura del Perú. De esta manera evitamos usar sistemas de aire acondicionado que demandan infraestructura, emiten CO₂ y HFC⁵, generan ruidos e impactan visualmente.

En el mismo periodo llevamos a cabo una iniciativa en la estación base de El Tambo (Huancayo) para recircular el agua doméstica que se almacena en pozas y emplearla como un elemento enfriador, logrando reemplazar a los equipos de aire acondicionado.

Movistar y su experiencia ambientalmente amigable

Hacia finales de 2010 presentamos a través de nuestra marca Movistar, y conjuntamente con Sony Ericsson, el primer Smartphone ecológico: el Aspen, que cuenta con características que lo hacen un verdadero "celular verde", desde

los materiales reciclados que lo componen, su embalaje reducido, cargador de alta eficiencia, aplicaciones ecológicas e inteligentes y opción de reciclaje final. Ello demuestra nuestro compromiso por desarrollar una oferta sostenible e integrada que vincule el uso del servicio móvil al ahorro de energía y posibilite a nuestros clientes el acceso a terminales realizados con materiales innovadores, a la vanguardia tecnológica y de eco-diseño, que minimicen el impacto medioambiental.

Para 2011, se tiene previsto lanzar el proyecto global *Green Customer Experience*, creado para ofrecer a nuestros clientes una experiencia "verde" desde el momento en que se plantea la compra de un dispositivo, durante su uso y hasta el final de su vida útil. El proyecto también contempla la creación de áreas verdes o *green corners*, al interior de los multicentros, para informar a los usuarios acerca de los modelos y la oferta disponible.



⁵ Los HFC son gases refrigerantes cuyas moléculas contienen átomos de hidrógeno, flúor y carbono.

01 4

APLICAMOS LA ESTRATEGIA
A NUESTRA GESTIÓN

Diálogo con nuestros grupos de interés

Entendemos el *engagement* como una forma de comunicación, colaboración y compromiso con nuestros grupos de interés.

Desarrollamos nuevas formas de diálogo para fortalecer la confianza con nuestros stakeholders

Los jóvenes tienen la palabra

Por primera vez recogimos la opinión de jóvenes estudiantes y profesionales de las principales universidades públicas y privadas de Arequipa, para realizar un análisis sobre el impacto de las TIC en la reducción de las brechas sociales y en la promoción de una sociedad más inclusiva. Este espacio fue totalmente innovador, ya que permitió tomar el pulso a la visión de los nuevos ciudadanos respecto a su propio rol y el papel que pueden jugar las telecomunicaciones para el desarrollo del país. En una de las dinámicas, los participantes mencionaron que prefieren a Telefónica ante la competencia porque fue la primera compañía que llegó al país, su señal llega a más lugares y su trayectoria y estabilidad les dan mayor confianza.

La confianza es el activo más valorado para construir relaciones a largo plazo con nuestros grupos de interés y asegurar el éxito social y económico de la compañía. Para establecer estas relaciones, trabajamos a partir de una comunicación transparente que permita interactuar con estos grupos, recoger sus expectativas y responder a sus demandas. Estos mecanismos de diálogo forman parte de un proceso continuo y transversal a todas las actividades que realizamos.

Conversamos con nuestros grupos de interés

En 2010, continuamos realizando paneles de diálogo *multistakeholder* sobre nuestro informe de RC para recoger no solo los aportes sobre el documento, sino sobre la gestión integral de la compañía. Todo esto nos ayuda a tener una visión general de cómo perciben los grupos de interés nuestro desempeño y permite detectar los temas en los que debemos seguir trabajando.

Durante el año realizamos dos paneles de diálogo en Arequipa y Trujillo. Entre los principales aportes recogidos destaca el reconocimiento al nuevo enfoque hacia el cliente y la importancia de difundir las iniciativas de RC que se realizan. Por otro lado, se recomendó unificar el trato que brindan nuestras empresas al interior del país y continuar mejorando la atención a los clientes.

Diálogo 2.0

En Telefónica concebimos las redes sociales como una oportunidad para establecer un contacto más directo y sencillo con nuestros clientes, complementar la atención telefónica, acercarnos a los jóvenes, responder a las críticas negativas y mejorar la reputación. A través de estas herramientas invitamos a que las

personas participen y propongan sus ideas. Así podremos generar este vínculo emocional con ellos y construir una relación a largo plazo.

Contamos también con un sitio web de RC en el que presentamos nuestra estrategia y todas las iniciativas y proyectos que llevamos a cabo para cada grupo de interés. Este sitio incluye videos, publicaciones, noticias y la posibilidad de suscribirse a nuestro boletín quincenal con los acontecimientos más relevantes para la compañía.

Comités de dirección desarrollados en provincia

Estos espacios permiten a la alta dirección de la compañía escuchar directamente a los empleados que trabajan en las oficinas zonales en todo el país, y sirven también para recoger las particularidades de cada región. A partir de estas sesiones se busca implementar planes de mejora y se integra más la gestión con las iniciativas que se despliegan en cada una de las regiones.

Por otro lado, se desarrollan espacios en los que nuestros directivos y empleados pueden compartir sus ideas y ponerse al tanto de lo que sucede en la compañía. Tenemos, por ejemplo, la reunión de líderes, las reuniones de cada una de las direcciones y los desayunos con los líderes.





A wooden boat with yellow buoys is visible on the left side of the page, floating on a river with brown water. The boat is partially obscured by the white content box.

02

Relaciones sostenibles

01	Con nuestros clientes	26
02	Con nuestros profesionales	30
03	Con nuestros proveedores	33
04	Con nuestra comunidad	34
05	Gobierno corporativo	37

Con nuestros clientes

Hemos experimentado una transformación cultural que coloca a nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos.

Telefónica del Perú alcanzó el nivel más alto en el ISC de los últimos 3 años

En Telefónica nos hemos propuesto trabajar para mejorar la satisfacción de nuestros clientes, estableciendo relaciones emocionales con ellos y centrándonos en la protección de sus derechos. Durante 2010, abrimos nuevos canales de atención para escucharlos y construir relaciones de confianza con ellos, y movilizamos a todo nuestro equipo para optimizar los procesos de atención y de provisión de nuestros productos y servicios. Todo esto ha permitido mejorar en forma sostenida la satisfacción de nuestros clientes, pasando de un índice de satisfacción de 6.85 para Telefónica del Perú y 7.41 para Telefónica Móviles a diciembre de 2009, a 7.18 y 7.85 respectivamente a diciembre de 2010.

reducciones en los accesos debido al creciente uso de medios alternativos de comunicación como la telefonía móvil y el Internet.

Como parte de los proyectos para ampliar la cobertura de nuestros servicios y conectar a más peruanos, en 2010 iniciamos el tendido de una nueva red de 1,800 km de fibra óptica por la sierra y selva del país. Este tendido, que estará concluido entre 2011 y 2012, hará que la red nacional de fibra óptica se incremente en más de 50% y beneficie a millones de peruanos de Abancay, Andahuaylas, Ayacucho, Cusco, Huancavelica, Huánuco, Pucallpa, Tarapoto, Tingo María, Tocache, Yurimaguas, entre otras ciudades.

Comprometidos con el país

El año en reporte se caracterizó por el importante crecimiento económico del país y un entorno cada vez más marcado por la regulación y por la competencia de tecnologías alternativas.

Alcanzamos más de 22 millones de clientes en el ámbito nacional, de los cuales 18.4 millones corresponden a telefonía móvil. Nuestra planta de banda ancha creció y, al cierre del año, alcanzó más de 920 mil accesos. En este esfuerzo resaltó el lanzamiento de productos de rentas bajas y pre-pagados, los que se enmarcan en nuestro objetivo de masificar el Internet de banda ancha en el Perú. Para el caso de los negocios de telefonía local y de larga distancia, registramos

Nuestros productos y servicios

Así como las TIC van cambiando en el tiempo, las necesidades de nuestros clientes cada vez son más complejas o demandan mayor atención. En Telefónica vemos estos cambios como una oportunidad para desarrollar una oferta innovadora y competitiva que les brinde productos y servicios diseñados según sus requerimientos.

