



Informe Anual
de Responsabilidad Corporativa
Telefónica México

2008



Premios y distinciones 2008

Lugar para trabajar, calidad, medio ambiente...
Telefónica recibió reconocimientos en diversos rubros de su gestión empresarial y social.

Premios

- **Las mejores empresas para trabajar en México en TI & TELECOM* 2008** (* Tecnología de la Información y Telecomunicaciones)
Great Place to Work Institute
Telefónica fue incluida dentro de las 15 mejores en el *ranking* de la lista sectorial.
- **Las mejores empresas para trabajar en México**
Great Place to Work Institute
Luego de evaluar los factores de desarrollo, imparcialidad, reconocimiento, equilibrio entre vida laboral - personal y valores, la compañía se colocó en la posición 25 del *ranking*; Atento México se situó en la 62.
- **Súper Empresas, los lugares donde todos quieren trabajar**
The Top Companies
Posición 19 para Atento México, con los puntajes más altos la Organización Temporal del Trabajo y el Crecimiento.
- **Distintivo "H"**
Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud
Re- certificación en el comedor de empleados por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004.
- **Effie Oro, categoría de Telecomunicaciones**
Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP)
En la edición 2008 de los Effie Awards, Telefónica fue premiada por la campaña de publicidad "Duendes movistar – pagámenos", al aire en 2007.
- **Certificación ISO 14001: 2000**
Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)
Re-certificación del Sistema de Gestión Ambiental de Telefónica, siendo la única empresa de telecomunicaciones en el país que cuenta con ella.
- **Certificación ISO 9001: 2000**
Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)
Re-certificación del Sistema de Gestión de la Calidad de Telefónica, basado en el compromiso permanente en la excelencia en el servicio y la atención a los clientes.
- **Empresa Socialmente Responsable 2008**
Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
Como reconocimiento a la gestión de las empresas en los ejes de: calidad de vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y preservación del medio ambiente. Por quinta ocasión consecutiva la compañía fue galardonada con este distintivo; Atento México y Centroamérica lo recibió por segunda vez.
Además, Atento México y Centroamérica obtuvo el reconocimiento de Mejor Práctica Latinoamericana, por Atento *Rally*.
- **Premio Latinoamericano a la Responsabilidad Social Empresarial de Empresas 2008**
Foro Ecuménico Social de Argentina
Valora la política integral de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en sus dimensiones institucional, económica, medioambiental y social.





Índice:

Premios y distinciones 2008

04 Carta del Presidente Mundial de Telefónica

05 Carta de José María Álvarez-Pallete y Francisco Gil Díaz

06 Motor de Progreso Mundial

08 Telefónica en México

10 Hitos 2008

12 Programa Ahora

13 Estrategia

14 Excelencia en el negocio

Satisfacción de clientes 14
Calidad y "Experiencia cliente" 15
Atención al cliente 16
Empleados 18
Índice de satisfacción 19
Propuesta de valor 20

1

22 Gestión íntegra y transparente

Principios de Actuación 22
Compras responsables 24
Medio ambiente y cambio climático 26
Competencia 30
Uso responsable de las TIC's 31

2

34 Contribución al progreso

Inclusión digital 34

3

36 Acción social y cultural

Inversión en la comunidad 36

4

40 Comunicar y dialogar

Diálogo 40
Informes 41

5

42 Indicadores claves RC

44 Retos 2009

46 Verificación independiente

Carta del Presidente



Querid@ amig@,

El ejercicio 2008 ha sido para Telefónica un buen año en términos de RC por varios motivos. En primer lugar, porque para 2011 nos hemos marcado como meta incorporar la sostenibilidad del negocio en nuestras líneas estratégicas, con el fin de incorporar el compromiso con la sociedad al core business de la Compañía y, en consecuencia, de vincular definitivamente el comportamiento responsable con la gestión y la cuenta de resultados.

Esa vinculación nos está permitiendo cada año tener un mismo modelo global que aplica de manera cada día más uniforme en todo el teatro de operaciones de una compañía como Telefónica que está presente en 25 países, que cuenta con cerca de 260 millones de clientes, con más de 257.000 profesionales, y que durante el ejercicio de 2008 invirtió 8.400 millones euros en infraestructuras y otros 4.614 millones adicionales en I+D+i. Además, vincular la Responsabilidad Corporativa al negocio nos ha permitido en 2008 incrementar el índice de satisfacción de nuestros clientes, que, en media, se ha situado en 6,92, o mejorar el índice de clima y compromiso laboral de nuestros empleados, que se sitúa en una media del 69%.

En segundo lugar, 2008 ha sido un buen año en términos de RC porque hemos avanzado significativamente en la puesta en marcha de sistemas y procesos internos que afianzan la integridad de nuestra gestión a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa del Consejo de Administración de Telefónica S.A. Los más de 60.000 profesionales formados en nuestros Principios de Actuación o la firma de la declaración "Derechos Humanos: una llamada a la Acción", promovida por el Global Compact de Naciones Unidas;... son buenos ejemplos de cómo Telefónica avanza progresivamente en medidas para afianzar la integridad en nuestra gestión. Así nos lo han reconocido un año más renovando nuestra presencia en los dos índices de inversión socialmente responsable más relevantes del mundo: Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y FTSE4Good.

Adicionalmente, 2008 ha sido un año en el que hemos hecho un énfasis extraordinario en poner en valor el impacto positivo de nuestros productos, servicios y soluciones en la sociedad. Así, Telefónica invirtió más de 370 millones de euros para reducir la brecha digital: 275 millones se destinaron a los Fondos de Servicio Universal; cerca de 15 millones a actividades de formación en las Tecnologías de la Información y las

Comunicaciones; y más de 80 millones en proyectos para reducir la brecha económica y geográfica.

En cuarto lugar, el ejercicio de 2008 ha significado la ratificación del compromiso de Telefónica con los programas de acción social y cultural. Conforme al modelo de medición LBG, en 2008 la Compañía invirtió cerca de 115 millones de euros en estos programas. Entre ellos, quiero destacar especialmente Proniño, de Fundación Telefónica, que, por tercer año consecutivo, ha conseguido duplicar el número de niños escolarizados para contribuir a la lucha contra el trabajo infantil: hoy más de 107.000 niños y niñas pueden ver un futuro mejor gracias al trabajo conjunto de Fundación Telefónica y más de 100 ONG's que operan en América Latina.

Para terminar, considero que 2008 ha sido un buen ejercicio en materia de RC porque hemos ido mejorando el modelo de reporte y comunicación sobre nuestros logros. Este informe de RC forma parte de los 17 informes que ya editamos en los países donde estamos presentes, haciendo real la estrategia de que la RC tiene un doble componente: global (tal y como impulsan las iniciativas multilaterales de Naciones Unidas, GRI o los índices del tipo DJSI) y local (respondiendo así a las demandas de los grupos de interés de cada país). Un ejercicio más, también, quisiera dejar constancia del compromiso firme que Telefónica tiene con el Global Compact de Naciones Unidas, así como con el cumplimiento de sus principios.

Confío que la lectura de este Informe sea de su interés. Creemos que avanzamos cada año. Y ese avance es, en gran medida, gracias a quien, como usted, confía en nosotros y nos impulsa cada día a hacer las cosas mejor. Reciba mi más sincero agradecimiento.

César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.



Francisco Gil Díaz

En Telefónica unimos a millones de personas, conectamos al mundo. Eso es lo que hacemos, lo que sabemos hacer y lo que, día con día, nos esforzamos por hacer mejor. De ahí se desprende una profunda responsabilidad social.

Este es nuestro tercer informe de responsabilidad corporativa. En él vertimos nuestras actividades. Se elaboró de acuerdo a las directrices de Global Reporting Initiative (GRI) y del estándar AA1000-AS. El resultado es que consolidamos nuestro crecimiento durante 2008 al dar un salto que nos ubica como una de las compañías más importantes en el sector de las telecomunicaciones de México.

Actuamos en un mercado complejo y difícil, no obstante, nuestro modelo de negocio ha mostrado su eficacia para potenciar el crecimiento sostenido de la empresa. Nuestro objetivo, que busca unir cada vez a más personas con la más alta tecnología nos permitió llegar a 15.5 millones de usuarios en 2008, con una cobertura de red que alcanza a 80 mil 500 poblaciones y que recorre 71 mil kilómetros carreteros.

Se trata de resultados alentadores que aportan una plataforma de despegue más elevada y desafiante para 2009 y los años por venir. Nuestro personal, nuestros productos,



José María Álvarez-Pallete

ofertas y promociones son, con atención de calidad a los clientes, las herramientas de Telefónica.

Desde su arribo a México Telefónica ha mostrado que su característica es marcar la diferencia. Lo hemos hecho gracias a productos innovadores y a nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades de cada usuario.

Hoy contamos con las tarifas y servicios más competitivos del mercado y ofrecemos los productos más innovadores. Telefónica contribuye así a cumplir con su compromiso social al fomentar bajas en los costos y mejoras en la productividad de la economía. La tecnología no es por su puesto un fin en sí misma, sino un medio para mejorar la vida de las personas.

Nuestro desempeño responde cabalmente a lo señalado en los Principios de Actuación del Grupo. Guiados por tales principios pusimos en marcha acciones de mejora que se adaptaron a las particularidades de cada línea de negocio y realizamos un diagnóstico previo, tanto de los aspectos de riesgo como de las expectativas de los grupos de interés. Así, hemos asumido un compromiso en favor de una gestión responsable con estándares de calidad hacia los clientes y al interior de la empresa.

José María Álvarez-Pallete,
Presidente de Telefónica Latinoamérica

Destaca lo realizado para crear un fuerte vínculo entre la empresa y la sociedad; las acciones para conservar y mejorar el medio ambiente; los programas Proniño, EducaRed y Generaciones Interactivas que sirven para cumplir nuestros objetivos educativos para la niñez. También apoyamos diversos programas sociales gubernamentales.

De igual forma, y de acuerdo con lo señalado por el Programa AHORA para Latinoamérica, que engloba iniciativas regionales, enfocamos acciones para generar valor a partir de nuestra relación con clientes, empleados, sociedad y accionistas.

Buscamos evocar en la comunidad, cercanía y modernidad. Ser una empresa confiable en la que el consumidor encuentra soluciones útiles que, poniendo a su alcance la tecnología más innovadora, generen valor agregado.

Queda un largo camino por recorrer. Atender todas las necesidades de comunicación de una sociedad dinámica y cambiante, que aún registra objetivamente importantes rezagos en materia de cobertura y calidad de las telecomunicaciones, requiere de esfuerzos adicionales y de renovar nuestro compromiso de responsabilidad corporativa.

Con tus acciones para el cumplimiento de este compromiso llegaremos hasta donde nadie lo imaginaba. El secreto es mantenernos conectados, porque conectados siempre podemos mucho más.

