

## Declaración de responsabilidad

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto del desarrollo del negocio de Telefónica del Perú S.A.A. durante el año 2012. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, el firmante se hace responsable del contenido conforme con los dispositivos legales aplicables.



**Alex Nolte Alva**

Lima, 20 de febrero de 2013



2012

MEMORIA ANUAL

Telefónica del Perú S.A.A.

*Telefónica*

# Índice

## Carta del Presidente

Pág. 8



## Variables significativas

Pág. 12



## Entorno

Pág. 16



Regulación del sector y situación del mercado

Pág. 22



Entorno económico y perspectivas

## Negocio

Pág. 30



Crecimiento en calidad y servicio

Pág. 34



Transformando la relación con los clientes

Pág. 38



Entrega de valor a nuestros clientes a través de TI

Pág. 40



Evolución de los negocios

Pág. 44



Promoción de la innovación

Pág. 46



Capital intelectual

Pág. 56



Análisis y comentarios de los resultados 2012

## Buen gobierno

Pág. 64



Aspectos societarios

Pág. 70



Telefónica del Perú y sus accionistas

Pág. 74



Gobierno corporativo

Pág. 78



Fundación Telefónica: conocer para transformar

## Estados financieros individuales auditados

Pág. 90



Dictamen de los auditores independientes

Pág. 92



Estados financieros

## Informe de gobierno corporativo

Pág.

Anexo:  
Información sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno para las sociedades peruanas

Pág.



## Fuentes de información

Pág.





## Carta del Presidente

### Señores accionistas:

La presente Memoria Anual de Telefónica del Perú resume los resultados de un año de enormes retos para la compañía. Si bien la coyuntura externa sigue siendo adversa, el Perú ha sostenido en 2012 un crecimiento importante a nivel económico y social, lo que nos impulsa a continuar trabajando para promover que este llegue a los lugares más alejados de nuestro país.

El año 2012 tuvo buenos resultados a nivel económico gracias a un crecimiento con estabilidad de precios y superávit en los balances macroeconómicos. El dinamismo de la economía interna permitió superar los embates de una economía externa debilitada. El PBI se expandió 6.3% en 2012, luego de hacerlo en 6.9% en 2011. La inversión privada se expandió cerca de 15% en el año. Por el lado de la oferta, los sectores productivos asociados a la demanda interna fueron los más dinámicos, entre ellos el sector de servicios cerró con un crecimiento del 7.4%.

Durante este año, mantuvimos altos niveles de calidad, tarifas competitivas, planes, promociones, productos y servicios innovadores, que contribuyen al bienestar de nuestros clientes. Asimismo, alcanzamos en febrero de 2012 las solicitudes de renovación de concesiones para Star Global Com S.A. y Telefónica Multimedia S.A.C., por un período adicional de veinte años. Por otro lado, el 19 de diciembre, en el marco del procedimiento de renovación de los contratos de concesión de telefonía móvil, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) nos notificó los nuevos términos y condiciones propuestos, los mismos que, tras ser debidamente evaluados por la compañía, decidimos aceptar. Así, en enero de 2013,

comunicamos al MTC la aceptación de los nuevos términos y condiciones para la renovación de sus concesiones por dieciocho años y diez meses, quedando pendiente la emisión de la respectiva Resolución Ministerial que formalice la renovación de dichas concesiones.

El Grupo Telefónica invirtió en el Perú en 2012 la suma de S/. 1,274 millones, 10.3% más que en 2011 y, en el caso de Telefónica del Perú, invertimos S/. 646 millones, 11.4% más que el año anterior. Las inversiones se incrementaron principalmente por la expansión la planta telefónica, así como el mayor número de accesos de Internet. Es oportuno resaltar que desde que inició sus operaciones en el Perú hace cerca de diecinueve años, el Grupo Telefónica ha invertido más de US\$ 7,300 millones en infraestructura, y más de US\$ 4,150 millones en inversiones financieras.

Dentro de las inversiones en infraestructura se encuentra el ambicioso proyecto "Fibra Óptica de los Andes", gracias al cual estamos desplegando 1,800 kilómetros de fibra óptica, logrando llevar Internet de alta velocidad a las ciudades de Cusco, Abancay, Huancavelica, Huánuco, Tingo María, Pucallpa, Tocache, Juanjuí, Bellavista y Tarapoto. Todo el proyecto beneficia a más de 2.4 millones de peruanos de la sierra y selva del país.

### Comportamiento y evolución del negocio

Nuestra visión, como Grupo Telefónica, señala que: "Abrimos camino para seguir transformando posibilidades en realidades, con el fin de crear valor para clientes,

empleados, sociedad, accionistas y socios a nivel global".

En esta línea, durante 2012, nos esforzamos en llevar servicios de telecomunicación a todo el país y mejorar la experiencia de nuestros clientes a través de los productos y servicios que ofrecemos en nuestros distintos canales.

Este notable esfuerzo, que viene movilizando a la compañía entera, se tradujo en un incremento en la satisfacción de nuestros clientes (sobre diez puntos) de 7.62 en el año 2011 a 7.73 en el año 2012, el nivel más alto desde que se comenzó a medir este indicador (era 6.74 en 2009). En general, se ha reducido a cero la diferencia de calidad de servicio con la competencia, a la cual hemos superado en forma importante en el segmento empresas.

A nivel de ampliación de la red, celebramos que hemos superado las metas propuestas para el año. Ampliamos nuestra planta externa, logrando construir 285,767 accesos de telefonía fija, superando en más de veintidós mil la meta anual inicialmente propuesta. Implementamos 173,648 accesos de banda ancha fija, superando en más de veintitrés mil la meta anual. Además expandimos a 1,713 km la red de fibra óptica, llegando a veintiséis ciudades en todo el país, lo que superó en 73% la meta anual de ciudades cubiertas. Cabe resaltar que esta expansión constituye un récord histórico en el crecimiento de esta red, duplicando lo realizado en 2011 y quintuplicando el promedio de los últimos dieciséis años.

La evolución de nuestros diversos negocios ha sido favorable este año. Somos conscientes del rol de Telefónica en



Venimos trabajando hace dieciocho años en el Perú, mejorando el acceso de miles de personas a los servicios de telecomunicaciones y potenciando la integración de todos los peruanos.

el mundo digital y, por ello, en el año 2012, iniciamos las actividades preliminares del programa de transformación de nuestros sistemas, cuya meta principal es la de transformar la experiencia de nuestros clientes en los próximos cuatro años, sobre la base de procesos de negocio simples y estándares, una oferta de productos simplificada y una relación cercana con nuestros clientes.

Este año, la web Movistar logró posicionarse como una de las páginas más vistas en nuestro país, brindando información de campañas comerciales, consultas postventa y compras online. Es así como, a fines del año 2012, logramos cinco millones de visitas mensuales versus 3.9 millones de 2011. Adicionalmente, se logró triplicar los ingresos generados por las ventas a través del canal online.

Durante 2012, se continuó con la estrategia de impulso al crecimiento de los accesos de Internet, los mismos que mostraron un crecimiento de 18.2%, pasando de 1.08 millones al cierre de 2011 a 1.28 millones al cierre de 2012. Impulsamos varias campañas para la venta de PC más Internet, tablets con planes de datos y, para el segmento escolar, la Internet asociada a la aplicación educativa. Asimismo, se impulsó la comercialización de planes de Internet con velocidades de 10 a 30 Mbps a través de productos orientados a segmentos premium.

También crecimos en el negocio de Data Center y lanzamos nuestra oferta "Cloud Computing", logrando atraer a importantes clientes que han empezado a usar este innovador servicio. Durante 2012, se puso especial atención en brindar servicios con especialización sectorial, desarrollando ofertas para los sectores microfinanzas, salud, educación, minería y banca.

Los resultados logrados a nivel financiero indican que los ingresos operativos de Telefónica del Perú crecieron en 2.3% con respecto del año 2011, al situarse en S/. 3,899 millones en 2012, resultado que se explica principalmente por los mayores ingresos en televisión pagada, Internet y telefonía pública, resultados parcialmente contrarrestados por menores ingresos en telefonía local, larga distancia, y datos y tecnología de la información. El resultado neto de 2012 (luego del correspondiente impuesto a

la renta) fue de S/. 538 millones, 21.6% superior al del ejercicio anterior.

En telefonía fija, se registraron menores ingresos en S/. 198 millones, efecto del tráfico de interconexión (desde otros operadores móviles y fijos), la reducción tarifaria impuesta por el regulador OSIPTEL (factor de productividad) y la sustitución fijo-móvil. En el mismo período, en larga distancia se registraron menores ingresos por S/. 26.5 millones, debido a la competencia y la mayor oferta de planes en Internet. Finalmente, los ingresos de Internet y televisión pagada compensaron la disminución de ingresos en telefonía fija y de larga distancia, que año contra año fueron de 19.4% y 15.4%, respectivamente.

Durante los últimos años –producto de la regulación y la competencia–, los ingresos de telefonía fija se vieron fuertemente impactados en cuanto a tarifas y líneas. Por un lado, en la última década, las tarifas cayeron más de 54%; y, por otro, las líneas de telefonía fija perdieron participación de manera significativa, en beneficio de la telefonía móvil, que hoy concentra más del 90% de las líneas en el Perú.

En este escenario, venimos diversificando nuestros ingresos y priorizando aquellos negocios con alto potencial de crecimiento, como el acceso a Internet y a la televisión pagada, y también esperamos mejorar estos resultados buscando mayor eficiencia en nuestras operaciones.

### Nuestro cliente interno

En el año 2012, continuamos ampliando el programa Bravo!+, el cual ofrece herramientas de gestión para priorizar la generación de valor en cuatro ejes estratégicos: cliente, plataforma, oferta y cultura. Este programa es aplicado en todas las operaciones del Grupo Telefónica. Según los resultados de la última encuesta de clima laboral, aplicada a finales de año, este siguió mejorando, elevándose de 81% en 2011 a 84% en 2012. Estos resultados nos hacen sentir muy orgullosos y son consecuencia de una serie de acciones orientadas, principalmente, al desarrollo profesional de nuestros colaboradores.

Este año, cinco empresas del Grupo Telefónica en el Perú se ubicaron entre

las veinte mejores empresas para trabajar en el país, según el ranking Great Place to Work (GPTW). Telefónica, T Gestiona y Atento Perú se ubicaron en el ranking de mejores empresas grandes; Telefónica Servicios Comerciales hizo lo propio entre las mejores empresas medianas; y Telefónica Global Solutions se ubicó entre las mejores empresas pequeñas para trabajar en el Perú.

Potenciamos, además, nuestro programa de Embajador Movistar, mediante el cual se invita a todos los empleados de nuestra organización a convertirse en reales representantes no solo de nuestra cultura, sino también de sus productos y servicios. La campaña Súper Embajador tuvo como resultado que el 51% del personal refirió al menos un producto a un conocido, consiguiendo 5,937 ventas de productos de la compañía.

### Promoción de la innovación e inclusión social

A través de Wayra, nuestra aceleradora de proyectos tecnológicos, presente en doce países, tuvimos la oportunidad de seleccionar nuestra segunda promoción de emprendedores y, nuevamente, el Perú estableció un nuevo récord a nivel global, al convocar más de 1,300 proyectos. Asimismo, se llevó a cabo nuestro primer "Demo Day", el cual contó con la presencia de más de 100 inversionistas locales y, gracias a ello, logramos levantar capital semilla de terceros por casi US\$ 2.0 millones. Esto ha permitido que nuestras start ups peruanas sean valorizadas en más de US\$ 7.0 millones, todo un logro a nivel local y regional en pos del desarrollo de este nuevo ecosistema que viene impulsando el Grupo Telefónica.

En 2012, lanzamos la Alianza de Gastón Acurio & Telefónica "Juntos para Transformar", que busca promover oportunidades de integración a través de la gastronomía y las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), y que se sustenta en la idea común de que es posible transformar oportunidades en realidades.

En el marco de esta alianza y, con el objetivo de promover la imagen del Perú y su revolución culinaria ante el mundo, Ferrán Adriá, el cocinero de mayor

prestigio, y Gastón Acurio, el cocinero más influyente en América Latina, filmaron "Perú Sabe", un documental que explora el esplendor de la cocina peruana y revela cómo esta ha encontrado una buena receta para impulsar el desarrollo social y económico del país. Realizamos una gira internacional para promocionar el documental de la mano de Promperú, Gastón y Ferrán Adriá, mostrando las virtudes de nuestra gastronomía en las ciudades de Lima, Nueva York, Barcelona, Madrid y Washington D.C.

Somos conscientes de que no solo es importante llevar la infraestructura a los pueblos más alejados, sino también debemos enseñar a las comunidades rurales los beneficios que las mismas pueden aportar en su desarrollo económico y social. Por ello, venimos impulsando iniciativas como "ConectaRSE para crecer", una apuesta que emprendimos en 2011 para identificar y reconocer las mejores prácticas de transformación y buen uso de las telecomunicaciones, buscando su réplica y difusión. En esta segunda edición, se presentaron 102 postulaciones de diecisiete regiones de todo el país, que se suman a las 74 importantes iniciativas presentadas en 2011, las cuales demuestran cómo se ha mejorado la calidad de vida de las personas y sus comunidades gracias al uso de las telecomunicaciones.

Más que solo un premio, ConectaRSE busca llegar a ser un movimiento de instituciones, empresas y Estado, en un trabajo articulado con un objetivo común: el desarrollo de las zonas más alejadas del Perú.

En materia ambiental fortalecimos nuestro programa "Reciclame" a través de la segunda exportación de 25,778 equipos, baterías y accesorios en desuso para su adecuado tratamiento y posterior reciclaje.

Renovamos nuestro compromiso con la construcción de una sociedad más inclusiva a través de la acción social que desarrollamos desde la Fundación Telefónica, buscando contribuir a la erradicación progresiva y sostenible del trabajo infantil, innovación en la educación y el desarrollo de la cultura digital en el país, facilitando el acceso al conocimiento a cada vez más peruanos, con especial énfasis en los niños y jóvenes.

A través del programa "Proniño" de la Fundación Telefónica, durante 2012, fueron atendidos más de 45 mil niñas, niños y adolescentes en 285 escuelas de zonas rurales y urbano marginales de diecinueve regiones del país, entre las cuales se encuentran Áncash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Callao, Cusco, Huancavelica, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Moquegua, San Martín, Huánuco, Puno y Piura.

Asimismo, continuamos impulsando el programa "Voluntarios Telefónica" una red solidaria internacional constituida por más de 26,000 trabajadores del Grupo Telefónica, de los cuales 4,200 colaboradores se encuentran en el Perú. Gracias a la acción social que realizan fue posible beneficiar a más de 15,000 peruanos en 2012. Hoy, nuestros voluntarios se han convertido en un eje fundamental de la labor que realiza la Fundación Telefónica, porque entregan su tiempo, esfuerzo, conocimientos y recursos para transformar la realidad de quienes más lo necesitan.

Reafirmamos nuestro compromiso integral con el país y su desarrollo. Venimos trabajando hace dieciocho años en el Perú, mejorando el acceso de miles de personas a los servicios de telecomunicaciones y potenciando la integración de todos los peruanos. Los resultados obtenidos durante este tiempo son motivo de satisfacción para la empresa, pero también son un reto para mejorar cada día, con metas más ambiciosas que nos permitan ser un verdadero motor de desarrollo para el Perú.

Atentamente,

**Javier Manzanares Gutiérrez**  
Presidente del Directorio  
Telefónica del Perú S.A.A.

Lima, febrero de 2013

# Variables significativas

**S/ 646** millones de Nuevos Soles invertidos

**100%** de la red fija está digitalizada

**33%** de los ingresos corresponden a telefonía local y pública

**S/ 3,899** millones de Nuevos Soles en ingresos **+2.9%** accesos de banda ancha

## Variables significativas

(Cifras a fin de año y montos en Nuevos Soles) 1/.

	2012	2011	2010	Var % 12/11
<b>Resultados económicos</b>				
Ingresos operativos	3,899	3,809	3,809	2.3
Inversiones (millones)	646	580	544	11.4
<b>Balance general</b>				
Total activos (millones)	8,632	8,791	9,022	(1.8)
Total pasivos (millones)	4,370	5,047	5,434	(13.4)
Patrimonio (millones)	4,262	3,745	3,588	13.8
Número de acciones (miles)	3'347,258	3'347,258	3'347,258	0.0
<b>Magnitudes operativas</b>				
Accesos instalados de Telefónica del Perú (miles)	2,519	2,523	2,519	(0.1)
Accesos en servicio fija (miles) 2/.	2,524	2,395	2,327	5.4
Accesos en servicio de local (miles)	2,309	2,210	2,147	4.5
Accesos de telefonía de uso público (miles) 3/.	200	183	172	9.6
Accesos de banda ancha (miles)	1,279	1,082	843	18.2
Accesos en servicio por empleado	920	574	553	60.3
Penetración fija 4/.	8.4	8	8	7.3
Digitalización de la red (%)	100	100	100	0.0

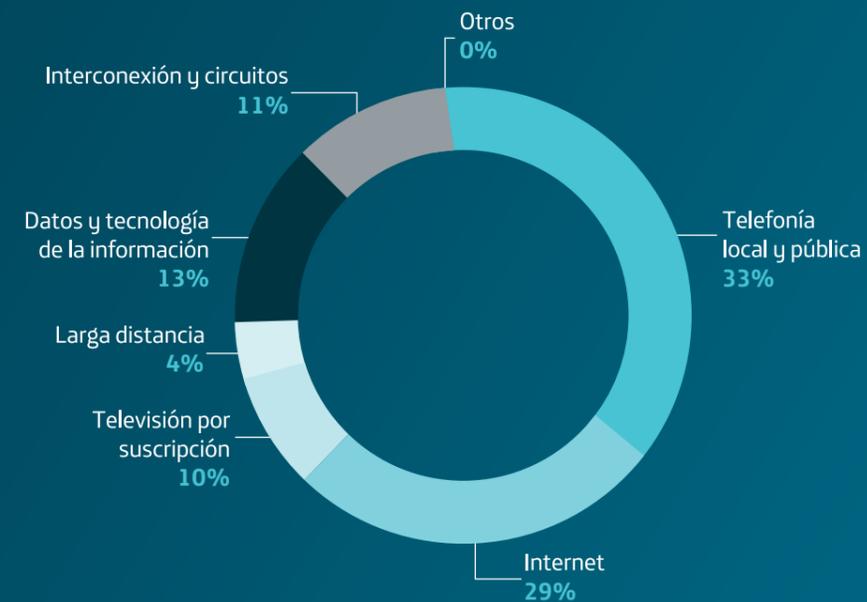
1. Considera información financiera individual (Telefónica del Perú S.A.A.).

2. Incluye Telefonía básica, teléfonos públicos, rurales, sin celulares.

3. Incluye teléfonos públicos celulares y rurales.

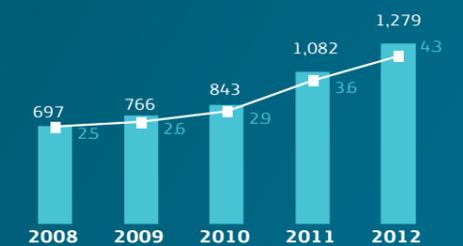
4. Líneas en servicio por cien habitantes.

## Participación de los negocios en los ingresos de 2012



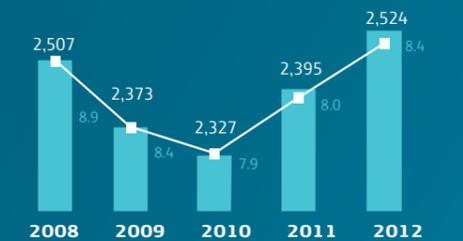
## Accesos de banda ancha y densidad por cada cien habitantes

En miles



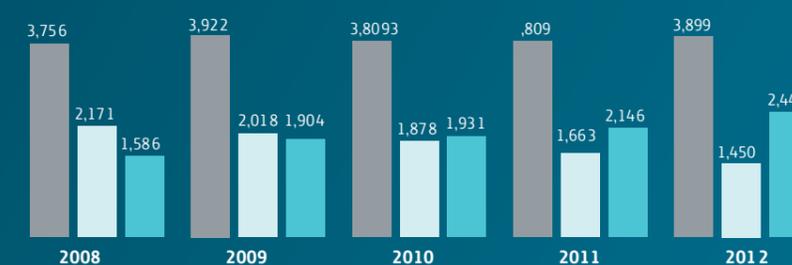
## Accesos de servicio de telefonía local y pública, y densidad por cada cien habitantes

En miles



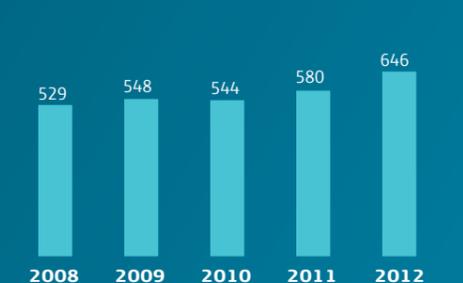
## Ingresos tradicionales y no tradicionales

En millones de Nuevos Soles



## Volumen de inversiones

En millones de Nuevos Soles





## Entorno

---

Pág. 16 Regulación del sector  
y situación del mercado

Pág. 22 Entorno económico y perspectivas



## Regulación del sector y situación del mercado

En el marco de una actividad reguladora y normativa más intensa, Telefónica del Perú sigue manteniendo un papel protagónico y su compromiso con la sociedad de seguir conectando a más peruanos.



### Concesiones y autorizaciones

Los servicios de telecomunicaciones que desarrolla y presta Telefónica del Perú S.A.A. en el país (en adelante Telefónica del Perú), se realizan en el marco de los contratos de concesión, la Ley de Telecomunicaciones y su Reglamento General, las normas expedidas por el MTC (Ministerio de Transportes y Comunicaciones) y el OSIPTEL (Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones).

El 13 de mayo de 1994, se expidió el Decreto Supremo N° 011-94-TCC, que aprobó los contratos de concesión celebrados por el Estado peruano con la Empresa Nacional de Telecomunicaciones del Perú S.A. (Entel) y la Compañía Peruana de Teléfonos S.A. (CPT). Ambas empresas se fusionaron posteriormente bajo la denominación de Telefónica del Perú S.A.A.

El plazo de concesión es de veinte años renovables y Telefónica del Perú optó por solicitar renovaciones cada cinco años a partir del año 2014.

El plazo de vigencia de los contratos de concesión, suscritos en 1994, fue prorrogado hasta noviembre de 2027 (tres periodos adicionales), mediante la RM N° 272-99-MTC/15.03 del 23 de junio de 1999; la RM N° 140-2009-MTC.03 del 18 de febrero de 2009, ratificada por RM N° 325-2009-MTC.03 del 24 de abril de 2009; y por la RM N° 527-2009-MTC.03 del 22 de julio de 2009, modificada por la RM N° 724-2009-MTC.03 del 23 de octubre de 2009, respectivamente.

Los contratos de concesión antes mencionados otorgan a Telefónica del Perú el derecho de prestar los servicios de telefonía fija local, larga distancia nacional e internacional, telefonía pública y arrendamiento de circuitos,

En la prestación de sus servicios, Telefónica mantiene altos niveles de calidad, tarifas competitivas, planes, promociones, productos y servicios innovadores que contribuyen al bienestar de sus clientes.

así como de proveer servicios de valor añadido: consulta, facsímil en la forma de almacenamiento y retransmisión de fax, telemando, telealarma, mensajería interpersonal (correo de voz y almacenamiento y retransmisión de mensajes), almacenamiento y retransmisión de datos, y servicio de conmutación de datos por paquetes (Internet).

En la prestación de todos estos servicios, la compañía mantiene altos niveles de calidad, tarifas competitivas, planes, promociones, productos y servicios innovadores que contribuyen al bienestar de nuestros clientes.

En octubre de 2011, las empresas Star Global Com S.A., Telefónica Multimedia S.A.C. y Telefónica Móviles S.A. presentaron ante el MTC las solicitudes para la aprobación de la transferencia de sus concesiones, títulos habilitantes,

licencias de operación, numeración, permisos y registros vinculados a favor de Telefónica del Perú. A la fecha, el MTC viene tramitando las solicitudes de transferencia efectuadas.

Por otro lado, cabe destacar que en el mes de febrero de 2012 dos de estas empresas, Star Global Com S.A. y Telefónica Multimedia S.A.C., presentaron las solicitudes de renovación de sus concesiones, por un período adicional de veinte años. Actualmente, se viene siguiendo el procedimiento conforme establece el marco normativo para tal efecto.

### Actividad normativa del sector

Durante el año 2012, la dación de normas en el sector telecomunicaciones continuó siendo intensa; entre ellas, cabe destacar las siguientes:

- En mayo, mediante Resolución N°059-2012-CD/OSIPTEL, OSIPTEL publicó la modificación de las Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones (en adelante, Las Condiciones de Uso) y, posteriormente, mediante Resolución N° 138-2012-CD/OSIPTEL, se aprobó un Texto Único Ordenado de dicha norma.
- En mayo, mediante Resolución N° 050-2012-CD/OSIPTEL, OSIPTEL publicó la modificación de norma de Requerimientos de Información Periódica sobre los Servicios Públicos de Telecomunicaciones.
- En julio, el Congreso aprobó la Ley N°29904 - Ley de Promoción de la Banda Ancha y Construcción de la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica.
- En septiembre, OSIPTEL publicó la Resolución N°132-2012-CD/OSIPTEL

que determina que Telefónica del Perú es proveedor importante del servicio de Internet fijo vía ADSL.

- En septiembre, mediante Resolución N°133-2012-CD/OSIPTTEL, OSIPTTEL modificó el Instructivo de Tarifas aplicable a Telefónica del Perú S.A.A.
- En noviembre, se dio inicio al proceso de revisión del Factor de Productividad para el período 2013–2016.
- En diciembre, se publicó la Ley N°29956 - Ley que establece la portabilidad numérica en los servicios de telefonía fija.
- En diciembre, se dio inicio a los procedimientos de oficio para la revisión de cuatro cargos de interconexión (Resolución N°189-2012-CD/OSIPTTEL) y dos tarifas tope (Resolución N°190-2012-CD/OSIPTTEL).

### Actividad reguladora

En 2012, la actividad reguladora del OSIPTTEL se destacó por su intensidad, mediante la emisión de normativa regulatoria e inicio de procesos regulatorios.

Respecto de la normativa regulatoria destaca:

- La modificación de las Condiciones de Uso, en la que se plantearon cambios en diversos aspectos, entre ellos: (i) información que se debe brindar al público, (ii) nuevas obligaciones en la contratación del servicio, (iii) conceptos facturables, (iv) modificación de horario de servicios de información y asistencia, y (v) modificación de plazos de atención postventa, entre otros.
- En relación con la aprobación de la Ley de Promoción de la Banda Ancha y Construcción de la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica por parte del Congreso, se declaró de interés nacional: (i) la construcción de una Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica que integre a todas las capitales de las provincias del país y el despliegue de redes de alta capacidad que integren a todos los distritos, con el fin de hacer posible la conectividad de banda ancha fija y/o móvil y su masificación en todo el territorio nacional, y (ii) el acceso y uso de la infraestructura asociada a la prestación de servicios públicos de energía eléctrica e hidrocarburos, así como el uso del derecho de vía de la Red Vial Nacional con el fin de facilitar el despliegue de redes de telecomunicaciones para la provisión de la banda ancha fija y móvil.
- Por otro lado, en relación con la determinación de Telefónica del Perú como proveedor importante del servicio de Internet fijo vía ADSL, se establece como obligación del operador poner a disposición del público una oferta mayorista del servicio de Internet fijo vía ADSL y una oferta básica de compartición de infraestructura.
- Por su parte, en cuanto a la ley que establece la portabilidad numérica en los servicios de telefonía fija, se ha determinado que la misma entrará en vigencia de manera gradual a nivel nacional a más tardar el 28 de julio de 2014.

En esta norma, se incluyen aspectos referidos a la regulación de la neutralidad de Red. A la fecha, se encuentra pendiente la emisión del reglamento de la Ley, a cargo del MTC.

- Respecto de la modificación del Instructivo de Tarifas vigente, la misma está orientada principalmente al reordenamiento de los planes promocionales de la empresa y su reconocimiento, a la regulación de los servicios empaquetados (enfocado a la desagregación de los descuentos ofrecidos por cada servicio), a la regulación de promociones y al procedimiento para el adelanto de créditos tarifarios.