En línea con nuestro objetivo de masificar el Internet de banda ancha en el país, lanzamos *Internet 50*, que permite que los hogares de

Clientes del Grupo Telefónica en el Perú

Datos en miles	2010	2009	2008
Telefonía móvil	18,447	15,601	13,114
Telefonía fija	2,137.9	2,775.4	2,771
Banda ancha	921.9	758.3	691
TV paga	690.6	666.2	632
Teléfonos públicos	174.6	172.1	179
Número total de clientes	22,372	19,973	17,387

Fuente Osiptel.

menores ingresos accedan a este servicio por S/.50 mensuales, además de poder elegir la modalidad de prepago.

Para los servicios de voz impulsamos las tarifas planas tanto en el ámbito local como nacional, para los de Internet aumentamos las velocidades, y mejoramos la oferta en televisión con nuevos contenidos e incorporando la alta definición. Por otro lado, destacó el lanzamiento de las recargas virtuales *Fono Ya* que permiten a los clientes recargar sus teléfonos fijo-inalámbricos de manera virtual en cualquier bodega afiliada.

No solo el segmento residencial presentó dinamismo, también lo hizo el segmento de las pequeñas y medianas empresas con la iniciativa *Positive Option*, que brinda un servicio mejorado al cliente por un periodo de tres meses bajo la misma facturación, a fin de buscar la aceptación de este al término de la promoción. Asimismo, ofrecimos la propuesta *Negocio en Línea*, que permite al cliente diseñar su propia página web y crear una tienda virtual de manera rápida y sencilla, con ayuda especializada en línea y a un bajo costo.

En 2010, diseñamos la campaña *Descubre tu Promo*, una plataforma de promociones que permite ofrecer una diseñada especialmente para cada cliente de acuerdo con su comportamiento de recargas. Así, los clientes de menores ingresos pueden acceder a promociones por recargas desde S/.3.

Durante el año, continuamos con promociones como *Triplica* y *Cuadruplica* para seguir incentivando el consumo masivo de recargas prepago, y lanzamos campañas como *Habla Ahora* para que los clientes hablen adicionalmente una hora o más dependiendo de su recarga. Presentamos además la campaña *Juntarecargas* que reconoce el buen comportamiento de los clientes, ofreciéndoles un premio en servicios a cambio del cumplimiento de una meta de recargas acumulable de acuerdo al perfil de cada uno.

Transparencia, precios y tarifas

El desarrollo económico y social de un país está estrechamente ligado a la inversión en infraestructura y a la penetración de los servicios del sector de las telecomunicaciones, mercado que se caracteriza por una fuerte competencia y altos niveles regulatorios en

cuanto a las condiciones del servicio ofrecido y las tarifas involucradas.

En 2010, la actividad reguladora del Osiptel se destacó por la revisión de tarifas y cargos. El regulador determinó que la rebaja de tarifas para el periodo 2011-2013 por aplicación del factor de productividad, mecanismo que establece los topes a las tarifas de telefonía fija de Telefónica, sea de 5.98% anual. La tendencia regional y mundial indica que en otros países el factor de productividad es mucho menor, como sucede en México (3.32%) y Brasil (2.92%), mientras que Chile y Colombia optaron en 2009 por desregular las tarifas de telefonía fija. Ello responde a la fuerte competencia que enfrenta la telefonía fija con la telefonía móvil, que la ha superado ampliamente.

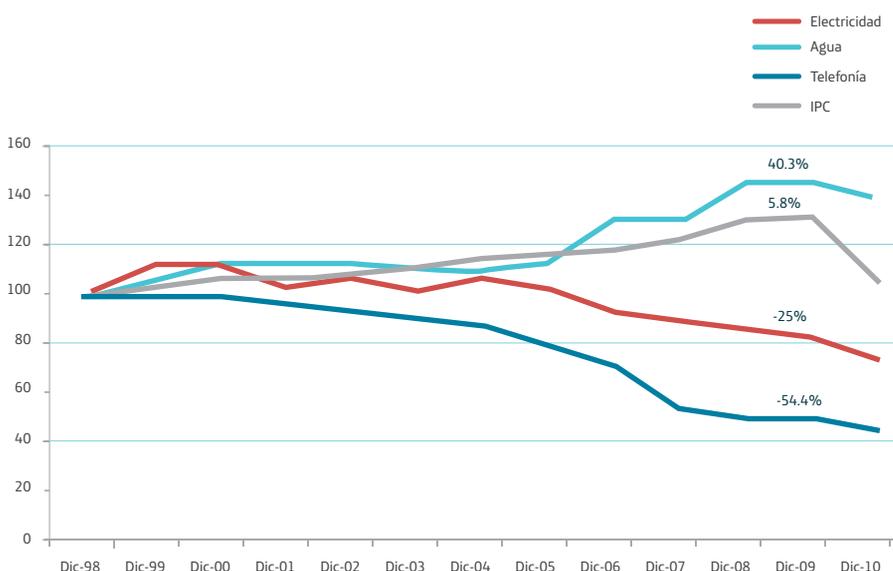
Cabe destacar que en los últimos diez años, las tarifas de telefonía en el país han mostrado la mayor reducción –más de un 50%– en comparación a otros servicios como el agua o la electricidad. Frente a la fuerte competencia que existe en el mercado local en términos de tarifas, productos y alternativas tecnológicas, hemos innovado constantemente nuestra oferta con precios que permitan reducir la brecha económica que limita a muchos segmentos del país.

Más cerca de nuestros clientes

En el último año nos hemos esforzado para sorprender a nuestros clientes, darles más de lo que esperan, ganarnos su confianza y seguir identificando las oportunidades de mejora. Para estar totalmente disponibles, ampliamos el horario de atención telefónica y ahora estamos las 24 horas, los siete días de la semana, a través de un menú simple del 104, y ofreciendo atención en quechua y aimara. De acuerdo con las encuestas realizadas por empresas externas, la satisfacción de nuestros clientes con la atención telefónica comercial (104) pasó de un índice de satisfacción de 7.21 en enero a 7.94 en diciembre; y nuestra atención telefónica técnica (102) aumentó también de 7.59 en enero a 8.33 en diciembre.

Telefónica del Perú implementó un innovador modelo de gestión del FCR (First Contact Resolution), que ha permitido incrementar el porcentaje de llamadas resueltas en el primer contacto. Esto establece las bases para alinearnos a la metodología COPC (Customer Operations Performance Center), estándar internacional que hemos decidido implantar para aumentar la excelencia en todos nuestros procesos de atención al cliente.

Índice real de tarifas de telefonía e índice de precios al consumidor (IPC) 1998=100



*Fuente Banco Central de Reserva.

Para facilitar los pagos de nuestros clientes, incorporamos las cadenas de supermercados a nuestra red de recaudación interconectada. A final de 2010 contamos con más de 9,000 lugares de pago, lo que representa un crecimiento de 40% con respecto a 2009.

A fin de mejorar la atención presencial a nuestros clientes, para el caso de Telefónica del Perú asignamos personal de apoyo en las horas de mayor demanda para sus 34 tiendas en el ámbito nacional, lo que disminuyó el tiempo de espera aproximadamente en 60%, a la vez que el nivel de satisfacción se incrementó de 6.37 en diciembre 2009, a 7.15 en diciembre 2010. Para el caso de Telefónica Móviles, pusimos foco en los tiempos de atención en las tiendas a través de la priorización de nuestros clientes, con lo



Nuevos canales de atención 2.0

Nos propusimos transformar la forma que teníamos de comunicarnos con nuestros clientes, para lo cual, dimos el gran salto hacia las redes sociales con perfiles en *Facebook*, *Twitter* y una página web de atención al cliente. A través de estos canales buscamos resolver las dudas, preguntas y reclamos de los clientes, además de difundir la oferta comercial e informar acerca de nuestras actividades. La atención en estos canales es las 24 horas al día durante los 365 días del año. A partir de las conversaciones que se generan en las redes alrededor de diversos temas, captamos los *insights* de nuestros clientes, sobre todo los más jóvenes, y los utilizamos para el desarrollo y mejora de productos y servicios.



cual obtuvimos mejoras en la experiencia de los clientes oro y decisores de negocios.

Mejora continua en la calidad

En el último año, en Telefónica realizamos importantes esfuerzos para mejorar nuestras infraestructuras y nuestros procesos internos, como punto clave para reforzar la disponibilidad de los servicios de telecomunicaciones. En esa dirección, hemos desarrollado acciones clave como la conformación del comité quincenal de terminales, donde se revisan los diferentes frentes relacionados con la calidad de los equipos y los principales problemas que se presentan en la planta.