Francisco Gil Díaz,
Presidente Ejecutivo de Telefónica México y Centroamérica

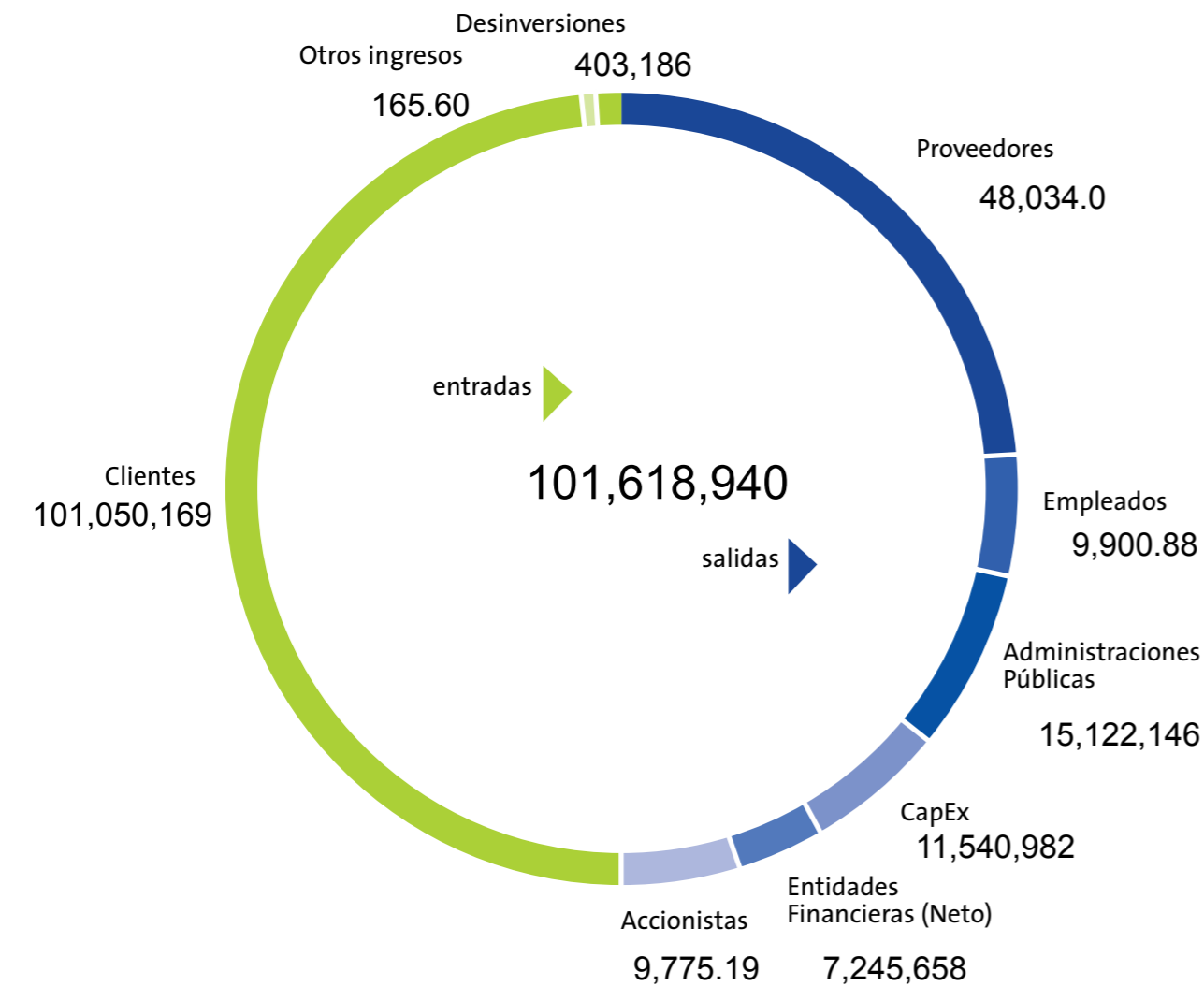
Motor de progreso mundial

En 2008, la Compañía creó riqueza por valor de 101,618 millones de dólares

Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social de los países en los que opera¹

En 2008, Telefónica ingresó más de 101 mil millones de dólares de sus clientes, lo que permitió generar pagos por 9 mil 900 millones de dólares a sus empleados (5% más que en 2007); por 15 mil 122 millones de dólares a administraciones públicas (4% más que en 2007); por 48 mil 34 millones de dólares a sus proveedores (2% más que en 2007); y por 9 mil 775 millones a sus accionistas (22% más que en 2007). Éste, fue el efecto de creación de riqueza.

Adicionalmente en 2008, la Compañía dedicó más de 6 mil 730 millones de dólares a innovación tecnológica, logrando un crecimiento del 6% respecto a 2007. De esta inversión, 977 millones de dólares se destinaron a I+D, lo que ubicó a Telefónica como el sexto operador mundial por este concepto, primero en España, con una inversión cuatro veces superior a la segunda del ranking.



¹ Datos en millones de dólares.

Nota: Esta información fue calculada con criterio de pagos, mientras que la información de la página siguiente se expone con criterio de devengo contratado. La información publicada en esta página se obtuvo de fuentes internas de la evolución de caja del Grupo Telefónica, y contrastada por el verificador del informe de RC. Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

Contribución al progreso

	Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes
España	Ingresos: 30,640 Pagos: 11,650, 3,369, 3,930, 4,396	1,8%	Empleados: 52,576 Proveedores adjudicatarios: 4,212 (88,0%) Total Accesos: 47,350
Marruecos	Ingresos: 98 Pagos: 363, 1, 6, 18	0,1%	Empleados: 2,096 Proveedores adjudicatarios: 341 (73,0%) Total Accesos: 7,434
Alemania	Ingresos: 5,210 Pagos: 2,420, 1,352, 68,306, 514	0,1%	Empleados: 4,805 Proveedores adjudicatarios: 1,527 (94,2%) Total Accesos: 15,542
Irlanda	Ingresos: 1,359 Pagos: 395, 120, 164, 133	0,5%	Empleados: 1,538 Proveedores adjudicatarios: 672 (80,2%) Total Accesos: 1,728
República Checa + Eslovaquia	Ingresos: 3,739 Pagos: 676, 429, 711, 421	1,7%	Empleados: 9,563 Proveedores adjudicatarios: 394 (72,9%) Total Accesos: 8,609
Reino Unido	Ingresos: 10,544 Pagos: 4,745, 1,260, 11,763, 919	0,4%	Empleados: 13,133 Proveedores adjudicatarios: 7,487 (55,3%) Total Accesos: 19,811
Argentina	Ingresos: 3,843 Pagos: 1,511, 554, 824, 597	1,1%	Empleados: 21,550 Proveedores adjudicatarios: 1,510 (94,1%) Total Accesos: 20,727
Brasil	Ingresos: 13,360 Pagos: 7,716, 2,418, 5,350, 1,441	0,8%	Empleados: 82,288 Proveedores adjudicatarios: 3,541 (98,5%) Total Accesos: 60,739
Chile	Ingresos: 2,841 Pagos: 1,476, 661, 323, 358	1,6%	Empleados: 13,712 Proveedores adjudicatarios: 1,838 (90,2%) Total Accesos: 10,014
Colombia	Ingresos: 2,189 Pagos: 1,255, 623, 429, 200	0,9%	Empleados: 6,108 Proveedores adjudicatarios: 1,155 (86,1%) Total Accesos: 12,803
Ecuador	Ingresos: 449 Pagos: 275, 195, 93, 38	0,8%	Empleados: 1,083 Proveedores adjudicatarios: 430 (80,2%) Total Accesos: 3,212
EEUU + Puerto Rico	Ingresos: 151 Pagos: 56, 9, 3, 45	0,0%	Empleados: 810 Proveedores adjudicatarios: 245 (71,8%) Total Accesos: n.a.
El Salvador	Ingresos: 176 Pagos: 98, 29, 22, 22	0,8%	Empleados: 398 Proveedores adjudicatarios: 447 (73,8%) Total Accesos: 1,202
Guatemala	Ingresos: 260 Pagos: 162, 59, 32, 38	0,7%	Empleados: 4,572 Proveedores adjudicatarios: 547 (81,0%) Total Accesos: 2,433
México	Ingresos: 2,598 Pagos: 1,359, 518, 54, 263	0,2%	Empleados: 17,768 Proveedores adjudicatarios: 1,153 (92,1%) Total Accesos: 15,464
Nicaragua	Ingresos: 123 Pagos: 75, 40, 29, 9	1,9%	Empleados: 313 Proveedores adjudicatarios: 362 (69,6%) Total Accesos: 1,006
Panamá	Ingresos: 275 Pagos: 108, 57, 48, 20	1,2%	Empleados: 495 Proveedores adjudicatarios: 487 (79,1%) Total Accesos: 1,517
Perú	Ingresos: 2,363 Pagos: 1,568, 429, 549, 315	1,8%	Empleados: 15,213 Proveedores adjudicatarios: 2,083 (87,4%) Total Accesos: 14,983
Uruguay	Ingresos: 236 Pagos: 206, 34, 4, 13	0,8%	Empleados: 615 Proveedores adjudicatarios: 654 (72,8%) Total Accesos: 1,421
Venezuela	Ingresos: 4,124 Pagos: 1,813, 454, 1,050, 243	1,2%	Empleados: 8,089 Proveedores adjudicatarios: 1,125 (89,0%) Total Accesos: 11,905

• Datos económicos en millones de dólares (ingresos, gastos de personal, pago de impuestos, compras e inversiones -CapEx) tipo de cambio promedio dólar/euro (ene-dic'08): 1.463
 • Cifra de ingresos: cifra de ingresos consolidados correspondientes a todas las unidades de negocio de Telefónica en el país.
 • Ingresos TEF / PIB: ratio entre los ingresos de Telefónica (aportación del país al consolidado de ingresos del Grupo Telefónica) y el PIB estimado para el país (Fuente FMI).
 • Cifras de CapEx en dólares.
 • Empleados: empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física al 31 de diciembre de 2008).
 • Proveedores: número de proveedores que fueron adjudicados en el país en 2008. El % de proveedores locales representa el % de adjudicaciones realizadas a proveedores domiciliados en el país sobre el total de volumen adjudicado en el país.
 • Accesos: equivale al número de accesos fijos + móviles + banda ancha + TV de paga (unidad en miles).

Crecimiento rentable, sostenible y responsable

Grupo Telefónica suma ya siete años de actividad en México y desde entonces se caracteriza por ser una compañía que contribuye al crecimiento y desarrollo económico del país.

Sólo en 2008 proporcionó más de 17 mil empleos directos, adjudicó el 96% del volumen de compras a proveedores locales, así como también contribuyó con el 0.2% al Producto Interno Bruto del país y las inversiones en la compra de activos para el desarrollo de la operación aumentaron 53.91%, con respecto al pasado año.

La red alcanzó las 80 mil 500 poblaciones y 71 mil kilómetros carreteros. Con la recertificación del ISO 9001, se avaló el Sistema de Gestión de Calidad, así como la puntuación de 9 sobre 10 en el Índice de Satisfacción de Clientes.

Con la llegada de Telefónica a México, además de generarse mayor competencia en el sector de las telecomunicaciones, gradualmente se han ofrecido diferentes beneficios al país. Las tarifas de telefonía móvil (de 2003 a 2008) han disminuido¹ 49% y la penetración en este rubro aumentó 41 puntos porcentuales, es decir, los servicios se hicieron más accesibles.

Otro referente es Fundación Telefónica, que en 2008 realizó más de 200 proyectos de acción social para ayudar a 71 mil 801 personas; y con el programa Proniño, que tiene como objetivo contribuir a la erradicación de la explotación infantil, se apoyó a más de 13 mil niños, se entregaron 2 mil 209 becas y se instalaron 10 Aulas Fundación Telefónica.

Por otro lado, con la recertificación en ISO 14001, también se acreditó el Sistema de Gestión Ambiental, a través del cual fue posible reciclar 11 mil 600 celulares y confinar 12 mil 50 baterías.

La operación de Telefónica México como integradora de servicios y soluciones de comunicación, se realiza de forma socialmente responsable; aumentar el número de clientes va acompañado del incremento en su índice de satisfacción y en el de los empleados (de 78% a 84% en un año), así como en el crecimiento de las personas beneficiadas por la acción social y ambiental.