Con el fin de verificar el cumplimiento de la normativa vigente y de los contratos de concesión, la compañía tramitó 77 expedientes de supervisión con OSIPTTEL.



Sumado a lo anterior, se desarrollaron iniciativas referidas principalmente a: (i) desincentivar la realización de llamadas maliciosas, (ii) incluir regulación referida a la calidad en la atención de los usuarios, (iii) modificar la normativa referida a la disponibilidad y continuidad de la prestación del servicio telefónico bajo la modalidad de teléfonos públicos en centros poblados rurales, (iv) modificar la Ley de Telecomunicaciones, (v) modificar el Reglamento de Fiscalización, Infracciones y Sanciones de OSIPTTEL, entre otros. Estas iniciativas aún se encuentran en análisis de los entes emisores.

En cuanto a los procesos regulatorios, se puede detallar:

- La emisión de la resolución que determina el cargo de interconexión tope por el servicio de facturación y recaudación, ascendente para el caso de Telefónica del Perú S.A.A. a U\$S 0.1201 por recibo emitido y distribuido, sin IGV, el mismo que se encuentra vigente desde agosto de 2012.

- El inicio de la revisión del Factor de Productividad que será aplicable para el período septiembre 2013 – agosto 2016.
- El inicio de los procedimientos de revisión de los siguientes cargos de interconexión: (i) terminación de llamadas en la red fija (modalidad por tiempo y capacidad), (ii) transporte conmutado local, (iii) transporte conmutado de larga distancia nacional, y (iv) enlaces de interconexión. Similar procedimiento se inició para las siguientes tarifas tope: (i) arrendamiento de circuitos de larga distancia nacional y (ii) acceso mayorista para la provisión de transmisión de datos, los cuales se desarrollarán en el transcurso del próximo año.

### Actividad supervisora y fiscalizadora

La intensidad de la actividad supervisora y fiscalizadora durante 2012, sobre Telefónica del Perú y el sector en su

conjunto, se incrementó en comparación con el período anterior.

La descentralización de las actividades de OSIPTTEL continuó a través de la apertura de más oficinas en el ámbito nacional, lo que se vio reflejado en un incremento de las supervisiones y fiscalizaciones en provincias. En tal sentido, la atención de inspecciones continúa siendo un aspecto prioritario para Telefónica del Perú, por lo que la empresa ha procurado satisfacer de la mejor manera posible las necesidades de información y las visitas de los representantes del organismo regulador, al tiempo que se ha priorizado la acción preventiva.

Durante el año 2012, Telefónica del Perú tramitó 77 expedientes de supervisión con OSIPTTEL. Estos expedientes fueron iniciados con el fin de verificar el cumplimiento de la normativa vigente y de los contratos de concesión, en relación con el secreto de las telecomunicaciones, materia de usuarios, atención de reclamos, planes y tarifas, calidad del servicio, entre otros.

+18.2 % en nuevas conexiones de banda ancha

A 2.4 millones de peruanos beneficiará el proyecto "Fibra óptica de los Andes".



En una era de revolución digital, Telefónica mantiene su posición de liderazgo en todos los servicios fijos que ofrece.

### Situación del mercado

En una etapa de revolución digital, el uso de la banda ancha, las redes sociales, las aplicaciones, el correo electrónico y la mensajería llevan a un cambio en la forma de actuar, de desarrollar productos y de atender al cliente. Telefónica quiere ser parte de esta revolución tomando un papel protagónico y lo ha demostrado manteniendo su posición de liderazgo en todos los servicios fijos que ofrece.

Como parte de su compromiso con la sociedad y de seguir conectando a más peruanos, Telefónica del Perú continuó desarrollando el proyecto "Fibra óptica de los Andes", que tuvo su primera conexión de fibra en el año 2011. Este último año se desplegaron 884 kilómetros de fibra óptica, logrando llevar Internet de alta velocidad a las ciudades de Huánuco, Tingo María, Pucallpa, Tocache, Juanjuí, Bellavista y Tarapoto. Todo el proyecto beneficia a más de 2.4 millones de peruanos de la sierra y selva del país. Asimismo, las iniciativas de despliegue de fibra también beneficiaron a las ciudades de Sechura, La Arena, La Unión, Anta y Puerto Maldonado, contribuyendo a su desarrollo e inclusión social.

Respecto de los servicios de banda ancha, se registró un incremento anual de las conexiones de 18.2%. Se lanzó una nueva oferta de Internet fijo con mayores velocidades (2, 4 y 6 Mb), que permitió ofrecer mejores velocidades a los clientes.

Además, se lanzó la primera oferta convergente a través de planes de Internet móvil desde S/. 15 solo para clientes de Internet fijo. De esta manera, se permitió a los clientes tener acceso total a Internet desde cualquier lugar. Se lanzaron campañas de equipamiento, ofreciendo laptops y tablets a precios atractivos para clientes que adquieran los servicios de Internet.

Se ofrecieron también elementos diferenciadores a la oferta de Internet, incorporando el portal Aula 365, el cual es una valiosa herramienta de apoyo escolar que cuenta con 315 mil usuarios registrados y 1.5 millones de visitas, y que ha sido ganadora el premio Creatividad Empresarial en la categoría de Servicios Públicos.

En el mercado de voz se ejecutaron acciones comerciales dirigidas a incentivar el tráfico fijo, como el lanzamiento del Plan Multidestino, por el cual, mediante un pago fijo mensual, se brinda una tarifa reducida hacia destinos fijos y móviles de cualquier operador, y destinos internacionales. Además, se reactivó la campaña "2 ferritos", que permite realizar llamadas a todos los celulares y fijos a nivel nacional con solo S/. 0.20 desde cualquier teléfono público de Movistar.

En lo referente al mercado de televisión por suscripción, se lanzó una nueva oferta HD estelar, que incluye seis canales HD gratuitos (locales y exclusivos) dentro de la oferta del paquete estelar. La oferta HD mostró un crecimiento significativo en la cantidad de canales que lo conforman, pasando de 19 canales en 2011 a 34 canales al cierre de 2012. Adicionalmente, se lanzó el nuevo decodificador HD con mayores prestaciones de procesamiento, memoria y grabación demostrando el compromiso de ofrecer a los clientes más y mejores contenidos.

El segmento grandes empresas siguió consolidando su crecimiento. Se enfocó en la mejora de la infraestructura de red y en la atención al cliente, alcanzando un índice de satisfacción de 8.16. En el segmento negocios se impulsó la venta de voz avanzada mediante centrales telefónicas. Además, se ofrecieron servicios digitales tales como M2M con "Localízame", que ayuda a supervisar vehículos mediante GPS a través de Internet, y "Video supervisión", que permitirá maximizar la productividad del negocio supervisando al equipo de trabajo desde cualquier lugar.

Asimismo, la presencia en las redes sociales permitió generar un vínculo más cercano con los clientes a través de la interacción permanente, logrando superar el millón de fans en Facebook. Ello convierte a Telefónica en la primera empresa de telecomunicaciones y tecnología del Perú en llegar a dicha cifra. También se siguió potenciando e incentivando el uso del canal online permitiendo a los usuarios revisar el detalle de sus consumos y facturación, y también acceder a ofertas exclusivas.

Entorno



## Entorno económico y perspectivas

En 2012, el dinamismo del frente interno compensó con creces el lastre de una economía externa débil.

El año 2012 fue un año de buenos resultados: crecimiento con estabilidad de precios y superávit en los balances macroeconómicos. El dinamismo de la demanda privada interna compensó en exceso el lastre de una economía externa persistentemente débil, pues el año cerró con un crecimiento ligeramente por encima de su nivel potencial o de largo plazo. La inflación

cerró el año dentro de la meta de inflación Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), que mantuvo la tasa de referencia en niveles neutrales.

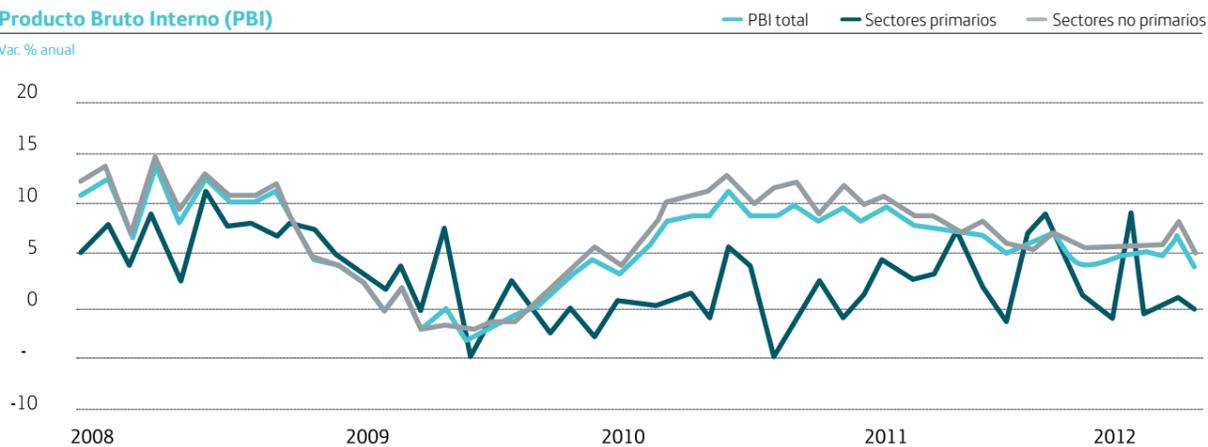
Los balances fiscal y de balanza de pagos registraron resultados superavitarios. Los flujos de inversión externa, especialmente de largo plazo, apuntalaron la apreciación del Nuevo Sol,

que cerró como la décima moneda con mayores ganancias a nivel mundial.

El PBI (Producto Bruto Interno) se expandió cerca de 6.3% en 2012, luego de hacerlo 6.9% en 2011. La demanda privada interna se mantuvo como motor del crecimiento, mientras que el gasto público tuvo una contribución superior a la del año anterior.

### Producto Bruto Interno (PBI)

Var. % anual



Fuente: BCRP

El consumo privado tuvo el crecimiento más estable entre los componentes de la demanda interna y acumuló un crecimiento ligeramente por debajo de 6% en el año. Esto fue posible gracias al crecimiento sostenido del empleo y los ingresos (que en Lima crecieron 3.7% y 5.4%, respectivamente), así como las buenas expectativas del consumidor, cuyo índice de confianza se mantuvo en terreno optimista por tercer año consecutivo. El crédito al consumidor acompañó a la demanda con un crecimiento de 16% y una tasa de morosidad baja (3%).

La inversión privada se expandió cerca de 15% en el año, acelerando su ritmo de crecimiento durante el segundo semestre. La confianza empresarial se mantuvo en el tramo positivo durante 2012 y un máximo histórico al cierre del año (58 puntos). A nivel sectorial cabe resaltar el crecimiento de la inversión minera, que se habría expandido cerca de 25% en 2012, así como de la inversión inmobiliaria (el consumo de cemento se incrementó 15% durante 2012). Como resultado, la inversión interna total alcanzó un monto récord equivalente al 29% del PBI.

El sector público mantuvo un impulso positivo sobre la economía. La inversión pública, que decreció en 2011, fue acelerando su ritmo de ejecución y habría crecido por encima de 25% en el año.

La demanda externa se mantuvo débil y las exportaciones en términos reales aportaron marginalmente al crecimiento de la demanda global con un incremento del 4%. Por el contrario, las importaciones registraron una expansión de 21%, en línea con el dinamismo del consumo y la inversión.

Por el lado de la oferta, los sectores productivos asociados a la demanda interna fueron los más dinámicos. Los sectores no primarios lideraron el crecimiento con una expansión alrededor de 7%. La construcción fue la actividad más dinámica y cerró el año con un crecimiento de 15.2%. Los sectores de servicios y comercio también registraron expansiones significativas (7.4% y 6.7%, respectivamente). La manufactura no primaria sufrió el impacto de la menor demanda externa y registró una contracción durante el segundo trimestre de 2012, pero cerró con un crecimiento de 1.3%.

En el lado de los precios, la inflación cerró 2012 con un incremento de 2.65%. Durante el año, los alimentos representaron 1.6 puntos porcentuales del incremento de la inflación total. Sin embargo, los costos de transporte acumularon una caída de 4.5% durante cuarto trimestre de 2012. Adicionalmente, la contracción de precios de combustibles (-2.6%) ayudó

a moderar la inflación agregada. La inflación subyacente, que excluye del cálculo los bienes con precios volátiles o sujetos a choques de oferta, cerró el año sobre la banda superior de la meta de inflación (3.3%). En consecuencia, si bien buena parte de la inflación fue causada por variaciones de precios de materias primas (especialmente alimentos), también reflejó el dinamismo del consumo privado.



### Inflación total y subyacente

Var. % anual



Fuente: BCRP

El Banco Central de Reserva mantuvo su tasa de referencia en 4.25% durante el año y acumuló veinte meses consecutivos en este nivel, que considera neutral. La autoridad monetaria destacó que los choques de oferta se encuentran en proceso de reversión, aunque se mantendrá vigilante de la recuperación de la economía global. El sesgo de la política monetaria es neutral considerando que el crecimiento se encuentra cercano a su nivel de largo plazo y una trayectoria esperada de la inflación hacia el centro de la banda objetivo en 2013.

El sector público registró un superávit equivalente a alrededor de 2% del PBI por segundo año consecutivo (superávit de 1.9% del PBI en 2011). Este resultado reflejó un nivel de ingresos fiscales alrededor de 15.5% del PBI, un nivel cercano al alcanzado antes de la crisis internacional en 2008 (15.6% del PBI). Si bien la recuperación de los ingresos garantizaba un resultado no deficitario (se esperaba un ligero superávit), el bajo nivel de ejecución del gasto público explicó el resultado fiscal mejor al esperado. El gasto público no financiero total se expandió 5% durante el año. La inversión pública se expandió 25%, mientras que el gasto corriente se expandió 4.2%.

En el frente externo, se alcanzó un superávit comercial de US\$ 3,400 millones, el menor desde 2009. En primer lugar, las exportaciones acumularon una ligera contracción de 1% reflejando las menores ventas al exterior de productos mineros principalmente. Por último, las importaciones alcanzaron un nivel de crecimiento de 11% que refleja en gran medida los mayores volúmenes de importación de insumos industriales, bienes de capital y petróleo crudo que satisfacen el rápido crecimiento de la demanda interna.

La cuenta corriente de la balanza de pagos se mantuvo en el terreno negativo, a causa del deterioro de la balanza comercial y los mayores flujos de salida por remesas de utilidades. Sin embargo, es importante notar que buena parte de estas utilidades se reinvertió durante

el año, registrándose como inversión extranjera directa en la cuenta financiera de la balanza de pagos. El fuerte aumento del saldo de la cuenta financiera se explicó por flujos récord de capitales de largo plazo por inversión extranjera directa, préstamos de largo plazo e inversión en cartera (especialmente bonos del gobierno) de no residentes. Como resultado del flujo superavitario de capitales, las reservas internacionales cerraron 2012 en US\$ 63,991 millones, lo que representa un incremento de US\$ 15,175 millones respecto de 2011.

El Nuevo Sol cerró el año en S/. 2.56 por dólar. Así, en el año, la moneda local acumuló una apreciación de 5.4% y se ubicó como la décima moneda de mayor apreciación frente al dólar. La tendencia del Nuevo Sol estuvo en línea con la de otras economías de manejo ortodoxo de Latinoamérica. Asimismo, el BCRP modificó su estrategia de intervención cambiaria, interviniendo en el mercado cambiario con independencia del sentido de la moneda, aunque con montos diarios menores. Esta estrategia busca incrementar la volatilidad cambiaria y el riesgo asociado a operaciones de carry trade. De esta forma, en 2012, el BCRP compró un total de US\$ 13,029 millones.

Durante 2012, los inversionistas globales mantuvieron su apetito por monedas y bonos de países emergentes con buenos fundamentos macroeconómicos (rápida recuperación económica y reducido déficit fiscal), en contraposición a las monedas de países desarrollados (lento crecimiento, altos déficits fiscales y significativa emisión monetaria). El Perú recibió flujos de inversión significativos, parte de los cuales se dirigieron a adquirir bonos soberanos (denominados en Nuevos Soles) y globales (denominados en dólares). Al cierre de 2012, la curva de tasas de referencia de bonos soberanos se redujo entre 150 y 190 puntos básicos, con una mayor rebaja en el tramo medio. Cabe resaltar que la amplia liquidez en Nuevos Soles presionó las tasas de bonos soberanos por debajo de la tasa de referencia del BCRP para plazos de hasta diez años. Las tasas de referencia

El consumo privado tuvo el crecimiento más estable entre los componentes de la demanda interna.

de bonos globales corrigieron entre 100 y 120 puntos básicos, en línea con la amplia liquidez global en dólares y con la menor percepción de riesgo de la economía local.

En lo que respecta a las clasificaciones crediticias, las principales entidades clasificadoras de riesgo mantuvieron la calificación peruana en el segundo escalón del grado de inversión –con perspectivas positivas en dos de ellas– sobre la deuda peruana de largo plazo en moneda extranjera (Standard & Poor's: BBB, Fitch Ratings: BBB, Moody's: Baa2).

### Entorno internacional

En términos generales, 2012 fue un año en el que se mostraron señales de estabilización, aunque aún en niveles de actividad recesivos y con riesgos financieros y fiscales significativos. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), las economías emergentes habrían crecido alrededor de 4.9% (alrededor de un punto porcentual menor que en 2011), mientras que las desarrolladas se habrían expandido alrededor de 1.2% (cifra similar a 2011).

Durante 2012, la Reserva Federal de EE.UU. (FED) y el Banco Central Europeo (BCE) mantuvieron su política monetaria expansiva con tasas de referencia extraordinariamente bajas. Adicionalmente, prolongaron sus programas de compra de activos y bonos riesgosos, con un incremento equivalente de la base monetaria.

En septiembre de 2012, la FED anunció un programa de compra de títulos hipotecarios titulizados (MBS) por US\$ 40 mil millones mensuales por un plazo indefinido. Posteriormente, en diciembre del mismo año, señaló que, una vez culminado el programa "operation twist", se dará inicio a un nuevo programa de compras de títulos por US\$ 45 mil millones mensuales. Por otro lado, esta entidad anunció que mantendrá la tasa de interés en los niveles actuales mientras el desempleo supere la cifra de 6.5% y la inflación siga por debajo de 2.5%.

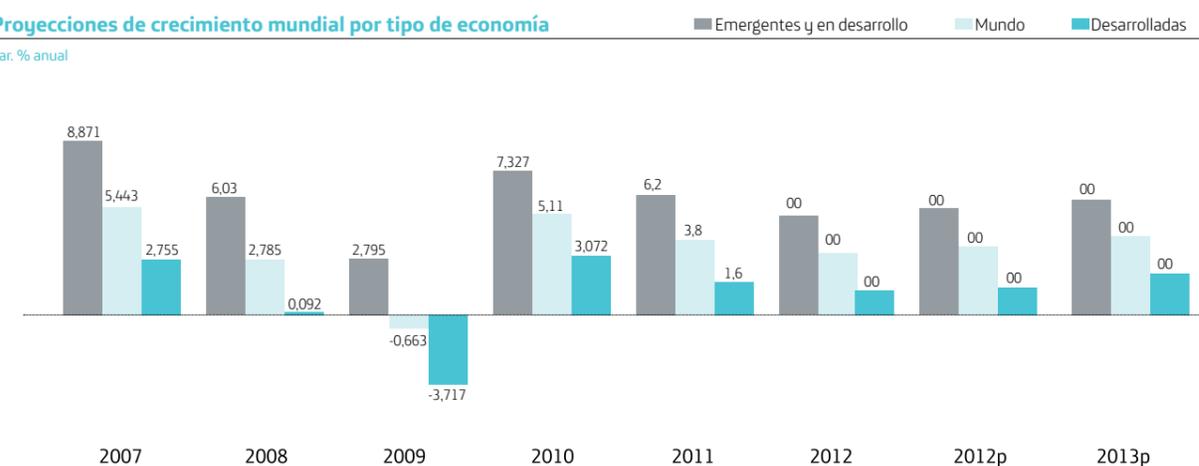
Por otro lado, el BCE anunció que iniciaría la compra de bonos públicos en economías con problemas fiscales, con la condición de la adopción de un programa con el monitoreo conjunto del BCE, el FMI y la Unión Europea ("Troika").

Este anuncio redujo significativamente el riesgo de un evento de deuda en los países europeos más comprometidos y con ello el costo financiero de nuevos desembolsos de deuda pública. Asimismo, el BCE decidió que las nuevas compras de bonos soberanos (OMT) serían de títulos de corto plazo (no mayor a tres años), potencialmente ilimitadas y totalmente esterilizadas. Además, informó que los países que las soliciten requerirán de la condicionalidad de un programa total (de ajuste macroeconómico) o preventivo (línea de crédito con condicionalidad reforzada) con los fondos de rescate (EFSF/ESM). Este nuevo programa de compras buscaría corregir la excesiva prima por riesgo que algunos países venían enfrentando y la no operatividad del mecanismo de transmisión de la política monetaria.

Asimismo, en noviembre de 2012, los líderes de la Unión Europea (UE) y el FMI llegaron a un acuerdo sobre los nuevos términos del Programa Griego (con dos años más de extensión), iniciando así el proceso para la liberación del segundo tramo de ayuda del programa, que fue suspendido por la coyuntura electoral (desde el segundo trimestre del año).

### Proyecciones de crecimiento mundial por tipo de economía

Var. % anual



Fuente: Fondo Monetario Internacional.  
(p): proyección

Entorno

Por otro lado, la economía china empezó a mostrar una recuperación del sector manufacturero por efecto de los programas de expansión monetaria y fiscal (reducciones del encaje y tasas de interés, aumento en gastos de infraestructura, etc.). Tras la desaceleración de los tres últimos trimestres, los indicadores recientes de China apuntan a una estabilización del nivel de actividad económica. En noviembre, el ritmo anual de crecimiento de la producción industrial y de ventas minoristas continuó aumentando, mientras que el desempeño del comercio exterior se mantuvo débil. La inversión, por su parte, muestra una recuperación gradual, apoyada en los proyectos de infraestructura lanzados por el gobierno para atenuar la desaceleración.

### Perspectivas 2013

En 2013, se espera que la economía global continúe su proceso de estabilización. La economía de EE.UU. sostendrá su ritmo lento de recuperación, mientras que la mayoría de la Eurozona seguirá su actual proceso de ajuste, con niveles de actividad recesivos. La economía global seguiría creciendo de la mano de las economías emergentes. Las últimas proyecciones del FMI apuntan hacia un avance del crecimiento global en 2013 (3.2%, luego de crecer 3.0% en 2012) y del comercio global (6.7%, luego de crecer 5.9% en 2012).

Se espera que, en este contexto de mejores perspectivas de la demanda global, la economía modere su ritmo de crecimiento y crezca 6% alrededor de su nivel de largo plazo o potencial. El consumo privado desaceleraría ligeramente en torno a 5.8%. El gasto público mostrará un repunte significativo y crecería a una tasa de dos dígitos. Asimismo, se espera una expansión de la inversión privada cercana al 13%. Sin embargo, esta previsión reviste la

mayor dificultad, pues la confianza empresarial será altamente volátil, especialmente en el contexto de mayor conflictividad social y cambios en la legislación vinculada con sectores extractivos, así como por vaivenes de los mercados financieros internacionales. Se espera que la actividad productiva se mantenga sostenida por el dinamismo de los sectores de servicios y comerciales, aunque no repetirían las tasas de crecimiento a dos dígitos de 2012.

La inflación se situaría dentro de la meta del BCRP en 2013. No es probable que haya mayores incrementos de los precios internacionales de materias primas durante el año. Adicionalmente, la moderación del ritmo de crecimiento de la demanda interna debería contribuir a deflactar las expectativas inflacionarias. Sin embargo, en la medida en que se extiende la magnitud y duración de los estímulos monetarios a nivel mundial (especialmente dólares y euros) aumenta la probabilidad de inflación especulativa de activos, incluidas las materias primas. Se mantiene este factor como el riesgo más significativo al alza de la previsión, mientras que una mayor desaceleración de la demanda interna es el riesgo más significativo a la baja.

En un año que será de volatilidad significativa en los mercados financieros mundiales, se espera que el Nuevo Sol converja a S/. 2.55 por dólar. El sesgo más importante es a la baja, sustentado en los flujos positivos de capitales de largo plazo, el atractivo de la moneda y bonos del gobierno como activos de inversión. Adicionalmente, es necesario considerar que las potenciales desviaciones en la proyección son significativas.

Finalmente, en relación con la política monetaria, esperamos que el BCRP mantenga la tasa de referencia en 4.25%, nivel relativamente neutral. Los costos de fondeo se incrementarán respecto de 2012 -pero aún en niveles relativamente bajos en relación con años anteriores- en línea con las expectativas de menor impulso monetario por parte de la FED.



Para 2013 se espera que el gasto público muestre un repunte significativo y crezca a una tasa de dos dígitos, y que la inversión privada se incremente en un 13%.

## Negocio

---



- Pág. 30 Crecimiento en calidad y servicio
- Pág. 34 Transformando la relación con los clientes
- Pág. 38 Entrega de valor a nuestros clientes a través de TI
- Pág. 40 Evolución de los negocios
- Pág. 44 Promoción de la innovación
- Pág. 46 Capital intelectual
- Pág. 56 Análisis y comentarios de los resultados 2012



## Crecimiento en calidad y servicio

Telefónica busca el crecimiento a través de ofertas integradas e innovadoras que permitan capturar nuevos clientes y fidelizar a los actuales al dotar de un mayor valor a sus servicios.



### Lineamientos estratégicos

La visión del Grupo Telefónica es: «Abrimos camino para seguir transformando posibilidades en realidad, con el fin de crear valor para clientes, empleados, sociedad, accionistas y socios a nivel global».

El Grupo Telefónica en el Perú viene siendo parte de un programa de transformación global por medio del cual se busca capturar oportunidades digitales, reforzar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, y agilizar la toma de decisiones a través de la simplificación de procesos.

### Crecimiento

El crecimiento del sector telecomunicaciones se está acelerando en gran medida por el dinamismo que, como líder, Telefónica imprime en el mercado. Se busca el crecimiento

a través de ofertas integradas e innovadoras que permitan capturar nuevos clientes y fidelizar a los actuales dotando de mayor valor a los servicios, para así cumplir con el compromiso de llevar mejores comunicaciones a cada vez más peruanos.

La expansión de la red de fibra óptica a nuevas ciudades permite brindar servicios de banda ancha con mayores velocidades y, por tanto, incrementar nuestros accesos a los servicios de voz, datos y televisión.

Adicionalmente, mediante la mejora continua de nuestra oferta y de la experiencia de los clientes, se busca impulsar el uso de los servicios y aumentar el tiempo de permanencia con los productos. Así, en 2012, en los servicios de voz, se impulsaron los planes Multidestino; en Internet, se mejoró la velocidad promedio de la planta; y, en televisión, se incrementó la cantidad de canales de alta definición.

En los servicios de voz, se impulsaron los planes Multidestino; en Internet, se mejoró la velocidad promedio de la planta; y, en televisión, se incrementó la cantidad de canales de alta definición.

### Transformación

Telefónica debe estar preparada para las exigentes demandas del mercado. Por ello, durante los próximos años, se enfocará más en el cliente, en ser más ágil, más global, más líder y más digital en todos los procesos de la compañía.

Como parte de esta transformación, se inició la puesta en marcha del proyecto "Transformación de Tiendas", tanto en infraestructura como en interacción, ofreciendo una gestión integral de todos los productos, buscando cercanía, experiencia y complicidad con los clientes con el objetivo de que cada visita sea una nueva oportunidad para crecer, mejorar su satisfacción y lograr que las tiendas sean verdaderos reflectores de la marca Movistar.

Además, transformando la compañía en una organización centrada en el cliente y, en un intento por acercarse más a los usuarios y simplificarles su relación con Movistar, se siguió mejorando el

canal online de venta y postventa. El canal Movistar en Línea permite a los clientes contratar y realizar consultas y gestiones de todos los servicios de la compañía, con total comodidad desde donde se encuentren y en el momento en que lo deseen.

### Sostenibilidad

La sostenibilidad de la empresa requiere garantizar la creación sostenida de valor, generar confianza en nuestros clientes, potenciar el capital humano y lograr un impacto positivo en nuestra sociedad.

