

PERÚ

Elegimos ser un negocio *responsable_*

Principales resultados de nuestra gestión en el 2016

Telefonica



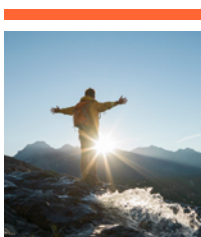
ELEGIMOS SER UN NEGOCIO RESPONSABLE

Índice_

4 Carta del
Presidente

5 Nuestro enfoque
estratégico

6 Nuestro Plan
de Negocio
Responsable



8 Nuestros
Grupos de
interés

9 Aporte a los
Objetivos de
Desarrollo
Sostenible

10 Motor de
progreso

12 Ponemos al
cliente en el
centro

14 Elegimos
nuestros
Principios

15 Elegimos
ser
Confiables

16 Elegimos
promover
nuestro talento

17 Decidimos ser
un equipo con
diversidad



18 Elegimos cuidar
nuestro entorno
con innovación

20 Gestión
Eco-
eficiente

21 Fundación
Telefónica en
el Perú

22 Nuestros
reconocimientos



Carta del Presidente_



Estimados amigos y amigas,

Telefónica del Perú tiene un firme compromiso con el desarrollo y progreso del país y cada año lo renueva acercando lo mejor de la tecnología al alcance de nuestros clientes, sociedad y de todos los peruanos que buscan ir más allá de sus límites. En esta alianza sostenible con el Perú, que tiene más de 22 años, continuamos impulsando y difundiendo la innovación por el gran aporte que tiene para el desarrollo social y económico del país.

La importante inversión que Telefónica realizará en el período 2016-2020, que asciende a US\$ 3,000 millones, invertirá en infraestructura, en potenciar la conectividad y en motivar la innovación digital; manteniendo así, el compromiso de ser un aliado estratégico del país para la revolución digital.

Este documento es un breve resumen de los principales hitos de nuestra gestión y los resultados más importantes obtenidos en 2016, los que fueron impulsados por una oferta de alto valor y una potente gestión comercial y financiera. Con una inversión de S/ 2,527 millones en el año, impulsamos la conectividad con la mejor calidad y servicio a todos nuestros clientes. Asimismo, buscamos informar a nuestros grupos de interés sobre otros aspectos igual de importantes relacionados con sostenibilidad económica, social y ambiental y de contribuir con dos iniciativas de las Naciones Unidas: los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos en 2016 y los principios del Pacto Mundial, al cual nos adherimos localmente en 2007.

Nos sentimos orgullosos de poder ser aliados estratégicos de los peruanos y de cumplir nuestra promesa de poner las tecnologías al alcance de todos. Seguiremos manteniéndonos fieles a nuestros valores de ser retadores, confiables y abiertos, y renovamos nuestra promesa de disfrutar juntos de las oportunidades que ofrece la vida digital.

Javier Manzanares Gutiérrez

Presidente del Directorio de Telefónica del Perú S.A.A.

Nuestro enfoque estratégico

NUESTRA MISIÓN

Ser una OnLife Telco. Darte el poder para que puedas usar los servicios digitales de telecomunicación como herramientas y elegir mejorar tu vida.

NUESTRA VISIÓN

Crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que puedas elegir un mundo de posibilidades infinitas. Nuestro papel es facilitarte el disfrute de la conexión, salvaguardando el uso de tus datos y darte el control de tu vida digital.

VALORES

Confiables

El compromiso con los clientes: excelencia, cuidado en el detalle y la mejor calidad.

Retadores

Vamos un paso más allá de lo que el cliente espera de la compañía, innovando para ofrecerle soluciones útiles.

Abiertos

Trabajar desde dentro como un sistema abierto y colaborativo para trasladar al cliente una actitud cercana y amable.

NUESTRA ESTRATEGIA

Desde nuestro contexto y frente al desafío empresarial en el país, el objetivo de Telefónica del Perú es ser más ágil y mantener el liderazgo en el sector. Nuestra gestión se ejecuta con un enfoque de responsabilidad en cada actividad de nuestra cadena de valor.

Nos alineamos a nuestra estrategia global

Perseguimos el objetivo de convertir a Telefónica en una Onlife Telco respaldados en seis elementos claves.

PROPUESTA DE VALOR



HABILITADORES



Recogemos los hitos del negocio responsable

La sostenibilidad forma parte de la estrategia de la compañía. Para avanzar en este sentido, en Telefónica hemos desarrollado un nuevo Plan Global de Negocio Responsable.



Elegimos nuestra estrategia local

En Perú, nos guiamos de 4 pilares estratégicos que motivan nuestra operación en el país:



1. Liderazgo móvil: el desafío es ir más allá del resto y continuar siendo líderes.



3. Experiencia cliente: se busca mejorar la gestión de calidad del servicio, sobre todo móvil, dándole el poder al cliente, respondiendo a sus necesidades y siendo más ágiles y cercanos.