Telefónica mejora y amplía sus servicios a diario y trabaja en el constante desarrollo de acciones de responsabilidad social. El objetivo es servir a la sociedad mexicana, responder a sus necesidades personales y profesionales, ofrecer tarifas competentes, aumentar la calidad de productos y servicios y contribuir al progreso de las comunidades.

En conjunto, estas acciones permiten que sea identificada como una empresa socialmente responsable, como un buen ciudadano corporativo que desea seguir invirtiendo en el país para continuar generando empleo, competencia y progreso.

Por tanto, la compañía la integran:

Movistar: la marca comercial que ofrece soluciones de movilidad en voz y datos. Actualmente está posicionada como la segunda operadora de telefonía móvil en el país.

Atento: la primera operadora mexicana integrada para ofrecer servicios de atención telefónica.

Terra: proporciona acceso y contenidos en Internet; es el segundo portal en el país con información financiera en tiempo real y enfocado a empresas.

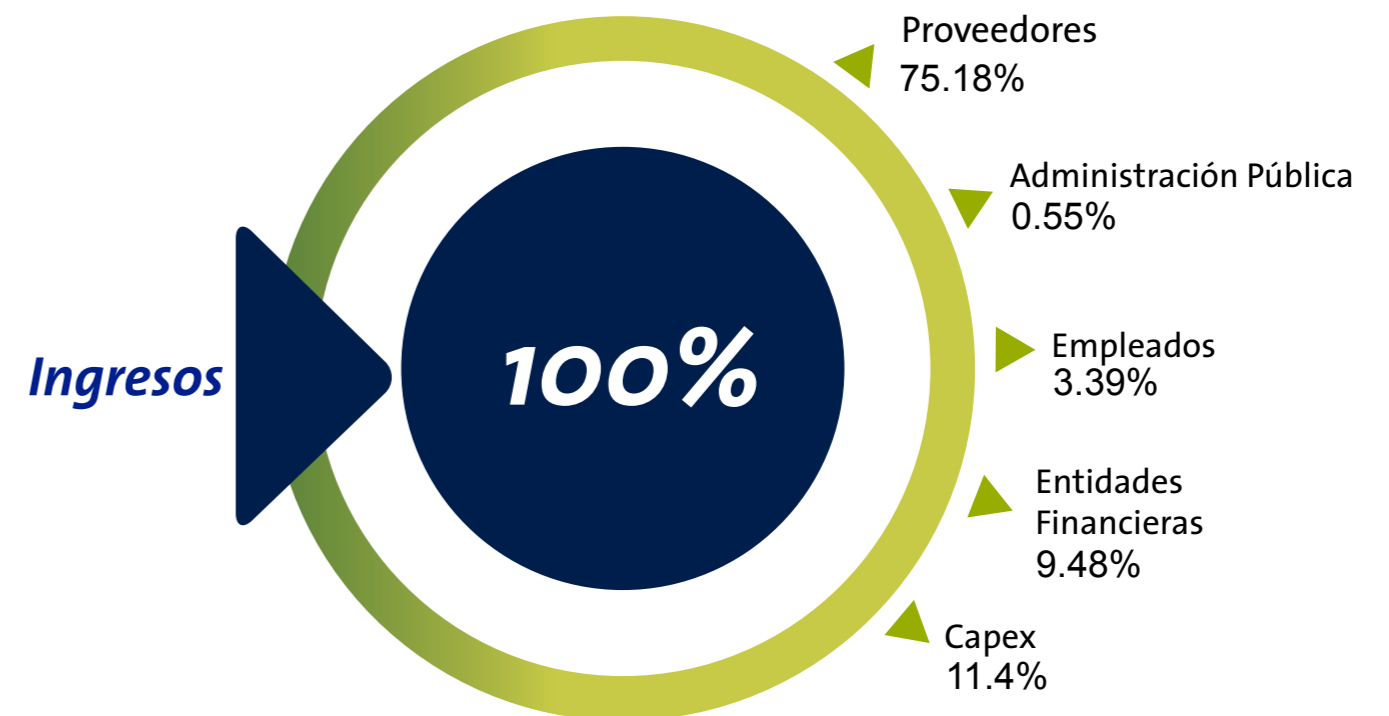
Fundación Telefónica: a través de cinco programas (Proniño, EducaRed, Debate y Conocimiento, Voluntarios y Arte y Tecnología) articula la acción social de la compañía, con el objetivo de contribuir a la construcción del futuro de las regiones donde opera.



¹ Precio promedio por minuto. Datos de Global Wireless Matrix de Merrill Lynch y COFETEL.

Distribución de ingresos 2008

México



Notas:
 Porcentajes obtenidos de los Estados Financieros 2008 reportados bajo las Normas Mexicanas de Contabilidad y auditados por Ernst & Young.
 Proveedores: Proveedores adjudicados en el país en 2008.
 Administración Pública: Impuesto a la Renta (IR) y otros tributos.
 Empleados: Empleos directos en el país (según plantilla física al 31 de diciembre de 2008).
 Entidades Financieras:
 Capex (Capital Expenditure): Inversiones de capital

Hitos 2008

Para la estrategia de RC 2.0 Telefónica estableció objetivos en las áreas de gestión

Resultado de la gestión del Grupo Telefónica en Responsabilidad Corporativa en 2008

Telefónica presentó de forma transparente el nivel de cumplimiento de los objetivos trazados para 2008.

Se registró un progreso significativo de algunas áreas y algunas otras demandan mayor trabajo. Con estos resultados se determinaron los objetivos del siguiente año.

Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación

Diálogos con los grupos de interés: efectuar el panel de diálogo alrededor del Informe de Responsabilidad Corporativa.	Difusión a los grupos de interés del Informe de Responsabilidad Corporativa México 2008, como primera etapa de rendición de cuentas y transparencia. No se aplicó la metodología de diálogo para la retroalimentación.	20%
Principios de Actuación: fortalecer la comunicación para que los Principios de Actuación se extendieran a todos los colaboradores de Telefónica México.	Se realizaron acciones de comunicación en medios electrónicos, comunicados internos y cursos de inducción para informar sobre los Principios de Actuación, así como de la importancia y obligatoriedad de realizar los cursos de formación correspondientes.	100%
RepTrak: aumentar la puntuación del eje de ciudadanía en el índice de reputación.	Resultado de las iniciativas de la compañía y de Fundación Telefónica, se obtuvo un asenso de 0.9 puntos.	100%
Certificación: obtener el distintivo de Empresa Socialmente Responsable 2008 otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)	Por sexto año consecutivo, Telefónica fue acreditada como una empresa que asume voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable, como parte de su cultura y estrategia de negocio.	100%
Transparencia: realizar el segundo Informe de Responsabilidad Corporativa auditado, de acuerdo a las normas de Global Reporting Initiative (GRI) y AA1000	El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa México 2008 se publicó con verificación independiente, de acuerdo a metodologías internacionales de sostenibilidad. Se obtuvo la calificación máxima: A+.	100%

Medio Ambiente

Reciclaje: ampliar el programa de reciclaje de teléfonos móviles y confinamiento de baterías, aumentando el número de buzones de recolección en los Centros de Atención a Clientes (de 54 a 84). Hacer una alianza con Nokia y tener participación en escuelas y universidades.	Se instalaron 82 buzones en Centros de Atención a Clientes, escuelas y universidades; fueron recolectados y reciclados 23 mil 650 celulares y baterías. En abril de 2008, en alianza con Nokia, se lanzó nuevamente la campaña de recolección de celulares y baterías.	100%
Gestión de residuos: mejorar el sistema de gestión de residuos a través de la implantación de controles en la plataforma existente de OT (sistema de órdenes de trabajo).	Se desarrolló una nueva aplicación para captura de cada trabajo de mantenimiento en aquellas estaciones base que generaban residuos peligrosos. La gestión se monitorea y verifica a través de auditorías internas	100%
Papel reciclado: utilizar papel reciclado en las impresoras de Torre Telefónica.	El papel para impresión que se empleó (compra y suministro) fue ecológico, contenía un mínimo de 50% de material reciclado y fibras naturales con un proceso de blanqueado libre de cloro.	100%
Recertificación: recertificación de la norma ambiental ISO 14001 y resolución de las no conformidades que surjan en el proceso.	Telefónica obtuvo la carta de renovación para el certificado de ISO 14001, como resultado de la solución de no conformidades. Este refrendo fue otorgado por la Asociación Española de Normalización y Certificación.	100%
Preservación de la naturaleza: dar soporte al proyecto Pronatura Yucatán, dedicado a la conservación de especies de felinos, ofreciendo talleres de educación ambiental y donando equipo de monitoreo y vigilancia.	Para proteger la naturaleza mexicana, se apoyó a Pronatura Yucatán con la impartición de talleres ambientales a la comunidad y con capacitación sobre biodiversidad a personal de vigilancia de la reserva.	100%
Apoyo a programas medioambientales: - Fondo El Triunfo, dedicado a la conservación del Hábitat del Quetzal y Pavón: otorgar becas a guardabosques y ofrecer talleres sobre educación ambiental. - Pronatura Noreste: refugio para aves acuáticas de Cuatrociénegas; apoyo en el pago para derechos de uso de agua y producción de la señalización de senderos.	Telefónica mantuvo el apoyo de proyectos de largo plazo: - Invirtió recursos para asegurar la vigilancia de la reserva y proteger a las aves mencionadas. - Ofreció cinco talleres de capacitación a prestadores de servicios turísticos e instancias gubernamentales, sobre la conservación y manejo sustentable del agua, a fin de proteger los humedales. Además hizo mejoras en el Rancho Pozas Azules para incrementar la presencia de aves migratorias.	100%

Cumplimiento

20%

100%

100%

100%

100%

Cumplimiento

100%

100%

100%

100%

100%

100%

Cientes

Disminuir procesos: reducir los procesos y procedimientos de más de 400 a 90 aproximadamente, con la finalidad de incrementar la eficiencia operativa.

Telefónica accesible: reforzar nuestro compromiso con las personas de capacidades diferentes, comunicando los servicios especiales diseñados específicamente para ellos.

Control parental: reafirmar nuestro compromiso con la infancia, a través de una oferta de servicios de control parental, que limite el uso inadecuado del teléfono móvil a los niños.

Protección a la infancia: difundir recomendaciones, particularmente a los niños, sobre el uso responsable de los teléfonos móviles.

Inclusión digital: aumentar la cobertura geográfica de telefonía fija.

Servicios de banda ancha: responder a las necesidades de las autoridades públicas e iniciar la oferta de servicios de banda ancha en los lugares donde contemos con telefonía fija.

Servicios para emergencias: fortalecer nuestros servicios de asistencia para diferentes tipos de necesidades médicas o similares, para posibilitar la comunicación de clientes que queden sin saldo, o bien apoyar a aquellos que se encuentren en situaciones de emergencia y contingencias climáticas.

Empleados

Satisfacción de empleados: mejorar en dos puntos el índice de satisfacción de empleados.

Calidad de vida: lanzar el proyecto calidad de vida para aumentar en cinco puntos la evaluación de los empleados en este rubro.

Condiciones de mercado: nivelar al 85 % de nuestros empleados dentro de los tabuladores de mercado, como parte del programa total de recompensa.

Proveedores

Compras responsables: Implantar programas de evaluación de la cadena de suministro, bajo criterios de responsabilidad corporativa. De esta manera, extendemos los Principios de Actuación a nuestra cadena de suministro.

Sociedad

Programa Proniño: beneficiar a 12 mil niños, de 12 estados de la República e inaugurar 10 Aulas Fundación Telefónica con equipos de cómputo.