Por ello, la satisfacción de los empleados es uno de los puntos más importantes para asegurar el éxito de la empresa. Durante el año, se han implementado diversos programas que refuerzan las habilidades de los trabajadores en el entorno laboral, impulsan el desarrollo del pensamiento creativo y la búsqueda de soluciones. Se han facilitado espacios para que los líderes y sus colaboradores trabajen dinámicas

que les permitan generar confianza y a estos últimos trabajar en sus planes de desarrollo a futuro.

Los trabajadores hacen posible que se consolide el compromiso de Telefónica con la sociedad y, en esa línea, la empresa fue reconocida como una de las mejores empresas para trabajar, al ubicarse en el puesto dieciocho en el ranking de grandes empresas de Great Place to Work, uno de los principales referentes en la medición de la excelencia en el ambiente de trabajo.

Esta es una época de revolución digital donde las telecomunicaciones tienen un rol muy importante en el desarrollo de la sociedad, ya que brindan igualdad de oportunidades e impulsan la inclusión social. Con la inversión que realiza cada año, Telefónica acompaña el crecimiento del país y forma parte de los esfuerzos para lograr la inclusión digital de más peruanos a través de los beneficios del acceso a las tecnologías de la información.

## Volumen de inversiones

	2008	2009	2010	2011	2012
Red de telefonía local	182	156	157	187	221
Servicio de telefonía de uso público	24	13	10	11	11
Datos e Internet	216	229	248	294	302
Otros	120	150	129	88	112
Total	542	548	544	580	646

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

## Gestión de la red

En 2012, la empresa ejecutó acciones con el compromiso de consolidar la mejor red de telecomunicaciones del país. Estas acciones se enfocaron en: ofrecer más servicios, conectando a más peruanos; invertir en la renovación tecnológica para evolucionar la red; y brindar servicios con mayor calidad y mejorar los procesos.

## Más servicios conectados

En 2012 los servicios de Telefónica siguieron creciendo para acompañar el desarrollo de las telecomunicaciones en el Perú.

### Acciones ejecutadas:

- Se construyeron 285,767 accesos para proveer servicios de telefonía fija y permitir que más clientes estén conectados.
- Se implementaron 173,648 conexiones a Internet, haciendo posible que más peruanos aprovechen las bondades de este servicio.
- Se logró extender 1,713 km de la red de fibra óptica, llegando a cubrir veintiséis nuevas ciudades en todo el país. Esta expansión permitió conectar a más de dos millones de habitantes de las zonas rurales y urbanas del país, quienes ya disfrutaban de servicios de Internet con alta calidad.
- Se mejoró la conexión internacional de la red que soporta la comunicación de voz vía Internet (IP), lo que permite atender con mayor eficiencia el tráfico entrante y saliente del país. Esta mejora mantiene estable y disponible la conexión de llamadas, beneficiando así a los clientes.
- Se amplió la capacidad del centro de operaciones de seguridad (SOC Perú) para ofrecer servicios especializados de telecomunicaciones a los clientes del sector empresas en todo Latinoamérica.

disfrutaban de servicios de Internet con alta calidad.

## Evolución tecnológica

Se actualizó la infraestructura de la red con nuevas tecnologías que brindan mayor rapidez y calidad a los servicios.

### Acciones ejecutadas:

- Se inició la renovación tecnológica de la red de telefonía fija mediante la implementación de servicios de voz y datos utilizando la tecnología MSAN, que permitirá reducir los costos de planta, y ofrecer nuevos y mejores servicios en beneficio de los hogares peruanos.
- Se mejoró la conexión internacional de la red que soporta la comunicación de voz vía Internet (IP), lo que permite atender con mayor eficiencia el tráfico entrante y saliente del país. Esta mejora mantiene estable y disponible la conexión de llamadas, beneficiando así a los clientes.
- Se amplió la capacidad del centro de operaciones de seguridad (SOC Perú) para ofrecer servicios especializados de telecomunicaciones a los clientes del sector empresas en todo Latinoamérica.

- Se instaló una nueva red (SHDSL EFM) en Lima, para brindar a los clientes del sector empresas nuevos y mejores servicios de banda ancha, entre ellos el incremento de la velocidad de conexión.

## Servicios con mayor calidad

Con una demanda en continuo crecimiento y la aparición de nuevas tecnologías, la empresa ejecutó diversas iniciativas para brindar a los clientes una mayor calidad en sus comunicaciones.

### Acciones ejecutadas:

- Entre los servicios que han tenido una mejora considerable en la disminución de la tasa de incidencias de fallas (TIF), que alcanzó el valor de 4.12%, resaltan el servicio de banda ancha fija con 3.79% y el de televisión por cable con 4.68%. Dentro de las acciones ejecutadas para conseguir este resultado, destaca un diagnóstico más efectivo de los problemas que reportan los clientes.
- Otra mejora importante en la TIF respecto de años anteriores, es la reducción drástica de los robos de cable de cobre a través de operativos preventivos en la red de telefonía fija, evitando las interrupciones del servicio de los clientes.



- Respecto del tiempo medio de instalación de un nuevo servicio de línea, banda ancha y cable, se alcanzó un tiempo medio de instalación (TMI) de 2.91 días. Este indicador abarca el período desde la petición del cliente hasta la instalación efectiva del servicio.
- Se redujo en 40% las incidencias en las plataformas de la red gracias a un nuevo esquema de gestión de trabajos programados y a un mejor control de las alarmas en las centrales de telefonía, logrando mejorar la disponibilidad de la red.

## Mejora de procesos

En 2012 se implementaron importantes iniciativas en búsqueda de eficiencia y optimización de los procesos.

### Acciones ejecutadas:

- En el proceso logístico, se logró incrementar la efectividad en la gestión de inventarios a través del seguimiento a detalle de las operaciones, consiguiendo

un ahorro equivalente a S/. 32.7 millones por reducción de existencias.

2. Se logró reincorporar funciones que hasta el año 2011 habían sido asignadas a empresas terceras, logrando ahorros importantes. Esta acción impulsó el desarrollo de nuevas aptitudes en el personal que asumió nuevas funciones de monitoreo, medición y atención.

### 3. Certificaciones y normas ISO:

Se realizó con éxito la auditoría de seguimiento del Sistema de Gestión de Calidad, manteniendo la Certificación Internacional Norma ISO 9001:2008 para los procesos de provisión y operación de las infraestructuras y redes de telecomunicaciones de Telefónica del Perú en el ámbito nacional del país (planta interna y planta externa de cobre), así como la supervisión y el mantenimiento correctivo y preventivo de la planta interna, aplicado a los servicios de:

i. Voz (conmutación, transmisión y centrales privadas)

ii. Servicios de Internet, dial up y banda ancha

iii. Servicios de datos

iv. Servicios de interconexión con operadoras.

Todos estos servicios enfocados para clientes de los segmentos residencial, negocios y empresas.

Se logró la ratificación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 para los procesos de la instalación, operación, mantenimiento y desmontaje de telefonía fija, basados en tecnologías inalámbricas de última milla.

En seguridad de las redes y plataformas, se realizó con éxito la renovación del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información ISO 27001. Esta certificación reconoce la seguridad de la información e impulsa a mejorar los estándares y a minimizar los riesgos en materia de seguridad de la información.

 173,648 nuevas conexiones a Internet.

 Se redujo a 4.12% la tasa de incidencias de fallas (TIF).



## Transformando la relación con los clientes

Una estrategia de diversificación en la atención de los clientes ha permitido a Telefónica conseguir mayores niveles de satisfacción por el servicio, una facturación más eficiente y una reducción de la morosidad.

### Atención call center

A inicios de 2012 se propuso incrementar la satisfacción de los clientes, contribuir al aumento sustantivo de las ventas cross selling y mejorar la eficiencia de operación optimizando los recursos de presupuesto.

### Las acciones desarrolladas consistieron en:

-Mejora del modelo satisfacción: a partir de abril de 2012, se implementaron acciones para mejorar la satisfacción de los clientes con la atención telefónica, logrando mejorar la satisfacción de 6.2 puntos en abril a 7.0 puntos en diciembre. Para ello se implementaron diversas acciones, entre ellas, se introdujo una metodología que permitió analizar los motivos de insatisfacción y establecer acciones de mejora; se revisó el procedimiento postventa con enfoque al primer contacto; se estableció un modelo de seguimiento para nuevos asesores, logrando reducir la curva de aprendizaje de tres a dos meses; se puso foco especial en la calidad de la atención; se implementó el PECAgente,

a través del cual se mide el error crítico del agente mediante tres indicadores (ejecución del procedimiento correcto, validación de los datos necesarios y amabilidad), su ejecución se inició en septiembre y, a diciembre, la mejora fue de 6%, llegando a 86% de aprobación; se logró reducir de 29% a 24% las llamadas reiteradas; y se implementó el 100% de transferencias operador a operador para asegurar la aceptación de la llamada en las segundas líneas especializadas, con lo que se logró reducir las transferencias de llamadas de 26% a 19% entre enero y diciembre de 2012.

- Mejora del modelo cross selling: durante el año, se desplegó el cross selling para el 100% de productos fijos. Asimismo, se mejoró el modelo mediante la gestión de los equipos de asesores y, a través de la academia Movistar, se brindó capacitación en productos y técnicas de venta. En 2012 se alcanzó un promedio mensual de ingresos por cross selling de S/. 2.4 millones, en comparación con los S/. 2 millones registrados en 2011 (+21%). A diciembre de 2012, el volumen de ventas se incrementó en 16%.



Este año la web de Movistar logró posicionarse como una de las páginas más vistas al lograrse cinco millones de visitas mensuales versus 3.9 millones de 2011.

- Optimización de procesos y gastos: se alcanzó una cobertura de gastos del 98%, lo cual permitió gestionar con mayor eficiencia las operaciones del call center. Se implementaron proyectos para mejorar los indicadores de reducción de llamadas reiteradas y de transferencias de llamadas.

### Atención contact center negocios

Durante 2012, se propuso incrementar la satisfacción de los clientes y solucionar sus requerimientos en la primera llamada, así como incrementar la venta de productos y servicios, mejorando los ingresos para la compañía. En el año, se han atendido 1.7 millones de contactos y el nivel de atención fue de 96%.

Para ello, se desplegaron modelos de gestión con el fin de asegurar el monitoreo permanente a la calidad de la atención, estableciendo de manera recurrente objetivos de mejora en indicadores de atención, tanto individuales por asesor como por equipos de supervisión, lo cual movilizó a todo el personal en función del cumplimiento de sus promesas de mejora. En el segundo semestre del año, se implementó la grabación de todas las llamadas, lo que permitió profundizar en el análisis de los motivos de insatisfacción, identificando la causa-raíz y reforzar el modelo de mejora continua del asesor. Las acciones desplegadas permitieron pasar de un nivel de satisfacción con la atención telefónica (IST) de 5.4 en abril 2012 a 6.8 en diciembre 2012.

En 2012, la empresa se concentró en garantizar la solución del requerimiento del cliente en la primera llamada, asegurando el conocimiento y dominio de los diferentes temas por parte del asesor, esto a través de un modelo de mejora continua personalizada (capacitación, evaluación, feedback y monitoreo). También se desplegaron acciones para asegurar el escalamiento oportuno y correcto de los incumplimientos de las promesas con el cliente, involucrando a todas las áreas internas de la compañía y buscando una solución rápida a dichos incumplimientos. Las acciones desplegadas permitieron pasar de un nivel FCR (First Contact

Resolution - Solución en el Primer Contacto) de 44% a 59% en diciembre de 2012.

Con la segmentación de asesores en función de la efectividad de ventas y nivel de abordaje, se logró aumentar los ingresos para la compañía. Gestionando el cross selling, se incrementaron los ingresos en 20%, pasando de S/. 7.5 millones en 2011 a S/. 9.1 millones en 2012, sin afectar la calidad de atención y priorizando la solución del requerimiento inicial del cliente.

A finales de 2012, se implementaron nuevos modelos de atención por valor de cliente, brindándole a cada grupo estándares de atención de acuerdo con sus necesidades. Asimismo, para los clientes de mayor valor, se inició la implementación del modelo de atención convergente (fijo-móvil) segmentado por cartera.

### Atención clientes platino

Se implementó el modelo de atención especializada convergente para seis mil clientes platino a través de la conformación de un equipo encargado de atender y resolver sus solicitudes respecto de productos fijos y móviles, generando así niveles de satisfacción de 8.5 en una escala de 10.

A través de la atención en los call center de telefonía fija y móviles se generaron ingresos por gestión cross selling de, aproximadamente, S/. 4 millones, con niveles de efectividad de 6%.

Los resultados de satisfacción se consolidaron en niveles de siete puntos para la atención de productos fijos. Cabe señalar que, a partir de junio, se asumió la gestión móvil de clientes platino integrada en un único grupo de atención y soportado en las principales acciones:

- Atención por modelo carterizado por caso, el que permite atender y acompañar a un cliente de manera integral durante el tiempo que tome el tratamiento de su caso.
- Seguimiento integral del cumplimiento de promesa, soportado en un equipo que asegura el cumplimiento de plazos de manera proactiva.

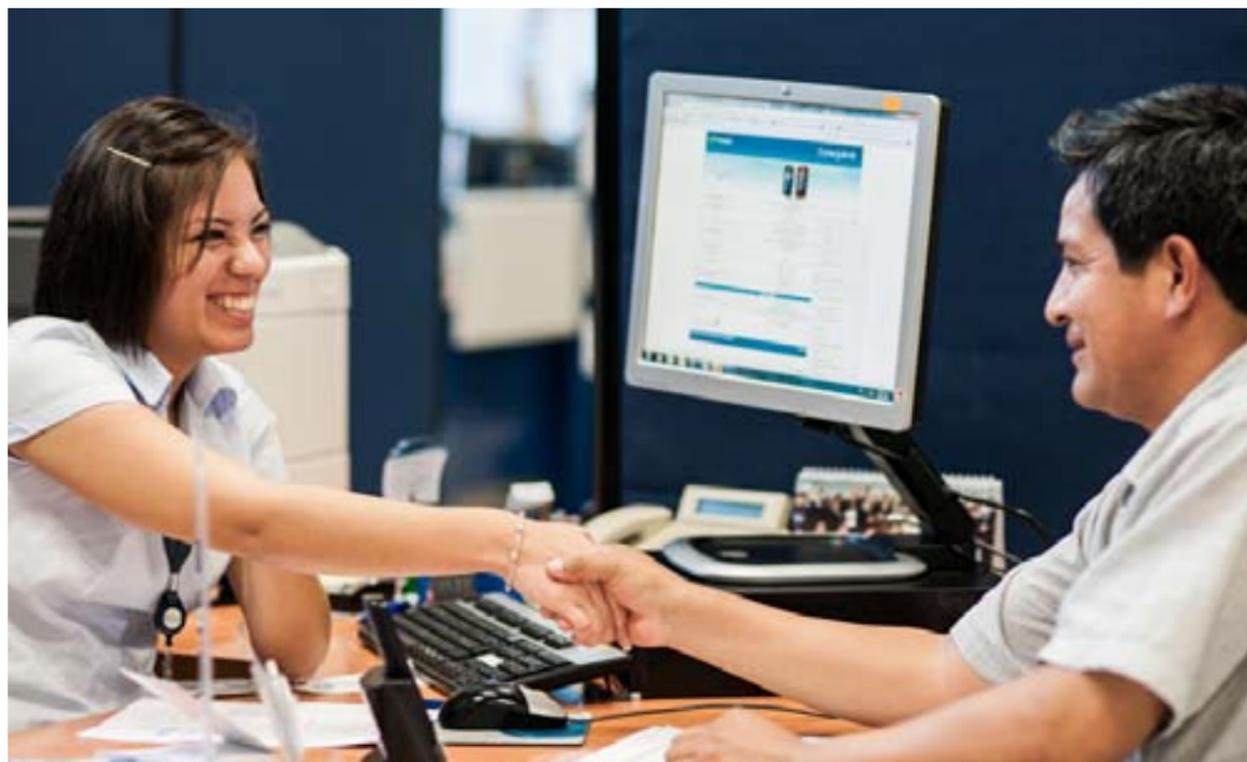
### Atención call center técnico y 103

Los niveles de satisfacción del cliente mejoraron sustancialmente durante el año 2012 en todos los call center técnicos; los valores pasaron de 6.96 en enero a 7.65 en diciembre. Este resultado se obtuvo por la implementación de acciones en tres frentes: a) en el frente call center, se desplegaron capacitaciones intensivas a los asesores, focalizadas en los aspectos que presentaban debilidades y que son significativos para la calidad; se modificaron los procesos y procedimientos de diagnóstico; se imprimió mayor rigor en el seguimiento del desempeño; y se impulsaron campañas de motivación a los asesores; b) en el frente cliente, se modificaron los speeches de actuación del asesor, se implementaron campañas para ofrecer a los clientes alternativas para adquirir equipos y se implementó una gestión de acompañamiento para dar asistencia remota a los clientes con dificultad en la asistencia telefónica; y c) se implementaron comités de seguimiento de las incidencias que se presentan en la red, que además permitieron visualizar el proceso integral y trabajar en equipo para darle una solución adecuada al cliente.

De la misma manera, gracias a las acciones enfocadas en calidad, se mejoró el indicador solución en un contacto pasando de 65.7% a 70.8% de enero a diciembre 2012.

En 2012, se logró generar ingresos por S/. 12.3 millones, incrementando en 70% los ingresos generados en 2011. Este resultado fue obtenido gracias a la priorización de productos de mayor valor, enrutamiento inteligente hacia los asesores de mejor desempeño y la mejora de habilidades de venta de los asesores en los call center.

Finalmente, en el frente de mejora de procesos, se priorizaron aquellos más relevantes para la atención técnica mejorando el registro de averías masivas, precisión en el diagnóstico de las averías, seguimiento de averías reiteradas y entrega de equipos telefónicos. Todas estas acciones generaron importantes eficiencias en la gestión.



### Atención presencial y operaciones

En 2012, las acciones fueron:

- Se inició el despliegue del proyecto "Transformación de Tiendas", en las 34 tiendas Movistar a nivel nacional, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes y hacer del antiguo multicentro una tienda atractiva para la compra. La transformación de tiendas implica un mejor modelo de atención a los clientes, para lo cual se definieron tres zonas: la zona de experiencia, la zona de autoatención y la zona de servicio al cliente. Con ello nos consolidamos como un canal de venta y atención rentable para la compañía.
- Se marcó un hito dentro de la compañía, ya que por primera vez las tiendas fueron consideradas un canal importante para la venta. Los esfuerzos se alinearon y se logró, no solo atender bien y con calidad a los clientes, sino también generar oportunidades de negocio y ser

verdaderos asesores comerciales de las necesidades de los clientes.

- Se puso mucho énfasis en la capacitación de nuestros asesores comerciales, llevando a cabo talleres de pasión por el servicio y negociación, capacitaciones en ventas y una metodología de prácticas de gestión que involucró a todos los niveles de la organización. Ello permitió incrementar la efectividad en venta cruzada de 8% en enero a 19% en diciembre.
- Las mejoras en la satisfacción de los clientes incrementaron el índice de satisfacción de 6.9 en enero a 7.3 en diciembre de 2012. De igual manera, se mejoró notablemente el FCR, pasando de 61% en enero a 75% en diciembre.
- Se logró redireccionar la atención a los clientes que visitan las tiendas a través de canales alternativos (derivación al canal telefónico). Pasamos de un 10% en enero a un 25% en diciembre, lo que nos brindó el espacio necesario para ser más eficientes e incrementar la venta cruzada.

Este año la web de Movistar logró posicionarse como una de las páginas más vistas al lograrse cinco millones de visitas mensuales versus 3.9 millones de 2011.

- Asimismo, se mejoró la gestión de la retención de los clientes que solicitan la baja de alguno de los servicios, pasando de un 61% en el mes de enero a un 71% en diciembre.
- Se puso en marcha la internalización de la gestión de reclamos, mediante la formación del back office propio de soluciones de Movistar fija, encargados de realizar una gestión de preanálisis de reclamos de facturación y solución de reclamos de calidad, así como el control de calidad de la gestión. Esto contribuyó a acelerar la identificación de oportunidades de mejora en los procesos, reduciendo el plazo de atención y alcanzando la solución del 98% de casos en siete días. Adicionalmente, permitió un ahorro de S/. 900 mil.
- Se logró reducir notablemente el ratio de reclamos presentados de 1.8% a 1.11% (número de reclamos del mes entre el promedio de la planta facturada de los dos meses anteriores), por debajo de la meta de 1.4%.
- Se implementó el modelo PreSySo (Prevención, Solución y Soporte), que consiste en la revisión temprana de reclamos para identificar y ejecutar una solución de raíz y evitar la reiteración de los mismos. Este modelo, sumado a la disponibilidad del back office y otras acciones del equipo de prevención, permitieron reducir el ratio de reclamos reiterados de 27.1% a 8.48%.
- Se desplegó el modelo de mejora continua a los Multicentros (atención presencial), mejorando la calidad de atención y registro, y se incorporó un nuevo objetivo de incrementar la Solución Inmediata (SI: reclamos resueltos y resultados comunicados al cliente el mismo día que se presentan) de 38% a 65%. Al cierre de 2012, se logró superar la meta, alcanzando el 71.7% de SI. Esto, además de contribuir al FCR y a la satisfacción de los clientes, ha permitido un ahorro de S/. 800 mil.

### Principales logros en ventas

- Durante el año se registró un importante crecimiento en las ventas

totales. Se pasó de vender 40,707 productos convergentes en enero a 82,513 a fines de diciembre, lo que significó un incremento de un 103% con respecto del inicio del año.

- En cuanto al nivel de ingresos, al cierre del año 2012 se logró generar ingresos por S/. 130 millones, superando la meta prevista de S/. 125 millones.
- Gracias a la capacitación, baja rotación y fuerza de ventas convergente, se mejoró el ratio de convertibilidad fija (venta concretada respecto del ofrecimiento), creciendo de 74% en enero de 2012 a 85% al cierre de diciembre.

### Atención online

Este año la web de Movistar logró posicionarse como una de las páginas más vistas en nuestro país, brindando información de campañas comerciales, consultas postventa y compras online. Es así como, a fines de año, se lograron cinco millones de visitas mensuales versus 3.9 millones de 2011.

Después de haber lanzado el sitio privado convergente en 2011, se puso foco en el incremento del número de afiliados. Ello permitió duplicar la cantidad de afiliados en 2012 (pasando de 373 mil a 766 mil). En el año, los afiliados generaron más de 4.6 millones de consultas y transacciones, destacando las correspondientes a detalle de llamadas y a visualización de recibos.

El canal online también cuenta con una tienda virtual que, desde 2011, ofrece servicios fijos y, a partir de 2012, incorporó a su oferta los servicios móviles. Como resultado del impulso dado al canal a través de ofertas diferenciadas, campañas online y mayor oferta de servicios, por segundo año consecutivo se logró triplicar los ingresos generados por las ventas.

### Facturación

Durante el año, se aplicaron estrategias para el incremento de afiliaciones al recibo digital, obteniendo un total de 297 mil líneas afiliadas, lo cual

representa el 17% de la planta de clientes potenciales.

Ante el éxito del avance en la gestión de facturación digital, en abril se asumió la gestión de páginas de blancas, obteniendo una reducción en la impresión del tiraje en un 30% (de 1 millón a 700 mil).

Del lado operativo, con el soporte de sistemas, se implementaron medidas de optimización y automatización, logrando la reducción del tiempo de procesamiento de diez a seis días. Esta y otras acciones han permitido reducir en un 39% los reportes de mensajería.

### Cobranza

Durante el año 2011, se puso foco en la reducción de la morosidad de las altas nuevas que no pagan ninguna factura (NPNF), logrando reducir el indicador en torno al 10%. Por ello, en 2012, el objetivo fue consolidar esa mejora, logrando mantener este indicador en ese nivel promedio.

También se puso énfasis en la ampliación de los puntos de pago, pasando de nueve mil puntos en diciembre de 2010 a más de trece mil en 2011, superando los diecisiete mil en 2012. Esto incluye más de ochocientos puntos de recarga en el último trimestre de 2012, algunos de ellos en zonas rurales.

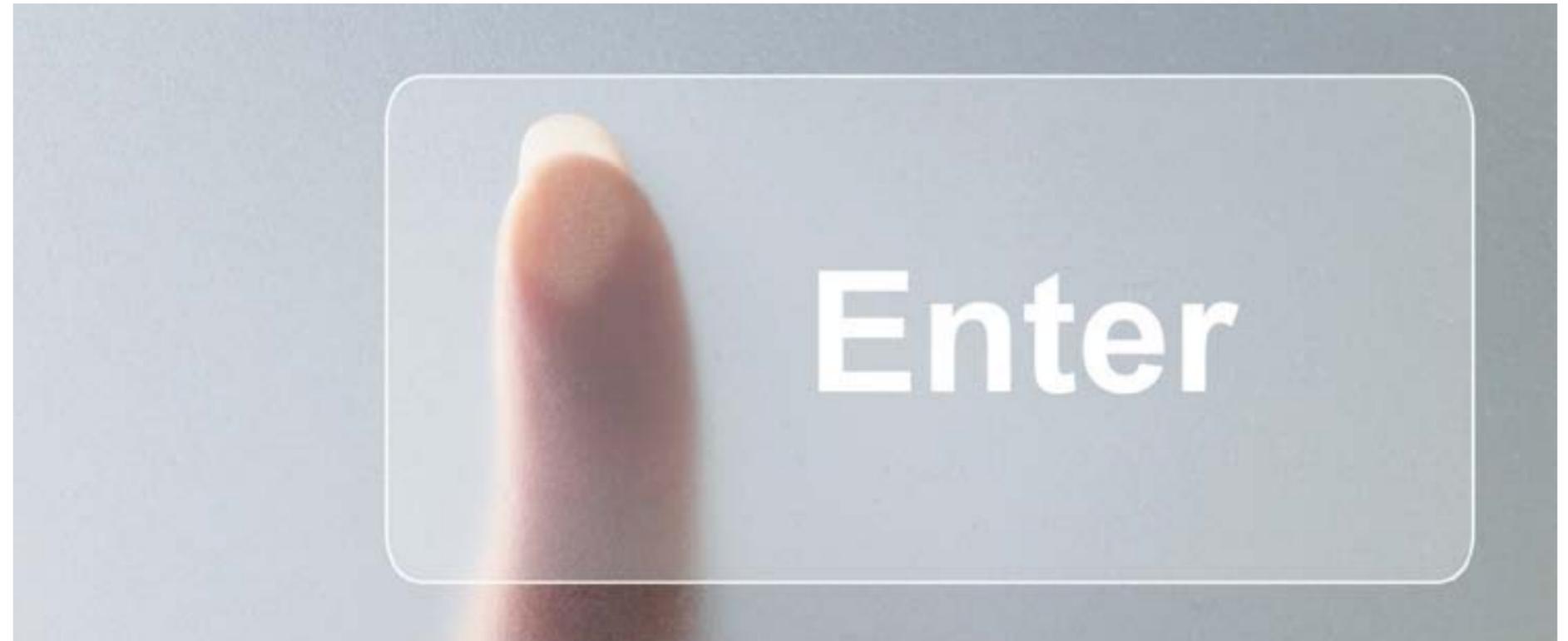
En el segundo semestre de 2012, se trabajó en la integración de la gestión de cobranza con los diferentes proveedores, lo que está permitiendo lograr sinergias operativas y presupuestales, así como mejorar la percepción del cliente. Respecto de esto último, en 2012, se desarrollaron modelos de comportamiento de pago que se aplicarán a partir del primer trimestre de 2013 y permitirán una gestión de cobranza inteligente, así como reducir costos de gestión y mejorar la satisfacción del cliente.

Finalmente, para los clientes de alto valor y grandes clientes, se trabajó un modelo de gestión personalizada, que integra los diferentes productos de estos clientes, logrando eficiencias y mejorando su percepción del servicio, al reducir la cantidad de interacciones con ellos.



## Entrega de valor a los clientes a través de TI

El desarrollo del canal de autogestión, la eficiencia operativa y el programa de transformación de TI han permitido a Telefónica acercarse más a los clientes, con el lanzamiento de nuevos productos al mercado y la mejora de la calidad del servicio.



Durante el año 2012, Telefónica desarrolló acciones para un uso intensivo de las tecnologías de la información (TI) en beneficio de sus clientes, trabajando en tres ejes principales: desarrollo del canal de autogestión, mejora de la eficiencia de los procesos de negocio automatizados y planificación de la transformación de los sistemas de cara a la evolución tecnológica del mercado. Todo esto ha permitido a Telefónica acercarse más a los clientes, a través del lanzamiento de nuevos productos al mercado y la mejora de la calidad del servicio.