Asimismo, hemos implementado por primera vez pruebas de campo de cada lote que ingresa al almacén, como complemento a las pruebas recurrentes que se realizan en el laboratorio de control de calidad. De esta manera, nos aseguramos por un lado que ningún equipo llegue a manos de nuestros clientes sin haber sido adecuadamente revisado y testeado y, por otro, que nuestros proveedores solo nos ofrezcan aquellos productos de su cartera que son aptos para pasar satisfactoriamente por este exhaustivo proceso de revisión.

Otro de los principales proyectos ejecutados en el año fue el *ABC on line* para el segmento empresas, que permitió ejecutar el 70% de los pedidos de provisión de servicios de telefonía básica sin actuación técnica en el local del cliente y en menos de cinco minutos.

Entre otras iniciativas, implementamos mecanismos de control como el Comité de datos y *call center* (técnico y de producto, que revisa todos los procesos del servicio: planificación, diseño, venta, posventa y funcionamiento), así como el Comité de riesgos (liderado por el equipo de red y sistemas). A través de estos comités, buscamos monitorear constantemente nuestros procesos y estar prevenidos ante posibles situaciones que pongan en riesgo la disponibilidad de los servicios.

Actuamos ante la informalidad

La calidad en los servicios de banda ancha y televisión paga se ve afectada debido al gran incremento de la informalidad y el fraude

que se registra en el país. En 2010, hemos trabajado ampliamente para combatir esta problemática con intervenciones en Lima y provincias además de acciones preventivas. Así, hemos puesto a disposición del público la línea gratuita 0800-19000, a través de la cual se puede denunciar cualquier tipo de incidente que afecte la prestación y calidad de los servicios.

Gestión de reclamos

Para solucionar los problemas del ciclo de facturación, Telefónica del Perú inició el proyecto de unificación de ciclo, que busca unificar los tres ciclos de facturación en uno solo a fin de brindar mayor claridad al cliente. Por su parte, Telefónica Móviles ha resaltado dentro de los recibos la información más relevante para el cliente, tales como la fecha de vencimiento y el monto por cancelar, a fin de facilitar su lectura.

En cuanto a la atención de reclamos por facturación en Telefónica del Perú, la regulación exige resolverlos en un plazo de 30 días, sin embargo, nuestro tiempo de respuesta se ubica en el orden de siete días. Además, tratamos de que el 40% se resuelvan en el instante que el cliente presenta el reclamo. Para el caso de Telefónica Móviles, el 12% de insatisfacciones de facturación son atendidas en un tiempo promedio de respuesta de 11 días, mientras que el 88% restante es atendido en el primer contacto.

Para resolver los reclamos por averías, en Telefónica del Perú contamos con equipos dispuestos a ir a la casa del cliente para solucionar el problema y nuestro compromiso es resolver el 90% en menos de 24 horas. Por su parte, Telefónica Móviles lanzó en agosto el Proyecto ISEL: Incremento de Soluciones en Línea, que tuvo como objetivo potenciar la resolución de las insatisfacciones de averías en línea. De esta manera, se logró pasar de solucionar en línea el 15 % de los casos de averías a más del 80% a fines del año.

Por otro lado, se implementó el modelo de Atención Basada en Compromisos (ABC) para el segmento empresas con cuatro focos principales: la relación con el cliente, que asegura el cumplimiento de las promesas realizadas, la coordinación interna, que establece una estrecha coordinación entre las áreas comerciales y técnicas, las empresas colaboradoras, que busca

convertir a los técnicos en agentes de servicio que cumplan con los tiempos comprometidos, y la gestión de indicadores, que evalúa los reportes y el índice de satisfacción en forma conjunta con las empresas colaboradoras y con los responsables de zonales. La necesidad de incluir a nuestros miles de trabajadores como parte de la solución de los reclamos nos llevó a desarrollar el canal *Embajador Telefónica*, que les permite ayudar a resolver los problemas de los clientes que consideren no fueron atendidos oportunamente. Para ello, en 2010 hemos realizado los talleres de inducción *Todos por el cliente*, en los que han participado más de 4,700 trabajadores de Telefónica en Lima y provincias.



Transformación de la provisión

Uno de los procesos más sensibles de atención al cliente es el tiempo de instalación de los servicios. Nuestros clientes pedían una atención más rápida y ágil, para lo cual desarrollamos acciones concretas que nos permiten brindarle un mejor servicio en menos tiempo.

En 2010, trabajamos fuertemente en simplificar y dar visibilidad a nuestro proceso de punta a punta, que nos ha permitido pasar de un tiempo medio de instalación de 4.9 días en enero a 2.3 días en diciembre. Como resultado de estas acciones, incrementamos la satisfacción del cliente con el proceso de instalación de 6.9 en diciembre 2009 a 7.7 en diciembre 2010.

Para los pedidos que no requieren una visita a casa del cliente, desarrollamos un nuevo modelo de atención *on line*, a través del cual logramos atender a un 65% en forma inmediata. Este proceso concluye con la confirmación de la atención del pedido a través de mensaje de texto o una llamada telefónica, la cual es realizada dentro de una promesa de atención de hasta 48 horas desde que solicitó el servicio.

Campañas de comunicación

En el primer semestre del año presentamos una campaña de imagen enfocada en fortalecer la conexión emocional de nuestra marca con los clientes, en torno a la promesa *Conectados podemos más*. El *spot* desarrolló el concepto de cómo, sumando esfuerzos, los

Reclamos

	Total	% respecto del total de líneas en servicio
Telefónica del Perú*	448,241	16%
Telefónica Móviles	24,118	0.1%

*Incluye telefonía fija y TV paga.

Nuevas regulaciones del sector

En el año, junto con las otras operadoras móviles del mercado, ejecutamos una serie de implementaciones en las redes y sistemas, a fin de cumplir con lo establecido por el MTC:

- En enero entró en vigencia la portabilidad numérica, que otorga a los usuarios el derecho de conservar su número aunque cambien de operador.
- En septiembre entró a regir el Área Virtual Móvil, que estableció que las llamadas de larga distancia nacional hacia redes móviles se consideran como llamadas locales.
- En octubre entró en vigencia el sistema de Llamada por Llamada para redes móviles, que permite a los usuarios acceder al concesionario de larga distancia que prefieran para llamadas internacionales salientes.
- Finalmente, durante el año se desarrolló un proceso de actualización de los datos de los clientes prepago que culminó en marzo de 2011.

peruanos podemos superar los desafíos más grandes. Así, la propuesta buscó resaltar el trabajo que realizamos para ofrecer servicios innovadores y permitir que más peruanos estén conectados a través de la tecnología.

Por otro lado, en diciembre lanzamos una nueva campaña de imagen que buscó reflejar el proceso de cambio profundo que atravesó la compañía y el nuevo foco en la atención al cliente. La campaña presentó, a través de tres historias, una relación más próxima y cercana con nuestros clientes, pero también con nuestros trabajadores. Estos *spots* plantearon una promesa que se evidenció en acciones concretas para mejorar la experiencia de todos nuestros clientes, incrementar su satisfacción y ponerlos en el centro de todo lo que hacemos.

02 2

RELACIONES SOSTENIBLES

Con nuestros profesionales

Nuestros empleados representan la diversidad que caracteriza al país y enriquecen nuestra organización.

Más de 17 mil empleados integran nuestra planilla y constituyen nuestro activo más importante

A partir del plan estratégico *bravo!*, en 2010 se impulsó la construcción de un solo equipo ilusionado, comprometido, orientado al cliente y alineado con los objetivos del negocio. Para ello, se puso en marcha el proyecto *Vive la Experiencia*, que a través de ocho comportamientos busca afianzar la cultura, la satisfacción y el orgullo de todos nuestros empleados. Este nuevo enfoque apuesta por la creatividad del equipo, para que imagine soluciones y proponga ideas que puedan impactar positivamente en los resultados de la organización.