Fundación Telefónica: lograr que 750 colaboradores sean voluntarios de Fundación Telefónica, a lo largo de todo el país, con la finalidad de desarrollar 100 proyectos a fin de año.

EducaRed: lanzar el portal EducaRed y lograr 100 mil visitas en el año.

En el mapa de procesos se presenta una secuencia lógica de las actividades de la Compañía para medir indicadores de subprocesos, monitorear el desempeño y así, plantear mejoras que conduzcan a un servicio de excelencia. Los niveles del mapa son: 5 macroprocesos, 20 procesos y 57 subprocesos.

El servicio SMS a Voz facilitó la comunicación con clientes invidentes o con dificultades de lectura. Para difundirlo, se efectuaron campañas para informar sobre su uso y ventajas.

Fueron marcadas las líneas principales del proyecto, sin embargo no se desarrolló en su totalidad.

En el sitio de Internet fueron publicadas algunas recomendaciones para un uso responsable del teléfono móvil. Se desarrolló una guía para padres con prácticos consejos que se entregó mediante las facturas de clientes particulares de pospago y con representantes de colegios. Se organizaron jornadas de formación sobre el uso responsable de las nuevas tecnologías, dirigidas a niños y profesores.

Creció el número de poblaciones donde se ofrecía telefonía fija, de 3 a 17 ciudades al cierre de 2008. Esto significó más de 500% en el aumento de la cobertura.

Causas totalmente ajenas a Telefónica impidieron que se concretara el establecimiento de líneas maestras para ofrecer el servicio. No obstante, las Aulas Fundación Telefónica cuentan con computadoras y acceso a la red.

En 2008, "localizame" acumuló más de 800 mil eventos; "SOS", promedió 300 mil consultas diarias; "llámame no tengo saldo", contabilizó más de 46 millones de llamadas devueltas. El servicio de asistencia telefónica médica (*MED / *633), 24 horas y 365 días, que además incluyó médico a domicilio con precios preferenciales, atendió 3 mil clientes mensuales.

La estrategia fue dirigida a las áreas más críticas y así el clima laboral aumentó de 78% a 84%. Se trabajó en líneas de acción como liderazgo, desarrollo del personal, trabajo en equipo y comunicación.

Con el programa "momentos", el índice de calidad de vida aumentó de 57% a 79%. Se promovió la productividad y el balance vida trabajo a través de 4 ejes: momentos de salud, para compartir, productivos y de apoyo.

Al cierre de año, la compañía culminó con 93,5% de los colaboradores dentro del tabulador de mercado. Además, se diseñó uno con amplitud del 20% y con referencia de incrementos anuales promedio de mercado.

Telefónica realizó 41 evaluaciones de riesgo a la cadena de suministro y 6 auditorías. En el portal de proveedores también fueron aplicados los Principios de Actuación.

Proniño benefició a 13 mil 16 niños y niñas de 13 estados del país; fueron inauguradas 10 Aulas Fundación Telefónica en: Tuxtla Gutiérrez, Tapachula, San Cristóbal de las Casas, Huixtla, Chiapas, Guadalajara, Jalisco, Oaxaca, Cancún y Quintana Roo.

El total de Voluntarios Telefónica fue de 850 integrantes a nivel nacional. En 2008 se realizaron 109 proyectos en las nueve regiones.

En febrero de 2008 se lanzó el portal EducaRed México www.educared.org.mx; a noviembre se contabilizaron 91 mil 541 visitas y más de 56 mil 990 usuarios registrados en el portal de profesores innovadores.

Cumplimiento

100%

50%

40%

100%

100%

60%

100%

Cumplimiento

100%

100%

100%

Cumplimiento

100%

Cumplimiento

100%

100%

100%

Programa AHORA

La esencia de este programa es atender a cuatro grupos de interés: clientes, empleados, sociedad y accionistas

Renovado modelo de negocio

En 2007 Grupo Telefónica lanzó el "Programa AHORA" para Latinoamérica, en el que manifestó tres claros propósitos: lograr los objetivos, transformar a la Compañía y crear una cultura común para todas las operadoras.

De esta manera, el modelo de dirección tradicional basado en los estados financieros, cambió por uno en el que la generación de valor era determinada por la relación con clientes, empleados, sociedad y accionistas. Un año después de su implementación, este programa presentó resultados positivos para cada eje.



"Ahora es el momento de la cercanía": Clientes

Además de continuar como líder del mercado en el Índice de Satisfacción de Clientes, Telefónica mantuvo el crecimiento en su número de usuarios. Estos resultados se lograron principalmente por: el enfoque hacia la experiencia del cliente, el fortalecimiento de infraestructura para proporcionar mayor cobertura, la oferta de terminales exclusivas, el lanzamiento de nuevos productos y tarifas atractivas; así como por el incremento de acuerdos de *roaming* internacional que le permitieron a la compañía tener cobertura en más de 190 países.

"Ahora es el momento de las oportunidades": Empleados

La implementación de algunos programas, basados en cinco ejes: recompensas, desarrollo profesional, refuerzo del liderazgo, aumento de la calidad de vida y fortalecimiento de la comunicación y el reconocimiento interno, permitieron que el índice de satisfacción de los colaboradores aumentara del 78% en 2007, al 84% en 2008.

"Ahora es el momento del compromiso": Sociedad

Telefónica construyó su relación con la sociedad a través de una alianza estratégica en la que las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's) se convirtieron en su principal herramienta para que los proyectos fueran sostenibles. Sus acciones estuvieron guiadas por la consecución de los objetivos de desarrollo del milenio que estableció la Organización de las Naciones Unidas.

Actividades como el relanzamiento del programa de reciclaje de celulares y baterías, la formación de cientos de docentes, el fomento a la investigación y el debate sobre nuevas tecnologías, fueron manifiesto del compromiso de la compañía con la sociedad.

A esto, se suman las acciones de Fundación Telefónica, como su programa Proniño, que benefició a más de 12 mil menores y cuyo objetivo es erradicar la explotación infantil.

"Ahora es el momento de generar valor": Accionistas

Los accionistas confían en Telefónica, al ser observada como una compañía que genera valor, que es competitiva y que prioriza la sostenibilidad del negocio. El adecuado manejo presupuestal, el incremento en la cuota de mercado, la inversión rentable, el lanzamiento de nuevos productos, así como el aumento en la confianza del cliente, fueron señal de que su aporte de capital estuvo bien dirigido.

Ciertamente, el "Programa AHORA" resultó un éxito, sin embargo seguimos trabajando para incrementar el valor con nuestros clientes, accionistas, empresas, empleados y sociedad, a través del servicio y la calidad que requieren todos estos grupos.

Estrategia

La Compañía cuenta con una Comisión en el Consejo de Administración dedicada al impulso de la reputación y la responsabilidad corporativa, siendo una de las primeras empresas del Ibex-35 con este órgano

Para Telefónica, la responsabilidad corporativa es hacer bien su negocio

La estrategia de responsabilidad corporativa (RC) del Grupo inicia a partir de su visión empresarial: "mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores, basados en las Tecnologías de la Información y Comunicaciones".

Compromiso y coherencia

Para Telefónica, las iniciativas concretas dirigidas a ciertos grupos de interés, así como las actividades operativas del negocio que van a un mismo grupo, deben ser coherentes entre sí y para lograrlo, la RC cumple con cinco pasos esenciales:

objetivos de reputación, Telefónica se apoyó en el índice RepTrak™, en el que los atributos con más peso en la percepción externa son aquellos relacionados con la oferta de servicios y productos, que pasa por la excelencia en el servicio y el cumplimiento de los compromisos con el cliente.

2. "Minimizar el impacto negativo de la cadena de valor" con un compromiso ético e integro. A partir de los Principios de Actuación se generan políticas y normas para su cumplimiento frente a los distintos grupos de interés. Ejemplo de ello es la Normativa de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro.

3. "Maximizar los impactos positivos del negocio" con proyectos de inclusión que estrechan la brecha geográfica, económica, educativa, de discapacidad, medioambiental y tecnológica a través de soluciones con las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación).

4. "Maximizar el impacto de acción social" con actividades apoyadas en las TIC's que permitan progreso, independientemente de la condición y situación socioeconómica y cultural de las personas. La acción social y cultural de Telefónica se desarrolla a través de su Fundación y el área de patrocinios.

5. "Valorización de las acciones de RC a través de una comunicación transparente y del diálogo efectivo con los grupos de interés" para posicionar a Telefónica como motor de progreso económico, tecnológico y social. Por ello, la compañía publica Informes anuales de RC bajo el estándar GRI y la norma AA1000AS; además de que mide la acción social y cultural bajo el modelo LBG.

RC de Telefónica en cinco pasos

1. Lograr la excelencia en el negocio y una percepción positiva de ello por parte de nuestros grupos de interés. Para medir los

Marco de gestión del impacto social de Telefónica



RC 2.0 - Vinculación de "lo público y lo social" con la cuenta de resultados

Las actuaciones de responsabilidad corporativa de Telefónica quedan vinculadas a la cuenta de resultados, en la medida en la que generan ingresos en las unidades de negocio y crean fidelidad en los clientes como efecto de la reputación de la compañía. La RC 2.0 se centra en la consecución de objetivos concretos mediante programas específicos.

Satisfacción de clientes...

En 2008 el nivel de satisfacción del cliente alcanzó 8.68 puntos

Con el esfuerzo realizado por la compañía para mejorar su servicio y atención telefónica, fue posible mantener el liderazgo en la satisfacción de clientes, con respecto a la competencia.

Por medio del Índice de Satisfacción de Clientes (ISC) es posible conocer la perspectiva general que el usuario tiene de la compañía. A pesar del ligero descenso registrado en este indicador durante 2008, Telefónica fue la empresa con los clientes más satisfechos del sector.

Además de México, países como Ecuador, España, Nicaragua, Reino Unido y Uruguay, también lograron el liderazgo en los mercados de telefonía móvil en este índice.

Evolución de la satisfacción global del cliente*

2008	6.68
2007	8.71

* Escala de 0 a 10: 0 significa nada satisfecho y 10 completamente satisfecho

Prioridades

Además de lanzar productos nuevos, generar tarifas atractivas y mejorar la eficiencia interna, Telefónica trabajó fuerte en los aspectos considerados prioridad por los clientes. Esto permitió que se ofrecieran diversos canales de atención al usuario y que se redujera el número de quejas ocasionadas principalmente por la facturación. Adicionalmente, la compañía estuvo en constante modernización y extensión de sus redes.

Servicios innovadores

Para responder a las principales necesidades del cliente, se lanzaron tres nuevos servicios de asistencia telefónica de solución inmediata a través del móvil y con disponibilidad las 24 horas, los 365 días del año. Estos servicios de asistencia fueron únicos en el mercado y contaron con un esquema de tarificación por minuto:

- **Asistencia médica** *MED (*633): para asesoría y atención a problemas médicos menores; así como para solicitar medicinas y ambulancias a domicilio con precios preferenciales.
- **Asistencia escolar** *TAREA (*82732): para el apoyo en la solución de tareas a nivel de primaria, secundaria y preparatoria; ya sea por correo electrónico con documentos de respaldo, referencias bibliográficas, mapas o esquemas, o por mensajes de texto para la explicación a dudas simples.
- **Asistencia a equipos de cómputo** *COMPU (*26678): para asesoría técnica a problemas con equipos de cómputo; así como requerir el apoyo de un técnico a domicilio con precios preferenciales.