La empresa ha iniciado acciones preliminares para emprender un programa de transformación de sistemas. Este programa tendrá como objetivo crear una nueva experiencia para los clientes y estará cimentado en procesos más eficientes que posibiliten servicios de alta calidad.

### i. Desarrollo del canal de autogestión

Canal Online (COL): en 2012 se registraron 3,500 usuarios que visitaron en forma concurrente el

portal de Telefónica y cinco millones de visitas mensuales, con tiempos de respuesta de carga del portal de no más de diez segundos. Asimismo, se logró el mejor canal de atención virtual durante la campaña "Cyber Monday" en el mes de noviembre de 2012, con tiempos de respuesta estables al soportar más de 4,800 pedidos de ventas en línea y superar a canales virtuales de reconocidas aerolíneas, entre otros (incremento de pedidos en 500%).

### ii. Eficiencia operativa

#### Proyectos de optimización

- Se optimizaron los procesos de facturación y cobros, registrando reducciones en los tiempos de entrega de facturas y en la gestión de cobros. Ello permitió lograr un beneficio de S/. 17 millones por mes.
- Se redujo la duración del ciclo de comercialización de productos simples y paquetes, a través de procesos continuos integrados por un moderno bus empresarial. Ello

permitió un impacto positivo en la satisfacción del cliente.

- Se redujeron los tiempos de instalación y mantenimiento de los servicios brindados a los clientes a través de un sistema de despacho ágil y flexible, y con servicios debidamente probados antes de su entrega.
- Se incrementaron los productos de planes de tráfico, activados automáticamente a través del Sistema de Activación Centralizado (SAC).
- Se mejoraron los servicios de paquetes que incluyen servicio de televisión pagada. Se efectuó una reingeniería de procesos en las aplicaciones, logrando reducir los tiempos de instalación.
- Se atendieron nuevas zonas geográficas gracias a la expansión de la red, permitiendo la provisión automática de servicios de mayores velocidades.
- Se brindó una mayor protección a la información de los clientes contra

ataques y tráfico malicioso, a través de la actualización de la plataforma de seguridad (equipamiento de Firewall y solución de gestión de identidades).

### Nuevos productos para los clientes

- Nuevos productos y paquetes. Con nuevas velocidades para Movistar Speedy Gigas y la creación de paquetes Dúos y Tríos en los nuevos planes de Speedy, se ha logrado el incremento de las altas.
- Aplicaciones en la nube para clientes de negocios y residencial, comercializados a través del Marketplace de Aplicateca Negocios.
- Gestión de nuevos proveedores de acceso satelital para brindar el servicio de Internet dedicado.

### iii. Programa de transformación de TI

Conscientes del rol de Telefónica en el mundo digital, en el año 2012 la compañía inició actividades preliminares del programa de transformación de los sistemas cuya meta principal es transformar la experiencia que brinda a

los clientes en los próximos cuatro años sobre la base de procesos de negocio simples y estándares, una oferta de productos simplificada y una relación cercana con los clientes. Esto será posible con una solución integrada, convergente y de alto nivel de flexibilidad y configuración. Para ello, se aprovecharán las experiencias corporativas globales y la sinergia con iniciativas similares en otras operadoras del grupo.

#### La estrategia de Movistar implica ser:

- Multicanal: contar con capacidades en los procesos y sistemas para ofrecer al cliente una experiencia homogénea y sin interrupciones, a través de cualquiera de los canales de atención.
- Compañía online: desarrollar las capacidades para agilizar las transacciones de impacto al cliente, reduciendo los tiempos de atención e incrementando la automatización.
- Convergente fijo-móvil: unificación de los procesos y sistemas para lograr una visión única del cliente y una oferta de productos y servicios tanto para la persona como para el hogar.

En el año 2012 la compañía inició actividades preliminares del programa de transformación de los sistemas que ofrecerá, en los próximos cuatro años, una solución integrada, convergente y de alto nivel de flexibilidad y configuración.



## Evolución de los negocios

En el año 2012 hubo un crecimiento de la telefonía local, de los accesos de Internet, de los servicios de datos y tecnología de la información, y de la telefonía de uso público urbano; sin embargo, se registraron menores ingresos en telefonía de uso público rural y de larga distancia, debido a la expansión del servicio móvil y al uso de medios alternativos.



### Telefonía local

Manteniendo la tendencia del año anterior, en 2012 se registró un crecimiento de 7.1% de la planta de líneas en servicio libres y control, pasando de 1.87 millones a 2 millones. Los ingresos mostraron una caída interanual de 19.4%, pasando de S/. 1,018 millones a S/. 821 millones, debido a la aplicación del factor de productividad a las tarifas de renta y servicio local medido, a la creciente sustitución de tráficos fijos por tráficos móviles, y a la mayor intensidad competitiva que la empresa viene enfrentando con una oferta de productos paquetizados más agresiva.

En el año 2012 se mantuvo la estrategia de blindaje de clientes mediante la comercialización de Dúos y Tríos (paquetes de servicios de voz, Internet y televisión pagada). Así, la planta de clientes en Dúos y Tríos representó al

final de 2012 el 54.8% de la planta total de líneas de voz de la compañía.

En el negocio de voz fija, la gestión comercial permitió alcanzar un crecimiento en los ingresos de 7.9% en los servicios tradicionales, resultado que logró atenuar el impacto regulatorio en ingresos de las llamadas fijo-móvil, que cayeron -49.1%.

### Internet

Durante 2012 se continuó con la estrategia de impulso al crecimiento de los accesos de Internet, los mismos que mostraron un incremento de 18.1%, pasando de 1.08 millones al cierre de 2011 a 1.28 millones al cierre de 2012.

Este incremento se vio acompañado por un aumento de 17.0% en los ingresos totales del negocio, que pasaron de

El incremento de los accesos de Internet se vio acompañado por un aumento de 17.0% en los ingresos totales del negocio, que pasaron de S/. 985 millones en 2011 a S/. 1,152 millones en 2012.

S/. 985 millones en 2011 a S/. 1,152 millones en 2012.

Para lograr estos resultados, la actividad comercial se enfocó en capturar el mercado potencial de clientes sin equipo de cómputo personal (PC), se añadió valor a los productos y se efectuó un aumento de velocidades de manera masiva y a través de gestión comercial.

En esa línea, se impulsaron campañas agresivas para la venta de PC + Internet, Tablet con planes de datos y, para el segmento escolar, Internet asociado a una aplicación educativa. Adicionalmente,

se incrementó la velocidad media de la planta de 1.3 Mb en 2011 a 2.2 Mb a fines de 2012, condición competitiva muy importante en este segmento puesto que en la actualidad y en el futuro las aplicaciones en línea requerirán mayores anchos de banda.

Se impulsó de manera importante la comercialización de planes de Internet con velocidades desde 10 Mbps a más, a través de productos paquetizados orientados a segmentos premium, donde el crecimiento fue de diez veces en planta: de 0.9 mil a 9 mil accesos respecto del año anterior.

Asimismo, se lanzó una campaña de comercialización de planes de Internet móvil como complemento al acceso de Internet fijo, con planes con tarifas diferenciadas para los clientes que tuvieran Internet en casa. Esta campaña permitió lograr una planta de 212 mil accesos de Internet móvil, lo cual representa un crecimiento de 119.2% respecto del año anterior.

Por otra parte, se aceleró la venta de SVA (servicios de valor agregado como Zona de Seguridad y Dr. Speedy) logrando un crecimiento de 7.8% respecto del año anterior.

### ISO20000

Telefónica es la primera empresa en el país en obtener la certificación ISO20000 en servicios de mesa de ayuda.

### A 2 millones

llegó el número de plantas de líneas locales.

### 17% de crecimiento

de los ingresos totales de Internet.

En el negocio de Internet se registró un crecimiento de ingresos del segmento grandes empresas de más de 18% respecto de 2011. Esto se explica mayormente por la mejora en los ingresos de los servicios de acceso a Internet dedicados, así como por la expansión de la fibra óptica en muchas ciudades del interior del país.

Los buenos resultados en el negocio de Internet se deben tanto al importante crecimiento económico del interior de país, como a la eficiente gestión realizada por la empresa. Dicha gestión estuvo focalizada en dar mayor valor agregado al cliente, sobre todo complementando la oferta de acceso a Internet con servicios de seguridad gestionada, así como con otros servicios de valor agregado.

### Servicios de datos y tecnología de la información

En el año 2012 el crecimiento del negocio de datos se vio impulsado por la mayor comercialización y fidelización de los servicios de redes privadas virtuales y también por el uso de servicios satelitales nacionales e internacionales.

Este resultado se debió en parte a la mayor cobertura nacional de la red, así como también al cierre y consolidación de importantes proyectos de comunicación en el sector público y privado.

Cabe mencionar la importancia que han tenido los servicios IP VPN en la expansión del producto dentro del sector financiero y bancario. Asimismo, los servicios satelitales siguieron acompañando el desarrollo económico de las ciudades al interior del país (localidades de los Andes y la selva amazónica), donde las redes terrestres llegan con dificultad.

En el caso de los servicios de tecnologías de información y comunicaciones, en 2012 el segmento grandes empresas registró un crecimiento mayor al del mercado.

En el negocio de Data Center, el crecimiento de ingresos en el año fue cercano al 20%. Se lanzó la oferta "Cloud Computing", logrando atraer importantes clientes. Asimismo, se logró recertificar el

Data Center con el ISO2700, garantizando así los más altos niveles de seguridad.

Durante 2012 se puso especial atención en brindar servicios con especialización sectorial, desarrollando ofertas para los sectores microfinanzas, salud, educación, minería y banca.

En la línea de negocios de workplace, el crecimiento de los ingresos fue de 15% y permitió a la empresa consolidar la posición de liderazgo en esta línea. Por otro lado, se obtuvo la certificación ISO20000 en servicios de mesa de ayuda, siendo la primera empresa en el país en lograrlo.

En la línea de negocio transaccional, se continuó dando servicios y soporte regional a distintos países. El producto banca celular fue contratado por cinco instituciones financieras y saldrá al mercado en los primeros meses de 2013.

Los ingresos provenientes de los servicios gestionados de seguridad, del segmento grandes empresas, registraron un crecimiento de 10% respecto del año anterior, mientras que el incremento del número de clientes fue del orden del 40% respecto de 2011. Ello permitió mantener el posicionamiento al contar con la mayor participación del mercado. Destacan entre los principales clientes empresas de los sectores: banca y finanzas, energía y recursos naturales, así como las principales entidades públicas del Perú.

Cabe resaltar la importancia para la compañía de poseer una oferta integrada de los servicios de datos y TI con los de Internet para lograr el acceso a clientes de gran envergadura y relevancia, sobre todo en el caso del sector público.

### Telefonía de uso público urbano

El negocio generó ingresos por S/. 463.4 millones, lo que refleja un incremento de 5% respecto de 2011. Este incremento se sustenta en el mayor número de llamadas originadas como consecuencia de la nueva oferta tarifaria para el tráfico fijo-móvil, en la que se habilitó el uso de monedas con menor denominación, así como por las campañas de publicidad sobre tarifas planas.

En el año 2012 el negocio de datos creció gracias a la mayor comercialización y fidelización de los servicios de redes privadas virtuales y también a una mayor cobertura nacional de la red.



Es importante destacar la mejora en la gestión del parque de teléfonos públicos (instalación y reubicación de equipos en zonas y/o localidades de mayor rentabilidad), así como la disminución de averías en la planta TUP durante 2012.

En el año se continuó comercializando el modelo de TPI (Telefonía Pública de Interior) analógico venta y TPI GSM bajo la modalidad de equipos financiados.

### Telefonía de uso público rural

En 2012, la telefonía de uso público rural generó S/. 20.7 millones de ingresos, 35.2% menos que 2011, debido al crecimiento de la cobertura móvil y a la

rápida adopción del servicio móvil por la población rural.

Al cierre de 2012, existen 1,681 TUP instalados con tecnología GSM que atienden a 1,098 localidades y 7,500 TUP con tecnología satelital (VSAT) que atienden a 4,883 localidades con lo que la compañía lleva servicios de telecomunicaciones en modalidades de TUP y locutorios a todas las regiones del país en 198 provincias y 1,276 distritos.

### Larga distancia

En 2012 los ingresos de larga distancia totalizaron S/. 145.5 millones, 15.4% menos respecto de 2011. Esta caída se

explica, básicamente, por los menores ingresos en larga distancia nacional en 21.2%, debido principalmente al aumento significativo en el uso de medios alternativos (Skype, MSN Messenger, entre otros), así como por el efecto de la sustitución fijo-móvil, lo que se refleja en una caída de 13.4% en el tráfico de discado nacional.

Los ingresos por el tráfico internacional presentan una caída de 12.8%.

Las estrategias comerciales enfocadas en la fidelización de clientes y en la paquetización de minutos (planes multidestinos) han permitido disminuir los impactos anteriormente mencionados y atenuar la caída.



## Promoción de la innovación

Telefónica ha impulsado durante 2012 una serie de iniciativas y proyectos que benefician a personas y comunidades, entre los que destacan la plataforma Wayra, el premio "ConectaRSE para crecer" y el programa "Recíclame".



Telefónica está comprometida con el desarrollo de nuestro país, no solo a través del incremento en la conectividad, sino también mediante el impulso a proyectos e iniciativas innovadoras que transformen positivamente la vida de las personas.

En esta línea, en el año 2011, lanzó Wayra, una iniciativa impulsada por Telefónica Latinoamérica, que tiene como objetivo dar una oportunidad al talento iberoamericano y retener su creatividad en la región. La plataforma busca ser una aceleradora de proyectos tecnológicos que tengan un impacto importante en Latinoamérica y España. En la primera edición, se tuvo 5,000 proyectos en los distintos países donde se lanzó la iniciativa y, en el año 2012, se recibieron un total de 13,748 postulaciones.

La primera generación de emprendedores de Wayra estuvo comprendida por diez proyectos seleccionados entre los 1,217 postulantes en el Perú. Estos proyectos son ahora pequeñas empresas que compiten en el mercado nacional. En

la segunda edición, se recibieron 1,324 postulaciones, la cifra más alta en toda la región, y se seleccionaron diez nuevos proyectos que saldrán al mercado luego de los ocho meses de trabajo en la aceleradora. El éxito de Wayra hizo a Telefónica ganadora del premio Creatividad Empresarial en la categoría de Servicio Público, un reconocimiento que llena de orgullo a la empresa y a los emprendedores que vienen participando de esta iniciativa.

Otro proyecto que se impulsó en 2012 fue el lanzamiento de la alianza Telefónica y Gastón "Juntos para Transformar". Nuestra empresa firmó una alianza estratégica con el reconocido chef con el objetivo de promover juntos oportunidades de integración a través de la gastronomía y las TIC. En este marco, se emprendió una gira internacional para promocionar el documental "Perú Sabe: La cocina, arma social", con la participación de Gastón Acurio y Ferrán Adriá en Nueva York, Lima, Barcelona, Tokio, Washington, Osaka, Berlín y París.

El éxito de la plataforma Wayra hizo a Telefónica ganadora del premio Creatividad Empresarial en la categoría de Servicio Público.

Asimismo, se hizo el lanzamiento de "Edén.pe, 21 revelaciones para el mundo", escrito por el periodista español Ignacio Medina, con la colaboración de los cocineros Gastón Acurio y Ferrán Adriá. En el libro, Adriá cuenta su experiencia en el Perú en diez días que cambian su forma de contemplar la cocina, mientras que Gastón Acurio presenta una propuesta para el futuro sobre la base de la defensa de la biodiversidad, la sostenibilidad de la producción alimentaria, la diversidad cultural mostrada a través de la cocina y la inclusión social. La alianza entre Telefónica y Gastón permitiría crear una potente incubadora gastronómica para identificar a los nuevos emprendedores gastronómicos.

En 2012 también se realizó la segunda edición de "ConectaRSE para crecer", un premio que busca identificar y reconocer las mejores iniciativas desarrolladas por personas u organizaciones en zonas rurales donde se han empleado las TIC para mejorar el desarrollo de la comunidad. Este año, se recibieron 102

postulaciones de diecisiete regiones de todo el país, entre las que fueron reconocidas tres en la Categoría Gran Premio y cinco en la Categoría Testimonio de Vida.

A la par se comenzó "Somos Grau, Seámoslo Siempre", una campaña de valores para el crecimiento y la inclusión social cuyo objetivo es promover los valores de honestidad, lealtad y dignidad a través de la figura del almirante Miguel Grau. La campaña se basa en un componente educativo y un premio nacional anual dirigido a ciudadanos que ejemplifiquen estos valores.

Asimismo, se reforzó el compromiso ambiental al fortalecer el programa "Recíclame" a través de la segunda exportación de 25,778 equipos, baterías y accesorios en desuso para su adecuado tratamiento y posterior reciclaje. Adicionalmente, gracias a nuestra alianza con la cadena de supermercados Wong y Metro se realizaron actividades de sensibilización y concientización

ambiental en sus locales y se colocaron 83 urnas de Recíclame en sus locales a nivel nacional que se sumaron a las 99 ya existentes en los Centro de Atención y Venta de la compañía.

En el marco de la plataforma de comunicación 3R3 se apoyó el desarrollo del foro internacional "Oportunidades Urbanas, el Crecimiento de las Ciudades y el Desafío de la Sostenibilidad", de la mano de la Municipalidad de Lima. Se aprovecharon además las redes sociales para realizar el primer festival musical online "Cuida el Perú" para difundir a través de la música una cultura de cuidado ambiental. La página en Facebook de esta iniciativa alcanzó 43,941 seguidores y 112 videos compitieron para ser los ganadores del Festival.

Finalmente, volvimos a recibir el distintivo "Empresa Socialmente Responsable" otorgado por Perú 2021 y el Centro Mexicano para la Filantropía por el trabajo realizado en materia de sostenibilidad y responsabilidad corporativa.



## Capital intelectual

Telefónica del Perú trabaja constantemente en construir un mejor lugar para trabajar, promoviendo el desarrollo profesional de sus colaboradores y propiciando una comunicación dinámica y oportuna.



### Nuestros Colaboradores

En el año 2012, se continuó ampliando el programa Bravo!+, que ofrece herramientas de gestión para priorizar la generación de valor en cuatro ejes estratégicos: cliente, plataforma, oferta y cultura, y es aplicado en todas las operaciones del Grupo Telefónica.

Además, se enfocó en consolidar la reciente integración de los negocios fijo y móvil, aplicando un plan que aborda diferentes aspectos de la gestión de personas.

En cuanto a clima laboral, según los resultados de la última encuesta, aplicada a finales de año, el clima laboral siguió mejorando, elevándose de 81% en 2011 a 84% en 2012. Estos resultados son un orgullo para Telefónica y son consecuencia de una serie de acciones orientadas, principalmente, al desarrollo profesional de los colaboradores. Se

ha priorizado la cobertura de vacantes con personal interno y la realización de talleres como Imagina (enfocados en las necesidades del cliente), lo que ha permitido continuar fortaleciendo nuestra cultura e identidad de equipo.

### Jornada laboral y vacaciones

Durante 2012, se continuó con la campaña del cumplimiento de la jornada laboral, con la finalidad de que los trabajadores tengan un mejor equilibrio entre el trabajo y su vida familiar. Adicionalmente, se llevó a cabo una serie de acciones para asegurar que los trabajadores programen y gocen efectivamente sus vacaciones conforme a ley. Finalmente, se siguió impulsando el apagado de luces en los edificios de la compañía a una hora determinada, lo cual a su vez contribuye con el compromiso de la empresa por cuidar el medio ambiente.

Según GPTW, cinco empresas del Grupo Telefónica se ubicaron entre las veinte mejores empresas para trabajar en el país: Telefónica, TGestiona, Atento Perú, Telefónica Servicios Comerciales y Telefónica Global Solutions.

### Clima laboral

La compañía trabaja constantemente con la finalidad de construir un mejor lugar para trabajar. Es por eso que los líderes tienen presente la gestión del microclima como parte de su agenda diaria de responsabilidades. Desde Recursos Humanos, se brinda apoyo para gestionar dichos microclimas con la aplicación de mediciones de clima laboral a lo largo del año, llamadas termómetros. Los resultados de estas encuestas son la base utilizada para identificar oportunidades de mejora en cada área y poder definir acciones que contribuyan a incrementar la satisfacción de los colaboradores de la compañía.

La última medición realizada al 100% de la población fue el censo de diciembre de 2012, que tuvo como resultado un índice de satisfacción de 84%, el cual representa un incremento respecto de 2011 (81%).

### Resultados GPTW

En 2012, para la participación en Great Place to Work, se trabajó en una campaña de comunicación, en la cual el mensaje predominante fue "Sé positivo, sé increíble", con el propósito de reforzar la idea de que el pensamiento positivo atrae cosas positivas y que en Telefónica pensamos positivo para lograr cosas increíbles. Además, el culture audit fue elaborado recogiendo las prácticas de recursos humanos que se realizan en Telefónica del Perú.

Como resultado, cinco empresas del Grupo Telefónica en el Perú se ubicaron entre las veinte mejores empresas para trabajar en el país, según GPTW. Telefónica, TGestiona y Atento Perú se ubicaron en el ranking de mejores empresas grandes; Telefónica Servicios Comerciales hizo lo propio entre las mejores empresas medianas; y

Telefónica Global Solutions se ubicó entre las mejores empresas pequeñas para trabajar en el Perú.

En este sentido, uno de los logros fue el haber obtenido el puesto dieciocho entre las mejores empresas para trabajar en el Perú, de acuerdo con el ranking anual de Great Place to Work Institute Perú (GPTW).

### 1. Selección

Como parte de la política de selección de la empresa, se prioriza la cobertura de vacantes con personal interno. Es por esto que, de los cien procesos de selección cerrados, sesenta procesos fueron cubiertos internamente. La búsqueda interna contempla el evaluar factores como desempeño, tiempo de permanencia en la posición, competencias y experiencia previa de aporte en el nuevo rol.

En 2012, se lanzó el proyecto "Mapeo de Perfiles", que consiste en evaluar mediante entrevistas personales a los colaboradores para conocer acerca de su experiencia e identificar sus principales competencias y potencial para asumir mayores responsabilidades. El proyecto se inició en septiembre y hasta diciembre se han evaluado a 514 personas.

Es mediante esta identificación del talento que en 2012 se logró cerrar el 60% de los procesos de selección con personal interno, promocionar a quince empleados con un desempeño superior al promedio y mejorar el proceso de gestión interna, mediante el cual Recursos Humanos identifica potenciales candidatos y los invita a participar en procesos acordes a su perfil.

Como cierre del proceso, los candidatos que no son seleccionados reciben feedback por parte de Recursos Humanos o del responsable directo de su área.

## 2. Generación Futuro

En el ámbito externo, el posicionamiento de Telefónica del Perú como una de las mejores empresas para trabajar en el país mejora el interés de los trabajadores por vivir la experiencia de trabajar en la compañía. En esta línea, a inicios de año se realizó la convocatoria del programa "Generación Futuro", dirigido a reclutar jóvenes talentos pertenecientes al quinto y tercio superior de las más prestigiosas universidades, campaña que atrajo a 5,000 postulantes y que, tras un arduo proceso, resultó en la selección de seis personas.

## 3. Programa de capacitación

Universidad Corporativa: desde siempre, Telefónica ha apostado por la formación especializada de su personal directivo, alineado a la evolución y necesidades de la empresa y el sector. Es así como cada año los gerentes y directores participan en cursos de especialización en España. Universitat Telefónica y Telefónica Learning Services desarrollan cursos especiales y exclusivos para nuestros directivos, relacionados con tecnologías, marketing, gestión de clientes, estrategia y liderazgo. Estos cursos son desarrollados e impartidos con alianzas con prestigiosas instituciones como el Instituto de Empresa, ESIC, EADA y la

Universidad Politécnica de Cataluña. El personal directivo asiste cada dos años a continuar impulsando su desarrollo y aprendizaje.

Entre los programas brindados están: Innovation & Leadership, Leading Self, Leading High Performing Team, Postgrado de Negocios de Telecomunicaciones, Leading & Managing Change, Customer Focus, Engaging Realities, Telefonica 2020 y Global Management Programme.

Programa de capacitación para líderes: en Telefónica se promueve hacer de los líderes unos que suman e inspiran, fortaleciendo sus habilidades y poniendo su liderazgo en acción. En 2012, se continuó con nuestro programa de formación exclusivo para nuestros líderes basados en el decálogo del líder.

Con periodicidad bianual, se han venido realizando talleres cuyo objetivo es el desarrollo de diversas habilidades de liderazgo. Se iniciaron en 2004 con temas relacionados al gobierno de personas. En 2006–2008 los talleres fueron diseñados con foco a competencias específicas en liderazgo como comunicación, innovación, flexibilidad, habilidades gerenciales, etc. Por último, en 2011, se lanzó un nuevo programa de líderes con herramientas mucho más concretas como herramientas de gestión, movilización hacia el éxito y logro de objetivos, herramientas de coaching, y técnicas de selección por competencias.

Cada líder recibió cuatro días y medio de formación durante un año en los siguientes aspectos:

- Estructura, metodología y herramientas de comunicación asertiva y feedback a los colaboradores.
- Fortalecimiento de su mentalidad orientada a resultados. Metodología y estructura para alcanzar su plan de objetivos. Conceptualización, reflexión y búsqueda de aplicaciones prácticas de la motivación al éxito: "Somos lo que pensamos que somos".
- Herramientas necesarias para la gestión por competencias en su rol como líder y para reforzar habilidades como identificadores de talento. Un lenguaje común para estandarizar procesos.

El programa "Generación Futuro" busca reclutar jóvenes talentos del quinto y tercio superior de las más prestigiosas universidades. La campaña atrajo a 5,000 postulantes y, tras un arduo proceso, resultó en la selección de seis personas.



Se obtuvieron índices de satisfacción por encima del 88% e índices de asistencia por encima del 86%.

La compañía promueve la necesidad de tomar un tiempo para la reflexión con el fin de fortalecer sus habilidades, poner su liderazgo en acción y brindarles herramientas para que puedan gestionar de mejor forma sus equipos de trabajo. Los resultados fueron los siguientes:

- Plan Funcional (cursos externos e instructores internos): con la finalidad de satisfacer las necesidades de formación de un grupo de empleados enriquecedoramente diverso, se impulsó el desarrollo de escuelas de formación basadas en los perfiles administrativos, comerciales, técnicos, entre otros. El objetivo fue satisfacer necesidades transversales para cada perfil con los siguientes campos de formación: desarrollo personal, gestión, herramientas ofimáticas, herramientas financieras, redes y sistemas, marketing y medios, y técnicas comerciales.
- Se cuenta con planes de formación a través de instituciones educativas y escuelas de negocio, así como planes formativos internos a través de nuestro programa de instructores internos. Nuestro objetivo en el programa de instructores internos es identificar talentos en cada área que puedan transferir sus conocimientos a lo largo de la organización. Se busca potenciar los conocimientos y desarrollar

competencias que solo se encuentran en nuestro giro del negocio. Se obtuvieron índices de satisfacción de 90% e índices de participación de 97%.

- A+ Plataforma de Social Learning: si bien Telefónica es una escuela, también es un espacio donde se impulsa que los colaboradores sean protagonistas de su desarrollo y el autoaprendizaje. Por ello se cuenta con un entorno web llamado A+ donde los trabajadores libremente pueden acceder y llevar no solo cursos e-learning, sino también participar de foros, blogs, mediatecas y diversos medios 2.0 donde pueden ampliar su conocimiento, pero además pueden generar nuevos conocimientos vía la interacción con colegas de todos los países donde opera la compañía. Esta plataforma está a disposición de todos los trabajadores. En 2012, se capacitó a 673 personas, desplegando 121 cursos con un total de 8,027 horas de capacitación.

## 4. Embajador Movistar

Con el programa "Embajador Movistar", se invita a todos los empleados de nuestra organización a convertirse en reales representantes no solo de la cultura de nuestra organización, sino también de sus productos y servicios.

Para ello, se compartieron los "Principios Guía de Telefónica", que son: escuchamos para entender, encontramos soluciones, hacemos las cosas simples, cumplimos lo que ofrecemos y trabajamos con pasión y energía.