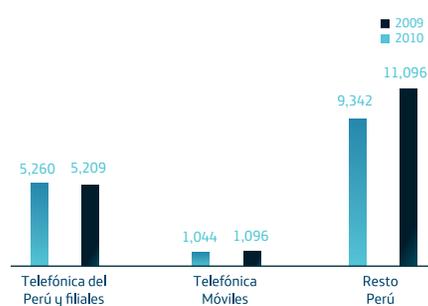
Un solo equipo

Desde que comenzamos nuestras operaciones en el país buscamos generar empleos que impacten positivamente en la productividad y en la calidad de vida de los peruanos. Consideramos que es valioso aprovechar las oportunidades de aprendizaje e integración de un país tan diverso, por lo que nuestra planilla está compuesta por más de 17 mil empleados que enriquecen la cultura interna e impulsan nuestro crecimiento.

Igualdad de oportunidades

	Unidad de medida	2010	2009
Mujeres	Porcentaje	48%	46%
Mujeres directivas	Porcentaje	17%	19%
Empleados con discapacidad	Unidades	27	38

Planilla física



Reconocemos la excelencia

Para nosotros es muy importante felicitar la lealtad, el compromiso, los aportes y las iniciativas exitosas que realizan nuestros empleados. Algunos de los programas de reconocimiento que existen en Telefónica son: al buen desempeño y logro de objetivos, al buen trabajo, al tiempo de servicio, entre otros. Asimismo, contamos con *Suma-T al reconocimiento*, un programa que distingue individualmente las buenas actitudes y liderazgos positivos de los empleados.

En Telefónica contamos con un *Plan Global de Compras de Acciones para Empleados*, a través del cual todos tienen la oportunidad de ser accionistas de la compañía. Consideramos que esta iniciativa es una forma de reconocer la importancia del equipo en los éxitos de la empresa, y de hacer coincidir los intereses de accionistas y empleados.

Por otro lado, en 2010 lanzamos los premios *bravo!* que reconocen el compromiso, esfuerzo y buen trabajo de nuestros profesionales. Los reconocimientos públicos se realizan cada dos meses en las reuniones de líderes.

Liderazgo inspirador

En el último año nos hemos enfocado en fortalecer y crear un estilo único de liderazgo que afiance nuestra cultura y nos permita ser cada vez mejores. En esta línea, *Líderes que Suman* busca crear un espacio donde los directivos puedan saber qué esperamos de ellos, cuáles son sus fortalezas y debilidades para mejorarlas, y seguir motivándolos y guiándolos en su rol. Cada líder en Telefónica tiene un decálogo de *Líder que Suma* que le permite conocer cuáles son las expectativas de su rol en el equipo.

Contamos también con *Suma-T*, uno de los principales programas que promueve que todos los empleados establezcan en conjunto sus códigos de comportamiento y los valores en los que se basa nuestro actuar. Los valores que se trabajan son: respeto, justicia y equidad, veracidad, humildad, autocrítica, y reconocimiento.

Espíritu innovador

En Telefónica construimos un equipo altamente competitivo a través de la captación de nuevos talentos y la apuesta por el desarrollo de nuestros profesionales. Como parte de la política de selección, priorizamos la publicación de las vacantes en el ámbito interno, para dar así oportunidades de crecimiento a nuestros trabajadores. A través de este proceso, en 2010 logramos cerrar el 72% de los procesos de selección con talento interno, y promocionar a 85 empleados con un desempeño superior. Como cierre del proceso, los candidatos que no fueron seleccionados recibieron *feedback* por parte de Recursos Humanos o del área directa.

En el ámbito externo, además de los regulares procesos de selección para cubrir vacantes, contamos con *Generación Futuro*, un programa anual de reclutamiento dirigido a jóvenes recién egresados, de alto potencial y que pertenecen al tercio superior en distintas universidades.

Abiertos a la comunicación

En Telefónica respetamos y apoyamos el principio de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. La presencia sindical en la compañía es muy activa y contamos con más de 2 mil empleados con convenio colectivo, tanto en Lima como en provincias. En el año, organizamos un seminario de dos días para más de 60 delegados sindicales con el fin de exponerles el plan estratégico de la compañía y las diferentes funciones y objetivos establecidos.

Cada vez que se dan cambios organizacionales, convocamos a los directivos de los sindicatos para que estén informados.

En 2010 reubicamos a 200 trabajadores, para lo cual se desarrolló un proceso de diálogo previo con los sindicatos a fin de explicar las razones de esta decisión, se incluyó capacitaciones sobre las nuevas labores y se acompañó el proceso de adaptación a fin de recibir observaciones y sugerencias.

No se produjo ningún conflicto relevante con los sindicatos pero sí se generaron diferencias con la Federación de Trabajadores de Telecomunicaciones, y que, al no haber existido acuerdo en la negociación colectiva, ha recurrido al Poder Judicial para solicitar una solución. Con el 87% restante hemos logrado acuerdos directos y se han definido los incrementos salariales y beneficios laborales para el periodo 2008-2011.

Comunicación global y cercana

Nuestro modelo de gestión de la comunicación interna cuenta con una estrategia transparente, oportuna y eficaz al momento de compartir nuestros mensajes clave. Entre los medios que tenemos están los canales virtuales, como la *Intranet Corporativa* y el *Diario de Telefónica*, los medios impresos, como la revista *Somos* y el boletín *Enlínea*, los correos electrónicos con temas importantes cada semana, los *pop-ups* para resaltar asuntos de particular importancia, carteleras enlínea, afiches, viniles en ascensores, entre otros.

Libertad de asociación

	Unidad de medida	2010	2009
Empleados con convenio negociado	Unidad	2,195	2,143
% total de la planilla	Porcentaje	13%	14%

El mejor lugar para trabajar

Ponemos especial atención en velar por la salud, el bienestar familiar y el equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestros empleados. Para dar tranquilidad a nuestro equipo y motivar su compromiso, hemos establecido una serie de beneficios, planes, programas y actividades que contribuyen con su calidad de vida.

Los PdA de la compañía establecen claramente el rechazo de cualquier tipo de trabajo forzoso, tanto en las empresas que conforman Telefónica como en nuestra cadena de valor. Asimismo, establecen el trato justo e igualitario para todos nuestros empleados y



Great Place to Work

El compromiso con el desarrollo personal y profesional de nuestros empleados se ve reflejado en una serie de reconocimientos otorgados por el Great Place to Work Institute en 2010. Por segundo año consecutivo, Telefónica del Perú ingresó en el *ranking* de Grandes Empresas con Mejor Clima Laboral, que agrupa a las compañías (con 700 trabajadores o más), que cuentan con los dos tercios o más de sus empleados satisfechos. Asimismo Telefónica Móviles, Telefónica Servicios Comerciales, *gestion* y Atento lograron ingresar a las lista de las 35 mejores compañías para trabajar en el Perú. Todos estos reconocimientos se traducen en la satisfacción de nuestros empleados, que registró un 80.9 % para el caso de Telefónica del Perú y un 87.3% para Telefónica Móviles a diciembre de 2010.

la sanción de cualquier tipo de discriminación, acoso o agresión laboral.

En el año, desarrollamos el proyecto estratégico *Compromiso y motivación*, que incluye el trabajo en microclimas por área. Para ello, elaboramos planes de mejora del clima laboral en función de las necesidades de cada unidad de negocio.

Protagonistas de nuestro desarrollo

Apostamos por impulsar el talento profesional basado en el mérito, es decir, en función al desempeño de cada uno de nuestros empleados. Para ello, realizamos un proceso de evaluación integral, dentro de lo que se denomina el ciclo de desarrollo de las personas. Este ciclo engloba cuatro fases: planear y alinear objetivos, evaluar el desempeño, establecer un plan de desarrollo y realizar un *feedback* constructivo.

En 2010, más de 5,700 empleados de Telefónica del Perú fueron parte de una evaluación anual integral mientras que, en el caso de Telefónica Móviles, participaron cerca de 1,080 empleados.

Para el caso de estas dos empresas, también brindamos las siguientes oportunidades de desarrollo: 12 rotaciones internacionales, cinco becas integrales del programa de posgrado en negocios de telecomunicaciones, 18 maestrías y 10 posgrados virtuales financiados, entre otras.

Gestión del talento*

	Unidad de medida	2010	2009
Horas de formación	Horas	580,300	179,799
Total gastos de formación	Miles de Nuevos Soles	4,763	3,595

*Incluye a todas las empresas del Grupo Telefónica en el Perú.