4. La mejor red: se ofrece la mejor señal, bajo la optimización y transformación de las redes, desde su diseño, construcción y operación.



6. Simplificación: se busca una forma diferente de hacer las cosas, un cambio de pensamiento que impulsa, genera ahorros y eficiencias.



ELEGIMOS SER UN NEGOCIO RESPONSABLE

Nuestro Plan de Negocio Responsable

En 2016, Telefónica del Perú se alineó a una estrategia global con una visión local a través de una revisión de las prioridades del negocio con un enfoque de sostenibilidad. Analizando cada área, proceso, proyecto y actividad de la compañía, se identificó quiénes están marcando la pauta de la actuación responsable en las operaciones. El resultado de esta estrategia integrada es nuestro Plan de Negocio Responsable (PNR).

NUESTRO OBJETIVO

Actuamos con **integridad** y **confianza**, siendo líderes en **innovación** y apoyados en nuestro **talento**, poniendo siempre al **cliente** en el centro de todo lo que hacemos.

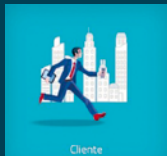


Las cuatro líneas estratégicas del PNR incluyen **44 iniciativas integradas** y que son transversales a la gestión de la empresa. En ellas, elegimos los siguientes objetivos:



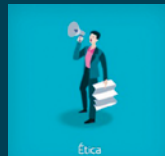
Poner al cliente en el centro

Buscamos mejorar los procesos y canales de **atención al cliente** a partir de mejoras en nuestros sistemas comerciales y en los centros de atención al cliente.



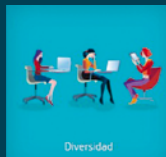
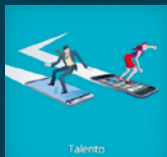
Actuar con integridad y confianza

Fomentar la **confianza** de nuestros clientes y nuestros grupos de interés, basados en nuestros principios de negocio responsable.



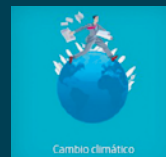
Impulsar y promover nuestro talento y su diversidad

Promover nuestro mejor **talento** impulsando su **desarrollo y bienestar**, ofreciendo igualdad de oportunidades y el mejor clima laboral.



Ser líderes en innovación y gestión ambiental

Ofrecer **productos y servicios innovadores** para contribuir con el desarrollo del país basados en el despliegue **responsable de red** y en una cultura corporativa de **eficiencia**.



Nuestros grupos de interés

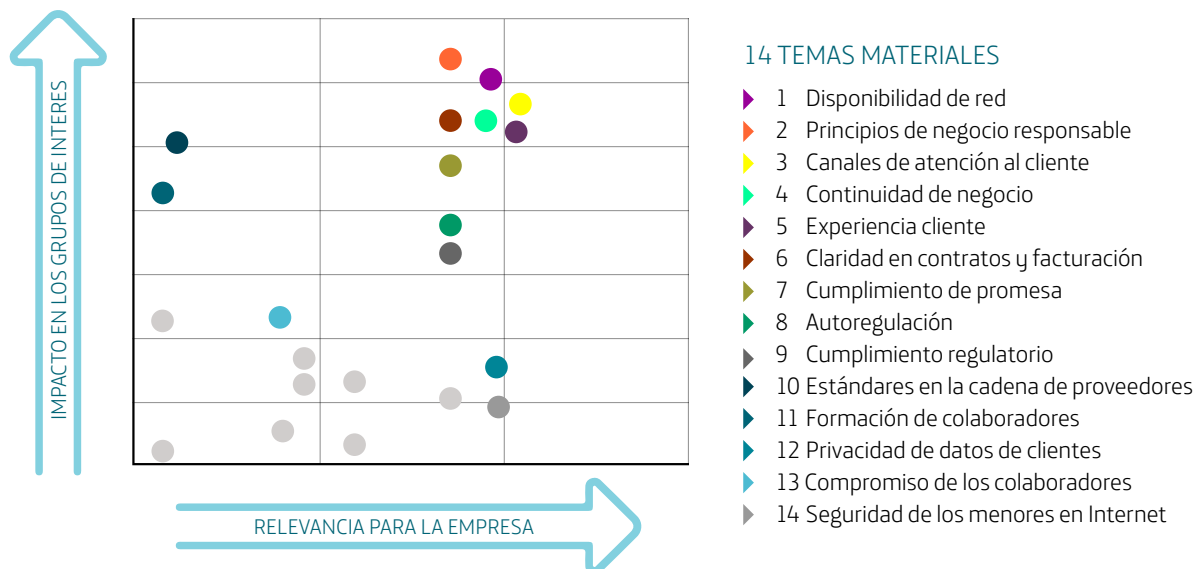
Utilizando diferentes herramientas y canales de comunicación, este año hemos desplegado acciones concretas para asegurar nuestra actuación con integridad y fomentar la confianza de nuestros clientes y nuestros grupos de interés.