Para 2009 el reto es alcanzar un mayor índice de satisfacción; se desarrollarán programas que ofrezcan la mejor experiencia al cliente

Gestión de procesos

Mediante la gestión de procesos es posible aumentar la efectividad de la operación e incrementar la satisfacción de los clientes. Es por eso que en 2008 se creó el "mapa de procesos", el cual planteó gráficamente la agrupación y secuencia lógica de las actividades de la compañía. También ayudó a gestionar los procesos, considerando las tareas de principio a fin, para monitorear el desempeño de la empresa. La construcción de este mapa mejoró el desarrollo de algunas tareas e incrementó la eficiencia de Telefónica.

Para agilizar el proceso de control documental de requerimientos, se implementó el proyecto *Quality Assurance (QA)*. En consecuencia, hubo actividades que se automatizaron y con ello se logró un aumento productivo y seguro en el resguardo documental, evitando la impresión de 76 mil 200 hojas (anuales en promedio) y optimizando el espacio físico de almacenamiento.

Como resultado de éstas y otras acciones, Telefónica obtuvo la recertificación en ISO 9001:2000 por parte de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), lo que avala su Sistema de Gestión de Calidad, cuyo objetivo es mejorar la eficiencia operativa e incrementar la satisfacción de los clientes.

...calidad y "Experiencia Cliente"

La efectividad de la red GSM fue de 97.8%

Mayor cobertura, más efectividad

Para el cliente, la calidad tiene que ver con la disponibilidad del servicio de telecomunicaciones, con su correcto funcionamiento y con la solución de sus incidencias.

Consciente de esto, durante 2008 Telefónica trabajó intensamente en infraestructuras, con el fin de ampliar la capacidad de las redes e introducir nuevas tecnologías; además, sumó iniciativas que optimizaran la provisión de los recursos.

En el pasado año, se construyeron más de mil estaciones base, para cerrar con poco más del 24% de infraestructura adicional. Ahora, son más las personas que gracias a la inversión de la compañía, están conectadas.

Esto supuso no sólo una gran inversión, sino el incremento de personas que ahora están más y mejor comunicadas gracias a Telefónica, que en 2008 extendió su cobertura a 71 mil 881 kilómetros carreteros y su servicio a 81 mil 661 poblaciones.

Asegurar siempre el servicio

En caso de contingencias atmosféricas, Telefónica cuenta con el "Plan Olmeca", con lo que asegura la comunicación de sus usuarios y previene el deterioro de sus estaciones base.

En noviembre de 2007, Tabasco sufrió severos daños a causa de múltiples inundaciones; más de 153 mil usuarios de Telefónica y el resto de las compañías móviles se vieron afectados; sin embargo, con el "Plan Olmeca", concluido en 2008, el servicio se reactivó en tan sólo 120 horas.

La compañía fue reconocida por su rapidez, atención y capacidad de respuesta al instalar una red provisional y un programa que garantizaba la operación de la infraestructura.

Gracias al trabajo preventivo desarrollado en este plan, fue posible evitar que sitios como Villahermosa, Cárdenas, Teapa, Comalcalco y Tacotalpa sufrieran interrupciones en el servicio, a pesar de las intensas lluvias e inundaciones.

Roaming: cobertura más allá de México

El lanzamiento al mercado, en 2006, del servicio de *roaming* internacional para usuarios de prepago, marcó el inicio de un ambicioso proyecto con el que se pretendía alcanzar la mejor cobertura fuera de México. Hoy, Telefónica posee la mejor oferta del mercado en este rubro.

Desde 2008, los usuarios de prepago viajan con la tranquilidad de que están comunicados y localizables en 23 destinos internacionales, como: Estados Unidos, Canadá, España, Reino Unido, Alemania, Panamá, Guatemala y otros 15 lugares más de América, Europa, África y Asia. El servicio es automático y se cobra sólo si se utiliza; la información completa para el usuario fue concentrada en: www.movistar.com.mx/roaming y a través de *611.

Comunicación renovada

Telefónica renovó su sitio de Internet, con un estilo y diseño más amigable y atractivo, con contenidos nuevos y actuales. Para el servicio de *roaming* internacional destaca una herramienta con la que ofrece una guía de viaje personalizada, así como un "pasaporte" con toda la información.

Mejor servicio

Con el propósito de brindar un servicio excelente, se capacitó a 214 colaboradores de diferentes áreas, con información a detalle sobre *roaming* internacional. Asimismo, se realizaron cursos especiales para algunos clientes, como Coca-Cola e ING, a quienes se les preparó para que obtuvieran un mejor aprovechamiento de este servicio.



Atención al cliente

En 2008 se implementaron mejoras para reducir reclamaciones

Más de 20 millones de llamadas atendidas en call center

El Índice de Satisfacción en atención telefónica promedió una calificación de 8.4¹; para mejorar, la compañía desarrolló diversas iniciativas en todas sus áreas.

La red de tiendas de Telefónica está integrada por más de 8 mil 516 puntos y su Índice de Satisfacción en Atención Presencial² fue de 9.66.

Además de mantener el liderazgo en la satisfacción de clientes con respecto a la competencia, Telefónica trabajó fuerte para mejorar en aquellos puntos que le permitirían la excelencia operativa, satisfacción y lealtad de los usuarios.

Es por eso que implementó un programa especial para aumentar la satisfacción del cliente en el proceso de atención de garantías en terminales con fallas de origen o fuera del tiempo de la misma, sobre todo por ser el principal motivo de visitas a los Centros de Atención a Clientes.

La base fundamental para la implementación de este proyecto, fue trabajar en conjunto con fabricantes y proveedores en cuatro aspectos: disponibilidad y facilidad para localizar centros de atención; ofrecer equipos a préstamo o reemplazo mientras se reparaba la terminal; disminuir el tiempo de respuesta para realizar la reparación o reemplazo del equipo averiado; y cumplir las promesas realizadas al cliente. A esto se sumó el reto de reducir los costos operativos para aumentar la eficiencia de la empresa.

Los resultados fueron positivos: la atención inmediata a los clientes fue del 93% -lo que supone un aumento del 34%-, la compañía mejoró hasta 50% el tiempo de respuesta de reparación de terminales; aumentó a 76% el tiempo de reemplazo de terminales en 1.48 días promedio; y disminuyó 39% el gasto por orden de servicio, con respecto a 2007. En consecuencia: 9.2 de cada 10 clientes quedaron satisfechos con la experiencia de servicio técnico, logrando un aumento del 17% en este índice, respecto a 2008.

Factura electrónica

Como parte de las iniciativas desarrolladas dentro del proyecto "Paperless", y que fue clave también para mejorar el Índice de Satisfacción del Cliente, se puso especial atención en los estados de cuenta que eran enviados a los usuarios para que progresivamente dejaran de imprimirse y se cambiaran por electrónicos. Al mismo tiempo se les adhirió al nuevo esquema fiscal del país (integrando los comprobantes fiscales de forma digital), para darle validez al documento ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Con la implementación de estas acciones, el cliente obtuvo importantes beneficios: agilizó sus procesos al tener la oportunidad de validar de forma automática la vigencia y la integridad de la factura, unificó inmediatamente el documento a sus sistemas contables, pudo acceder a la factura con mayor anticipación, contó con servicios adicionales en línea sin costo, entre otros.

Ciertamente, este proyecto contribuyó para ofrecer mejoras al medioambiente, sobre todo por la reducción de impresiones que se logró. Adicionalmente, se sumaron ahorros de más del 50% en la operación y almacenamiento de los comprobantes para efectos fiscales; se simplificaron las obligaciones y los procesos de auditoría, pues permitió la búsqueda y localización rápida de los comprobantes requeridos y se redujo el riesgo de falsificación.

Otras acciones con las que se mejoró la factura y su distribución fueron: la capacitación de ejecutivos de cuenta (segmento empresas) para la interpretación de la factura y que claramente fueran difundidas a los clientes; la incorporación de los detalles del consumo en la factura; la implementación de medios electrónicos (correo electrónico y móvil) para el envío de la factura, desde donde se puede imprimir y reenviar mediante correo electrónico y fax.

De cara a 2009 se incorporará un diseño todavía más accesible para el usuario, que incluso tendrá un perfilamiento de acuerdo a las características de cada cliente.

	2007	2008
Nº de reclamos por errores en la facturación*	90,755	108,211

*El aumento de este indicador se dio de forma proporcional a la cantidad de las facturas emitidas durante el año.

Siguiendo con el compromiso de mejora continua en los Centros de Atención, se implementó el pago de factura en los puntos de servicio de distribuidores. El promedio de pago fue de 415 pesos por factura, para alcanzar un monto mensual de recaudación de 7 millones de pesos.

Para estar más cerca de las necesidades de los usuarios, en 2008 se revolucionó el método de predicción de *churn* (bajas de clientes). Para ello, se estableció una nueva herramienta, líder en el mercado de las telecomunicaciones a nivel mundial, a través de la cual se realizó la microsegmentación de clientes para tener mejor conocimiento de sus comportamientos y demandas. De acuerdo con los resultados obtenidos, operadoras de Telefónica en Centroamérica esperan implementar esta herramienta en sus países (Panamá, Nicaragua, El Salvador y Guatemala).

En 2008 más de 5 mil 700 colaboradores, entre internos y externos, fueron capacitados con el programa "Sí al Cliente", diseñado para fortalecer la cultura de servicio y para continuar incrementando la satisfacción del cliente, que es una prioridad para Telefónica.

Reclamaciones

Con el propósito de disminuir y gestionar correctamente las reclamaciones, se desplegó un excelente trabajo en equipo, lo que permitió que las áreas de clientes y de red identificaran eficazmente las incidencias durante el procesamiento de llamadas, envío de mensajes de texto y cobertura.

Adicionalmente se lograron mejoras en el sistema de aplicación para la bolsa de minutos en los planes híbridos; también en los servidores que controlan las recargas del "Día movistar". Con esto, se evitó que el sistema se saturara y que las quejas derivadas por la demora en el tiempo de recarga, disminuyeran notablemente.

Establecimientos comerciales

La compañía modernizó su red de aproximadamente 8 mil 500 puntos de venta y atención presencial. Incluso impulsó la capilaridad de atención presencial, para estar más cerca del cliente. De hecho, el año lo cerró con un total de 84 centros de atención y totalizó 650 puntos de venta de distribuidores con atención a clientes.

Comunicación transparente

Telefónica se distinguió por establecer una comunicación clara, ética y transparente; en sus tarifas incluyó el Impuesto de Valor Agregado (IVA); en todo momento atendió los lineamientos señalados por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y siguió como miembro del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).



¹ Según datos de Pearson.
² Según datos de Acimsa.

Empleados

Telefónica generó más de mil nuevos empleos en 2008

Telefónica generó 17 mil 768 empleos directos y 15 mil 976 empleos indirectos

La plantilla de personal directo se amplió 7%; la compañía se mantuvo como fuente de desarrollo económico y social.

Los puestos indirectos fueron asignados a empresas colaboradoras dedicadas a la creación y mantenimiento de plantas de telefonía de uso público, así como a la provisión y mantenimiento de productos y servicios de telecomunicaciones.

Descripción de la plantilla

En 2008, la contratación de colaboradores de Telefónica se realizó de acuerdo con el crecimiento del mercado mexicano y dentro de un marco de igualdad, trato y remuneración para todos, cumpliendo con lo estipulado en los Principios de Actuación de la compañía.

Al final, la plantilla se integró por un 49% de mujeres (del total de colaboradores), de las cuales 81% ocuparon mandos intermedios y 13.7% puestos a nivel directivo. Por funciones, sin considerar Atento, 40% se ocupó de las actividades comerciales, 43% se encargó de la producción y 17% de los servicios de apoyo. Cabe destacar que el esquema de movilidad interna se ofreció a los 2 mil 550 colaboradores.