Comprometidos con nuestros clientes

Todos nuestros empleados están comprometidos con aumentar la confianza de nuestros clientes, mejorar su satisfacción y lograr que las relaciones que tenemos con ellos vayan más allá de una simple transacción. Para esto, en el marco de nuestro programa *Todos por el cliente*, venimos desarrollando iniciativas que motivan al equipo a enfocarse en mejorar la experiencia del cliente, entendiendo que ellos son los protagonistas y deben trabajar juntos.

Todos por el cliente

Una de las principales acciones en 2010 fue la realización de los talleres *Todos por el cliente* para mejorar la atención y el servicio, incluso de aquellos empleados que no trabajan directamente el tema. Las sesiones estuvieron orientadas a renovar la actitud de nuestros empleados frente a los clientes, los motivaron, presentaban casos prácticos, momentos para la reflexión personal y trabajos en equipo altamente retadores. Los directivos estuvieron a cargo del desarrollo de estas sesiones tanto en Lima como en las oficinas zonales de Telefónica del Perú, en las que participaron más de 4,700 empleados.

Por otro lado, cada miembro de nuestro equipo ha asumido la responsabilidad de ser un *Embajador Telefónica*. Este rol incluye nuestra formación para conocer mejor los procesos, productos y servicios, así como los programas y principios que guían nuestro actuar. También hemos creado un sitio web para los "embajadores" donde pueden recurrir para dar solución a cualquier problema que un cliente les presente.

Con nuestros proveedores

Nuestros proveedores acompañan nuestro crecimiento y contribuyen con la consecución de las metas que nos hemos planteado.

El 86% del total de proveedores adjudicados en 2010 fueron locales

A través de nuestras empresas colaboradoras generamos miles de empleos indirectos, por lo que consideramos a cada una de ellas como un importante aliado en nuestra contribución con el desarrollo del país. Conocemos la importancia que tiene la labor que realizan nuestros proveedores y su rol determinante de cara a la percepción de los clientes. Gracias a sus esfuerzos, podemos ser más eficientes en nuestras actividades, materializamos nuestra visión corporativa y avanzamos cada vez más en alcanzar las metas que nos hemos planteado.

Apostamos por el desarrollo local

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo del Perú, promovemos la contratación de proveedores locales para todas las compras que realizamos. Así, queremos contribuir a mejorar la competitividad y productividad de nuestro país, con el propósito de seguir generando crecimiento y progreso al sector empresarial local.

Alineados a este objetivo, en 2010 el 86% del total de proveedores adjudicados fueron locales. El volumen de compras local sumó S/.2,891 millones, que representa el 78.3% del total del volumen adjudicado en el año.

	2010	2009
Unidades		
Número total de proveedores	1,792	1,916
Proveedores adjudicatarios locales	1,546	1,640

Al negociar los contratos con los proveedores, buscamos que las condiciones pactadas beneficien los intereses de ambas partes. Por ello, y con el fin de no afectar la relación de confianza que día a día construimos con ellos, nos comprometemos a cumplir los compromisos de pago contraídos en plazo, y no poner en riesgo la planificación y crecimiento de nuestros aliados.

¿Qué compramos en Telefónica?

Las compras que realizamos se pueden clasificar en seis grandes rubros: publicidad y marketing, productos de mercado, sistemas de información, infraestructura de red, contenidos, y servicio y obras.

En 2010, las adquisiciones relacionadas con servicio y obras fueron las más importantes, constituyendo el 36% del total del volumen de compras adjudicadas.

Distribución de compras por línea de producto
Datos en %



Desarrollamos herramientas de comercio electrónico

El SAC es la plataforma electrónica de negociación que garantiza la eficiencia y el control en nuestros procesos de adjudicación, y que permite evaluar a los proveedores, acompañar el desarrollo de los contratos y administrar virtualmente todas las negociaciones. A través de esta plataforma, que en el futuro buscará gestionar todas las operaciones (negociación, contratos, pedidos, factura, entre otros), se negociaron en 2010 más del 93.7% del volumen total de nuestras compras. Asimismo, más del 33.8% fue negociado a través de subasta electrónica.

	2010	2009
Millones de Nuevos Soles		
Volumen adjudicado por eSourcing	3,462	4,146
Volumen adjudicado por subastas	1,251	2,003

Portal del proveedor

Para formar parte de nuestro catálogo de proveedores hemos definido un proceso de inscripción que está disponible en nuestro portal del proveedor <<http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/home/index.shtml>>. En este portal también se puede acceder a información sobre el modelo de compras de la compañía, las herramientas electrónicas o sobre nuestras políticas y normativas de responsabilidad corporativa en la cadena de suministro, detalladas en la página 19.

Con nuestra comunidad

Telefónica busca contribuir con el desarrollo de los peruanos y promover una sociedad más inclusiva.

Proniño
superó en
2010 los
38 mil niños
beneficiados
en 17
regiones de
nuestro país

Nuestros impactos en la sociedad

En 2010, continuamos realizando aportes sociales a través del Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (Fitel), órgano del Estado que posibilita la provisión del acceso universal a las telecomunicaciones en áreas rurales y de preferente interés social con estándares mínimos de calidad y tarifas apropiadas para los diferentes grupos socioeconómicos del país. En 2010, el monto total de nuestros aportes ascendió a S/.43,747,918, que es la suma de lo aportado por Telefónica del Perú y Telefónica Móviles.

Innovación social

Desde el inicio de nuestras operaciones hemos trabajado para superar las barreras geográficas y económicas y llevar tecnología a las zonas más alejadas y menos favorecidas, con el objetivo de acortar las brechas sociales y promover una sociedad más inclusiva. Así, brindamos una amplia oferta de productos y servicios adecuada a las necesidades de los sectores más vulnerables con el fin de facilitar la inserción de estas comunidades a la nueva era global de la información.

Nuestra estrategia de innovación social promueve la creación de iniciativas basadas en las TIC con el fin de impulsar la igualdad de oportunidades y mejorar la calidad de vida de las personas. Somos conscientes que esta estrategia requiere, además, de un ecosistema de alianzas con otros agentes, como aliados tecnológicos y comerciales, que apoyen y legitimen los procesos de inclusión por medio de las telecomunicaciones. Por ello, creemos que recurrir constantemente al diálogo para identificar las necesidades puntuales y trabajar de la mano con el Estado, son acciones permanentes para el éxito y sostenibilidad de nuestras intervenciones.

Fundación Telefónica

La Fundación Telefónica es la encargada de canalizar la acción social y cultural que desarrollamos como parte fundamental de nuestra misión, objetivos y compromiso con el desarrollo del país. La intervención que realiza en la sociedad busca acortar las brechas sociales que existen para sentar las bases de una más próspera e integrada. Para ello, consideramos a las TIC como elementos transformadores e imprescindibles para lograr cambios sociales, dado su enorme potencial para facilitar el acceso al conocimiento y educación a un mayor número de personas en el país. En este sentido, nuestra labor se lleva a cabo a través de cinco grandes programas: *Proniño*, *EducaRed*, *Voluntarios Telefónica*, *Debate y conocimiento*, y *Arte y tecnología*, orientados a la generación de conocimiento y facilitación del acceso a una educación de calidad mediante el uso y aplicación de las TIC.

Proniño

A través del programa *Proniño* contribuimos significativamente con la erradicación del trabajo infantil en 13 países de Latinoamérica, brindando a niñas, niños y adolescentes que trabajan la oportunidad de recibir una educación de calidad y con valores, que favorezcan a una sociedad más inclusiva donde se cumplan y respeten sus derechos fundamentales. La intervención social se lleva a cabo mediante tres ejes estratégicos de acción: protección integral del niño, mejora de la calidad educativa y fortalecimiento de los actores que velan por los derechos del niño.

Con el fin de generar conocimiento especializado en torno a la problemática del trabajo infantil en nuestro país, la Fundación Telefónica y el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) realizaron el estudio *Voces sobre el Trabajo Infantil. Actitudes y vivencias de padres, madres y maestros de niños que trabajan en edad escolar sobre el trabajo infantil*. El documento ofrece un

enfoque innovador acerca de la problemática desde la valoración psicológica de los propios actores en el ámbito familiar y educativo, y plantea como solución la estimulación del pensamiento reflexivo de los padres.