El programa consiste en que todo colaborador puede ser un embajador y puede utilizar un canal web especial para ingresar cualquier pedido de su círculo de amigos y/o familiares que no haya sido resuelto por los canales regulares y que será atendido por un pool especializado de atención, así como asesorarlos en los productos para captar potenciales ventas. En 2012, se hizo énfasis en traer a nuestro círculo más cercano de la competencia y nos se planteó que mínimo el 45% de la planilla refiera al menos un producto, teniendo como objetivo llegar a 5,522 ventas.

Para conseguir esos objetivos lanzamos la campaña "Súper Embajador", en la que los trabajadores podían ofrecer productos exclusivos para sus referidos y por el ingreso de estas potenciales ventas acumulaban puntos para ganar atractivos premios.

Los resultados que se obtuvieron al cierre de 2012 fueron muy alentadores. El 51% del personal refirió al menos un producto y se superó el objetivo trazado, consiguiendo 5,937 ventas, que representa 108% del objetivo, además de 3,678 casos de postventa ingresados en el año.

Adicionalmente, se mantuvo la exclusividad de productos de alto valor para los trabajadores, como planes móviles, Movistar Uno y los tríos corporativos, con descuentos de hasta 30% en comparación con el mercado, con mayores beneficios en el servicio.

## Innovación como competencia transversal en el Grupo

La compañía fomenta en los embajadores Movistar el espíritu de la innovación. En esa línea, se llevó a cabo por segundo año consecutivo "La Semana de la Innovación 2012". Esta iniciativa persiguió desafiar los límites y pensamientos de los colaboradores para que busquen diferentes formas de hacer las cosas. En total, durante esta semana se realizaron trece dinámicas creativas que mostraban de manera práctica técnicas de creatividad y la aplicación de la innovación en cualquier ámbito de nuestras vidas, haciendo la reflexión de que todos pueden ser creativos. En total asistieron 536 trabajadores y se obtuvo un nivel de satisfacción de 90%.

Adicionalmente, se seleccionó a la primera promoción de "Gestores de Innovación", que son los referentes de innovación en el Grupo que apoyan en generar una cultura de creatividad e innovación. Fueron diez los trabajadores seleccionados de diferentes áreas de la empresa que participaron activamente en la Semana de Innovación y que fueron capacitados por expertos regionales en la materia para llevar por primera vez al interior del país el "Tour de la Innovación".

En octubre de 2012, los Gestores de Innovación visitaron cuatro principales ciudades del país llevando el "Tour de la Innovación". Se expusieron tres dinámicas creativas que mostraban de manera concreta y práctica tres técnicas de creatividad que los trabajadores podrán aplicar en cualquier ámbito de sus vidas. En esta iniciativa participaron 366 trabajadores de Telefónica del Perú, Telefónica Móviles, Telefónica Servicios Comerciales, Media Networks Latin America y TGestiona, obteniendo un nivel de satisfacción de 92%. Además, los Gestores de Innovación dictaron dinámicas creativas a algunas Gerencias y Jefaturas en la ciudad de Lima, participando 254 trabajadores de Telefónica del Perú y Telefónica Móviles, con un nivel de satisfacción de 87%.

En suma, la gestión de innovación en 2012 tuvo alcance para 1.156 trabajadores del Grupo, de los cuales 996 fueron de Telefónica del Perú y Telefónica Móviles, cifra equivalente al 18% del personal de planilla (a diciembre de 2012, la planilla conjunta de Telefónica del Perú y Telefónica Móviles totalizaba 5,542 trabajadores).

## 5. Comunicación interna

### Mensajes que alinean y generan cultura corporativa

La comunicación es una herramienta clave para generar relaciones cercanas con los trabajadores, compartir los objetivos estratégicos y fortalecer la cultura de la compañía, dar a conocer los avances y logros de las distintas áreas y, principalmente, para cohesionar y generar identidad en el equipo. La estrategia de comunicación interna está concebida para impulsar estos lineamientos mediante

mensajes empáticos y potentes que se canalizan a través de la plataforma de medios internos.

### Comunicación dinámica y oportuna

La comunicación resulta vital y constituye todo un desafío para la compañía, más aún, considerando la diversidad de perfiles que conforman el equipo. Por esta razón, el modelo de comunicación se ejecuta mediante una estrategia centrada en la transparencia, la oportunidad, la eficacia y la sencillez al momento de compartir los mensajes.

Este modelo permite llevar los mensajes internos con inmediatez para mantener informados a los empleados sobre los distintos acontecimientos generados en la compañía.

Desde enero de 2011, en que el Grupo Telefónica replanteó los roles de sus marcas Movistar y Telefónica, se consolidó el sistema de comunicación interna bajo el nombre "Somos Telefónica". Esta denominación identifica a los medios internos como las carteleras semanales, la revista corporativa, la Intranet y el buzón electrónico de comunicación interna.

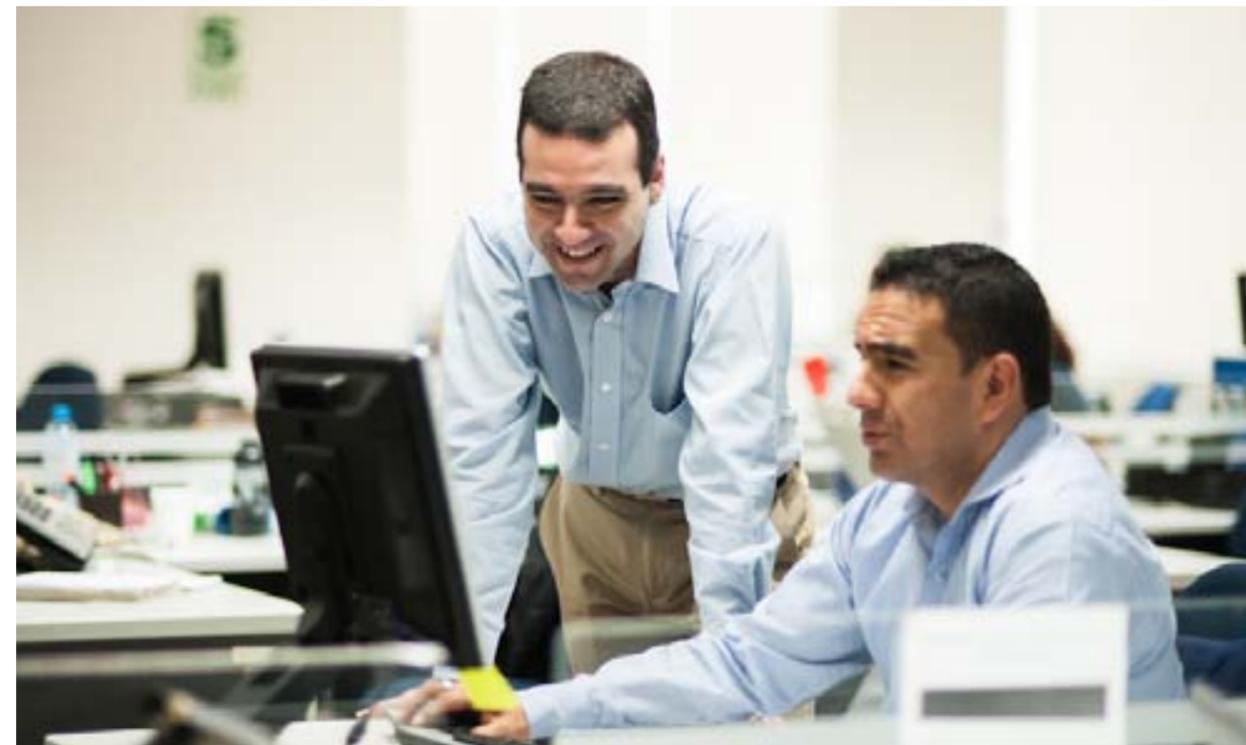
Entre los objetivos que el modelo de comunicación busca, destaca el ofrecer una comunicación horizontal y accesible a toda la empresa, la administración de medios más cercanos y amigables, y la permanente cobertura informativa de las acciones que genera cada dirección de la compañía, las cuales se canalizan a través de los líderes.

### Comunicación personal

La comunicación de la compañía busca generar cercanía y horizontalidad. Para ello, se disponen de canales de comunicación presenciales como las reuniones de dirección, en las que cada director convoca a todos sus equipos para mantenerlos informados sobre la gestión del área y la de la compañía. Asimismo, las reuniones de líderes son jornadas periódicas en las que los mandos de la compañía coinciden, encabezados por los directivos, para compartir los temas más relevantes de la empresa. Aquí también se reconoce a los equipos y a los trabajadores más destacados. Luego, mediante una comunicación en cascada,



Los canales virtuales son los medios que tienen como soporte principal las redes internas de la compañía.



los líderes se encargan de replicar estos mensajes a sus equipos.

### Canales virtuales

Son los medios que tienen como soporte principal las redes internas de la compañía. Entre ellos está la Intranet corporativa, principal medio virtual que ofrece diversas secciones como noticias, herramientas de trabajo, información laboral y normativas, entre otros. También brinda la sección "El Diario", un espacio informativo destinado a reseñar las principales novedades internas de la compañía. Asimismo, se ofrece el link "Área del empleado", destinado a consultar temas laborales (boletas de pago en línea, seguro de salud, solicitud de documentos, etc.).

Otro medio muy utilizado y valorado es el mailing interno, mecanismo de comunicación usado para el lanzamiento de campañas y actividades internas, las cuales se canalizan a través de las cuentas de correo Somos Telefónica, Centro de Formación (para cursos y capacitaciones) y Recursos Humanos. También se administran

los mailings de los directivos, que se utilizan cuando es necesario comunicar mensajes de particular trascendencia, como logros y acciones a corto plazo. También se ofrece un newsletter de temática diversa denominado "Varios de la Semana", que se envía en forma masiva los días viernes con notas informativas de productos y servicios corporativos, recomendaciones de seguridad y salud, descuentos exclusivos en eventos y productos para trabajadores, así como actividades de la Fundación Telefónica y el menú semanal de las cafeterías.

### Medios impresos

Entre otras publicaciones, se cuenta con la revista "Somos", publicación que reseña las noticias de interés para todo el Grupo Telefónica sobre las líneas de negocio, iniciativas de responsabilidad social y lanzamiento de productos y campañas. También se dispone del boletín "Somos Flash", publicación de una o dos páginas que se edita en ocasiones especiales y en la que se abordan temas que la empresa desea comunicar de manera urgente. La cartelera "Somos Telefónica" es un mural

interno que se actualiza semanalmente con seis noticias relevantes de gran impacto visual. Se cuenta con 96 carteleras en Lima y 51 en provincias, ubicadas en los lugares de mayor tránsito en los locales de la compañía.

Los afiches representan importantes soportes gráficos para las campañas internas, programas de transformación, promociones exclusivas para empleados y talleres, entre otros. Se ubican en los pasadizos de los locales, zonas de alta concurrencia y ambientes internos. También se dispone de vinilos en los ascensores y de afiches de gran tamaño que se adhieren a la parte interna y externa de las puertas, constituyendo un medio de comunicación eficaz y de gran visibilidad.

### Red de corresponsales

La red humana de comunicación interna está conformada por 31 corresponsales, quienes cumplen este rol de manera alterna a sus responsabilidades cotidianas. Pertenecen, principalmente, a las áreas técnicas (el colectivo interno más numeroso de la compañía) y su labor es generar contenido para los

diversos medios internos, y en especial, para sus áreas.

### Relaciones laborales

En el transcurso del año se han suscrito satisfactoriamente tres convenios colectivos de trabajo con una vigencia de dos años que involucran a cuatro de las cinco organizaciones sindicales presentes en la empresa (Sindicato Unitario de Trabajadores de Telefónica del Perú, Sindicato de Trabajadores de las Empresas de Telefónica en el Perú y de las del Sector Telecomunicaciones, Sindicato de Trabajadores de la Empresa Telefónica del Perú – Pacasmayo, Sindicato de Empleados de Telefónica en el Perú). Dichos convenios colectivos representan beneficios económicos y laborales para el 85% de los empleados, incluyendo a los no sindicalizados, debido a una política unilateral de la Compañía.

Por otro lado, continúa la controversia con la Federación de Trabajadores del Sector Comunicaciones del Perú, la cual

representa al resto del personal (15%) y la única organización que no ha aceptado acuerdos directos en sus pliegos de los cinco últimos años. En efecto, el pliego de reclamos correspondiente al período 2008-2009 fue resuelto por un laudo arbitral en agosto de 2012, el cual ha sido cuestionado por la empresa ante el Poder Judicial conforme a ley. La impugnación fue parcial, por lo que la empresa, en señal de buena fe, otorgó incrementos correspondientes a los extremos que había reconocido del referido laudo.

La Compañía sigue trabajando intensamente para llegar a una solución final con la Federación de Trabajadores en beneficio de sus afiliados y de la empresa en general.

### Número de trabajadores directos de Telefónica del Perú

El siguiente cuadro muestra la evolución que ha experimentado la plantilla de Telefónica del Perú en el periodo 2010-2012:

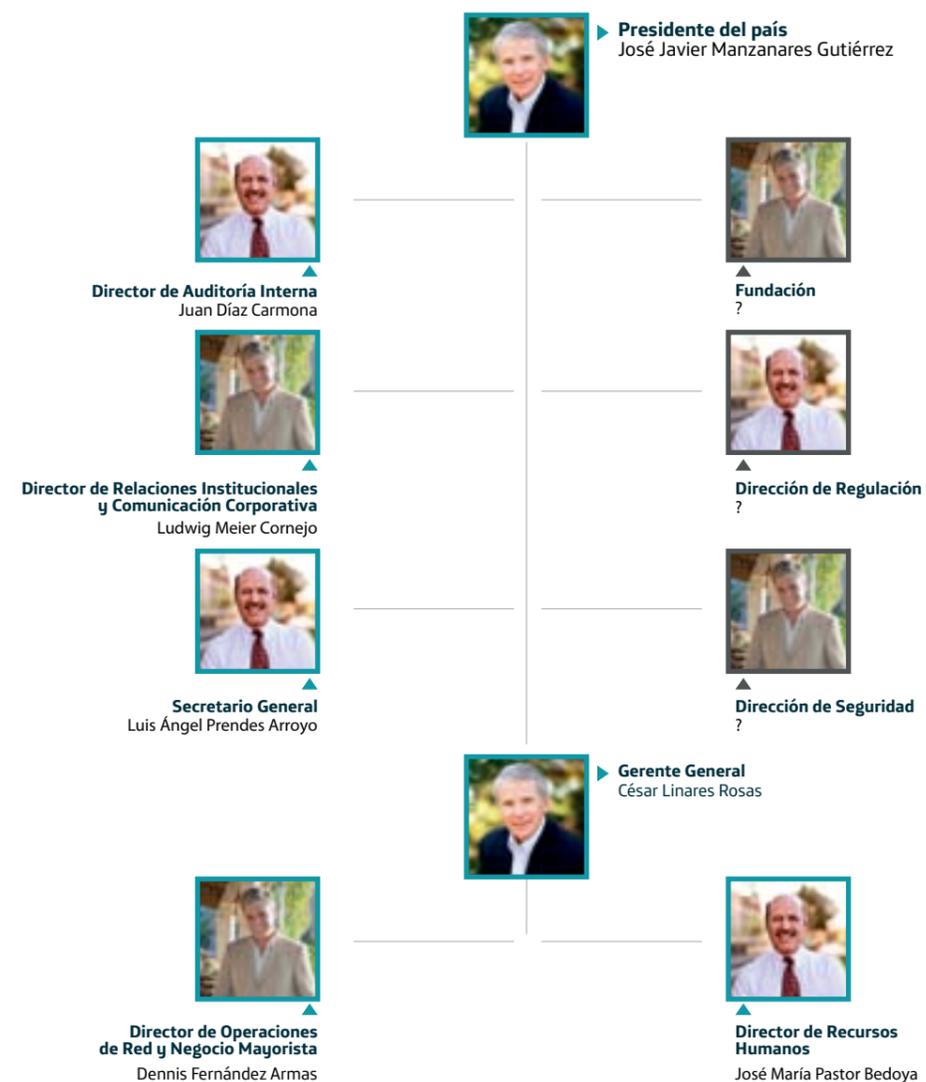
### Número de empleados

	2012	2011*	2010
Permanentes	2,745	2,760	4,209
Funcionarios	278	283	564
Empleados	2,467	2,477	3,645
Programas temporales	93	90	165
<b>Total</b>	<b>2,838</b>	<b>2,850</b>	<b>4,374</b>

(\*) Durante 2011, Telefónica del Perú llevó a cabo un proceso de reorganización simple por el cual 1,409 trabajadores pasaron a la plantilla de Telefónica Móviles.

Se han suscrito tres convenios colectivos de trabajo con una vigencia de dos años que involucran a cuatro de las cinco organizaciones sindicales presentes en la empresa.

### Estructura orgánica



### Principales funcionarios al 31 de diciembre de 2012

EJECUTIVOS	CARGO
José Javier Manzanares Gutiérrez	Presidente ejecutivo
César Linares Rosas	Gerente general
Juan Díaz Carmona	Director de Auditoría Interna
Dennis Fernández Armas	Director de Operaciones de Red y Negocio Mayorista
Ludwig Meier Cornejo	Director de Relaciones Institucionales y Comunicación Corporativa
José María Pastor Bedoya	Director de Recursos Humanos
Luis Ángel Prendes Arroyo	Secretario general

## Reseña curricular de los principales ejecutivos

A continuación, se incluyen los currículos de los principales ejecutivos de la empresa, con excepción del señor José Javier Manzanares Gutiérrez, considerado en la sección correspondiente a los directores.

César Linares Rosas es gerente general de Telefónica del Perú S.A.A. desde el 1 de julio de 2012. Anteriormente se desempeñó como gerente general de Telefónica Móviles S.A. desde el 16 de enero de 2007 hasta el 30 de junio de 2012. Es director de Telefónica Móviles desde el 23 de marzo de 2007, habiendo sido reelegido como tal por última vez por la Junta General de Accionistas celebrada el 22 de marzo de 2012. Economista de profesión, con maestría en Administración de Empresas, lleva en el sector de telecomunicaciones diecisiete años, desde su ingreso al Grupo Telefónica en 1995. Ha ocupado posiciones en diversas áreas de Telefónica, habiendo desempeñado los cargos de director de Administración y Finanzas de Telefónica Móviles en el año 2000 y en 2005 fue designado vicepresidente de Administración y Finanzas de Telefónica Móviles Venezuela.

Juan Díaz Carmona es director de Auditoría Interna desde el 5 de febrero de 2010. Se incorporó a Telefónica de España en el año 1989, en Palma de Mallorca (España), desempeñando sus funciones en el área de Control Interno. El año 1998 se desplazó a Madrid, donde continuó en Telefónica de España ocupando varios cargos en las áreas de Comercial (Ingresos y Presupuestos) y Operaciones (jefe de la Cuenta de Resultados). También trabajó en proyectos de consultoría para Telefónica de España, en equipos mixtos de trabajo compuestos por personal de McKinsey y Telefónica, como responsable del equipo

formado por la operadora para aportar soluciones de mejora a la productividad de esta. En el año 2001 pasó a la corporación (Telefónica, S.A.), como jefe de proyecto en la Unidad de Inspección Corporativa y en 2003 fue designado subdirector de Inspección e Intervención, con responsabilidad sobre la operación del Grupo Telefónica en Norteamérica, Centroamérica y Caribe, con residencia en México D.F. donde, desde diciembre de 2005 y para el mismo ámbito geográfico, ocupó la Dirección de Auditoría e Intervención Corporativas, adscrito a Telefónica México. Desde febrero de 2012 también asume la responsabilidad de Intervención en las operaciones del Grupo Telefónica en Miami. Cuenta con experiencia como docente y directivo en el campo de la enseñanza universitaria. El señor Díaz Carmona es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, con especialidad en Economía Monetaria y Sector Público.

Dennis Fernández Armas es director de Operaciones de Red y Negocio Mayorista desde el 1 de julio de 2011. Previamente se desempeñó como director de Servicios al Cliente desde julio de 2005. Con anterioridad a ello, fue gerente de Recursos Humanos de Telefónica del Perú S.A.A., así como subgerente de Recursos Humanos del Banco de Crédito del Perú y jefe de Recursos Humanos de AFP Unión, ambas empresas del Grupo Credicorp. El señor Fernández fue presidente de la Asociación Peruana de Recursos Humanos (APERHU) y ha sido director de la misma desde el año 2002. También ha sido en dos oportunidades miembro de la Comisión Consultiva del Ministerio de Trabajo y es además profesor extraordinario del MBA del PAD de la Universidad de Piura. El señor Fernández se graduó como abogado en la Universidad Federico Villarreal, tiene estudios de posgrado en Administración en ESAN, ha seguido cursos de especialización ejecutiva en el IESE, INSEAD y Columbia

Los convenios colectivos traerán beneficios económicos y laborales para el 85% de los empleados, incluyendo a los no sindicalizados, debido a una política unilateral de la empresa.

y es máster en Dirección de Negocios por la Escuela de Dirección del PAD de la Universidad de Piura.

Ludwig Meier Cornejo es director de Relaciones Institucionales y Comunicación Corporativa desde el 20 de julio de 2009, fecha en que se incorporó la Dirección de Comunicación Corporativa a la Dirección de Relaciones Institucionales que ocupaba desde el 23 de agosto de 2001. Anteriormente ocupó otros cargos directivos en la empresa. Ha sido ministro de Estado en la cartera de Pesquería del Gobierno de Transición, así como ministro de la misma cartera de julio de 1997 a diciembre de 1998. Ha desempeñado posiciones ejecutivas en diversas organizaciones empresariales y en organismos gubernamentales. El señor Meier ha estudiado Derecho en la Pontificia Universidad Católica del Perú y Administración de Empresas en la Universidad de Lima.

José María Pastor Bedoya es director de Recursos Humanos desde el 21 de diciembre de 2012. Ingresó al Grupo Telefónica en el año 2000 como jefe de Planeamiento y Desarrollo en RR.HH. de Telefónica Internacional, S.A. Ha realizado trabajos en República Checa, Brasil, Chile, Colombia y Perú, y en los últimos cinco años se desempeñó como director de Relaciones Colectivas en Argentina. El señor Pastor es licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid.

Luis Ángel Prendes Arroyo es secretario general desde el 31 de agosto de 2011. El señor Prendes Arroyo se incorporó al Grupo Telefónica en febrero del año 2002 como gerente del Área Jurídica de Terra Networks S.A. en España. En el año 2004 fue nombrado director de Asesoría Jurídica de la división territorial de Terra Networks en España, pasando a formar parte de Comité de Dirección de dicha empresa. En septiembre de 2005 fue designado director jurídico corporativo para la zona andina de Telefónica Móviles

S.A. y, finalmente, en julio de 2006 se incorporó al equipo jurídico de Telefónica Internacional, S.A. como director jurídico de la zona norte de Latinoamérica, coordinando los departamentos jurídicos de México, Centro América, Venezuela, Colombia, Perú y Ecuador. El señor Prendes Arroyo es licenciado en Derecho por la Universidad de Oviedo, máster en Derecho Comparado por la J. Reuben Clark Law School, especialista en propiedad intelectual por Brigham Young University, máster en Derecho Tributario y Asesoría Fiscal por el Centro de Estudios Financieros, y especialista en Derecho del Trabajo y Seguridad Social por el Centro de Estudios Financieros, entre otros.

## Renuncias e incorporaciones de los principales ejecutivos en el ejercicio 2012

El 30 de junio de 2012, el señor Álvaro Badiola Guerra renunció al cargo de gerente general, posición a la que fue designado el 30 de julio de 2009.

El 21 de diciembre de 2012, el señor Luis Bernardo Silva Bejarano renunció al cargo de director de Recursos Humanos, posición en la que fue designado el 23 de noviembre de 2006.

## Modificaciones a la estructura orgánica

No se han producido modificaciones a la estructura orgánica en el presente ejercicio.

## Grados de vinculación

Cabe destacar que no existe vinculación entre los directores y los miembros de la plana gerencial. No hay vinculación por afinidad o consanguinidad entre los miembros del Directorio ni entre estos y los principales accionistas.



## Análisis y comentarios de los resultados 2012

En 2012, los mayores ingresos de Telefónica se reportaron en los negocios de televisión pagada, Internet y telefonía pública, mientras que los de telefonía local, larga distancia, y datos y tecnología de la información fueron los de menores ingresos.



### Ingresos de operación

En 2012, los ingresos de algunos negocios se vieron afectados por el entorno más competitivo, menor tráfico, impactos regulatorios y tecnologías alternativas (mayor uso de voz sobre plataforma IP).

En 2012, los ingresos operativos de Telefónica del Perú crecieron 2.3% con respecto de 2011, al situarse en S/. 3,899 millones, resultado que se explica principalmente por los mayores ingresos en televisión pagada, Internet y telefonía pública, los mismos que fueron parcialmente contrarrestados por los menores ingresos en telefonía

local, larga distancia, y datos y tecnología de la información.

Cabe señalar que, en los estados financieros de Telefónica del Perú S.A.A., los resultados de sus filiales se reflejan en la línea de ingresos no operativos.

### Telefonía local

En 2012, los ingresos de este negocio se vieron afectados por el menor tráfico de interconexión con otros operadores fijo y móvil, así como por el cambio de titularidad de las llamadas fijo-móvil (-44,0%) y menores ingresos en renta mensual (-13,5%). Adicionalmente,

El aumento de los ingresos por Internet se explica por el incremento de la planta en servicio de banda ancha, que al cierre de 2012 ascendió a 1.28 millones de accesos.

se vio impactado por el factor de productividad, los mayores descuentos comerciales y la mayor comercialización de líneas más económicas.

Al 31 de diciembre de 2012, la planta en servicio creció interanualmente en 4.5%, al pasar de 2'209,580 de accesos al cierre de 2011 a 2'308,698 de accesos al cierre de 2012. Se registraron 99 mil clientes nuevos, principalmente en líneas control.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, los ingresos de telefonía local mostraron una caída de 19.4%, al pasar de S/. 1,018 millones en 2011 a S/. 821 millones en 2012.

### Larga distancia

Los ingresos de larga distancia disminuyeron 15.4%, al pasar de S/. 172 millones en 2011 a S/. 145 millones en 2012. Se registraron menores ingresos en larga distancia nacional (LDN) y larga

distancia internacional (LDI), por 21.2% y 12.8%, respectivamente, por efecto de la sustitución móvil y otras tecnologías como el mayor uso de la voz sobre plataforma IP.

### Telefonía pública y rural

Los ingresos de telefonía pública y rural aumentaron 2.3%, de S/. 473 millones en 2011 a S/. 484 millones en 2012, explicado principalmente por el crecimiento de la planta en 9.3% y del número de llamadas en 4.4% respecto de 2011.

Impactados por la mayor penetración de la telefonía móvil en las zonas rurales, los ingresos de telefonía rural disminuyeron 35.2%, alcanzando los S/. 21 millones al cierre de 2012.

### Datos y tecnología de la información

Los ingresos por estos servicios alcanzaron S/. 496 millones en 2012,

lo cual representa una disminución de 0.6% respecto de 2011, explicado por el menor volumen de proyectos en TI, contrarrestado con la mayor venta de equipos para centrales.

### Internet

Los ingresos por Internet crecieron 17%, al pasar de S/. 985 millones en 2011 a S/. 1,152 millones en 2012. Este aumento se explica por el incremento de la planta en servicio de banda ancha, que al cierre de 2012 ascendió a 1.28 millones de accesos. Esta variación representó un crecimiento de 18.2% respecto de 2011, derivado de la campaña de paquetización (Dúos y Tríos) y los servicios dirigidos al segmento de menores ingresos como Internet 50.

### Servicio de interconexión y circuitos

Los ingresos por servicios de interconexión y circuitos crecieron en

2.3% de crecimiento  
en ingresos operativos.

469 mil clientes  
paquetizados al cierre de 2012.

Un entorno más competitivo  
fue el que enfrentamos en 2012.



Los ingresos de televisión pagada crecieron 29.3% gracias al continuo impulso de los Dúos y Tríos como estrategia de fidelización.

14.9%, al pasar de S/. 362 millones en 2011 a S/. 416 millones en 2012.