PRIORIDADES EN NUESTRA GESTIÓN SOSTENIBLE 2016

A través del proceso de materialidad, Telefónica del Perú estableció sus prioridades estratégicas, a partir de la relación entre la relevancia de temas clave para su gestión y el impacto que dichos temas tienen sobre sus grupos de interés. Con ellos existe un relacionamiento muy frecuente, tanto en el ámbito comercial como institucional. Se priorizaron 14 asuntos relevantes en la sostenibilidad de la empresa.

TEMAS MATERIALES DE TELEFÓNICA DEL PERÚ 2016



Aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

A través de las soluciones digitales y la conectividad que brindan, ayudamos entre todos a construir un mundo mejor donde podamos tener las mismas oportunidades.

Las tecnologías tienen un rol esencial para acelerar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y Telefónica del Perú aporta en el cumplimiento de 7 objetivos y 15 metas de este esfuerzo impulsado por las Naciones Unidas.

Nuestra contribución en Perú al 2016:

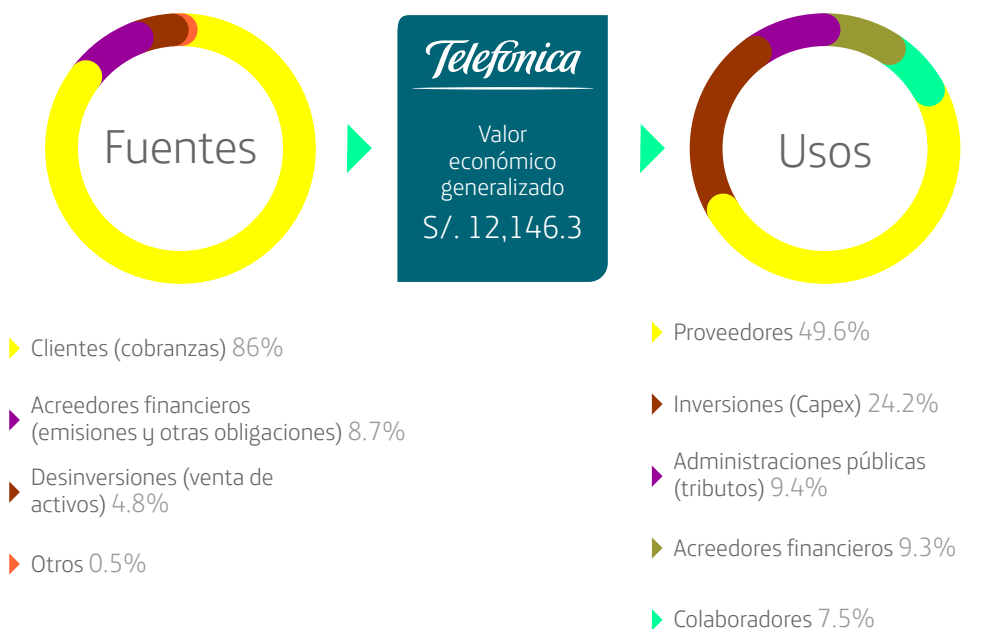




Motor de progreso

Somos aliados del país en su desarrollo para reducir brechas sociales y económicas. Apostando por productos y servicios innovadores, generamos valor a los diversos grupos de interés con los que interactuamos.

FLUJO DE CAJA



Fuente: Estados Financieros de Telefónica del Perú S.A.A. 2016 – Estado de Flujos de Efectivo

DINAMISMO EN LA BANDA ANCHA

Inversiones

Acompañamos el crecimiento del país con esfuerzos por lograr la inclusión digital de más peruanos a través del acceso a las tecnologías de la información.

Invertimos S/ 2,527 millones en 2016, impulsando en particular la adquisición de la licencia 4G LTE para brindar un servicio de mejor calidad a todos nuestros clientes.

Volumen de inversiones (En S/ millones)

	2015	2016
Actualización 2G + 3G	298	272
Expansión 4G LTE	206	223
Licencia 4G LTE	-	1,059
Datos e Internet	465	504
Red de telefonía local	135	157
Sistemas y desarrollos	183	177
Otros	267	136
Total	1,555	2,527

Fuente: Telefónica del Perú S.A.A.

AL RITMO DEL SECTOR TELECOMUNICACIONES**Ingresos**

Los resultados en nuestras líneas del negocio reflejan la mayor competencia en el sector de telecomunicaciones, y explican también el desarrollo por el lado de los servicios no tradicionales.

Las líneas de negocio con mayor crecimiento por ingresos fueron las de TV Pagada e Interconexión y circuitos, que registraron un crecimiento agregado de 25.7% respecto del año previo.

Ingresos de actividades ordinarias
 En S/. miles

	2015	2016
Telefonía móvil	3,801,777	3,463,783
Internet	1,437,675	1,389,487
Televisión pagada	945,944	1,081,254
Datos y tecnología de la información	686,574	733,651
Telefonía fija local	624,811	580,671
Telefonía pública y rural	238,800	174,260

Fuente: Estados financieros de Telefónica del Perú S.A.A. 2016

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS DE
TELEFÓNICA DEL PERÚ S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

Elegimos ser transparentes e informar nuestros principales indicadores financieros para generar valor a nuestros accionistas.