Como parte de nuestras actividades, participamos en la realización del III Encuentro Internacional contra el trabajo infantil: *Redes e innovación para la prevención y erradicación del trabajo infantil* llevado a cabo en noviembre, en Bogotá, Colombia. Este foro, que contó con un formato presencial y otro virtual, reunió a los principales especialistas en el tema de trabajo infantil y generó espacios de compromiso y reflexión.

Los más de 38 mil niños peruanos beneficiados en 224 escuelas ubicadas en 17 regiones del país, son atendidos desde una óptica integral, que conjuga el fortalecimiento de su desarrollo personal y la defensa de sus derechos con su desarrollo educativo. En Latinoamérica, el programa beneficia a más de 211 mil niños, por ello con el objetivo de realizar un mejor



registro, monitoreo y acompañamiento de esta población beneficiaria, durante el año implementamos un nuevo sistema de gestión y seguimiento regional del programa.

Educared

Buscamos promover la mejora de la calidad de la educación y favorecer la excelencia educativa mediante la incorporación de las TIC en los procesos de enseñanza, pasando por la interrelación de tres elementos clave: pedagogía, contenido y tecnología. En este sentido, desde *Educared* ofrecemos herramientas y contenidos educativos de calidad, así como un amplio programa de formación integral que busca fomentar la potencialidad innovadora de toda la comunidad educativa: profesores, alumnos, padres de familia, centros escolares y otros agentes del sector educativo.

En 2010, ejecutamos programas de formación y capacitación de docentes, como la 4ta edición de *la Semana Educared*, desarrollada en Arequipa, Ayacucho, Cajamarca y Lima en coordinación con instituciones públicas y privadas. Las jornadas capacitaron a más de 1,600 docentes y se siguieron en vivo a través del portal *Educared*, registrándose más de 5,000 accesos en los cuatro días de transmisión del seminario.

Por octavo año consecutivo realizamos el concurso *Construye un Blog en la Escuela*, que busca promover el uso educativo de Internet y las TIC en el aula, a través de la creación y desarrollo de blogs. Participaron más de 1,500 escolares agrupados en 344 equipos y trabajaron la temática "Aprendiendo con Internet en el aula".

Asimismo, más de 2,150 equipos de 19 países participaron en el *XI Certamen Internacional de Educared*, que consiste en la realización de trabajos multimedia relacionados con

los temas del currículo escolar. Dos equipos peruanos estuvieron entre los ganadores.

Durante el año, se ha consolidado el portal global www.educared.org, lo que ha supuesto la consolidación de un espacio de trabajo para los equipos *Educared* de todos los países y donde convergen tanto los proyectos globales como los locales. Por su parte, el portal *Educared Perú* recibió cerca de 9 millones de visitas en 2010.

Voluntarios Telefónica

Promovemos el desarrollo de una red solidaria de voluntariado constituida por nuestros empleados, quienes dedican su tiempo, conocimiento y esfuerzo para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las personas menos favorecidas de nuestro país en concordancia con los valores de la compañía. Además, mediante el programa *Mentes Brillantes*, tienen la oportunidad de desarrollar sus propias iniciativas de apoyo social y obtener financiamiento para implementarlas. En el año se presentaron más de 52 proyectos al concurso, y se premiaron a 10 equipos.

Desde 2010 cualquier empleado puede realizar voluntariamente aportes económicos para financiar la educación de niños de bajos recursos en el marco del programa *Proniño*. A la fecha, más de 800 *Voluntarios Telefónica* becaron, a través de sus contribuciones, a cerca de 600 niños.

Asimismo, en el año se inscribieron en el voluntariado 1,131 empleados, que sumó un total de 4,209 colaboradores solidarios, y se realizaron 121 actividades de ayuda social.



Arte y tecnología

Mediante el programa *Arte y tecnología* impulsamos la creación de arte contemporáneo, particularmente aquel que usa las nuevas tecnologías como soporte, y su acercamiento



Día mundial contra el trabajo infantil

En el Día mundial contra el trabajo infantil, celebrado el 12 de junio, buscamos comprometer a cada vez más actores en la lucha contra esta problemática, por lo que desarrollamos numerosas intervenciones urbanas en 17 ciudades del país. Para el desarrollo de estas actividades contamos con la valiosa participación de más de 700 *Voluntarios Telefónica*.

al público en general. Además nos ocupa la conservación y difusión del patrimonio artístico y tecnológico de la compañía. En este sentido, el Centro Fundación Telefónica organiza exposiciones temporales de arte y nuevos medios, fortalece la producción artística local a través de talleres y certámenes, y desarrolla un programa pedagógico innovador dirigido a escolares.

Por segundo año consecutivo, en 2010, impulsamos *Centro Abierto*, una iniciativa que convocó a artistas latinoamericanos para que presenten propuestas de intervenciones en espacios públicos del centro de la ciudad. Entre los 137 proyectos presentados por artistas de 11 países de la región, se seleccionaron cinco que fueron exhibidos en octubre durante La Gran Semana de Lima y pudieron ser apreciados por más de un millón de transeúntes.

En 2010, las 486 actividades artístico-culturales y tres exposiciones temporales que organizamos congregaron a cerca de 28 mil visitantes.



La publicación trata sobre el valor económico de la lengua castellana, profundizando la dimensión social y económica de nuestro idioma y resaltando su rol como elemento integrador de los países de Latinoamérica.

Patrocinios sociales

Nuestro compromiso con el país y su tradición cultural se pone de manifiesto en el apoyo que brindamos a diversas iniciativas sociales y deportivas, como grandes instrumentos de transformación e inclusión social. Esta colaboración se enmarca dentro de nuestra estrategia de RC y tiene, principalmente, una intencionalidad social, de integración y participación cívica en la sociedad en la que vivimos y que nos permite crecer con ella.

Por un lado, las costumbres y fiestas regionales que patrocinamos nos permiten realzar los atractivos de estos lugares y los valores que los caracterizan, impulsar la creatividad de sus pobladores y establecer vínculos emocionales con ellos. Para el caso del apoyo que brindamos al deporte, queremos resaltar la pasión y transmisión de valores positivos, que contribuye a la cohesión social de todos los peruanos, sin importar la procedencia.

En 2010, hemos invertido más de S/.2,5 millones para patrocinar 32 actividades sociales, culturales y deportivas en todo el país.

Más de 10 años apoyando el vóley peruano

En Telefónica hemos establecido un convenio de cooperación con la Federación Peruana de Vóleybol (FPV), convirtiéndonos en patrocinador principal de los seleccionados femeninos de todas las categorías hasta el año 2012. Este apoyo se enmarca dentro de las acciones que realizamos para impulsar el desarrollo de una sociedad cohesionada, en la cual el orgullo que genera un deporte como el vóley es un importante pilar.



Debate y conocimiento

Queremos promover la creación, el análisis y la difusión del conocimiento sobre las TIC y su impacto social, ofreciendo a la comunidad nuevas publicaciones que analicen las relaciones entre tecnología, sociedad y futuro. Los estudios que presentamos han sido desarrollados por reconocidos expertos e investigadores, en alianza con las más prestigiosas universidades nacionales e internacionales.

En 2010, presentamos el libro *Economía del español. Una introducción*, investigación dirigida por los profesores José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez.

Ciudad	Actividad	Fecha
Puno	Virgen de la Candelaria	Enero-febrero
Cajamarca	Carnaval de Cajamarca	Febrero
Juliaca	Carnaval de Juliaca	Febrero
Ayacucho	Semana Santa	Abril
Cusco	Inti Raymi	Junio
Chimbote	Fiesta de San Pedrito	Junio
Cusco	Virgen del Carmen Paucartambo	Julio
Arequipa	Aniversario	Agosto
Tacna	Aniversario Tacna a color	Agosto
Amazonas	Señor de Gualamita-Kuélap	Septiembre
Huancayo	Maratón de los Andes	Septiembre
Piura	Semana Jubilar Piura a color	Octubre

Orientamos nuestra gestión a la creación de valor para nuestros accionistas.

La
transparencia
en nuestras
operaciones
contribuye a la
estabilidad y
productividad
de la compañía

Los Principios de Actuación (PdA) dejan en claro el compromiso que tenemos de ofrecer a nuestros accionistas la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad. Además, nos permiten competir en los índices de inversión socialmente responsables, como el *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) o el *FTSE4Good*, entre otros. En 2010, Telefónica lideró en el ámbito mundial, y por segundo año consecutivo, el DJSI en el sector de telecomunicaciones.