En Telefónica, la antigüedad media de los colaboradores fue de 4 años y la edad promedio de 31. En Atento, al considerar la rotación natural del negocio, el promedio de antigüedad fue de un año y la edad promedio de 26.

Seguridad y salud

Para asegurar la integridad de los colaboradores, se realizaron cursos de capacitación sobre primeros auxilios, prevención de incendios y medidas de evacuación; adicionalmente se efectuaron 6 simulacros de emergencia.

También se desarrolló la norma única para todo Grupo Telefónica, para conocer los índices de percances y de accidentes laborales de las empresas de la compañía, sus colaboradoras y contratadoras. Esto, con el propósito de crear mejores prácticas.

Diálogo social

Los Principios de Actuación de Telefónica, el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales y el Código de Conducta vigentes entre la Union Network International (UNI) y la Compañía, fueron los referentes de comportamiento, en relación con el diálogo social en el Grupo.

El objetivo fue "mantener los derechos sindicales y laborales en todas las actividades de Telefónica a nivel mundial", siendo la base

los siguientes principios: "el reconocimiento común por las partes de los derechos humanos fundamentales en la comunidad y en el lugar de trabajo" y "el reconocimiento por ambas partes de la necesidad de contribuir a la mejora de las condiciones del lugar de trabajo y de la comunidad". Es importante señalar que 79% de la plantilla se encuentra bajo convenios de contrato colectivo.

Compromiso con los aliados

De acuerdo con el rol que desempeñan las empresas colaboradoras, Telefónica Latinoamérica lanzó el proyecto "Gestión de terceros", que estuvo diseñado de acuerdo con la estrategia del "Programa AHORA" y se basó en un modelo que convirtió a la compañía y a su personal externo, en aliados para lograr la satisfacción de los clientes y la eficiencia económica.

Los objetivos que persiguió esta iniciativa fueron: compartir valores y principios; alinear las estrategias de la compañía y sus aliados; transferir mejores prácticas; asegurar la excelencia de servicio; así como establecer relaciones a largo plazo y económicamente beneficiosas.

Los empleos indirectos generados dentro del programa fueron asignados para las principales áreas de negocio (gestión de clientes, tecnología, fidelización y retención), para el desempeño de actividades vitales con impacto directo en los clientes.

Este programa se mantendrá durante 2009, principalmente por los logros obtenidos: un control confiable y sistematizado que permitió administrar de forma integral la contratación de personal externo, evitando así la duplicidad de funciones.



Índice de satisfacción

De acuerdo con el ranking del *Great Place to Work Institute*, Telefónica se ubicó como la cuarta mejor empresa para trabajar en el sector de las telecomunicaciones

El índice de satisfacción de empleados fue del 84%

La compañía mejoró 7.7 puntos en el índice de clima laboral, con respecto a 2007.

Telefónica implantará un programa en 2009, que gestione el compromiso de sus profesionales: se medirá en detalle y permitirá el seguimiento de planes de mejora.

Evolución del clima laboral

Con las iniciativas que se pusieron en marcha durante 2008, se logró mejorar el índice de clima laboral en 6 puntos, en comparación con 2007; el total de participación en la encuesta fue de 92% de colaboradores invitados.

En mandos intermedios se presentó la principal mejora, con una percepción del 84%, 11 puntos porcentuales más con respecto a 2007. A nivel general, los rubros mejor valorados fueron: imagen empresarial, orgullo de pertenencia y satisfacción global, todos con 96%. Es importante señalar que los resultados anteriores se debieron al trabajo que se ejerció principalmente en cuatro líneas de acción: liderazgo, desarrollo del personal, trabajo en equipo y comunicación.

Asimismo, hubo avances en: remuneración, que subió 32 puntos y balance vida-trabajo, que aumentó 22 puntos; reflejo del trabajo que impulsó la compañía sobre la conciliación de la vida personal y profesional, así como del enorme esfuerzo para que más del 90% de los empleados estuvieran dentro del tabulador del mercado.

Un paso más en la gestión del compromiso

El reto para los siguientes años es pasar de la medición de la satisfacción de los empleados, a la gestión integral de su compromiso. Con este objetivo, en 2009 se trabajará principalmente en los ejes de liderazgo de jefe inmediato y de la dirección correspondiente. Se implantarán actividades como mesas de trabajo para determinar la visión de los líderes en la compañía; además de acciones inmediatas y se mantendrá la labor para mantener y mejorar los índices de satisfacción en todos los demás ejes.

Medición externa de *Great Place to Work Institute*

Telefónica alcanzó el puesto número 25, con lo que avanzó más de 15 posiciones en el ranking de las mejores empresas para trabajar de acuerdo con el índice del *Great Place to Work Institute* (GPTWI). Un resultado que confirmó que los empleados confían en la empresa, que les agradan las personas con quienes trabajan y que se sienten orgullosos de lo que hacen. Esta posición ubicó a la compañía como la cuarta empresa de telecomunicaciones a nivel nacional en su índice de clima laboral.

En un año, el valor a la pregunta: "tomando todo en consideración, yo diría que este es un gran lugar donde trabajar", subió de 88% a 96%. Este éxito se logró por la implementación de iniciativas destinadas a estimular el compromiso de largo plazo del colaborador con Telefónica, con impacto en los cinco ejes sobre los que se valora la satisfacción del empleado: orgullo, compañerismo, respeto, credibilidad e imparcialidad.

En concreto, los principales proyectos que se ejecutaron fueron: implementación del programa de reconocimiento interno a las mejores iniciativas de la empresa, programas de rotación internacional, horarios escalonados, apoyo psicológico, financiero y legal al empleado, entre otros.

Asimismo, Telefónica obtuvo un reconocimiento en la dimensión de "respeto" de la encuesta *Great Place to Work*, que reconoció el equilibrio que Telefónica logró entre el balance vida y trabajo. Con ello, se convirtió en la única compañía en México premiada en esta dimensión, colocándola a la vanguardia de mejores prácticas.

Índice de Satisfacción de los Empleados (ISE)

	ISE 08	ISE 07	Var. 07/08
Satisfacción global	84.24%	76.5%	7.7 p.p.
Directivos	90.19%	82.8%	7.4 p.p.
Mandos intermedios	84.76%	77.33%	7.4 p.p.
Colaboradores	83.61%	75.8%	7.8 p.p.



Propuesta de valor

Con el lanzamiento de este programa a nivel global en 2007, Grupo Telefónica quiere ser la empresa más valorada en los países donde opera

Estrategia de resultados

Con una metodología basada en la investigación y en la mejor práctica externa, se desarrollaron planes de acción para incrementar el índice de satisfacción y compromiso de los empleados.

El objetivo: convertir a los colaboradores en fans, para que a través de su satisfacción laboral brinden la mejor experiencia de servicio a los clientes.

Estrategia

Para la compañía siempre ha sido importante: "impulsar su crecimiento, desarrollo y bienestar; potenciar el talento; dar valor a la diversidad, iniciativa e innovación; y retribuir con equidad y transparencia"; es por eso que desde 2007 lanzó a nivel global el proyecto "Propuesta de Valor al Empleado", con el cual se busca consolidar a Telefónica, en el corto plazo, como el mejor lugar para trabajar. Los cinco pilares de actuación desarrollados en 2008 fueron:

- Incrementar la satisfacción de los colaboradores, a través de un balance vida-trabajo. Al respecto, se implementó el programa "Momentos".

Momentos de salud: ofreció pláticas sobre medicina preventiva y creó convenios con instituciones para promover la importancia de la salud. Destacó el esquema de pausas activas, "Tu minuto de salud", en el que se promovió el entrenamiento físico en el lugar de trabajo.

Momentos para compartir: permitió que los colaboradores disfrutaran de experiencias y situaciones especiales con sus compañeros y familiares; esto fue posible a través de torneos deportivos internos y talleres de integración, así como de eventos especiales como: "tarde de talento", "día del niño", "ejecutivos de verano", entre otros.

Momentos productivos: ayudó a que los colaboradores gestionaran su tiempo de manera efectiva. Para eso fueron implementados nuevos programas como: días flexibles, horarios escalonados y la tarde libre de cumpleaños.

Momentos de apoyo: ofreció apoyo emocional, financiero y legal al colaborador, a través de la línea especializada del Programa de Apoyo al Empleado (PAE), con atención las 24 horas, los 365 días del año.

Con la activación de esta serie de iniciativas se logró un aumento en el índice de calidad de vida, de 57% a 79%.

- Profesionalizar las competencias de los mandos medios, para lo que se emplearon herramientas de desarrollo, como el programa de "Movistar Leadership Program", que capacitó a los colaboradores para madurar las competencias básicas y así lograr una gestión efectiva que hiciera frente a los nuevos retos.

Tu minuto de salud

El pasado año se implementó este programa en las principales oficinas corporativas de la compañía a nivel nacional, con la finalidad de fortalecer la salud física y disminuir el estrés de los colaboradores. Durante 10 minutos aproximadamente el empleado, en su área de trabajo, realizó diferentes actividades físicas y de relajación.

"Tu minuto de salud", lo coordinó un equipo de expertos profesionales, quienes con música y altavoces llevaron a cabo actividades y ejercicios como automasajes, bailes, mejores posturas, entre otros.

Esta iniciativa generó un importante impacto positivo en la organización; fue por eso que se instruyó a más de 50 colaboradores para darle continuidad a estas actividades. La capacitación y el entrenamiento con la metodología general corrió a cargo de los especialistas.

Acerca de "Tu minuto de salud": "Reconozco este gran esfuerzo que la compañía hizo por nuestro bienestar. Lo considero como el momento oportuno para relajarse dentro del ambiente laboral; es lo que nos permite liberar tensión además de forma divertida. Es como una pequeña atención a nosotros mismos. Indudablemente, considero que somos afortunados al estar en una empresa que se preocupa por sus colaboradores".

Erika Morales
Auditoría

- Promover las iniciativas de mejora, propuestas por los colaboradores, para los procesos internos de la compañía. Mediante el programa de reconocimientos Distinción Telefónica, se galardonó el esfuerzo y dedicación de algunos compañeros en las categorías: sí al cliente, innovación, logro de resultados, valores y calidad. Al mismo tiempo se instaló el "reconocimiento inmediato", en el que el jefe inmediato destacó los pequeños y grandes logros del día a día del personal a su cargo. Así en 2008, fueron reconocidos 550 colaboradores en distintos rubros.

Cuando Telefónica alcanzó los 15 millones de clientes organizó diferentes eventos a nivel nacional, para reconocer el esfuerzo y compromiso de todo el personal, así como para felicitarlos por los resultados obtenidos. En la Ciudad de México se efectuó un rally en el parque de diversiones "Six Flags", en el que más de mil 500 colaboradores participaron.

Esta acción impactó significativamente en la motivación e integración de los colaboradores. Como lo manifestó Esther Cruz Mejía, integrante del área comercial y procesos: "Agradezco la oportunidad que tuve para participar como capitán y ser parte de un evento lleno de motivación, gratificante y divertido. Nuevamente compruebo que estoy en la empresa correcta".

- Asegurar una gestión más eficaz a través de la orientación a resultados y mediciones objetivas de desempeño. La implementación del "Balance Score Card", permitió que 16 mil 867 colaboradores fueran evaluados por objetivos. Al mismo tiempo se logró una administración de sueldos internamente equitativa y externamente competitiva, de forma que se cerró 2008 con el 93.6% de los empleados dentro del tabulador del mercado. Por otra parte, se impulsó el sistema de compensación variable, en el cual cada ejecutivo decidió voluntariamente cómo percibir parte de su retribución total, conforme a sus necesidades personales y familiares.