Resultados
 En S/. millones

	2015	2016
Ingresos	9,780	9,373
Utilidad Operativa (EBIT)	1,784	1,545
Gastos Financieros	-384	-158
Resultado Neto	-499	911

Balance
 En S/. millones

	2015	2016
Activos Totales	12,880	13,886
Deuda Financiera Total	1,739	1,840
Patrimonio Total	5,487	6,399

Flujo de caja
 En S/. millones

	2015	2016
Inversiones en Activos Fijos e intangibles	-1,808	-2,937
Flujo de Caja Libre FCF	787	-331

Rentabilidad

	2015	2016
EBITDA (en S/. millones)	3,142	2,881
Margen EBITDA	32.1%	30.7%

Cobertura

	2015	2016
EBITDA/Gastos Financieros	8.2	18.2

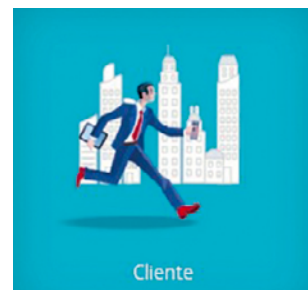
Estructura de capital y endeudamiento

	2015	2016
Deuda Financiera Neta/ EBITDA	0.3	0.4

Fuente: Estados financieros Telefónica del Perú S.A.A. y subsidiarias 2016.



Ponemos al cliente en el centro_



Para brindar a los clientes la mejor experiencia posible en los productos y servicios, se alineó la estrategia comercial con la de atención, identificando los generadores de satisfacción para establecer planes de acción de corto y mediano plazo.

CONECTIVIDAD EXCELENTE

Invertimos en el despliegue de red para brindar mayores velocidades y cobertura que los peruanos merecen. Contamos con infraestructura más eficiente e innovadora para que los clientes gocen de una mejor conectividad.

- **1ra** operadora en desplegar comercialmente la red 4G+ a nivel de Hispanoamérica.
- Incremento **x2** la velocidad de navegación en datos de sus clientes 4G.
- **1er** operador de red en desarrollar el modelo de Operador Móvil Virtual (OMV), para el servicio público móvil (voz, datos y SMS) en la modalidad de prepago.

- **5** localidades integradas a través de 353 Km de fibra óptica.
- **551** estaciones 4G AWS, 250 estaciones 4G 700 y 537 sitios 3G.

OFERTA INTEGRAL

Para fortalecer nuestro liderazgo móvil, en prepago y postpago se generaron atractivas ofertas comerciales en los distintos segmentos de clientes, en especial a clientes móviles a través del crecimiento de la oferta de datos.

- **"Prepago Nivel Todopoderoso"** (Combos CR5, CR10), ofrece al cliente redes sociales ilimitadas, combo de minutos, datos y SMS por un pago único de S/ 5 o S/ 10.
- **4G ilimitado** y **Fun Pack**, para el consumo de aplicaciones relacionadas a música, video y fútbol que son exclusivas de Movistar.

La principal iniciativa de digitalización extremo a extremo sigue siendo el proyecto +Simple, para mejorar la experiencia de los clientes sobre una base de procesos estandarizados y una oferta de productos simplificados en el mercado.



Fuente: Telefónica del Perú S.A.A.

MÁS DIGITALES

Vía los **canales online** (Mi Movistar y *515#) los clientes hacen consultas y transacciones sin tener que acudir a tiendas o llamar a un **call center**.

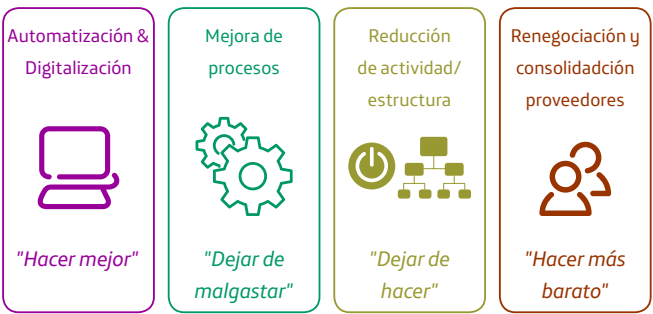
- **84%** descargas de la aplicación Mi Movistar con respecto a 2015.
- **41%** de consultas en Mi Movistar.
- Se simplificaron procesos internos y capturaron mayores eficiencias, para ser más simples y responder con rapidez al cliente.

EL PROYECTO WINGS

Busca obtener una reducción neta de costos de **13%** hacia 2017 con 271 iniciativas que giran alrededor de 4 ejes.

El proyecto está transformando la cultura, los procesos y la estructura de la compañía, orientándola a ser más eficiente y racional en la gestión de sus costes.

EJES DE ACCIÓN DEL PROYECTO WINGS



Fuente: Telefónica del Perú S.A.A.