Para gestionar la compañía tomamos en cuenta los estándares internacionales más elevados y las mejores prácticas existentes en materia de gobierno corporativo. Conforme con lo establecido en el estatuto social, el régimen de gobierno de la Sociedad está encomendado a la Junta General de Accionistas, órgano supremo de la compañía, al Directorio, el máximo órgano de administración y representación que supervisa y controla buscando la maximización de valor para la compañía, y a la Gerencia. El Directorio ha constituido tres comités (de Auditoría, de Retribuciones y Buen Gobierno Corporativo, y el Ejecutivo) que lo apoyan en el examen y seguimiento permanente de algún área o aspecto de especial relevancia.

Buscamos responder claramente todas las dudas o consultas que presenten nuestros accionistas para que estén informados y tomen las mejores decisiones de inversión. En nuestro sitio web pueden encontrar una sección específica de gobierno corporativo, el estatuto social, el Reglamento del Directorio y sus Comités, las funciones del Directorio, su composición, la trayectoria profesional de sus miembros, los acuerdos adoptados por la Junta, entre otros temas.

Para transparentar los resultados financieros y contables, elaboramos la *Memoria Anual de Telefónica del Perú*, que incluye una sección específica sobre buen gobierno corporativo, así

como el *Informe anual sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno para las sociedades peruanas*. De cara a los mercados financieros, y en línea con la ley Sarbanes-Oxley, se emite anualmente la *Certificación del cumplimiento de la normativa sobre la información financiero contable*, tanto en el caso de Telefónica del Perú como en el de Telefónica Móviles, que da cuenta de nuestra conducta y buen gobierno corporativo.

En 2010, la compañía recibió una certificación de la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores (Conasev) por haber cumplido con el procedimiento de protección a los accionistas minoritarios contemplado en la ley.

Ética y transparencia

Dentro de nuestro código ético contemplamos el principio de integridad para garantizar la ética y la transparencia, y prevenir posibles situaciones de riesgo. Planteamos una serie de conductas que deben tener en cuenta nuestros empleados al encontrarse en una situación de conflicto de intereses. Estas son:

- En ningún caso, ofrecerán o aceptarán regalos, invitaciones u otro tipo de incentivos que puedan influir o recomendar en la toma de decisiones empresariales.
- Evitarán o declararán cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas.
- Se comportarán con rectitud, sin buscar en ningún caso el beneficio propio o de terceros a través del uso indebido de su posición o sus contactos en la compañía.
- Actuarán institucionalmente con absoluta neutralidad política, y se reservarán de emitir algún tipo de opinión sobre el tema, ya sea en favor o en contra de procesos o actores políticos. En particular, la compañía no efectuará donaciones de ningún tipo a partidos políticos, ni otro tipo de entidades públicas o privadas vinculadas a la actividad política.

03

Indicadores clave

Presentamos los indicadores más importantes de nuestra gestión en 2010.

Indicadores clave

Impacto económico*

	2010	2009
Ingresos Grupo Telefónica (millones de Nuevos Soles)	7,432	7,246
Inversión en innovación tecnológica (millones de Nuevos Soles)	506	655
Pagos a administraciones públicas (millones de Nuevos Soles)	2,024	1,639
Pagos a empleados (millones de Nuevos Soles)	1,210	995
Inversión en infraestructuras (millones de Nuevos Soles)	1,103	1,175
Volumen compras adjudicadas (millones de Nuevos Soles)	3,695	4,124

Impacto social

<i>Voluntarios Telefónica</i>	4,209	4,090
Inversión en acción social y cultural (miles de Nuevos Soles)	24,531	12,070
Número de beneficiarios <i>Proniño</i>	38,344	30,216

Empleo

Número total de empleados	17,401	15,646
% de mujeres en la compañía	48%	46%
% de mujeres en puestos intermedios y directivos	17%	19%
Horas promedio de formación por empleado	33	11

Proveedores

Total de proveedores adjudicatarios	1,792	1,916
Total de proveedores adjudicatarios locales	1,546	1,640

Medio ambiente

Consumo de papel blanco (toneladas)	1,034	2,160
Consumo de agua (miles de litros)	341,605	384,595
Consumo de combustible flota (gasóleo y gasolina) (miles de litros)	1,362	1,528
Emplazamientos compartidos con otro operador (unidades)	442	32
Mediciones de campos electromagnéticos (unidades)	154	187

*Datos calculados en base a criterio contable.

Reconocimientos

Celebramos estos reconocimientos que nos motivan a seguir mejorando constantemente.



Great Place to Work

Telefónica Móviles, Telefónica Servicios Comerciales, *tgestiona* y Atento fueron incluidas en el *ranking* de los 35 mejores lugares para trabajar en el Perú.



Distintivo Empresa Socialmente Responsable

Telefónica del Perú obtuvo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, otorgado por Perú 2021 y el Centro Mexicano para la Filantropía, por el trabajo realizado en 2010 en materia de sostenibilidad y por contar con políticas, prácticas y proyectos enfocados en los distintos grupos de interés en los que impactan.



Líder del Dow Jones Sustainability Index

Por segundo año consecutivo, Telefónica fue reconocida como la compañía líder mundial del sector de telecomunicaciones por criterios de sostenibilidad, al encabezar de nuevo el índice DJSI.



Premio a la excelencia ANDA (Asociación Nacional de Anunciantes)

Fundación Telefónica se llevó el reconocimiento en la categoría Responsabilidad Social: Educación y Valores, con su proyecto *Aulas Fundación Telefónica*. Por su parte, Telefónica Móviles obtuvo el premio en la categoría Empresa Anunciante gracias a los resultados de *marketing* obtenidos a través de sus campañas de comunicación.



Premio Ojo de Iberoamérica

Telefónica Móviles recibió el premio a mejor anunciante del año por su campaña *Conectados*. Este reconocimiento se otorga a las piezas publicitarias más innovadoras de profesionales y empresas en la región.



Premios Effie

Telefónica Móviles obtuvo dos Premios Effie de Plata por las campañas *Mi Mail* y *Mi Número*, además del premio al uso más efectivo de medios de prensa. Estos son los premios de mayor relevancia en la industria publicitaria que reconocen el aporte de estrategia y creatividad al logro de resultados.



Premio Nacional a la Calidad del Perú

Atento recibió el premio en la categoría empresas de servicios. Este es otorgado por el Comité de Gestión de la Calidad de la Sociedad Nacional de Industrias a las organizaciones que han desarrollado e implementado, con éxito, un modelo de excelencia de la calidad.



Certificación Gold Certified Partner

tgestiona alcanzó la certificación *Gold Certified Partner* que otorga *Microsoft Partner Network* por cumplir rigurosos estándares de calidad, obtener importantes certificaciones internacionales y haber implantado soluciones en productos Microsoft.