- Identificar el talento, competencias y compromisos de cada colaborador para realizar promociones de manera justa y transparente y así ofrecer planes correctos de formación. Bajo este esquema fueron considerados 43 colaboradores para los programas de desarrollo internacional: rotaciones, maestrías y becas de estudio.

En 2008, la compañía destinó más de 28 millones de pesos para la formación de su plantilla, con lo que obtuvo un total de 671 mil 590 horas de formación para colaboradores. Además, con el sistema de 'detección de necesidades de capacitación individual' que se implementó, el 12.82% de los colaboradores recibió un plan de formación individualizado.

Por último y como parte del compromiso para promover el crecimiento interno, fue mediante el proceso de selección objetivo, como se cubrió el 72% de esas vacantes.

Comunicación directa

Con los "desayunos y cafés ejecutivos" se fortaleció la comunicación interna y la interacción entre directores y colaboradores. La esencia de esta actividad permitió que los máximos responsables de la compañía, se reunieran con colaboradores de distintas áreas y cargos para hablar acerca de diversos temas.

Fueron más de 100 convivencias en 2008, con las que se reforzaron aspectos como: liderazgo de la dirección, comunicación, sentido de pertenencia, colaboración interna y eliminación de barreras jerárquicas.

Asimismo, se siguió con las reuniones trimestrales de resultados, en donde se informó a los colaboradores sobre el rendimiento, avance y perspectiva de futuro de la empresa.



Principios de Actuación

Las políticas son aprobadas por las áreas responsables de gestionar aspectos regulados y las ratifica la Oficina de Principios de Actuación

Grupo Telefónica aprobó nuevas normas para el desarrollo de sus Principios de Actuación

Durante 2008, además de aprobarse importantes políticas sobre temas de protección de datos y gestión de riesgos, también se acordaron las líneas básicas para desarrollar las Normas del Fomento de Integración Laboral de Personas con Capacidades Especiales.



Grupo Telefónica se apoya en la Oficina de Principios de Actuación para velar el cumplimiento en toda la Compañía de su código ético, el cual establece las directrices para la relación con sus grupos de interés.

La Oficina, que reporta al Consejo de Administración a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa, la integran las áreas corporativas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General y Jurídica y Secretaría General Técnica de la Presidencia de Telefónica, coordinadora de la Oficina.

Asimismo, cuenta con un representante en España, Latinoamérica y Europa y cada país dispone localmente de su propia Oficina, lo que permite una mayor coordinación y seguimiento de las acciones impulsadas desde la matriz.

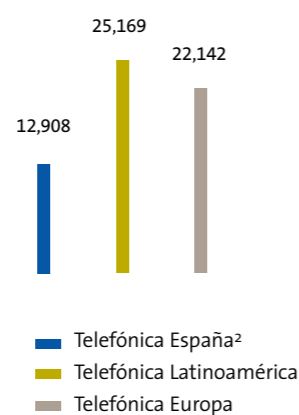
Su trabajo en 2008 se centró en potenciar la formación de los empleados; identificar y desarrollar políticas y normas y apoyar a los proveedores (respondiendo sus dudas, quejas o alegaciones) para facilitar la aplicación de los principios en el día a día.

Formación

El pasado año, la Compañía se apoyó en el curso *on line* (lanzado en 2007) para dar a conocer los Principios de Actuación a sus empleados. La colaboración de las oficinas regionales y locales en Europa y Latinoamérica fue clave para su difusión y aplicación.

El total de colaboradores que ya habían tomado el curso de formación hasta marzo de 2009 fue de 60 mil 219, más del 50% de todo Grupo Telefónica. En México fue más del 90%, gracias a la difusión realizada en los cursos de "inducción".

Empleados formados sobre los Principios de Actuación¹



¹ Empleados formados a 1 de marzo de 2009. Se excluye el personal de teleoperación.
² Incluye los negocios de Contenidos, gestión y otros negocios

Es importante añadir que para complementar los principios de la Compañía, al personal de seguridad se le instruye en materia de derechos humanos.

El sitio web sobre los Principios de Actuación, se constituyó también como una importante herramienta de comunicación, registrando en 2008, 16 mil 500 descargas del folleto informativo.

Despliegue de normativas

La Oficina identificó aquellos asuntos en los que era necesario un sustento normativo. Al respecto y en conjunto con diversas áreas, se impulsó el desarrollo de políticas que encaminaran al cumplimiento del código ético. Con estas nuevas normas, Telefónica estableció estándares que iban más allá de las legislaciones existentes a nivel local, incluso que permitían fijar pautas mínimas sobre temas sin regulación propia.

Cabe señalar que estos estándares incorporaron las mejores prácticas empresariales y recomendaciones de organismos internacionales, como fue la Declaración de la V Cumbre de las Américas, celebrada en Puerto España y firmada en 2009, como una iniciativa para fortalecer las alianzas público-privadas en la región para asegurar el futuro de los ciudadanos, promoviendo la prosperidad humana, la seguridad energética y la sostenibilidad ambiental.

En 2008 fueron aprobadas dos normas: Gestión de Riesgos y Protección de Datos. Asimismo, se establecieron las bases para el desarrollo de la Norma de Integración Laboral de Personas con Discapacidad.

En los próximos tres años, Telefónica prevé desplegar diez políticas referentes a:

1. Protección de la infancia y la adolescencia y uso responsable de las TIC's.
2. Política de privacidad de datos.
3. Sistema de gestión medioambiental.
4. Cambio climático y eficiencia energética.
5. Inclusión digital de colectivos desfavorecidos (mayores y personas con discapacidad).
6. Diversidad.
7. Responsabilidad en la cadena de suministro.
8. Derechos humanos.
9. Diálogo con grupos de interés y diálogo social internacional.
10. Reporte social y medioambiental.

Buzón confidencial

En el portal de Internet de Principios de Actuación hay un canal de ayuda confidencial para empleados. Esta herramienta permite que los colaboradores soliciten consejos y planteen preguntas en relación con el cumplimiento de estos principios y políticas. Asimismo, para proveedores también existen portales confidenciales, habilitados de acuerdo con los diferentes grupos de interés.

La información es anónima o personal, depende del solicitante, a quien se le trata con respeto, dignidad y confidencialidad. Cualquier comunicación recibida sobre potenciales incumplimientos en los Principios de Actuación se investiga con exhaustividad, lo que permite tomar decisiones con razones fundamentadas.

En México, solamente hubo 6 acciones que atentaron contra los principios de la compañía, pero ninguna se relacionó con algún acto de discriminación, ni violación de los derechos indígenas.

Principios Generales de Actuación

Honestidad y confianza

Seremos honestos y dignos de confianza en todas nuestras negociaciones y cumpliremos los compromisos adquiridos.

Protegeremos la confidencialidad de la información de la compañía que nos ha sido confiada, así como la relativa a clientes, accionistas, empleados o proveedores.

Respeto por la ley

Velaremos por el cumplimiento de todas las legislaciones, normativas y obligaciones regulatorias, tanto nacionales como internacionales.

Competiremos de forma íntegra en nuestros mercados.

Integridad

En ningún caso ofreceremos o aceptaremos regalos, invitaciones, prebendas u otro tipo de incentivos que puedan recompensar o influir en una decisión empresarial.

Evitaremos o declaramos cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas.

Nos comportaremos con rectitud, sin buscar en ningún caso beneficio propio o de terceros a través del uso indebido de nuestra posición o nuestros contactos en Telefónica.

Actuaremos institucionalmente con absoluta neutralidad política y nos abstendremos de cualquier toma de posiciones, directa o indirecta, a favor o en contra de los procesos y actores políticos legítimos.

En particular, no efectuaremos donaciones de ningún tipo a partidos políticos ni otro tipo de entidades públicas o privadas cuya actividad esté claramente vinculada con la actividad política.

Derechos Humanos

Respetaremos los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo.

Impulsaremos la igualdad de oportunidades y trataremos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares.

Compras responsables

Grupo Telefónica superó en un 10% las expectativas de evaluación de proveedores

Telefónica extendió sus Principios de Actuación a la cadena de suministro

El trabajo realizado por la Unidad Evaluadora (integrada por las áreas de Compras, Responsabilidad Corporativa, Medio Ambiente, Recursos Humanos y Seguridad y Salud), fue determinante.

Normativa de compras responsables

A partir de 2007 Telefónica asumió el compromiso de evaluar los posibles riesgos derivados por el incumplimiento de sus Principios de Actuación en la cadena de suministro. Es por ello que existe una normativa que fomenta la responsabilidad corporativa entre los proveedores.

En esta norma se integran procesos de evaluación, auditorías, formación y difusión, lo que le permite a la compañía consolidar relaciones transparentes con sus proveedores, y le facilita la identificación de riesgos para el desarrollo de mejores prácticas.

Desde el pasado año, los Principios de Actuación fueron incorporados al portal del proveedor, para su consulta en todo momento.

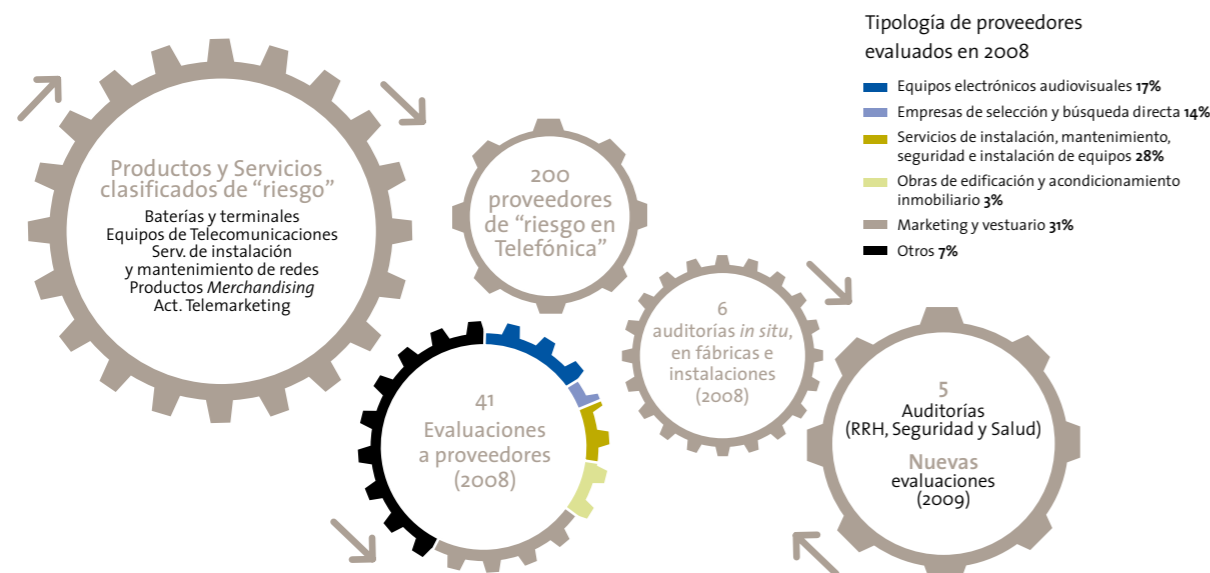
Proceso de evaluación

Los proveedores que manejan productos que son considerados de "riesgo", deben llenar un cuestionario electrónico relacionado con aspectos de responsabilidad corporativa, de seguridad y salud, laborales, éticos y de medio ambiente. Las preguntas están fundamentadas de acuerdo con los estándares de la Declaración de Derechos Humanos de la ONU, las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (trabajo infantil y forzado) y la legislación medioambiental. Al respecto, la Unidad Evaluadora de México valoró a 41 proveedores.