Elegimos nuestros principios_



Basados en nuestros principios de negocio responsable, nos preocupamos por actuar con integridad tanto desde el frente interno como en nuestra cadena de suministro. Esto, con el afán de fomentar la confianza de nuestros clientes y nuestros grupos de interés.

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN Y NEGOCIO RESPONSABLE



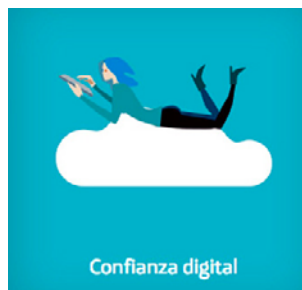
Uno de los principales mecanismos para monitorear el cumplimiento de los principios es el canal de denuncias, a través del cual los colaboradores pueden presentar, de forma anónima, cualquier duda, reclamo, queja o solicitud relacionada al código ético.

93% de colaboradores realizaron el programa formativo online, que asegura el conocimiento y aplicación de los Principios de Actuación.

A nivel corporativo y local se establecen normativas que son difundidas e implementadas para garantizar el comportamiento ético y transparente:

Política Corporativa de la Función de Cumplimiento	Norma Corporativa Conflictos de interés	Política Corporativa Anticorrupción
Promueve el fortalecimiento de los estándares de observancia de las normas de obligado cumplimiento y las mejores prácticas éticas y empresariales, y crea el área independiente de Cumplimiento, coordinada por un “ <i>Chief Compliance Officer</i> ”.	Regula el procedimiento a seguir ante un potencial conflicto de interés y establece los principios bajo los que debe actuar todo miembro de la empresa: lealtad, abstención, confidencialidad y transparencia.	Atiende al necesario cumplimiento de los requerimientos legales anticorrupción y el desarrollo del principio general de integridad. Además, establece que los consejeros y directivos de la Compañía deberán certificar anualmente el cumplimiento de lo establecido en esta Política.

Elegimos ser confiables_



CADENA DE SUMINISTRO

Promover una **actuación responsable con los proveedores** es parte de gestionar un negocio que da confianza a los clientes y grupos de interés.

- La gestión de la seguridad y salud de nuestras contratas es un asunto de alta importancia. Realizamos auditorías locales y evaluaciones rigurosas en estos temas.
- En nuestra Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro establece la actitud y los estándares que se esperan de los proveedores. Sobre estas directrices, realizamos evaluaciones y auditorías de nivel de riesgo de proveedores.

Cero fatalidades de contratistas por *2 años* consecutivos.

Se realizaron *22,000 evaluaciones* individuales y *144 auditorías* en seguridad y salud.

CONFIANZA DIGITAL

Defendemos una experiencia abierta y segura para todos en Internet. Buscamos garantizar siempre la privacidad de nuestros clientes y fomentar la transparencia para usar nuestros productos y servicios sin interrupciones y con tranquilidad.

Nos apoyamos en nuestro marco de seguridad, especialmente relevante para niños y adolescentes, otorgando al usuario el control de su vida digital.

- Para asegurar la **continuidad de negocio** tras una emergencia, los servicios de telecomunicaciones son permanentemente monitoreados por centros de gestión y equipos técnicos.
- En el portal Seguros en Internet, promovemos la denuncia de contenidos ilícitos o inapropiados para menores, como el grooming, sexting, ciberacoso, entre otros.

En agosto de 2016 el equipo de *comunicación móvil de emergencia* se desplegó en el distrito de Maca, Arequipa, para apoyar en las *labores de rescate y reconstrucción* en esa zona.

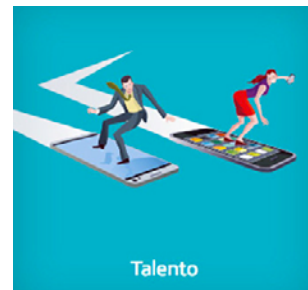
Al 2016, el portal registró *617 denuncias* que son revisadas y presentadas ante las autoridades competentes para su investigación.

Para denunciar contenido ilícito o inapropiado para menores de edad, ingresar a www.seguroseninternet.org.pe

Seguros
en internet



Elegimos promover nuestro talento_



Impulsamos su desarrollo y bienestar, ofreciendo igualdad de oportunidades y el mejor clima laboral.

Planes de desarrollo y evaluación impulsan el crecimiento de nuestros colaboradores y maximizan sus contribuciones a los resultados de la compañía.

- La herramienta **Success Factors** permite a los colaboradores auto gestionar sus actividades y hacer seguimiento a su performance, aprendizaje, reclutamiento e incentivos.
- Los planes de desarrollo impulsan el crecimiento y alinea los intereses de los mejores profesionales con las capacidades necesarias en la organización.
- El índice de compromiso de la empresa se mide con 3 dimensiones: “**Engagement**” (nivel de compromiso de los empleados), “**Enablement**”, (recursos con los que el empleado cuenta), y “**Energy**”, (nivel de satisfacción, energía y disposición que tienen los empleados para trabajar en la empresa).