05

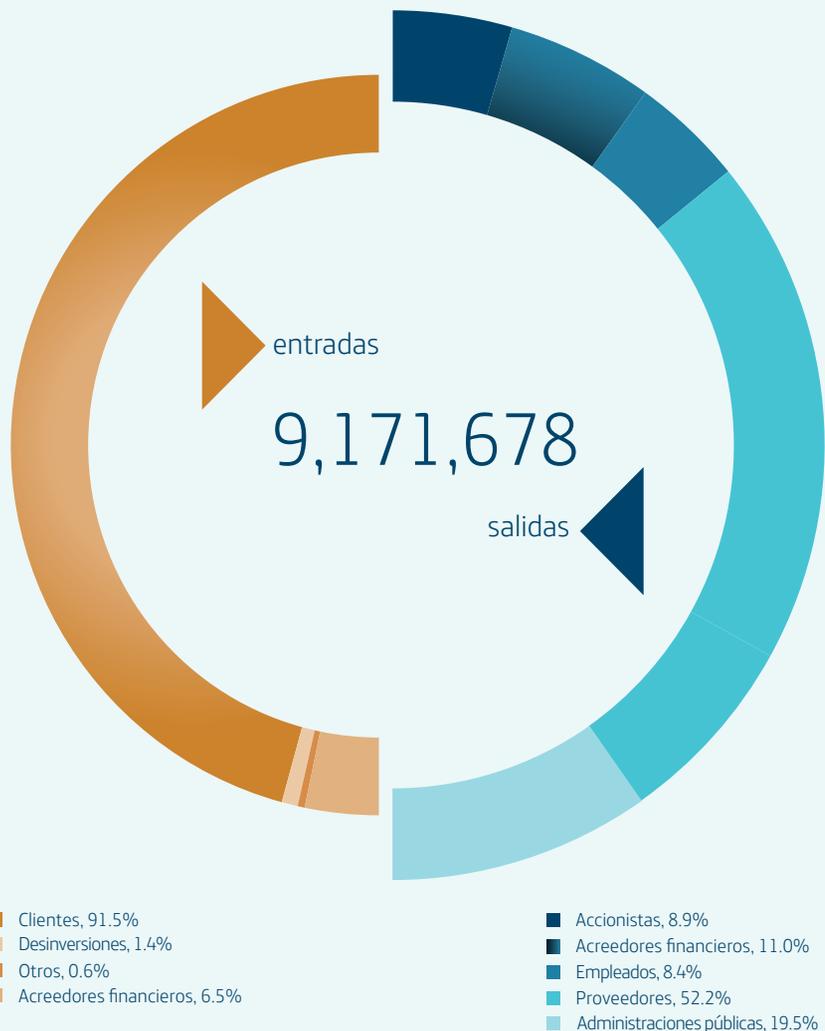
Motor de progreso

Desde el inicio de nuestras operaciones en 1994, hemos acompañado y contribuido con el desarrollo del país.

Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social en el Perú

A diciembre de 2010
 Datos en miles de Nuevos Soles

En 2010, en Telefónica generamos flujos por más de S/.9,170 millones, de los cuales se destinaron S/.3,466 millones a proveedores y S/.772 millones a nuestros empleados. Asimismo se destinaron cerca de S/.1,800 millones al pago de tributos y más de S/.815 millones a nuestros accionistas. Con respecto a las inversiones, se pagaron más de S/.1,319 para el desarrollo de infraestructura, equipos y plataforma, y S/.1,006 fueron asignados a acreedores financieros.



Nota: consolida los flujos de efectivo generados durante 2010, clasificados por actividades de operación, inversión y financiamiento. La generación de efectivo se origina principalmente en las cobranzas que realiza la compañía, y el uso de estas es destinado a pagos o desembolsos. Los datos consideran información de Telefónica del Perú y Telefónica Móviles, la cual fue obtenida de fuentes internas. Estos datos podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. La información auditada de los estados financieros consolidados de Telefónica del Perú S.A.A. y Telefónica Móviles S.A. está incluida en las cuentas anuales.

Evolución y distribución de los servicios del Grupo Telefónica en el Perú



* En 1994 no se registraba ninguna línea de banda ancha en el Perú.

Nota: El proyecto Fibra Óptica de los Andes se desarrollará entre 2011 y 2012, y beneficiará a las principales ciudades de la sierra y centro oriente del Perú.

Departamento	Población ¹	Telefonía fija ²	Telefonía pública ³	Telefonía móvil	TV paga ⁴	Banda ancha ⁵	Total
Amazonas	411,011	4,662	304	138,652	437	813	144,868
Ancash	1,099,573	52,431	5,033	713,087	8,939	21,697	801,187
Apurímac	444,619	5,459	921	140,016	707	2,041	149,144
Arequipa	1,177,330	111,344	9,408	1,001,190	37,718	42,780	1,202,440
Ayacucho	653,755	12,287	2,235	392,834	821	3,769	411,946
Cajamarca	1,455,201	24,997	2,297	753,922	2,065	10,841	794,122
Cusco	1,216,168	43,344	4,308	519,313	17,070	15,067	599,102
Huancavelica	477,102	2,495	308	54,692	90	916	58,501
Huánuco	795,780	12,015	1,166	300,280	741	4,766	318,968
Ica	727,824	47,178	5,952	671,370	4,215	19,075	747,790
Junín	1,272,890	52,052	7,894	860,797	8,387	17,070	946,200
La Libertad	1,663,602	123,881	10,046	1,138,335	25,673	46,019	1,343,954
Lambayeque	1,142,757	73,322	5,790	979,933	14,116	25,663	1,098,824
Lima	9,455,754	1,366,203	94,721	6,956,815	544,655	648,007	9,610,401
Loreto	921,518	33,604	5,281	272,207	1,316	555	312,963
Madre de Dios	112,814	2,801	278	21,413	705	1	25,198
Moquegua	165,492	10,057	1,104	161,541	1,496	4,207	178,405
Pasco	290,275	3,773	301	159,681	547	1,141	165,443
Piura	1,725,488	71,888	7,258	1,070,301	9,368	26,574	1,185,389
Puno	1,320,075	18,408	1,398	837,742	1,104	8,470	867,122
San Martín	753,339	20,924	2,317	420,386	880	4,521	449,028
Tacna	294,965	20,740	2,822	374,946	7,167	9,844	415,519
Tumbes	204,650	8,012	639	209,599	452	3,273	221,975
Ucayali	444,619	16,044	2,853	298,197	1,944	4,828	323,866
Total	28,220,764	2,137,921	174,634	18,447,249	690,613	921,938	22,372,355

Fuente: Osiptel.

1 Fuente: INEI Censos Nacionales 2007, XI de Población y VI de vivienda.

2 Incluye líneas fijas inalámbricas de Telefónica Móviles.

3 Incluye telefonía pública móvil.

4 Incluye ADSL, móvil y Cablenet.

5 Incluye Star Global.

Revisión Independiente

Un mensaje de Ernst & Young

Por encargo de la Comisión de Auditoría y Control, realizamos la revisión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica en Perú. El Informe consta de dos partes: el presente documento impreso y la versión online completa del mismo, que estará disponible en www.telefonica.com.pe/rc

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica en Perú, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, que han elaborado dicho informe en base a:

- Los principios e indicadores establecidos en la guía de referencia G3 del Global Reporting Initiative (GRI).
- Los principios recogidos en la guía AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Perú.

Alcance de los trabajos

Nuestro trabajo consiste en:

- **Revisión del cumplimiento de los estándares del GRI**

1. La adecuación de la estructura y contenido del Informe a los principios y directrices establecidos en la Guía G3.
2. La adecuada trazabilidad de la información y los datos correspondientes a los indicadores centrales y adicionales y del Suplemento sectorial de Telecomunicaciones, así como del criterio seguido para su consideración, en su caso, como no aplicables, con el alcance determinado en nuestro Informe de Revisión Independiente.

- **Revisión bajo la consideración de la norma AA1000AS**

Los procedimientos de revisión se han desarrollado para valorar, que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad se adecua a los siguientes principios:

1. Inclusividad: referido a la implicación y requerimientos de los grupos de interés en la determinación de los contenidos a incluir.

2. Relevancia: referido a la inclusión de los aspectos materiales y significativos en materia de sostenibilidad para la compañía y sus grupos de interés.
3. Capacidad de respuesta: referido a la determinación de los objetivos y respuesta a las expectativas de los grupos de interés y de la adecuada y oportuna comunicación de los planes dirigidos a ellos.

Asimismo, se han considerado las directrices establecidas en la norma ISAE 3000 (Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) aplicable para la realización de estas revisiones.

Los procedimientos de revisión han incluido, fundamentalmente, la realización de entrevistas con directivos de las áreas corporativas y de Perú, revisión de información relevante del Grupo y de noticias de prensa, revisión de los procesos de recopilación de información y comprobación de la trazabilidad de los datos, en base a pruebas selectivas, para las informaciones reportadas en relación a cada uno de los indicadores.

Nuestra Independencia

Las políticas de independencia de Ernst & Young son de aplicación a la Firma, socios y sus profesionales. Estas políticas prohíben cualquier interés financiero o conflicto de interés en nuestros clientes que pudieran comprometer nuestra independencia. Cada año, los socios y el personal son requeridos para confirmar el cumplimiento de las políticas de la Firma. Las normas de independencia de Ernst & Young exceden, en algunos apartados, los requerimientos del IFAC (International Federation of Accountants).

Nuestro Informe de Revisión Independiente contiene el alcance del trabajo, los criterios de revisión, los procedimientos realizados, nuestra independencia, así como las conclusiones y recomendaciones identificadas como resultado de nuestro trabajo. Dicho Informe estará disponible en www.telefonica.com.pe/rc

ERNST & YOUNG, S.L.

Madrid a 18 de mayo de 2011