#### Televisión pagada

Los ingresos de televisión pagada crecieron 29.3%, al pasar de S/. 296 millones en 2011 a S/. 382 millones en 2012. Este aumento se debe al continuo impulso de las ofertas paquetizadas, como parte de la estrategia de fidelización (Dúos y Tríos). En ese sentido, al cierre de 2012, se alcanzó registrar a 469 mil clientes paquetizados. Cabe mencionar que los gastos asociados a los ingresos de este negocio están relacionados con el servicio mayorista que Telefónica Multimedia presta a Telefónica del Perú, los cuales se registran como parte de los gastos generales y administrativos.

#### Otros ingresos

Este rubro registró una disminución, al pasar de S/. 4.2 millones en 2011 a S/. 2.7 millones en 2012, principalmente por el ajuste de S/. 2.7 millones de conciliaciones bancarias que se dio en septiembre.

#### Gastos de operación

En 2012, los gastos de operación ascendieron a S/. 3,448 millones, lo que significó un crecimiento de 0.7% (S/. 25 millones) que se centra en gastos generales y administrativos (19.1%) y

que se atenúa por menores gastos de interconexión y corresponsalías (-33.5%) asociado al menor ingreso en este rubro, menor gasto en depreciación y amortización (-10.9%), menor gasto en personal (-6.7%) y provisión de cobranza dudosa (-17.6%), por una mejora de gestión en la cartera morosa.

#### Gastos de personal

Los gastos de personal alcanzaron S/. 417 millones en 2012, lo que representa una disminución de 6,7% respecto del año anterior, debido a que en agosto de 2011 se llevó a cabo el trasvase de personal de Telefónica del Perú a Telefónica Móviles.

#### Generales y administrativos

Estos gastos ascendieron a S/. 1,761 millones en 2012, 19.1% por encima de los S/. 1,479 millones registrados el año anterior. Este incremento se vio explicado principalmente por los mayores gastos en servicios prestados por terceros, que fueron atenuados por menores gastos en interconexión (S/. 137 millones) y menores gastos en provisión de cobranza dudosa (S/. 20 millones).

#### Resultado operativo

El resultado operativo aumentó de S/. 387 millones en 2011 a S/. 451 millones en 2012, explicado por los

menores gastos en depreciación y amortización, por haberse dado de baja en este año equipos obsoletos de transporte por casi S/. 114 millones.

#### Resultado no operativo

El resultado no operativo muestra un incremento de S/. 25 millones, al pasar de S/. 240 millones en 2011 a S/. 265 millones en 2012, debido al mayor monto recibido de dividendos declarados por Telefónica Móviles, que en 2012 alcanzaron S/. 489 millones.

#### Resultado neto

En 2012, se obtuvo una ganancia neta de S/. 538 millones, mayor a la obtenida en 2011 (S/. 442 millones), producto principalmente de un mayor resultado operativo.

#### Balance general individual

Al cierre de 2012, el activo corriente ascendió a S/. 1,469 millones, es decir S/. 154 millones por debajo del nivel de 2011. Por su parte, el pasivo corriente cerró el año en S/. 2,331 millones, lo que representó una disminución de 10.8% con respecto de 2011. Así, el ratio entre activo corriente y pasivo corriente alcanzó un nivel de 0.63, similar al 0.62 observado al cierre de 2011.

El activo fijo neto al cierre de 2012 fue de S/. 3,162 millones, es decir, S/. 31 millones por encima de los S/. 3,130 registrados en 2011.

En cuanto a la deuda financiera, esta disminuyó 20.8% con respecto del cierre de 2011, alcanzando S/. 2,095 millones en diciembre de 2012. Por su parte, el pasivo total ascendió a S/. 4,321 millones, inferior en S/. 726 millones al registrado en 2011. Por otro lado, el patrimonio se incrementó en S/. 517 millones en relación con el nivel observado en diciembre de 2011, cerrando el año en S/. 4,262 millones.

#### Generación de caja

El flujo de caja proveniente de las actividades de operación (definido como el total de cobros menos los pagos a proveedores, tributos, intereses, remuneraciones y otros pagos relativos a la actividad) ascendió

a S/. 685 millones en 2012, menor en S/. 64 millones respecto de 2011. Ello se explicó, principalmente, por el efecto de la operación societaria llevada a cabo en 2011, la cual determinó un incremento en los pagos hacia la operadora móvil y una disminución de los cobros por servicios corporativos, contrarrestado por el menor pago de personal y pago de intereses.

En cuanto al flujo neto pagado por las actividades de inversión, este fue de S/. 224 millones, superior al pago de S/. 114 millones registrado al del cierre de 2011. La variación se explica, principalmente, por las mayores altas de inversión para acompañar el crecimiento de los ingresos, principalmente en los segmentos empresas y residencial por inversiones en equipos, instalaciones y red.

Con respecto de las actividades de financiamiento, en el año 2012, se registró una salida de flujos netos por S/. 556 millones, monto inferior en S/. 122 millones a la salida registrada en 2011. Ello debido a los menores pagos de dividendos a los accionistas, parcialmente compensados por la mayor amortización de pasivos realizada por la compañía.

En consecuencia, durante 2012 hubo una disminución neta de caja de S/. 93 millones, que determinó un saldo al cierre del ejercicio de S/. 192 millones.

La empresa tiene como política de liquidez mantener una disponibilidad de fondos (caja, líneas comprometidas y flujo de caja libre) que supere los compromisos financieros de la compañía en un horizonte de doce meses, tal como lo viene ejecutando a la fecha. Con respecto del plazo y de la moneda de colocación de sus excedentes, Telefónica del Perú los establece en función de sus necesidades de pago y de las condiciones prevalecientes del mercado.

#### Emisiones de deuda

Durante 2012, la empresa no participó en el mercado primario de valores.

Así, al cierre de 2012, la compañía registró el equivalente a S/. 1,641 millones de obligaciones en circulación en valor nominal (considerando el ajuste por inflación de las emisiones VAC),

de los cuales S/. 754 millones (46%) corresponden a la emisión internacional realizada en 2005.

La clasificación de riesgo asignada por las empresas clasificadoras de riesgo locales a los valores emitidos en el mercado local corresponde a la de mayor capacidad de pago oportuno de los compromisos financieros, reflejándose así el más bajo riesgo crediticio por parte del emisor.

Actualmente, la agencia de calificación internacional Fitch Ratings asigna una excelente calificación crediticia a la emisión internacional de la compañía (BBB+). Cabe indicar que la emisión internacional listada en la Bolsa de Valores de Londres no tuvo cotización durante 2011.

Negocio

**Bonos en circulación**

Programa	Emisión y serie	Periodicidad	Tasa	Fecha de vencimiento	Monto nominal
Cuarto	12da. A	Semestral	3.6875%	Noviembre, 2019	S/. 70,603
Cuarto	16ta. B	Semestral	6.2500%	Abril, 2013	S/. 30,000
Cuarto	19na. A	Semestral	3.6250%	Julio, 2027	S/. 71,901
Cuarto	19na. B	Semestral	2.8752%	Abril, 2028	S/. 56,273
Cuarto	19na. C	Semestral	3.1875%	Julio, 2028	S/. 22,668
Cuarto	36ta. A	Semestral	3.6875%	Octubre, 2017	S/. 177,366
Cuarto	36ta. B	Semestral	3.3750%	Marzo, 2018	S/. 58,079
Cuarto	37ma. A	Semestral	3.1250%	Mayo, 2028	S/. 54,912
Cuarto	42da. A	Semestral	7.3750%	Marzo, 2013	S/. 25,000
Cuarto	42da. B	Semestral	5.3125%	Mayo, 2013	S/. 20,500
Cuarto	42da. C	Semestral	6.0625%	Junio, 2013	S/. 14,300
Cuarto	45ta. A	Semestral	6.6875%	Abril, 2016	US\$ 22,000
Quinto	5ta. A	Semestral	6.1875%	Junio, 2013	S/. 21,000
Quinto	22da. A	Semestral	3.5000%	Octubre, 2021	S/. 65,848
Quinto	29na. A	Semestral	6.1875%	Octubre, 2016	S/. 59,330
Quinto	31ra. A	Semestral	7.5000%	Junio, 2016	S/. 23,325
Quinto	33ra. A	Semestral	6.8125%	Agosto, 2017	S/. 60,000
Senior Notes	No aplicable	Semestral	8.0000%	Abril, 2016	S/. 754,050

\* Para mayor información revisar la nota N°14 de los estados financieros auditados.

**Cotización de títulos de deuda negociados en la Bolsa de Valores de Lima (BVL)**

De enero a diciembre de 2012

Descripción		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
TELE4BC16B Quinto programa de bonos corporativos Décimosexta emisión Serie A	Apertura	101.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Cierre	101.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Máxima	101.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Mínima	101.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Promedio	101.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: BVL.



A diciembre de 2012, la posición en operaciones con instrumentos derivados de forwards y swaps de moneda extranjera ascendió a un total nominal de aproximadamente US\$ 84 millones.

Cabe señalar que Telefónica del Perú no mantuvo, durante el ejercicio 2012, relaciones económicas con otra empresa en razón de préstamos o garantías que en conjunto comprometan más del 10% de su patrimonio.

Al 31 de diciembre de 2012, Telefónica del Perú adeuda un importe de S/. 140 millones a Telefónica Móviles, producto de una operación de préstamo intragrupo realizada en diciembre de 2011, con vencimiento en diciembre de 2014, a una tasa de 6% anual, con pago de interés semestral y amortización semestral con un año de gracia.

**Principales activos**

Al 31 de diciembre de 2012, Telefónica del Perú presentó activos totales por S/. 8,583 millones, inferiores en 2.4% a los de 2011. El activo corriente en 2012 disminuyó 9.5% por debajo de 2011, a S/. 1,469 millones.

El activo no corriente se redujo en 0.8% respecto de 2011, es decir en S/. 55 millones, impulsado principalmente

por la reducción de S/. 90 millones en activos intangibles. Los principales componentes del activo total fueron los siguientes: activo fijo neto (36.8%), activos intangibles (15.1%), plusvalía (14.3%), inversiones de largo plazo (15.1%) y cuentas por cobrar comerciales (13.6%).

**Operaciones con derivados**

La compañía participa en contratos forward de tipo de cambio y swaps de moneda extranjera para mitigar su exposición al riesgo de cambio y de tasa de interés. Al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011, la posición en operaciones con instrumentos derivados de forwards y swaps de moneda extranjera para fines de cobertura ascendió a un total nominal de aproximadamente US\$ 84 millones y US\$ 96 millones, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2012, el valor estimado de mercado para estas operaciones de derivados corresponde a pérdidas no realizadas por aproximadamente S/. 56.8 millones.

## Buen gobierno

---



- Pág. 60 Aspectos societarios
- Pág. 70 Telefónica del Perú y sus accionistas
- Pág. 74 Gobierno corporativo
- Pág. 78 Fundación Telefónica: conocer para transformar



## Aspectos societarios

El grupo económico Telefónica está conformado por Telefónica, S.A., las cabeceras de Grupo de las líneas de negocio explotadas por empresas locales, las empresas locales controladas directa e indirectamente por Telefónica, S.A. o las sociedades indicadas, y las filiales de estas, entre otras.

Telefónica del Perú S.A.A. se encuentra organizada bajo la forma de una sociedad anónima abierta de acuerdo con las leyes de la República del Perú e inscrita en la partida N° 11015766 del Registro de Personas Jurídicas de Lima. Su objeto social principal es prestar y comercializar toda clase de servicios de telecomunicaciones (CIU N° 6421). Su oficina principal se encuentra ubicada en la Av. Arequipa 1155, Santa Beatriz, Lima, Perú, y tiene un plazo de duración indeterminado.

### Reseña histórica y datos de constitución

Telefónica del Perú se constituyó en la ciudad de Lima mediante escritura pública del 25 de junio de 1920, con la denominación de Compañía Peruana de Teléfonos Limitada, para prestar servicios de telefonía local. Posteriormente adoptó la forma de sociedad anónima y la denominación de Compañía Peruana de Teléfonos S.A. (CPT). Por su parte, en 1969 se creó la Empresa Nacional de

Telecomunicaciones S.A. (ENTEL Perú) como la compañía encargada de prestar servicios de telefonía local fuera de Lima y los servicios de larga distancia nacional e internacional.

El Estado peruano controló ambas compañías hasta 1994, año en el que subastaron las acciones de las mismas en el marco del proceso de privatización. Telefónica Perú Holding S.A.C., liderada por Telefónica Internacional, S.A. de España (TISA), empresa con inversiones significativas en diversas empresas de telecomunicaciones de América Latina, resultó ganadora de dicha subasta y adquirió el 35% del capital social de ENTEL Perú S.A. y el 20% del capital social de CPT, en la que realizó un aporte de capital adicional de US\$ 612 millones. El 16 de mayo de 1994, Telefónica Perú Holding S.A. pagó el precio ofrecido en la subasta, que representó una inversión total US\$ 2,002 millones y pasó a controlar 35% de ambas compañías.

El 31 de diciembre de 1994, CPT absorbió en un proceso de fusión a

Telefónica del Perú S.A.A. es una sociedad anónima abierta y su objeto social principal es prestar y comercializar toda clase de servicios de telecomunicaciones.

ENTEL Perú y, en adecuación a la Ley General de Sociedades, el 9 de marzo de 1998, Telefónica del Perú adoptó la denominación de Telefónica del Perú S.A.A., la que conserva a la fecha.

### Grupo económico

Telefónica del Perú pertenece al grupo económico de Telefónica, S.A.,

empresa española dedicada al negocio de telecomunicaciones. El grupo económico Telefónica está conformado por Telefónica, S.A., las cabeceras de Grupo de las líneas de negocio explotadas por empresas locales (Telefónica, S.A., Telefónica de España S.A., Telefónica Latinoamérica Holding S.L., Telefónica Internacional, S.A. y Latin America Cellular Holding BV, entre otras), las empresas locales controladas directa e

indirectamente por Telefónica, S.A. o las sociedades indicadas (Telefónica del Perú S.A.A., Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Perú S.A.C., Media Networks Latin America S.A.C., Terra Networks Perú S.A.) y las filiales de estas (Telefónica Móviles S.A., Telefónica Multimedia S.A.C., Telefónica Servicios Comerciales S.A.C., Servicios Globales de Telecomunicaciones S.A.C., Telefónica Centros de Cobro S.A.C., Star Global Com S.A.C.), entre otras.

### Estructura de filiales

Al 31 de diciembre de 2012, Telefónica del Perú tiene las siguientes filiales:

Denominación social	Objeto social principal
Telefónica Multimedia S.A.C. (1995)	Prestación de servicios de televisión por cable
Telefónica Servicios Comerciales S.A.C. (1999)	Comercialización de bienes y servicios vinculados con las telecomunicaciones
Servicios Globales de Telecomunicaciones S.A.C (2001)	Prestación de servicios de telecomunicaciones y radiocomunicaciones
Star Global Com S.A.C. (2001)	Televisión por cable en Arequipa y Tacna
Telefónica Móviles S.A. (1989)	Prestación, directa o indirecta, de servicios de telefonía móvil.

## Principales operaciones societarias de Telefónica del Perú y sus filiales en 2012

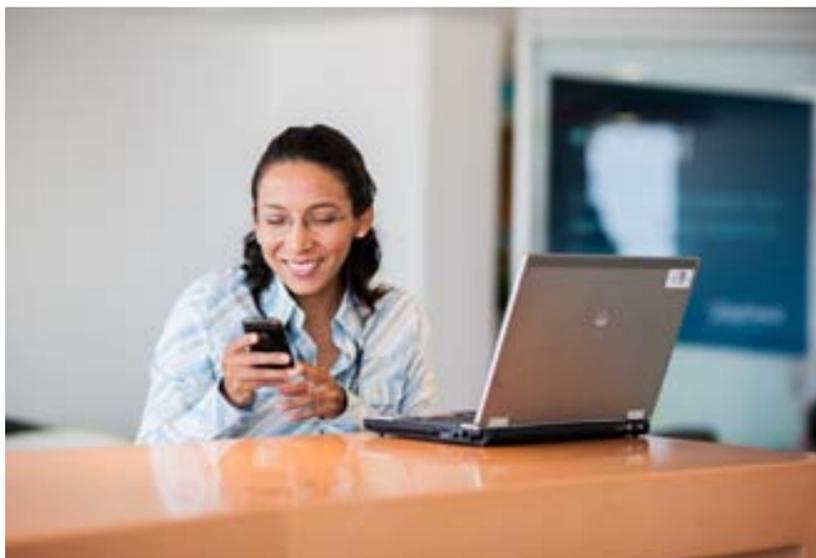
### Procesos de fusión

Como se anticipó en 2011, los cambios producidos en el mercado, la tecnología y la competencia han tenido un impacto fundamental en los operadores fijos y móviles, los que en la mayoría de casos han evolucionado sus modelos de negocio y estrategias para poder comercializar ofertas combinadas de telefonía fija y móvil, banda ancha y servicios audiovisuales. En este contexto, en el año 2011 el Grupo se planteó la fusión de sus operaciones fija y móvil como mecanismo para afrontar las nuevas demandas de los clientes, permitiendo una mayor creación de valor para sus accionistas.

En esa línea, el 4 de octubre de 2011 las juntas generales de accionistas de Telefónica del Perú S.A.A. y de Telefónica Móviles S.A. aprobaron el Proyecto de Fusión por absorción de la segunda por la primera, con efectividad al 1 de febrero de 2012, lo que en su oportunidad se condicionó a que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones autorizara la transferencia a Telefónica del Perú S.A.A. de las concesiones, las asignaciones de espectro y demás títulos habilitantes de los que es titular Telefónica Móviles S.A. en términos satisfactorios para sus directorios.

Cabe señalar que con fecha 22 de marzo de 2012 las juntas generales de accionistas de Telefónica del Perú S.A.A. y de Telefónica Móviles S.A. modificaron el Proyecto de Fusión con la finalidad de postergar su entrada en vigencia y delegar facultades al Directorio para fijarla, siempre condicionado a que se obtengan las autorizaciones para la transferencia de las concesiones en términos satisfactorios.

Como complemento a tal operación, y en las mismas fechas señaladas, las juntas generales de accionistas de



Telefónica del Perú S.A.A. y Telefónica Multimedia S.A.C. aprobaron la fusión simple por absorción de la segunda por la primera, proceso que se replicó en los mismos términos respecto de la filial Star Global Com S.A.C., conforme a lo aprobado por su junta el mismo 4 de octubre de 2011. En ambos casos, los procesos de fusión fueron aprobados con efectividad al 1 de febrero de 2012, sujeto a la condición de que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones autorice la transferencia a Telefónica del Perú S.A.A. de las concesiones, las asignaciones de espectro y demás títulos habilitantes de los que fueran titulares Telefónica Multimedia S.A.C. y Star Global Com S.A.C., en términos satisfactorios para dichas empresas. Las juntas generales de accionistas de las empresas señaladas, con fecha 22 de marzo de 2012, postergaron la entrada en vigencia de las fusiones y delegaron facultades en el Directorio para la determinación de la fecha en que ello ocurrirá, siempre condicionado a que se obtengan las autorizaciones para la transferencia de las concesiones en términos satisfactorios.

Al 31 de diciembre de 2012, no se han ejecutado las fusiones señaladas, por lo que tanto Telefónica del Perú S.A.A. como Telefónica Móviles S.A., Telefónica Multimedia S.A.C. y Star Global Com S.A.C. se mantienen como personas jurídicas independientes.

El Grupo Telefónica se ha planteado la fusión de sus operaciones fija y móvil como mecanismo para afrontar las nuevas demandas de los clientes y así crear un mayor valor para sus accionistas.

Adicionalmente, se realizaron las siguientes operaciones societarias de relevancia en 2012:

19 de agosto	El Directorio de Telefónica del Perú S.A.A. autorizó la transferencia de acciones representativas del capital social de Wayra Perú Aceleradora de Proyectos S.A.C. de titularidad de Telefónica del Perú S.A.A. a Wayra Investigación y Desarrollo, S.L. Unipersonal, Empresa del Grupo Telefónica.
12 de septiembre	Telefónica del Perú S.A.A. transfirió a Wayra Investigación y Desarrollo, S.L. Unipersonal –empresa del Grupo Telefónica- la totalidad de sus acciones representativas del capital social de Wayra Perú Aceleradora de Proyectos S.A.C.
24 de septiembre	La Junta General de Accionistas de Wayra Perú Aceleradora de Proyectos S.A.C. acordó aumentar su capital social de la suma de S/. 3'971,000.00 (tres millones novecientos setenta y un mil con 00/100 Nuevos Soles) a la de S/. 5'169,888.00 (cinco millones ciento sesenta y nueve mil ochocientos ochenta y ocho con 00/100 Nuevos Soles), esto es, en el monto de S/. 1'198,888.00 (un millón ciento ochenta y ocho mil ochocientos ochenta y ocho con 00/100 Nuevos Soles), lo que se materializó a través de aportes dinerarios y de capitalización de créditos.
28 de septiembre	La Junta General de Accionistas de Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Perú S.A.C. aprobó el aumento de capital social a la suma de S/. 16'263,030.00 (dieciséis millones doscientos sesenta y tres mil treinta y 00/100 Nuevos Soles), por concepto de la capitalización parcial de los resultados acumulados al 30 de junio de 2012. En la misma fecha dicha junta y la de T Gestiona Logística S.A.C. aprobaron el proyecto de escisión, en virtud del cual, con efectividad al 1 de octubre de 2012, la primera segregó de su patrimonio el bloque conformado por los activos y pasivos vinculados a la línea de negocio de logística y lo transfirió a la segunda, a través de una escisión bajo la modalidad contemplada en el numeral 2 del artículo 367° de la Ley General de Sociedades. Ello determinó que el capital social de T Gestiona Logística S.A.C. se incrementara de la suma de S/. 1,000.00 (mil y 00/100 Nuevos Soles) a la de S/. 15'320,211.00 (quince millones trescientos veinte mil doscientos once y 00/100 Nuevos Soles), en tanto que el de Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Perú S.A.C. se redujo de la suma de S/. 16'263,030.00 (dieciséis millones doscientos sesenta y tres mil treinta y 00/100 Nuevos Soles) a la de S/. 943,819.00 (novecientos cuarenta y tres mil ochocientos diecinueve y 00/100 Nuevos Soles).
16 de noviembre	La Junta General de Accionistas de Telefónica del Perú S.A.A. aprobó la modificación parcial del Estatuto Social orientada a incorporar artículos sobre el derecho de los accionistas a acceder a información, incluir al Comité de Auditoría como órgano societario, considerar disposiciones sobre los conflictos de interés así como otros vinculados al Directorio y sus competencias, y reflejar la estructura organizativa actual de la Sociedad, entre otros cambios menores y de forma. Asimismo, extendió el plazo para la emisión de obligaciones.
18 de diciembre	Telefónica Internacional S.A.U. y Telefónica, S.A. transfirieron respectivamente a Telefónica Latinoamérica Holding S.L., 1,671'277,190 y 5'266,246 acciones de su propiedad representativas del capital social de Telefónica del Perú S.A.A. El precio pagado por acción fue de S/. 2.30 y el monto total involucrado en la operación fue de S/. 3,856'049,902.80. Las referidas transferencias de acciones no configuraron un cambio de control en Telefónica del Perú S.A.A. por lo que no correspondió la realización de oferta pública de adquisición de acciones alguna. Adicionalmente, Telefónica Latinoamérica Holding, S.L. adquirió 3'123,606 acciones de Telefónica del Perú S.A.A. de titularidad de accionistas minoritarios, siendo el precio total pagado a los mismos de S/. 7'182,896.62. Como consecuencia de la adquisición de las acciones señaladas, Telefónica Latinoamérica Holding S.L. pasó a ser propietaria de 1,679'667,042 acciones que representan el 50.18% del capital social de Telefónica del Perú S.A.A.

## Principales modificaciones al Estatuto Social de Telefónica del Perú en los últimos años

Noviembre de 2012	Modificación parcial del Estatuto Social, específicamente de los artículos 5°, 11°, 24°, 25°, 31° 32°, 41° 43°, 44°, 46°, 47°, 48°, inclusión de artículos 6° bis, 8° bis, 10° bis, 18° bis, 30° bis y 36° bis y del titulado del articulado, así como otros cambios formales en línea de lo señalado precedentemente.
Marzo de 2012	Modificación de los artículos 27° y 30° del Estatuto Social con la finalidad de eliminar la figura de los directores alternos
2009	Reducción del capital social como consecuencia de la amortización de acciones de propia emisión
2008	Aumento del capital social como consecuencia de la fusión con Telefónica Móviles Perú Holding S.A.A.
2007	Ajuste al capital social y al valor nominal de las acciones. Contemplar la periodicidad trimestral para la celebración de las sesiones de Directorio y la designación de directores titulares y alternos por cooptación
2006	Ajustes al capital social y eliminación de las acciones de clase A-1 y modificación del mecanismo de designación de directores como consecuencia de ello
2005, 2004, 2000 y 1999	Ajustes al capital social

## Tratamiento tributario

La empresa se encuentra sujeta al régimen tributario vigente. En ese sentido, en 2012 ha determinado su impuesto a la renta aplicando las disposiciones contenidas en el Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta y sus normas modificatorias y reglamentarias.

## Procesos judiciales, administrativos y arbitrales

El emisor es parte en diferentes procesos judiciales, administrativos y arbitrales vinculados al curso normal de sus negocios. En opinión de la gerencia del emisor y de sus asesores, puede considerarse razonablemente que ninguno de ellos tendrá un efecto significativo adverso en la posición financiera del emisor o en el resultado de sus operaciones.

Sin embargo, se informa que:

- El emisor fue notificado, el 11 de febrero de 2011, con la resolución del Tribunal Fiscal que pone fin a la instancia administrativa en relación con el impuesto a la renta de los ejercicios 2000 y 2001 y sus respectivos pagos a cuenta acotados por la Administración Tributaria en el año 2005, la misma que -en opinión de la gerencia y de sus asesores legales externos- carece de sustento. El emisor ha decidido cuestionar judicialmente dicha resolución a través de una acción contencioso administrativa, que se inició en el mes de marzo de 2011 -y que se encuentra en primera instancia- con la finalidad de revertir el pronunciamiento emitido. De resultar el proceso en un fallo favorable para la compañía, el impacto no sería significativo sobre los resultados de la operación.
- Asimismo, con relación a los pagos a cuenta del año 2000, en lo que se refiere al saldo a favor del año 1999 y multas:

(i) El emisor ha sido notificado, el 2 de julio de 2012, con una resolución del Tribunal Fiscal. A la fecha el emisor se encuentra a la espera de que SUNAT emita la resolución que dé cumplimiento a lo dispuesto por dicho tribunal.

(ii) El emisor ha sido notificado, el 21 de julio de 2011, con la resolución del Tribunal Fiscal que puso fin a la instancia administrativa en relación con determinados aspectos relacionados con el impuesto a la renta del ejercicio 1998, acotado por la Administración Tributaria en el año 2002, la misma que -en opinión de la gerencia y de sus asesores legales externos- carece parcialmente de sustento. El emisor ha decidido cuestionar judicialmente dicha resolución a través de una acción contencioso administrativa, que se inició en el mes de octubre de 2011 -y que se encuentra en primera instancia- con la finalidad de revertir el pronunciamiento emitido. De resultar el proceso en un fallo favorable para la compañía, el impacto no sería significativo sobre los resultados de la operación.

Cabe indicar, asimismo, que respecto de determinados reparos vinculados al procedimiento administrativo del ejercicio 1998 -a que se refiere el numeral (ii) anterior- actualmente el emisor se encuentra a la espera del pronunciamiento del Tribunal Fiscal sobre cuestionamientos formulados por el emisor a la determinación que debió haber efectuado SUNAT.

- El emisor ha sido notificado, el 7 de mayo de 2012, con la resolución del Tribunal Fiscal que pone fin a la instancia administrativa en relación con el impuesto a la renta del ejercicio 2002 acotado por la Administración Tributaria en el año 2006, la misma que -en opinión de la gerencia y de sus asesores legales externos- carece de sustento. El emisor ha decidido cuestionar judicialmente dicha resolución a través de una acción contencioso administrativa, que se inició en el mes de agosto de 2012 y se encuentra en primera instancia, con la finalidad de revertir el pronunciamiento emitido. De resultar el proceso en un fallo favorable para la compañía, el impacto no sería significativo sobre los resultados de la operación.

El emisor sugiere revisar las notas a los estados financieros que contiene el detalle de los procedimientos antes mencionados.

En 2012, la empresa ha determinado su impuesto a la renta aplicando las disposiciones contenidas en el Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta y sus normas modificatorias y reglamentarias.