98% de colaboradores fue evaluado a lo largo del año.

En 2016, se obtuvieron resultados positivos con niveles de *80%* en *Engagement*, de *76%* en *Enablement* y de *83%* en *Energy*.

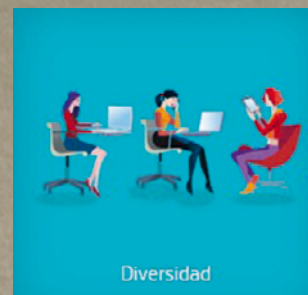
Se redujo la rotación de empleados de *15.35%* en 2015 a *5.28%* a fin de 2016.

Jump!

successfactors™
An SAP Company

Feel good
Persona

Decidimos ser un equipo con diversidad_



Telefónica apuesta por un equipo profesional, diverso y digital, al cual busca acompañar para que pueda alcanzar un bienestar personal y profesional que logre los objetivos que se propone.

- **5,686 colaboradores** trabajan para lograr el objetivo de proveer servicios de telecomunicaciones y brindar una vida digital.
- **33.8%** de la plantilla son mujeres.
- **76%** de los nuevos colaboradores de la empresa son **menores de 30 años**.
- **100%** de empleados se reincorporaron al trabajo luego de ejercer su derecho a baja por casos de maternidad o paternidad.

Nos preocupamos por la *calidad de vida de los trabajadores* a través de una cultura de seguridad y salud ocupacional.

Telefónica del Perú realiza inspecciones a lo largo de sus actividades y de acuerdo a los estándares internacionales, así verificando los peligros en sus procesos para garantizar la seguridad de sus trabajadores y con terceros.

- **100%** de las inspecciones, auditorías y matrices realizadas para reducir las tasas de accidentes, fatalidades, absentismo y días perdidos.
- **100%** de los trabajadores de la plantilla representados en un comité central.
- **7,195 horas de formación** en prevención de riesgos laborales.



Elegimos cuidar nuestro entorno con innovación.



Ofrecemos productos y servicios innovadores para contribuir con el desarrollo del país basados en el despliegue responsable de red y en una cultura corporativa de eco-eficiencia.

TIC para
inclusión
financiera

- Cajeros corresponsales
- Servicios financieros móviles
- Transferencias interbancarias en Línea

TIC para la
salud

- Gestión de Citas
- Saluspot
- Telesalud
- Teleradiología
- Hospital móvil
- HIS/HC

Conecta
RSE
para crecer

ConectaRSE para Crecer: En sus 6 ediciones, suma alrededor de **800 postulaciones**, recogidas desde 2011 de las **24 regiones** del país.

53 iniciativas premiadas con un total de US\$ 130,000 en productos y servicios que permitan potenciar las iniciativas TIC de zonas rurales.

Gastón Acurio
& Telefónica

Juntos para transformar

Telefónica

La alianza Gastón Acurio y Telefónica "**Juntos para Transformar**" durante 4 años impulsó y contribuyó con el desarrollo de la gastronomía peruana y basó su trabajo en cinco líneas estratégicas:

- Promoción del Perú a través de la gastronomía
- Promoción del emprendimiento
- Apoyo a productores y cadenas productivas
- Talento y educación internacional
- Jóvenes, diálogos e iniciativas

- **+ 1,200 escolares** desarrollaron habilidades y conocimientos para afrontar el problema ambiental con el **Proyecto TiNi El Edén**.
- A través de "**Ceviche con sentimiento**", "**Anticucho con corazón**" y "**Sabores de la Vida**" reconoció a emprendedores y fomentó la conservación de la cultura gastronómica peruana.
- Con el Programa de Becas "**Juntos para transformar**" se apoyó a **31 jóvenes** profesionales de gastronomía, por un monto valorizado en **S/ 373,683.00**.

KUNAN:

- En sus dos ediciones, Kunan identificó a más de **270 emprendimientos sociales** y entregó un total de **S/ 120,000** a las iniciativas ganadoras. Luego de un proceso de planeamiento estratégico e institucionalización, Kunan empieza una nueva etapa en donde busca consolidar el ecosistema de emprendimientos sociales, conectando a jóvenes emprendedores, personas y organizaciones, a través de una red de colaboración que los ayude a crecer y fortalezca el impacto de sus emprendimientos.





WAYRA:

- Cumplió cinco años de operaciones, donde recogió **+5,300 postulaciones** y seleccionó a **46 startups** para ser aceleradas.
- Desde 2011 hasta la fecha, logró una inversión **+US\$ 6 millones** apoyando y potenciando **startups**, logrando un portafolio valorizado en **+US\$ 40 millones**.
- En setiembre 2016 presentó **"Women's Age"**, una iniciativa global que busca promover, impulsar y fortalecer la participación femenina en el ecosistema de emprendimiento tecnológico.

OBRAS POR IMPUESTOS:

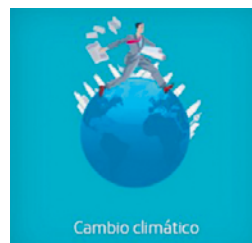
Desde 2008 a la fecha, Telefónica del Perú ha financiado proyectos de inversión pública por un valor de **S/ 37'087,328.95**.



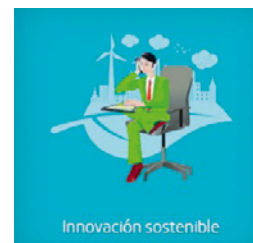
Gestión eco eficiente



Ecoeficiencia



Cambio climático



Innovación sostenible

Telefónica del Perú, en línea con el compromiso y promoción del cuidado del medio ambiente, cuenta con una gestión ecoeficiente de los recursos que son consumidos y generados.

La estrategia de Telefónica se basa en *tres pilares enfocados en mejorar la eficiencia energética en la red*, disminuir el consumo de combustibles y potenciar la energía renovable.

Nuestros 3 pilares:

- Mejorar la eficiencia energética en la red.
- Disminuir el consumo de combustibles fósiles en operaciones y en la flota de vehículos.
- Potenciar la autogeneración de energía renovable allí donde la electricidad es de difícil acceso.

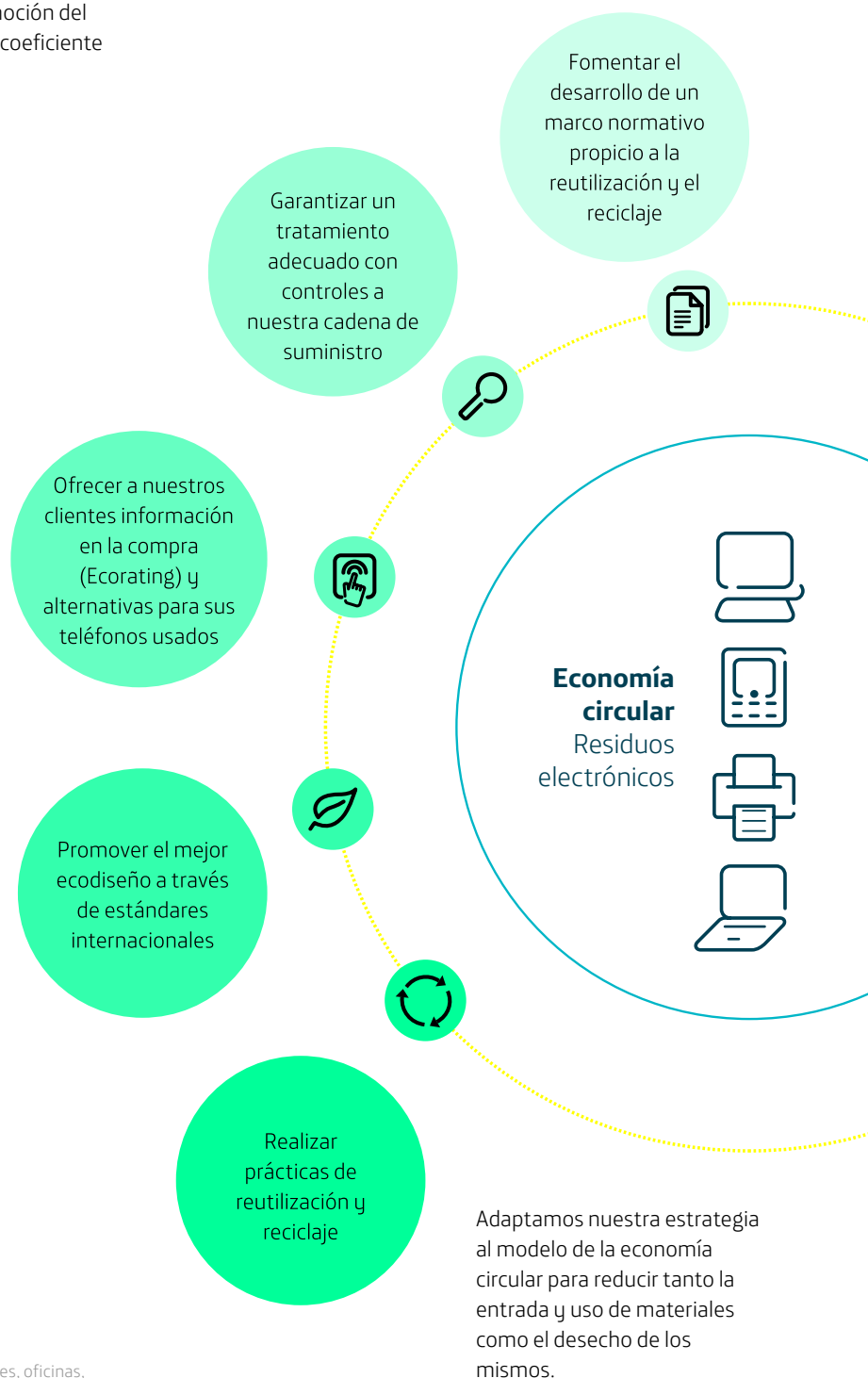
En 2016:

- Clientes con factura electrónica: **7,022,230**
- **Reducción del 5% de Kw-hr de consumo eléctrico** en la empresa
- **Reducción de 80,000 litros de combustible** en redes
- Gasto por gestión de residuos: **S/ 2,084,129.33**
- Residuos RAEE¹: **192 Toneladas**
- Residuos no-RAEE²: **802 Toneladas**

1. Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos incluye: operaciones, oficinas, teléfonos móviles de clientes, y clientes (excepto teléfonos móviles)

2. Incluye: papel y cartón, cables, tuberías y metales, baterías y fluorescentes.

Fuente: Telefónica del Perú S.A.A.



Fundación Telefónica en el Perú

Por más de 20 años, Fundación apuesta por un mundo digital solidario; su misión es mejorar las oportunidades de desarrollo de las personas a través de proyectos educativos, sociales y culturales, adaptados a los retos del mundo digital.

En 2016, Fundación continuó su enfoque en educación e innovación, donde se llegó a beneficiar a más de **95 mil niños y docentes** con los siguientes proyectos sobresalientes:

- **95 aulas móviles** entregadas en 2016 formaron a +3,200 docentes y beneficiaron **+74,100 niños y niñas** de diferentes instituciones educativas con acceso a Internet y recursos educativos.
- **Aulas Fundación Telefónica** en hospitales contribuyen con la recuperación y reincorporación de niños a la escuela. Se atendieron **+5,200 niños** y se formaron 50 docentes en 13 aulas de 11 hospitales.
- **Bus Fundación Telefónica** llevó contenidos educativos y recursos tecnológicos interactivos para enfrentar retos de matemáticas y comunicación. Se beneficiaron **+48,380 niños** y se formaron **+1,020 docentes**.
- **+ 28,000 niños y jóvenes** disfrutaron del **Oráculo MateMágico** en 2016, aprendiendo sobre magnitudes numéricas, cálculo mental, geometría y contenidos de comprensión matemática.
- **Rutas de formación docente** capacitó a **+4,180 docentes** y tuvieron impacto en **+100,530 estudiantes**, potenciando las habilidades de los docentes con competencias del Siglo XXI.
- **Espacio Fundación Telefónica** fomentó la comprensión del arte contemporáneo mediante la investigación y el debate, con la finalidad de promover y acercar el arte y la cultura digital a la sociedad:
- **3 exposiciones** principales, **2 festivales** y **+450 actividades** de ingreso libre, con una gran acogida e impacto en los más de **50 mil asistentes**.

VOLUNTARIADO

- Conformamos actualmente una de las redes de voluntariado corporativo más grandes del país, con una participación de **+ 2,700 colaboradores** activos realizando **+ 175 actividades** de voluntariado en el año.



ELEGIMOS SER UN NEGOCIO RESPONSABLE

Nuestros Reconocimientos 2016



Distintivo Empresa Socialmente Responsable (DESR) 2015

Reconocimiento otorgado por Perú 2021 y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), a las empresas que han asumido una cultura de competitividad sostenible y responsable.



Cámara de Comercio de Lima (CCL):

- (i) Primer lugar categoría proveedores de Internet.
- (ii) Primer lugar categoría proveedores de TV por Cable.



Premios Effie a Movistar

Effie de Bronce en la categoría Promoción de servicios por junto a Y&R, Wunderman Phantasia y Forward Media, por la campaña "Promoción Star Wars de Movistar".



Disney Magic Awards a Movistar

"Mejor Campaña Conjunta", por la campaña "Promoción Star Wars de Movistar". Lo otorga la empresa Magic Marketing Licensing & Consulting – Marketing Representative Disney Consumer Products.



Creatividad Empresarial

El proyecto "Aula Móvil" Fundación Telefónica fue reconocido por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) en la categoría Educación.



Premio Latinoamérica Verde 2016

Dos proyectos incluidos dentro de los 500 mejores proyectos sociales y ambientales de América Latina:

- i. Sistemas Generación Híbrido Baterías-Diésel e Redes de Transporte y Comunicaciones.
- ii. Aprovechamiento de temperatura de aire exterior para estaciones celulares.



Workshop de Eficiencia Energética y Cambio Climático del Grupo Telefónica

"Recibo Digital" es reconocido como el mejor proyecto del año 2016 y es considerado también como Best Practice de la Región a nivel Latam del Grupo Telefónica.



Ojo de Iberoamérica

"Una llamada contra el trabajo infantil" de Fundación Telefónica recibe el Premio de Bronce en el Festival de Publicidad, como el más importante de la región, junto a la agencia Wunderman.



Marca Empleadora 2016

Mejor empresa empleadora en la categoría de Telecomunicaciones, reconocimiento otorgado por Laborum y APOYO Comunicación.

Telefónica

Elige todo