## Telefónica del Perú y sus accionistas

A continuación se describen el capital social de la empresa, la representación de las acciones y la política de dividendos durante 2012.

### Capital Social

El capital de la Sociedad es de S/. 2,878'642,696.14 (dos mil ochocientos setenta y ocho millones seiscientos cuarenta y dos mil seiscientos noventa y seis y 14/100 Nuevos Soles), el cual se encuentra inscrito en el asiento B-19 de la partida

N° 11015766 del Registro de Personas Jurídicas de Lima.

Al 31 de diciembre de 2012, el capital social se encuentra representado por 3,347'258,949 acciones de un valor nominal de S/. 0.86 cada una, íntegramente suscritas y totalmente pagadas, y divididas en dos clases de la siguiente forma:

Clase	Acciones	Importe (S/.)	%
B	3,347'063,701	2,878'474,783	99.99%
C	195,248	167,913.28	0.01%
Total:	3,347'258,949	2,878'642,696	100.00%

Las acciones de clase B son de titularidad de las empresas del Grupo Telefónica (98.488%) e inversionistas institucionales, privados, locales y extranjeros (1.50%), y las acciones de clase C son de titularidad de los trabajadores de Telefónica del Perú y se convierten en acciones de clase B

cuando son vendidas a terceros (no a otros trabajadores ni a sus herederos). Todas las clases de acciones confieren los mismos derechos y prerrogativas, con excepción de lo dispuesto en el artículo 27° del estatuto referido al mecanismo de elección de los directores.

Al cierre de 2012, un total de 3,334'561,706 acciones está representado por anotaciones en cuenta en el registro de Cavali ICLV S.A. (99.6207%) y 12'697,243 (0.3793%) acciones están representadas a través de títulos físicos.

### Evolución del capital social de la empresa en los últimos años

Año	Tipo de ajuste	N° de acciones al inicio	N° de acciones tras operación	Valor nominal (S/.)	Monto del capital final (S/.)
2009	Reducción por amortización de acciones de propia emisión	3,349'296,162	3,347'258,949	0.86	2,878'642,696.14
2008	Aumento por fusión	1,704'901,946	3,349'296,162	0.86	2,880'394,699.32
2007	Reducción por disminución del valor nominal de las acciones	1,704'901,946	1,704'901,946	1.52	2,591'450,957.92

### Estructura accionaria

A continuación, se muestra la participación de los primeros diez accionistas al 31 de diciembre de 2012.

Accionista	N° de acciones	%
Telefónica Latinoamérica Holding S.L.	1,679'667,042	50.18%
Latin America Cellular Holdings B.V.	1,616'989,235	48.31%
3° accionista	3'141,724	0.09%
4° accionista	719,784	0.02%
5° accionista	607,748	0.02%
6° accionista	476,035	0.01%
7° accionista	403,012	0.01%
8° accionista	395,567	0.01%
9° accionista	350,000	0.01%
10° accionista	338,057	0.01%
Otros accionistas	44'170,745	1.32%
<b>Total acciones</b>	<b>3,347'258,949</b>	<b>100%</b>

(\*) Telefónica Latinoamérica Holding S.L. y Latin America Cellular Holdings B.V. son empresas del Grupo Telefónica; la primera se encuentra constituida en el Reino de España, en tanto que la segunda en el Reino de Holanda.

### Acciones con derecho a voto:

Tenencia	N° de accionistas	% participación
Menor al 1%	83,115	1.51%
Entre el 1% - 5%	-	-
Entre 5% - 10%	-	-
Mayor al 10%	2	98.49%
<b>Total</b>	<b>83,117</b>	<b>100%</b>



Buen Gobierno

## Representación de las acciones

De acuerdo con lo establecido en el Estatuto, las acciones emitidas por la compañía pueden estar representadas mediante anotaciones en cuenta o a través de títulos físicos. Al cierre de 2012, un total de 3,334'561,706 acciones está representado por anotaciones en cuenta en el registro de Cavali ICLV S.A. (99.6207%) y 12'697,243 (0.3793%) acciones están representadas a través de títulos físicos.

Estado	Acciones (1)	% participación
Desmaterializadas	3,334'561,706	99.62%
Materializadas	12'697,243	0.38%
<b>Total</b>	<b>3,347'258,949</b>	<b>100%</b>

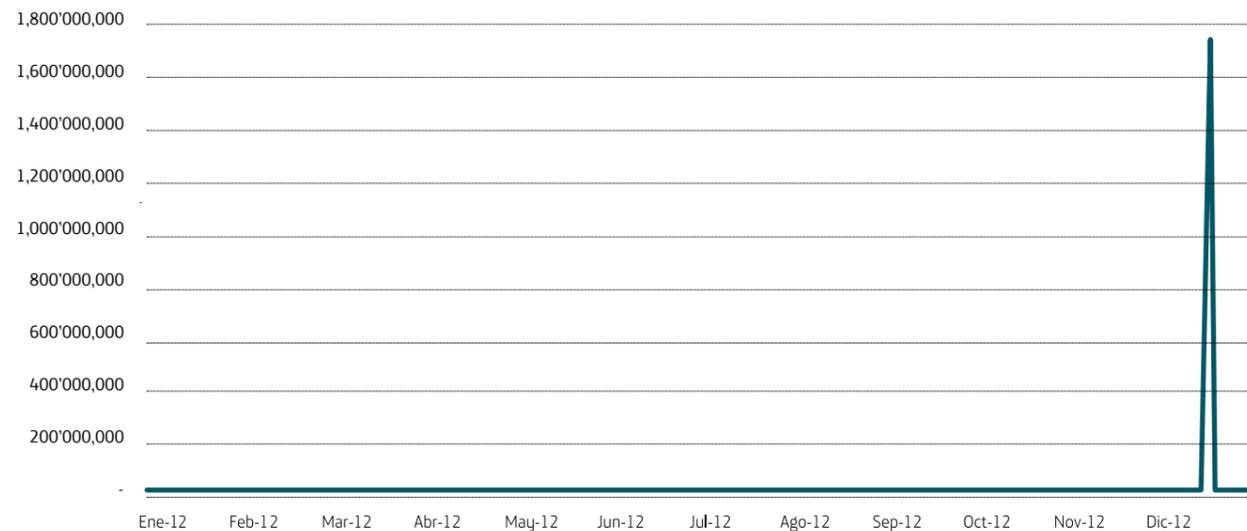
Valor nominal = S/. 0.86

(1) Incluye acciones de clase "B" y "C"

## Cotización de las acciones de Telefónica vs. Índice General de la Bolsa de Valores de Lima



## Evolución del volumen negociado de las acciones Clase B de Telefónica del Perú



## Cotización de las acciones en la Bolsa de Valores de Lima

### Clase B

	Ene-12	Feb-12	Mar-12	Abr-12	May-12	Jun-12	Jul-12	Ago-12	Sep-12	Oct-12	Nov-12	Dic-12
Apertura	2.47	2.50	2.39	2.25	2.06	2.25	2.00	2.00	2.12	2.05	2.10	2.04
Cierre	2.50	2.39	2.18	2.10	2.25	2.00	2.00	2.13	2.05	2.15	2.04	2.45
Máxima	2.63	2.68	2.40	2.32	2.25	2.25	2.12	2.18	2.15	2.16	2.13	2.45
Mínima	2.45	2.35	2.10	2.10	1.90	1.95	1.94	2.00	2.00	1.96	2.03	2.03
Promedio	2.53	2.47	2.27	2.23	2.05	2.05	2.06	2.07	2.07	2.06	2.06	2.30

### Clase C

	Ene-12	Feb-12	Mar-12	Abr-12	May-12	Jun-12	Jul-12	Ago-12	Sep-12	Oct-12	Nov-12	Dic-12
Apertura	-	2.40	-	2.21	-	2.01	-	2.01	-	1.95	-	2.05
Cierre	-	2.40	-	2.21	-	2.01	-	2.01	-	1.96	-	-
Máxima	-	2.40	-	2.21	-	2.01	-	2.01	-	1.96	-	2.05
Mínima	-	2.40	-	2.21	-	2.01	-	2.01	-	1.95	-	2.05
Promedio	-	2.40	-	2.21	-	2.02	-	2.01	-	1.96	-	2.05

Fuente: BVL.

## Política de dividendos

La política de dividendos vigente de la empresa es la aprobada por la Junta General de Accionistas, el 28 de marzo de 2005, que establece lo siguiente:

Destinar el pago de dividendos hasta el íntegro de las utilidades netas del ejercicio luego de deducida la participación de los trabajadores, los impuestos de ley y la reserva legal que pudiera corresponder. Dichos

dividendos podrán pagarse en calidad de provisionales o definitivos para cada ejercicio, en la oportunidad en que se estime conveniente, en función de los requerimientos de inversión y la situación financiera de la empresa.

En su caso, el Directorio fijará el porcentaje, monto y las oportunidades para la distribución de los dividendos, quedando autorizado a determinar las fechas de corte, registro y entrega respectivas.



Año	Fecha de pago	Monto S/.
2001	20 de julio	0.0587
2002	-	-
2003	15 de julio	0.0083
	1 de agosto	0.0290
	5 de septiembre	0.0290
	3 de octubre	0.0286
2004 a 2008	-	-
2009	23 de julio	0.120
2009	28 de diciembre	0.176
2010	26 de julio	0.095
2010	28 de diciembre	0.1596
2011	16 de agosto	0.09



## Gobierno corporativo

En esta sección se describen los cambios en el Directorio de Telefónica del Perú, los Comités al interior del mismo, y los honorarios pagados a sus miembros, a los principales ejecutivos y al auditor externo.



Telefónica del Perú sigue estándares internacionales en materia de buen gobierno corporativo. Dichos estándares son comunes a las empresas cotizadas en bolsa del Grupo Telefónica, con independencia de la nacionalidad de cada una de ellas y de las exigencias locales de sus mercados de cotización.

En los últimos años, Telefónica del Perú ha obtenido los siguientes premios y reconocimientos del mercado por su compromiso y liderazgo en la implementación de buenas prácticas de gobierno corporativo.

2009: Reconocimiento de la Bolsa de Valores de Lima como empresa que aplica buenas prácticas de gobierno corporativo, previa validación por una firma auditora externa del nivel de cumplimiento de los principios de gobierno corporativo.

2008: Reconocimiento de la Bolsa de Valores de Lima como empresa que aplica buenas prácticas de gobierno corporativo, previa validación por una firma auditora externa del nivel de cumplimiento de los principios de gobierno corporativo.

2007: Premio otorgado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y Procapitales a la "Mejor Memoria Anual" en el marco del Concurso de Gobierno Corporativo que anualmente realiza con la participación de diversas empresas locales.

2006: Premio otorgado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y Procapitales al "Mejor Gobierno Corporativo en Empresa Privatizada".

### El Directorio

Al 31 de diciembre de 2012, el Directorio está integrado de la siguiente manera, tal y como lo recompusiera la Junta Especial de Accionistas de Clase B, mediante acuerdo de fecha 22 de marzo de 2012:

- Javier Manzanares Gutiérrez, presidente.
- Luis Javier Bastida Ibargüen
- Eduardo Caride
- Alfonso Ferrari Herrero
- Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo

En la actualidad, funcionan el Comité de Auditoría, el Comité de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno Corporativo, y el Comité Ejecutivo del Directorio.

Hasta el 22 de marzo de 2012, el Directorio estuvo integrado de la siguiente manera:

Directores titulares	Directores alternos
Javier Manzanares Gutiérrez	Álvaro Badiola Guerra
José Fernando de Almansa Moreno-Barreda	
José María Álvarez Pallete López	Ignacio Cuesta Martín-Gil
Luis Javier Bastida Ibargüen	Javier Delgado Martínez
Eduardo Caride	
José María Del Rey Osorio	Manuel Echánove Pasquín
Alfonso Ferrari Herrero	Stael Prata
Alfredo Mac Laughlin	Cristian Aninat Salas
Santiago Teresa Cobo	

### Grados de vinculación

Debe destacarse que no existe vinculación por afinidad o consanguinidad entre los miembros del Directorio, los principales miembros de la plana gerencial, ni entre estos y los principales accionistas. Son directores independientes los directores titulares señores Luis Javier Bastida Ibargüen, Alfonso Ferrari Herrero y Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo.

Debe mencionarse que algunos de ellos son miembros de los consejos de administración de empresas del Grupo Telefónica, en los que tienen la calidad de independientes, la que no se enerva o afecta por la pertenencia al Directorio de Telefónica del Perú.

Cambios en los responsables de la elaboración y la revisión de la información financiera durante los últimos dos años

### Cambios en los responsables de la elaboración y la revisión de la información financiera durante los últimos dos años

En la actualidad, el principal funcionario financiero y contable de la empresa es el gerente general señor César Linares Rosas, quien asumió el cargo el 1 de julio de 2012. Previamente, el principal responsable de la información financiera fue el señor Álvaro Badiola Guerra, quien ocupó dicho cargo hasta el 30 de junio de 2012. El señor Pedro Cortez Rojas fue el principal funcionario financiero y contable de la empresa desde el 3 de marzo de 2010 hasta el 1 de agosto de 2011. Previamente, el señor Andrés Simons Chirinos, tuvo tal responsabilidad desde el 24 de julio de 2008 hasta el 3 de marzo de 2010.

En ejercicio de las facultades delegadas por la Junta Obligatoria Anual de Accionistas y, con la previa conformidad del Comité de Auditoría, el Directorio designó como auditor externo para el ejercicio 2012 a Ernst & Young S.R.L., firma que también auditó las cuentas de los ejercicios 2005 a 2011. Deloitte & Touche S.R.L. auditó las cuentas de los ejercicios 2004 y 2003. El cambio de auditor externo en el ejercicio 2005 obedeció al proceso de selección que en el ámbito global condujo el Grupo Telefónica en España. Cabe señalar que ni Ernst & Young S.R.L. ni Deloitte & Touche S.R.L. han emitido opinión o salvedad negativa alguna a los estados financieros de la Sociedad o de las empresas sobre las que esta ejerce control.

### Renuncias e incorporaciones producidas en el ejercicio 2012

Como se señaló, el 22 de marzo de 2012 la Junta Especial de Accionistas de Clase B de Telefónica del Perú S.A.A. recompuso el Directorio en los términos señalados precedentemente.

### Reseña curricular de los miembros titulares del Directorio de Telefónica del Perú S.A.A. al 31 de diciembre de 2012

Javier Manzanares Gutiérrez es presidente del Grupo Telefónica en el Perú desde el 23 de noviembre de 2006. Previamente

se desempeñó como director general de Telefónica Móviles S.A. y de Telefónica Móviles Perú Holding S.A.A. Ingresó a trabajar al Grupo Telefónica en España en 1988, en el área de servicios móviles. En 1995 gestionó el negocio de televisión pagada (Cable Mágico) en Telefónica del Perú y posteriormente fue gerente general de Telefónica Multimedia S.A.C., hasta el año 1999, en que asumió las gerencias de televisión pagada, páginas amarillas y desarrollo de nuevos negocios de Telefónica del Perú S.A.A. El señor Manzanares es economista, egresado de la Universidad Autónoma de Madrid (España).

Luis Javier Bastida Ibarquén es director y miembro del Comité de Auditoría desde el 7 de octubre de 2003. El señor Bastida ha sido director general Financiero del Banco Bilbao Vizcaya, así como director general y miembro del Comité de Dirección del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. En la actualidad es consejero no ejecutivo de distintas empresas, consultor independiente y colabora en proyectos de educación y desarrollo en Mozambique. Es, asimismo, miembro del Instituto Español de Analistas Financieros y miembro fundador de la Asociación Española de Planificación. El señor Bastida es licenciado en Ciencias Empresariales por la E.S.T.E (San Sebastián), máster en Business Administration – Columbia University (New York) y ha llevado cursos de Educación Ejecutiva I.M.I. (Ginebra) e I.E.S.E. (Madrid).

Eduardo Caride es director titular desde el 14 de febrero de 2011 y fue reelegido como tal el 22 de marzo de 2012. Es a su vez director de Telefónica Móviles S.A. desde el 15 de abril de 2011. Se incorporó al Grupo Telefónica hace más de 20 años y ha ejercido en el mismo diversos cargos de alta responsabilidad en Argentina, EE.UU. y España. Fue en 2001 presidente ejecutivo de Telefónica Empresas y Emergía para sus operaciones mundiales. En noviembre de 2004 fue nombrado presidente para el Cono Sur de Telefónica Móviles, teniendo a su cargo las operaciones de Argentina, Chile y Uruguay. En diciembre de 2006 fue designado presidente ejecutivo del Grupo Telefónica en Argentina y Uruguay. Desde octubre de 2010 ocupa el cargo de responsable regional en las áreas de Fijo y Móvil para las operadoras de

Perú, Ecuador, Colombia, Chile, Uruguay y Argentina, y ha sido miembro del Consejo de Administración de VIVO Participaciones. El señor Caride es licenciado en Administración de Empresas (1977) y contador público (1980), carreras que cursó en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

Alfonso Ferrari Herrero es director desde marzo de 2003 y miembro del Comité de Auditoría de la misma desde abril del mismo año. Además, es consejero de Telefónica S.A. y director de Telefónica CTC-Chile S.A. El señor Ferrari es ingeniero industrial por la Universidad Politécnica de Madrid y MBA por la Universidad de Harvard.

Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo es director desde el 22 de marzo de 2012 y miembro del Comité de Auditoría desde el 18 de abril de 2012. Es asimismo miembro del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. desde abril de 2002. Desde el año 1976 hasta el año 1985 desempeñó el cargo de director general de Cortefiel, S.A. Posteriormente, desde 1985 hasta 2005 fue consejero delegado del Grupo Cortefiel, siendo nombrado presidente del mismo en el año 1998, cargo que ocupó hasta 2006. Asimismo, desde 1991 hasta 2002, fue consejero del Banco Central Hispano Americano y de Portland Valderribas. También ha sido Consejero de Altadis, S.A. (1998-2007). Entre otras menciones, cabe destacar la concesión del Premio Dirigente del Año 1986 (revista "Mercado"), Premio de la Escuela Superior de Marketing al mejor empresario en 1988, Premio "Mejor Empresario de Madrid 1991" (Actualidad Económica) o el Premio GQ 2005 a la mejor trayectoria profesional. El señor Hinojosa es doctor ingeniero industrial por la Escuela Superior de Ingenieros Industriales de Madrid.

### Comités al interior del Directorio

En la actualidad, funcionan los siguientes comités conformados por el Directorio en uso de sus atribuciones:

Comité de Auditoría: tiene como función primordial la de servir de apoyo al Directorio en sus funciones de supervisión y, en concreto, tendrá como mínimo las siguientes competencias.

1. Proponer al Directorio la designación del auditor externo al que se refiere el artículo 260 de la Ley General de Sociedades, así como, en su caso, definir sus condiciones de contratación, el alcance de su mandato profesional y la revocación o renovación de su nombramiento.

2. Supervisar los servicios de auditoría interna, y en particular:

- Velar por la independencia y eficacia de la función de auditoría interna;
- Proponer la selección, nombramiento y cese del responsable del servicio de auditoría interna;
- Proponer el presupuesto de ese servicio;
- Revisar el plan anual de trabajo de la auditoría interna y el informe anual de actividades; y,
- Recibir información periódica de sus actividades.

3. Conocer el proceso de información financiera y de los sistemas internos de control. En relación con ello:

- Supervisar el proceso de elaboración e integridad de la información financiera relativa a la Sociedad y su Grupo, revisando el cumplimiento de requisitos normativos, la adecuada delimitación del perímetro de consolidación y la correcta aplicación de los criterios contables, dando cuenta de ello al Directorio.

4. Establecer y supervisar un mecanismo que permita a los empleados comunicar, de forma confidencial y anónima, las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financieras y contables, que se adviertan en el seno de la compañía.

5. Mantener las relaciones con el auditor externo para recibir información sobre aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la independencia de este, y cualesquiera otras relacionadas con el proceso de desarrollo de la auditoría de cuentas.

El Comité de Auditoría se ha reunido para deliberar sobre asuntos de su competencia, previa convocatoria con la debida anticipación. Se ha hecho llegar a sus miembros la documentación que soporta cada uno de los puntos incluidos en la agenda de cada sesión, de manera tal que puedan revisarlos con la debida anticipación y tomar decisiones informadas.

A la fecha, el Comité de Auditoría está integrado por los señores Alfonso Ferrari Herrero, quien lo preside, Luis Javier Bastida Ibarquén y Gonzalo Hinojosa de Fernández de Angulo, todos directores independientes, con experiencia en el ámbito financiero.

Comité de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno Corporativo: el Comité tiene como funciones principales las de velar por la integridad del proceso de selección de los altos ejecutivos de la empresa, informar sobre los planes de incentivos y supervisar la aplicación de prácticas de buen gobierno corporativo. El Comité está integrado por los directores independientes señores Luis Javier Bastida Ibarquén y Alfonso Ferrari Herrero.

Comité Ejecutivo del Directorio: tiene asignadas en forma permanente diversas facultades del Directorio, entre ellas, las de establecer y modificar la estructura orgánica de la Sociedad, celebrar contratos, convenios y compromisos de toda naturaleza, decidir la iniciación de procedimientos judiciales o administrativos, autorizar la colocación, retiros, transferencias y

enajenación de fondos, rentas y valores pertenecientes a la Sociedad, realizar operaciones económicas financieras diversas, designar representantes, asesores externos y apoderados, entre otras. Se procederá a recomponer el Comité.

### Honorarios pagados a los directores y a los principales ejecutivos

El monto total bruto de las remuneraciones pagadas a los miembros del Directorio y sus Comités en el ejercicio 2012 representa el 0.01% de los ingresos brutos de la empresa, en tanto que la retribución a los miembros de la alta dirección representa el 0.33%, según los estados financieros de Telefónica del Perú S.A.A. al 31 de diciembre de 2012.

### Honorarios pagados al auditor externo en el ejercicio 2012

Durante 2012, los honorarios pagados al auditor externo Ernst & Young S.R.L. por la revisión de las cuentas anuales de Telefónica del Perú S.A. fue de S/. 1'149,859.00. Por su parte, los honorarios relacionados con otros servicios prestados a la empresa distintos a los de auditoría a dicha firma sumaron un importe total de S/. 154,524.00.

### Principios de buen gobierno corporativo

En el anexo se describe el nivel de cumplimiento de Telefónica del Perú de los Principios de Buen Gobierno Corporativo, de acuerdo con lo establecido en la Resolución Gerencia General de CONASEV N° 140-2005-EF/94.11.



# Fundación Telefónica: conocer para transformar

La Fundación Telefónica desarrolla proyectos enfocados en la erradicación progresiva y sostenible del trabajo infantil por medio del programa "Proniño", innova en la educación a través del portal Educared y busca conformar una red humana solidaria con el programa "Voluntarios Telefónica".

Desde que Telefónica inició sus operaciones en el Perú, asumió el compromiso de participar activamente en la construcción de una sociedad más inclusiva, donde el crecimiento económico y social se consolide de manera sostenible y equitativa. Así nació la Fundación Telefónica, con el objetivo de articular a largo plazo la acción social y cultural de todas las empresas del Grupo.

La Fundación Telefónica desarrolla proyectos enfocados en la erradicación progresiva y sostenible del trabajo infantil, innovación en la educación a través de la aplicación de las nuevas tecnologías, y el desarrollo de la cultura digital en el país, buscando facilitar el acceso al conocimiento de los peruanos, con especial énfasis en los niños y jóvenes.

Hoy, la Fundación Telefónica constituye la principal expresión del compromiso firme y voluntario que la compañía tiene con las sociedades de las comunidades en las que opera.

Así, la acción social y cultural que realiza la Fundación Telefónica busca cumplir un rol relevante y transformador para la sociedad, desde una gestión innovadora, integrada y global, que se desarrolla a través de cinco grandes programas.



## Líneas de actuación

### ¿Cómo lo hace?

#### Erradicación del trabajo infantil



Contribuye a la restitución de los derechos de los niños y niñas trabajadores para alcanzar su retiro total o parcial del trabajo infantil por medio de una incorporación progresiva y sostenible al sistema educativo y social, acompañados de la mano de sus aliados y aplicando modelos de intervención social innovadores.

#### Voluntariado corporativo



Moviliza a los colaboradores del Grupo Telefónica para que participen de iniciativas sociales que promueven su desarrollo como voluntarios activos.

#### Cultura digital



**Educación:** Promueve nuevas formas de aprender, investiga y desarrolla modelos educativos facilitando que la comunidad educativa se ponga en contacto con la ciencia, la tecnología, la creatividad, la cultura, la economía y la sociedad; promueve, además, el aprendizaje del siglo XXI.



**Arte y tecnología:** Impulsa la creación artística contemporánea relacionada con la tecnología, conserva y gestiona el patrimonio artístico y tecnológico de Telefónica, y acerca las exposiciones de arte a los diferentes públicos con fines educativos.

### ¿Cómo lo comparte y lo cuenta?

#### Generación del conocimiento



Contribuye a poner el conocimiento propio y el obtenido con sus aliados a disposición de las sociedades a través del debate y el pensamiento crítico, realizando una apuesta decidida por la innovación tecnológica, social y cultural.

#### Movilización y comunicación



Moviliza a la sociedad y a las instituciones para incidir en alianzas público-privadas que contribuyan a la transformación social. Comunica a sus grupos de interés y a la sociedad sus logros y aprendizajes para posicionarse como actor relevante en sus ámbitos de actuación y para dotar a la empresa de mejores relaciones y reputación.

## Comprometidos con la erradicación del trabajo infantil

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) calcula que en América Latina al menos catorce millones de niñas y niños se encuentran en situación de trabajo infantil. De ellos, se estima que más de dos millones se encuentran en el Perú, siendo víctimas, en su mayoría, de formas extremas de explotación.

El ingreso prematuro al trabajo es una de las causas más graves y consecuencia de la pobreza, pues genera pérdida de oportunidades para los niños, niñas y adolescentes (NNA). Representa una violación a sus derechos, afecta su salud, seguridad, desarrollo físico, educativo y psicosocial, debilita la demanda y oferta de trabajo decente, y afecta el desarrollo social y económico del país.

Consciente de esta situación y como parte de su compromiso con la niñez en riesgo, la Fundación Telefónica desarrolla desde hace once años el programa "Proniño", iniciativa que busca contribuir a la prevención y erradicación progresiva y sostenible del trabajo infantil, mediante la escolarización de más de 270 mil niños en catorce países de América Latina.

Durante 2012 fueron beneficiados gracias a este proyecto más de 46 mil niñas, niños y adolescentes en 285 escuelas de zonas rurales y urbano marginales de diecinueve regiones del país, entre las cuales se encuentran Áncash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Callao, Cusco, Huancavelica, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Moquegua, San Martín, Huánuco, Puno y Piura.

De esta manera, el programa "Proniño" de la Fundación Telefónica se ha convertido en la actualidad en la principal iniciativa desarrollada por una empresa privada para romper con el círculo vicioso que se establece entre pobreza y trabajo infantil. Así, fomenta el uso alternativo del tiempo libre del niño trabajador y potencia la transformación de patrones culturales para desarrollar condiciones adecuadas y lograr que el retiro sea sostenible.

A través de Proniño, la Fundación Telefónica apuesta por la educación como alternativa transformadora frente a la problemática del trabajo infantil, a

través del fortalecimiento de la escuela como espacio mediador entre la calle, el puesto de trabajo o la situación de riesgo, y recuperándola como ambiente de protección, socialización, afecto, recreo y aprendizaje. Un complemento innovador de esta estrategia es el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como apoyo para mejorar la calidad educativa y lograr la inclusión digital de los niños. El acceso al conocimiento permite la transformación de las condiciones sociales de los niños, brindándoles oportunidades reales de progreso, y la posibilidad de disfrutar de una vida sana y feliz.

Para lograrlo, se realiza una intervención integral con el objetivo de mejorar el entorno familiar, educativo y social de las niñas y niños, la cual actúa sobre los diversos factores que los alejan de la escuela y los obligan a trabajar. La intervención social se lleva a cabo mediante tres ejes estratégicos de acción: intervención directa, generación de conocimiento y posicionamiento contra el trabajo infantil (TI), y el desarrollo de agentes y movilización de políticas públicas.

Una herramienta importante del programa es el sistema internacional de monitoreo que permite registrar, monitorear y acompañar a la población beneficiaria, con relación a su situación de trabajo infantil, rendimiento escolar y seguimiento de su estado de salud, entre otros. El sistema también permite generar reportes, intercambiar información estadística de los niños beneficiados en la región, al mismo tiempo que garantiza la confidencialidad de la información.

En el Perú, el programa "Proniño" de la Fundación Telefónica se desarrolla con la asesoría del Instituto de Estudios Peruanos (IEP) y Tarea, y es gestionado en colaboración con la Asociación Fe y Alegría, y las ONG Cesip, Tierra de Niños, Cadep, Cáritas, Ceder, Idel, Kallpa, Red Titikaka y Sumbi.

### Modelo de intervención social del programa

#### Intervención directa

##### Objetivo

- Retirar al niño/niña de su situación de trabajador infantil de forma

sostenible y comenzar un proceso de restitución de derechos de la infancia.

- Colaborar para que el niño y la niña desarrolle su "proyecto de vida".
- Contribuir a que las escuelas, los centros de atención y las comunidades se conviertan en espacios sociales de prevención y retiro del trabajo infantil.

#### Ámbitos de acción

- Entrega de útiles escolares.
- Apoyo psicopedagógico para los niños.
- Talleres de sensibilización a la familia, padres y docentes.
- Capacitación docente.
- Fortalecimiento de la gestión educativa.
- Actividades de refuerzo en los estudios.
- Implementación de aulas informáticas y el uso de herramientas tecnológico-educativas en el aula, como el portal Educared.
- Mejora de la infraestructura de los centros educativos.
- Complemento del currículo educativo con actividades deportivas y artísticas para fomentar el buen uso del tiempo libre y evitar posibles conductas de riesgo.

#### Logros 2012

- Más de 45,000 niñas, niños y adolescentes fueron beneficiados en 285 escuelas de diecinueve regiones del país.
- Se entregaron útiles y uniformes a los escolares beneficiarios. Asimismo, de acuerdo con las demandas de cada zona, se les brindó atención de salud y apoyo psicopedagógico.
- Porcentaje de retiro anual total: 21%

- Número de asistencias a las formaciones de niños, niñas y adolescentes en Proniño: 51,979

- Número de asistencias de otras personas a la formación en Proniño: 111,198

### Movilización de agentes y políticas públicas

#### Objetivo

- Mejorar permanentemente la calidad de la intervención social.
- Fomentar políticas y programas para visibilizar e intervenir en el trabajo infantil.
- Posicionar la causa de la erradicación del TI en la sociedad.
- Garantizar la sostenibilidad social de la intervención.
- Ampliar el impacto de las intervenciones.
- Movilizar a los actores clave o instituciones estratégicas y colocar el TI en la agenda.

#### Ámbitos de acción

- Colaboración con los agentes sociales y las instituciones que deben formar parte de la lucha contra esta problemática. Una movilización de políticas públicas desde lo comunitario a lo transnacional.

#### Logros 2012

- Más de 500 mil transeúntes y clientes sensibilizados en la campaña del 12 de junio por el Día Mundial contra el Trabajo Infantil, que contó con la participación de diecinueve regiones.
- Fortalecimiento de 662 participantes en talleres, conversatorios y videoconferencias sobre trabajo infantil.
- Un total de ocho convenios de cooperación vigentes con entidades regionales por cada ONG.

### Generación de conocimiento y posicionamiento contra el trabajo infantil (TI)

#### Objetivo

- Analizar y sistematizar las experiencias de Proniño para procurar la replicabilidad de las buenas prácticas y el aprendizaje de las acciones fallidas contra el TI, posicionando a la Fundación Telefónica como referente regional en la erradicación del TI.
- Desarrollar estudios con base tanto a nivel local como regional sobre el programa y los NNA atendidos para evaluar la eficacia de las estrategias seguidas.
- Promocionar el conocimiento especializado sobre trabajo infantil en el Perú.
- Realizar acciones y campañas de sensibilización e información sobre TI.

#### Ámbitos de acción

- Generación de investigaciones referidas a la problemática del trabajo infantil con investigadores especialistas.

#### Logros 2012

- Se realizaron cuatro investigaciones vinculadas a la problemática del trabajo infantil: "Factores de superación de la pobreza", "Mapeo de actores para la implementación de redes locales en cinco zonas Proniño: Cusco, Arequipa, San Martín, Ayacucho y Abancay", "Sistematización de crecimiento Proniño: descripción, perfiles, procedimientos" y "Sistematización Proniño 2001-2011".
- Realización de un curso teórico sobre TI
- Participación de seis especialistas peruanos con ponencias en foro internacional sobre el trabajo infantil, incluyendo un video del Viceministerio de Desarrollo e Inclusión Social. El evento contó con 2,711 streamings, siendo Perú el país con más usuarios (884), seguido de Brasil con 535.



El programa "Proniño" de la Fundación Telefónica se ha convertido en la actualidad en la principal iniciativa desarrollada por una empresa privada para romper con el círculo vicioso que se establece entre pobreza y trabajo infantil.



A través de Educared, la Fundación Telefónica busca impulsar el uso de las nuevas tecnologías como una poderosa herramienta de mejora continua del aprendizaje, enriquecimiento de prácticas docentes eficaces y la construcción de aprendizajes socialmente significativos.

Los resultados satisfactorios obtenidos gracias a la implementación del programa "Proniño" impulsan a la Fundación Telefónica a seguir fortaleciendo su compromiso con la escolarización de los niños que trabajan, porque existe el convencimiento de que la educación es el principal camino para el desarrollo del país.

### Comprometidos con la educación

En la última década se han producido constantes cambios y una profunda transformación del mundo, impulsados por la globalización, la evolución de las tecnologías, la dinamización de los diferentes sectores productivos, la consolidación de nuevas potencias económicas y por una sociedad cada vez más abierta al conocimiento. Este contexto exige atender una necesidad cada vez más creciente de la sociedad por el acceso al conocimiento, la información, y por tanto, de una mejor calidad educativa.

El proceso de transición que afronta actualmente el mundo llevará en un futuro cercano a integrar el conocimiento con las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Y es precisamente por eso que la modernización de la educación en el país debe contemplar herramientas clave como el acceso a la conectividad, así como dotar de las capacidades y conocimiento adecuado a maestros y alumnos que les permitan una mejor adaptación y mayor aprendizaje.

Precisamente, con el objetivo de favorecer el desarrollo de una educación de calidad, en 2002 nace en nuestro país Educared, un programa que la Fundación Telefónica puso a disposición de la sociedad peruana para facilitar el acceso al conocimiento mediante la aplicación y el uso educativo de las TIC en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

A través de este portal, la Fundación Telefónica busca impulsar el uso de las nuevas tecnologías como una poderosa herramienta de mejora continua del aprendizaje, enriquecimiento de prácticas docentes eficaces y la construcción de aprendizajes socialmente significativos.

Conscientes de la importancia que tiene darle valor a la formación y a la capacitación de la comunidad

educativa mediante el uso de las TIC, en noviembre de 2009 se inició un proceso de consolidación de los ocho portales Educared en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Venezuela, a través de una plataforma única que dio lugar a un portal global, que refleja la renovación tecnológica y pedagógica liderada por Educared en cada país con una propuesta más dinámica e interactiva, más comunidades virtuales, la personalización de los contenidos de acuerdo con las necesidades de cada usuario, una mejor accesibilidad e interfaz, el acceso desde dispositivos móviles y el registro unificado de los participantes.

El portal Educared es más que una plataforma educativa, pues ofrece recursos pedagógicos en línea y otras herramientas participativas propias de la web 2.0, y desarrolla una serie de actividades presenciales para los integrantes de la comunidad educativa peruana, entre los cuales se encuentran concursos y capacitaciones para docentes.

Entre las acciones más importantes realizadas durante 2012, destaca el gran debate internacional que inició la Fundación Telefónica en el mes de abril sobre el futuro de la educación en el siglo XXI a través del VII Encuentro Internacional de Educación, evento académico que se celebrará hasta el próximo octubre de 2013 en diferentes ciudades de Iberoamérica (Buenos Aires, Santiago de Chile, Medellín, Lima, México D.F., Río de Janeiro, Quito, Caracas y Madrid) donde se desarrollarán encuentros presenciales para concretar las conclusiones del debate virtual.

Se estima que, al concluir el encuentro, más de 50,000 personas –entre profesores, familias, directores de centros, estudiantes y otros profesionales del mundo educativo– habrán participado en debates y talleres virtuales en dos idiomas: portugués y español. Con fecha 28 y 29 de noviembre, Lima fue la sede de este encuentro, que contó con la participación de más de trescientos docentes de diferentes partes del país y que tuvo como principales ponentes a dos reconocidos expertos internacionales en el ámbito educativo, George Siemens, teórico en la enseñanza de la sociedad, y Alejandro Piscitelli, ex gerente general de Educ.ar, portal educativo argentino (2003-2008).

Con el objetivo de construir una mejor educación, en 2012 se realizaron diversos talleres educativos, entre los que destacó la sexta edición de la Semana Fundación Telefónica "Fortaleciendo la gestión de los directores de las instituciones educativas", en la que reconocidos expositores compartieron sus conocimientos sobre innovadoras herramientas y recursos educativos.

Este año, la Semana Fundación Telefónica se realizó en las ciudades de Arequipa y Trujillo y contó con la participación de más de doscientos directores de educación primaria y secundaria. De esta manera, los docentes conocieron nuevas alternativas pedagógicas que buscan contribuir a mejorar el desarrollo de las capacidades comunicativas y el pensamiento lógico-matemático de los estudiantes a través del uso de las nuevas tecnologías.

Desde su creación (2007-2012), la Semana Fundación Telefónica ha beneficiado presencial y virtualmente a más de 25,300 docentes de diez ciudades del país, entre las cuales se encuentran Arequipa, Ayacucho, Cusco, Chiclayo, Huancayo, Ica, Lima, Piura, Tacna y Trujillo. Asimismo, se llevaron a cabo conferencias itinerantes asociadas a las competencias del siglo XXI en las ciudades de Piura, Iquitos y Cusco bajo el título "¿Qué maestros, qué alumnos y qué padres se esperan para el siglo XXI?".

Otro de los hitos de 2012 fue el premio internacional Fundación Telefónica a la Innovación Educativa, concurso dirigido a profesores de todo el mundo que busca promover el uso pedagógico de las TIC y reconocer el esfuerzo de los docentes por introducirlos en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Este año se presentaron 1,724 trabajos procedentes de veinticuatro países participantes, de los cuales tres docentes peruanos de las ciudades de Ica, Moquegua y Lima, resultaron ganadores.

A través de Educared, la Fundación Telefónica busca favorecer la inclusión de los niños con discapacidad en la escuela. El portal cuenta con un espacio dedicado a las personas con habilidades diferentes, el cual busca proporcionar contenidos relacionados con la formación, desarrollo e inclusión escolar, laboral y social de las personas con discapacidad, con el fin de brindarles apoyo y recursos, así como

orientación a los padres, educadores y a la comunidad en general.

Así, la Fundación Telefónica integra la Mesa de Diálogo y Acción Conjunta por la Educación Inclusiva, una instancia de concertación que congrega al Ministerio de Educación (MINEDU), la Comisión de Discapacidad del Congreso de la República, Foro Educativo, la Confederación Nacional de Discapacitados del Perú (CONFENADIP), el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS), la Fundación para el Desarrollo Solidario (FUNDADES) y la Defensoría del Pueblo. Estas instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil buscan reflexionar y realizar acciones que impulsen la educación inclusiva en el Perú, de manera que los niños y jóvenes con discapacidad puedan contar con políticas integradoras que, a su vez, permitan implementar recursos y estrategias para la adecuación de las escuelas a todos sus miembros, tengan o no necesidades especiales de educación.

Durante el año 2012, Educared benefició alrededor de treinta millones de usuarios a través de sus diferentes iniciativas. El portal recibió más de doce millones de visitas.

### Aulas Fundación Telefónica

"Aulas Fundación Telefónica" es un proyecto de inclusión digital que promueve el uso de las nuevas tecnologías como herramienta esencial para mejorar la calidad educativa en América Latina. El programa busca experimentar metodologías innovadoras a través de la formación y el acompañamiento para generar modelos educativos sostenibles avalados por expertos académicos, de manera que puedan ser replicados por terceros. En el Perú, el programa ha sido implementado en escuelas y hospitales públicos.

### Aulas Fundación Telefónica en instituciones educativas

Se inició en el año 2007 con la donación de equipos de cómputo y acceso a Internet a dos colegios de la localidad de Huachipa, en la ciudad de Lima. En 2010, la Fundación Telefónica concluyó con la implementación de 42 laboratorios de cómputo completamente equipados y con acceso a Internet que se

encuentran distribuidos en 39 colegios de zonas urbano marginales y tres redes educativas rurales (grupos de escuelas pertenecientes a Fe y Alegría). En dichos colegios estudian 32,283 niños y jóvenes, y laboran un total de 1,505 profesores.

Junto al equipamiento, el proyecto ofrece un programa integral de formación y acompañamiento en el uso educativo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en el que han participado y obtenido diferentes niveles de certificación un total de 970 profesores al cierre de 2012. Este proceso de formación cubre desde los aspectos más básicos sobre el uso de las computadoras hasta la gestión de proyectos colaborativos, aprovechando las herramientas de Internet a lo largo de un período de dos años de duración en promedio.

En 2012, se incorporó al proyecto una estrategia de medición de impacto, la cual hace uso de una metodología reflexivo-participativa y es aplicada en todos los países en donde se ejecuta el programa. La medición está diseñada para recoger información en cuatro aspectos: disponibilidad de tecnología en las escuelas, formación de docentes, organización de la escuela para el uso de las tecnologías y presencia de las tecnologías en el aula de clase. Este indicador fue diseñado por encargo de la Fundación Telefónica, el Instituto para el Desarrollo y la Innovación de Brasil y, posteriormente, fue validado y localizado en Colombia.

De esta manera, se realizaron reuniones de evaluación en los 42 colegios que forman parte del proyecto en el Perú con una participación que superó el 80% de los docentes. Los resultados serán utilizados como insumo para la planificación educativa del año 2013 en cada una de las escuelas. Asimismo, se llevará a cabo un nuevo proceso de medición para determinar la evolución del proyecto.

Así también, desde 2011, se realizan anualmente encuentros nacionales de aulas Fundación Telefónica, en los que se busca fortalecer las capacidades de los directores y profesores líderes del programa en cada escuela. En esa misma línea, y en coordinación con la UNESCO, se desarrolló un curso virtual sobre Gestión de Instituciones Educativas Públicas, en el que participaron un total de treinta

directores, de los cuales aprobaron veinticinco quienes presentaron como producto final planes de mejora basados en las necesidades de sus colegios.

### Aulas Fundación Telefónica en Hospitales

El programa educativo "Aulas Fundación Telefónica en Hospitales" fue creado en el año 2002 con el objetivo de brindar una alternativa educativa a niños, niñas y adolescentes que permanecen internados por largos períodos, a través de aulas informáticas implementadas en institutos de salud pública.

A través de este proyecto, se promueven los derechos de los niños hospitalizados, buscando lograr su inclusión y equidad mediante el fortalecimiento de habilidades instrumentales básicas que contribuyan a superar el rezago educativo y a facilitar su incorporación al sistema educativo formal.

El programa cuenta con profesores capacitados en pedagogía hospitalaria, quienes estimulan a los pacientes alumnos de manera lúdica y creativa en aulas dotadas con equipos informáticos y acceso a Internet. Para ello, se ha desarrollado de la mano con el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) una metodología educativa especial basada en el uso intensivo de las TIC, que impulsa habilidades como el desarrollo de la autonomía, su capacidad de decisión y manejo del tiempo, entre otros.

Forman parte de este proyecto docentes y voluntarios, quienes trabajan con compromiso, responsabilidad y ética

profesional, brindando una atención personalizada a las niñas, niños y adolescentes beneficiados. Ellos practican la fortaleza emocional y la empatía con personas en situación de enfermedad y cuentan con competencias técnico-pedagógicas básicas para concretar procesos educativos de calidad.

Las aulas Fundación Telefónica en hospitales integran ejes como la educación, discapacidad y tecnología, y llevan a cabo un proceso constante y sistemático de capacitación, monitoreo y asistencia técnica a todos los docentes, lo que les permite mantenerse continuamente actualizados y acumular una experiencia laboral única en el medio.

Los resultados conseguidos por este programa han sido satisfactorios y dieron lugar a que, en 2009, los equipos de la Fundación Telefónica en Argentina, Colombia, Chile y Venezuela se unieran bajo el liderazgo del equipo peruano en un proyecto global que permitió la formación de una red latinoamericana de atención y colaboración que contribuye a la creación de sinergias y a la mejora de la calidad educativa. En esta red interactúan niños y adolescentes hospitalizados, sus docentes, los padres de familia y el personal de salud de cada hospital y país.

Desde el año 2000, gracias a este programa, han sido atendidos en nuestro país más de 47 mil niñas, niños y adolescentes. Actualmente, funcionan doce aulas establecidas en diez hospitales de las ciudades de Arequipa, Cusco, Chiclayo, Huancayo, Iquitos y Lima, las mismas que en 2012 beneficiaron a un total de 3,262 niños.

Aulas Educativas en hospitales	Ciudades
Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, INEN (dos aulas)	Lima
Hospital Cayetano Heredia	Lima
Hospital María Auxiliadora	Lima
Hogar Clínica San Juan de Dios (cuatro aulas)	Lima, Arequipa, Cusco y Chiclayo
Hospital El Carmen	Huancayo
Hospital Regional de Loreto	Iquitos



Durante 2012, con la finalidad de promover una educación inclusiva, el programa aulas Fundación Telefónica en hospitales realizó el taller para enfermeras y voluntarios "Las vivencias de los niños hospitalizados y cómo abordarlas", en el marco de la publicación del libro *Las vivencias de los niños hospitalizados desde sus dibujos y testimonios* de la psicóloga Giselle Silva, un trabajo conjunto promovido por la Fundación Telefónica y el Instituto de Estudios Peruanos (IEP).

Asimismo, por quinto año consecutivo, se llevó a cabo el concurso de dibujo "Derechos de los niños y adolescentes hospitalizados", el cual premia al alumno paciente, aula hospitalaria y hospital. Este año resultaron ganadores niños provenientes de los hospitales María Auxiliadora de Lima y San Juan de Dios de Arequipa.

### Comprometidos con el arte y la tecnología

La Fundación Telefónica impulsa desde 1996 la creación artística contemporánea y el acceso a la cultura. En sus inicios, se exhibieron en este espacio importantes exposiciones de artistas peruanos contemporáneos de

la primera mitad del siglo XX a través de las cuales se buscó brindar un aporte a la difusión del conocimiento sobre la historia del arte en el Perú. En este marco, se desarrollaron exposiciones retrospectivas de reconocidos artistas como Jorge Vinatea Reinoso, Sérvulo Gutiérrez, Mario Urteaga, Tilsa Tsuchiya y Martín Chambi, entre otros.

En 2005, la Fundación Telefónica se propuso crear un espacio permanente para contribuir a la creación y difusión del arte contemporáneo en sus diferentes manifestaciones. Así, se inauguró el Centro Fundación Telefónica, que a partir de ese momento puso especial énfasis en la difusión del arte asociado a las nuevas tecnologías.

A través de este espacio, se desarrolla en la actualidad un programa pedagógico innovador dirigido a escolares que busca fortalecer la producción artística local. Asimismo, se organizan exposiciones de arte y nuevos medios.

A lo largo de 2012, el Centro Fundación Telefónica continuó con la exhibición de la exposición "Fernando Bryce. Dibujando la historia moderna", que se inauguró en 2011 gracias a un esfuerzo conjunto con el Museo de Arte de Lima (MALI) y el apoyo de la Municipalidad de Lima y PromPerú.

La muestra reunió por primera vez gran parte de las series más ambiciosas del artista, con veintidós obras integradas por más de 2,000 piezas, en su mayoría dibujos procedentes de colecciones públicas y privadas de Alemania, España, Estados Unidos, Perú y Suiza.

En el marco de la Primera Bienal de Fotografía de Lima, la Fundación Telefónica presentó las exposiciones: "El show de Diana - Perú (1977-1997)", muestra que reflejó la tradición local del uso artístico de la cámara de juguete Diana y que manifestó la intención de presentar un contrapunto a la muestra norteamericana "The Diana Show" (1979-1980) —luego de más de treinta años de su presentación— exhibiendo obras desarrolladas en el Perú durante el mismo período, así como fotografías realizadas en años posteriores, y "Diana F+ a todo color", que mostró los trabajos más resaltantes realizados por diecisiete fotógrafos locales desde el lanzamiento en 2007 de la cámara Diana F+, lo que permitió el uso de nuevos procedimientos de revelado para explotar las aberraciones cromáticas que surgen con la película de color.

Asimismo, se presentó la exhibición "Remesas: flujos simbólicos/movilidades de capital. 13 artistas peruanos en el exterior", que reunió obras

correspondientes a dieciséis jóvenes creadores peruanos que residen en el extranjero. A través de preguntas como ¿qué es ser un artista peruano en el exterior?, ¿qué es lo peruano? y ¿qué es lo contemporáneo?, la exposición buscó conocer cómo son las escenas artísticas internacionales, cuál es el lugar que los peruanos ocupan ahí y qué lugar ocupa su propio discurso artístico en nuestro país, es decir, en qué medida influyen, modifican o condicionan la escena artística local.

En diciembre de 2012 se realizó la exposición "Fragmentos. Alteración de espacios", significativa muestra que reunió el trabajo de doce artistas peruanos cuyas obras, realizadas con materiales y objetos del propio espacio cultural (pisos, paredes, computadoras, techos y muebles, entre otros), abordaron el arte experimental visual y sonoro, instalaciones, grafiti y reciclaje, entre otros. En este original homenaje al espacio cultural, los artistas elaboraron un innovador collage de imágenes y códigos reconstruidos como una expresión esencial del propio espacio.

Cada exposición estuvo acompañada por un interesante programa de talleres, conversatorios, presentaciones y visitas guiadas, entre otras actividades. Así, el Centro Fundación Telefónica se ha convertido en un punto de referencia para el público interesado en el tema de las tecnologías emergentes, pues mediante el intercambio de conocimiento se extienden los nexos con otras instituciones y personalidades que aportan a la labor de formación e investigación.

Cabe destacar que el Centro Fundación Telefónica ofrece al público un intenso programa de actividades complementarias y desarrolla proyectos especiales con innovadores contenidos. Así, en junio de 2012, la Fundación Telefónica, en conjunto con los festivales Lima Comics y Al Este de Lima, presentó el Festival Internacional de Animación "Imagina", el cual se compuso de exposiciones, talleres y conferencias ofrecidas por investigadores y realizadores del Perú, Argentina y Bolivia, además de trabajos provenientes de Japón y República Checa. Este festival contó con la colaboración de la Embajada de República Checa y EUNIC (European Union National Institutes for Culture), y de la Universidad de las Artes de Tokio, ofreciendo al público una

amplia gama de técnicas y temáticas que sostienen la animación actual.

En el mes de octubre se realizó la segunda edición de "Integraciones. Encuentro de experimentación sonora en Latinoamérica", evento de tres días que albergó performances sonoras, conferencias y talleres de importantes artistas de Brasil, Chile y Colombia con el objetivo de difundir y generar redes y diálogos entre propuestas musicales experimentales que se enfocaron en el arte sonoro, la experimentación electrónica, el noise, la psicodelia y la fusión.

El Centro Fundación Telefónica cerró sus actividades de 2012 con el exitoso espectáculo audiovisual "EVA – electrónica, video y audio", coproducido por la Fundación Telefónica, el Instituto Goethe y la Alianza Francesa, evento enmarcado en el festival "Palabra de mujer" que contó con la presencia de destacadas artistas del campo de la música electrónica y el video provenientes tanto de Francia como de Alemania.

Como parte de su compromiso de acercar el arte y la tecnología a la sociedad, el Centro Fundación Telefónica también recibe visitas programadas de grupos de escolares. Así, en 2012, se realizaron un total de 245 actividades culturales y cinco exposiciones temporales que congregaron a cerca de treinta mil visitantes.

### Voluntarios Telefónica: comprometidos con quienes más lo necesitan

Telefónica es consciente del importante rol que, como compañía, cumple en el país; no solo porque a través de las telecomunicaciones contribuye con el desarrollo de los pueblos, sino también por el valor que le aporta a la sociedad a través de la acción social y cultural que desarrolla desde la Fundación Telefónica.

Una muestra de ello es el programa "Voluntarios Telefónica", una red solidaria internacional constituida por más de 26,000 trabajadores del Grupo Telefónica que se desarrolla actualmente en veinticuatro países y que fue diseñado con una perspectiva "transformadora", con el objetivo de formar líderes emprendedores que a través de sus

acciones e iniciativas transformen su vida y la de su comunidad.

En el Perú, el programa "Voluntarios Telefónica" lleva cinco años de gestión permanente y ha logrado conformar una red humana solidaria con más de 4,200 colaboradores activos que han desarrollado hasta ahora más de seiscientos proyectos, enfocados en la erradicación del trabajo infantil, la educación, el arte y la tecnología. Son ellos quienes entregan su tiempo, esfuerzo, conocimientos y recursos para transformar la realidad de quienes más lo necesitan.

Hoy, los voluntarios se han convertido en un eje fundamental de la labor que realiza la Fundación Telefónica a través de su participación activa en los programas sociales y el refuerzo de su impacto.

Asimismo, es importante destacar el concurso "Gentes brillantes", iniciativa que nació en el Perú con el objetivo de promover el emprendimiento de los voluntarios, ayudándolos a convertirse en gestores y líderes de sus propios proyectos sociales y que ha logrado movilizar a más de 1,500 voluntarios quienes, de manera individual o en equipo, han presentado 148 proyectos de los cuales se han ejecutado cuarenta. Hoy esta iniciativa se ha convertido un modelo para la red de voluntarios de Telefónica en el mundo, por lo que se viene llevando a cabo en otros países.

En 2012, un total de treinta equipos peruanos participaron de este concurso, quienes luego de un proceso de capacitación y asesorías técnicas, presentaron sus propuestas. Se premiaron un total de diez proyectos con un fondo de S/. 10,000 cada uno para su implementación.

Desde el año 2010, los colaboradores del Grupo Telefónica pueden realizar aportes económicos voluntarios para financiar la educación de niños en riesgo. De esta manera, en 2012, se lanzó por segundo año consecutivo una exitosa campaña de recaudación de fondos gracias a la cual más de 789 voluntarios Telefónica beneficiaron a 625 niños con becas escolares. En el mes de diciembre se lanzó la tercera campaña "Vota por Miguel para el alumno del año", con el objetivo de lograr que 567 niños de



la localidad de Acora, en Puno, y 58 en la escuela Villa Gloria de Abancaj continúen estudiando.

Durante 2012, más de 2,000 voluntarios Telefónica participaron en trescientas actividades de ayuda social, beneficiando a cerca de quince mil personas. Cabe destacar también las acciones de movilización y sensibilización que desarrollan los voluntarios Telefónica, entre las cuales se encuentra el Día Internacional del "Voluntario Telefónica" que se celebra cada 5 de octubre y que este año logró que más de 450 colaboradores recibieran a escolares beneficiados por la Fundación Telefónica para mostrarles su lugar de trabajo y compartir una tarde de entretenimiento y otras actividades educativas y recreativas. Asimismo, en el marco del Día Mundial contra el Trabajo Infantil, más de cuatrocientos voluntarios a nivel nacional participaron de una movilización, que salió a las calles en trece puntos de

la ciudad de Lima y en diecinueve ciudades del país.

Cabe destacar también la labor que los voluntarios Telefónica realizan para brindar su apoyo solidario a las aulas Fundación Telefónica en hospitales. Así, mediante un plan de actividades coordinadas con los hospitales y las promotoras educativas, los voluntarios dedican espacios durante los fines de semana para llevar momentos de sana diversión y entretenimiento a los niños hospitalizados.

El Grupo Telefónica está convencido de la importancia de promover y apoyar el voluntariado corporativo por todo lo que significa ser "voluntario", por todo el valor que aportan a las empresas y por el impacto que generan a la sociedad. Son ellos quienes día tras día con su trabajo y entrega construyen esta gran compañía, la hace más grande y la humanizan. Muchas gracias a todos ellos por su compromiso.

El programa "Voluntarios Telefónica" lleva en el Perú cinco años de gestión permanente y ha logrado conformar una red humana solidaria con más de 4,200 colaboradores activos que han desarrollado hasta ahora más de seiscientos proyectos.