Auditorías

Con los resultados del proceso de evaluación, los proveedores son agrupados por categorías y aquellos que se consideran de "riesgo", se les aplica una auditoría en su centro de trabajo para analizar sus procedimientos y políticas. En 2008 se ejecutaron 6 revisiones y en 2009 se cumplirán con 6 auditorías más a proveedores en gestión de recursos humanos y de seguridad y salud.

Proceso de evaluación de proveedores



Cumplimiento de compromisos de pago

Telefónica mejoró en 2008 la plataforma de comercio electrónico Ariba y aumentó el control sobre los procesos de pago de facturas. Esto permitió un incremento de 19.12% más de facturas pagadas dentro del plazo de 60 días que establece la compañía para su liquidación.

Facturas pagadas en plazo (%)

	2008	2007
Facturas*	95.3	80.0
Importe	81.7	82.2

* Datos sobre un 14.45% más del total de facturas en 2008 que sobre el año anterior

Proveedores locales

2008	2007
1,062	1,038

Transparencia

Con el empleo del modelo de comercio electrónico, la Compañía garantizó claridad, imparcialidad y rapidez en su proceso de selección y contratación de proveedores. El registro electrónico de acuerdos formales con proveedores aumentó de 2 mil 252 a 3 mil 426; las compras negociadas por subasta incrementaron de 102 a 184 y por e-Sourcing también crecieron de mil 362 a mil 549.

Adjudicó más de 49 mil 631 millones de pesos entre mil 153 proveedores, de los cuales mil 62 fueron mexicanos.

Como parte del programa corporativo ERP Latam, Telefónica incorporó en 2008 el sistema integral SAP (Systems Applications and Products in Data Processing), un programa único de procesos económicos financieros y logísticos para el Grupo, que tiene como propósito homologar procesos, información y sistemas.

Con este modelo se logró la aplicación de las mejores prácticas en el sector, por lo que aumentó la eficiencia operativa, se redujeron costos, se desarrolló mayor sinergia entre operadoras y hubo total transparencia en los procesos.

Plataforma de comercio Ariba

La plataforma de comercio electrónico Ariba es un servicio que permite realizar operaciones de negocios en la compra de bienes y servicios, mediante el intercambio de información a través de la red, además de que facilita actividades antes y después de la compra.

También permite agilizar trámites administrativos como la elaboración de contratos (módulo e-contracts); facilita la entrega de mercancía (módulo e-marketplace); crea una colaboración entre entidades del grupo para negocios comunes; reduce barreras de acceso al mercado (especialmente para pequeñas empresas) y da oportunidad para integrar nuevos proveedores.

Con todas estas mejoras realizadas durante 2008, se trabajó de forma segura, eficiente, rápida y transparente; hubo mayor efectividad en el tiempo de respuesta; aumentó la satisfacción de clientes internos y externos; además, se ahorró en impresión en papel y en consumo de energía eléctrica.



Medio ambiente y cambio climático

Telefónica mantiene su compromiso con el medio ambiente y con las comunidades donde opera

Telefónica cumple con los lineamientos establecidos

Dentro de su política ambiental, Grupo Telefónica establece las líneas de actuación en materia ambiental y de cambio climático para todas sus operaciones.

Al respecto, México atendió cabalmente en los rubros de cumplimiento legal, reducción en el impacto ambiental de nuestras operaciones y concientización ambiental.

Estructura ambiental

En su operación, Telefónica contempla la preservación y cuidado del medio ambiente como uno de sus ejes de acción; su organización, responde a lo que dictamina la Oficina de Cambio Climático y el Sistema de Gestión Ambiental.

Oficina de Cambio Climático

Desde su creación en 2008, sus objetivos han sido: asegurar la reducción del consumo energético y las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Telefónica; potenciar el desarrollo de servicios que nos permitan ser más eficientes con clientes y proveedores; y posicionar al sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el centro de la solución contra este problema global.

Indicadores de gestión ambiental

	2007	2008
Estudios de impacto ambiental ¹	9	22
Mediciones de los niveles de ruido de la red ²	1	0
Estaciones compartidas con otras operadoras ³	556	519
Iniciativas para la reducción de impacto visual ⁴	4	0
Ubicaciones en espacios naturales protegidos o áreas de especial interés	7	3

- El incremento se debe al aumento de los requerimientos de las autoridades.
- En 2008 no se realizó ninguna medición de los niveles de ruido ni emisión electromagnética, se realizarán en 2009.
- En México no hay obligación legal de compartimiento de infraestructuras.
- No hubo adecuaciones de impacto visual por no haber existido requerimientos de las autoridades.

Sistema de Gestión Ambiental

A través de éste, se establecen los requisitos de gestión para todas las empresas del Grupo. Tiene por objetivo la mejora continua mediante el cumplimiento de la legislación vigente y el control de la huella ambiental de Telefónica, con lo que se persigue la reducción de posibles impactos sobre el entorno.



1. NA: Normas Ambientales del Grupo / IGA: Índice de Gestión Ambiental / ICO: Índice de Comportamiento Ambiental / IEF Índice de Eficiencia Energética

Cambio climático

La estrategia es liderada por la Oficina, con sede en Madrid, con el objetivo de disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de la Compañía, a través de la reducción del consumo y de la eficiencia energética.

Estrategia, gestión y organización

El proyecto integra cinco ejes de actuación:

Eje operaciones. En el que se desarrollaron importantes programas como: el de eficiencia energética en la instalación y funcionamiento de las redes (donde se consumieron 519 kWh de energía renovable); el de sustitución de gas refrigerante R22 por gas ecológico R407 y R134 (el cual permitió, de 2005 a 2008, la instalación de 80 equipos con estas características); el de reducción de consumo energético en los centros de trabajo (con el cual se instalaron sensores de presencia en baños, cocinetas y estacionamientos).

Eje empleados. En el que a través de la campaña interna sobre la importancia del

consumo responsable y la eficiencia energética, se logró incrementar 24% el uso del transporte colectivo para los colaboradores, con lo cual se disminuyeron las emisiones de CO2 causadas al utilizar el auto propio.

Eje proveedores. En el que se extendió el compromiso ambiental a la cadena de suministro, lo que permitió capacitar a 5 proveedores que pueden tener un impacto más significativo ambientalmente, sobre las normas ambientales de la Compañía. Posteriormente, se les realizó una auditoría de calidad y medio ambiente.

Cabe señalar que en las 'condiciones generales de suministro de bienes', se exige a los proveedores el cumplimiento, en todos los aspectos, de la legislación vigente, entre ellos la medioambiental.

Eje clientes. En el que se desarrollaron servicios para la eficiencia energética. En 2008 Telefónica inauguró en la Ciudad de México, la sala de telepresencia, para optimizar tiempo, disminuir costos de viajes internacionales y reducir las emisiones de CO2 consecuentes. Este servicio se ofrecerá en el futuro a nuestros clientes.



Eje sociedad. Para apoyar al posicionamiento de la compañía en cuestiones ligadas a cambio climático y medio ambiente, en 2008 se apoyaron varios programas de conservación como:

Reforestación: a través de Fundación Telefónica y su programa de voluntariado fueron plantados más de 2 mil 400 árboles, en lugares como Villa Alpina, en el Estado de México; Bosque Primavera, en Guadalajara; Parque Tangamanga, en Jalisco, entre otros.

Cuatrociénagas, Coahuila: en conjunto con Pronatura Noreste, se realizaron trabajos para el cuidado del uso del agua de los pozos, a fin de lograr la conservación de especies únicas como estromatolitos (bacterias que marcan los primeros indicios de vida en el planeta).

Protección del quetzal y pavón: en sinergia con el Fondo de Conservación El Triunfo, se aseguró la presencia y vigilancia permanente en el hábitat del quetzal y se fomentó la sensibilización de la población local en temas de preservación.

Programa de investigación y conservación de las tortugas marinas en Oaxaca: la unión de Fundación Telefónica, la organización Selva Negra, la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca y el Centro Mexicano de la Tortuga, permitió el rescate de 14 mil 400 huevos y la liberación de 320 tortugas de la especie laúd.

Biodiversidad del jaguar: en alianza con Pronatura Yucatán, se apoyó la conservación de 5 especies de felinos, principalmente la del jaguar.

Mayor información sobre estos programas:
www.movistar.com.mx/conocenos/cono_medi.html

Gestión ambiental

Desde 2004, Telefónica es la única operadora de telecomunicaciones en México que dispone del certificado ISO 14001:2004, que avala la implantación de controles ambientales durante la planificación, construcción, operación y mantenimiento de la red y operaciones administrativas.

Enfoque homogéneo y global

Telefónica asume voluntariamente el reto y el compromiso de desarrollar un negocio social y ambientalmente responsable. Por este motivo, la gestión ambiental tiene como objetivo desarrollar sus operaciones de manera sustentable.

En 2008 el Grupo diseñó un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) Global, que fijó las directrices de la gestión ambiental en todas las operadoras. Este sistema le permitió a Telefónica identificar las áreas en las que podía mejorar su comportamiento ambiental.

La política ambiental, la norma básica, nueve normas específicas de gestión ambiental y el Índice de Comportamiento Ambiental, son los documentos que integran el sistema SGA Global.

Índice de comportamiento ambiental

Grupo Telefónica definió en 2008 un sistema de indicadores denominado Índice de Comportamiento Ambiental (ICA); basado en la norma ISO 14031 (estándar especializado en indicadores ambientales). Este índice integra la información referente a la gestión ambiental, control operacional, eficiencia energética y permite evaluar el impacto de las iniciativas de Telefónica.

Balance 2008

Operadoras de Telefónica	Compromiso	Cumplimiento de requisitos legales	Control operacional	Sistema de Gestión Ambiental	Verificación interna	Certificación externa
México	😊	😊	😊	😊	😊	😊

Despliegue responsable de red

Con el SGA, Telefónica controló los impactos ambientales en el proceso de despliegue de red e implementó buenas prácticas de gestión por medio de cuatro fases: planificación, construcción, operación y mantenimiento de la red. En cada una, el contacto con los municipios y comunidades vecinales fue siempre cercano, cumpliendo con todos los requisitos legales.

Planificación y construcción

Telefónica empleó diversas herramientas para prevenir los posibles impactos que llegaran a derivar de su operación; contó con procedimientos que calculan y disminuyen el impacto visual de sus instalaciones. Cabe señalar que cuando la administración estatal o municipal lo solicita, la compañía realiza estudios para disminuir el impacto ambiental.

Con la construcción de las estaciones bases, además de cumplir con los requerimientos legales establecidos, también se acató lo establecido en la norma mexicana de salud NOM-013-STPS-1993 y en los estándares del ICNIRP (*International Commission On Non-Ionizing Radiation Protection*), que refieren a las emisiones de campos electromagnéticos generados por estas instalaciones.



Mantenimiento

Telefónica estableció controles de gestión adecuada de residuos peligrosos y no peligrosos, tanto para proveedores como para contratistas.

Además, en todo momento, se notifica sobre lo relacionado con emisiones electromagnéticas a comunidades, administraciones y terceros interesados.

Operación y desmantelamiento

La Compañía tomó medidas para el trato de los residuos derivados del mantenimiento y/o desmantelamiento, con la implementación de mejores prácticas y así evitó el abandono y malos manejos de los residuos generados por estas actividades.

Huella ambiental

Telefónica elaboró la Norma de Control Operacional, en la cual establece las actividades que se deben seguir para minimizar su impacto medioambiental.

Recursos y residuos

La optimización en el consumo de recursos y materias primas; así como la reducción y correcto tratamiento de los residuos, permitió a Telefónica ser más eficiente:

Consumo de recursos

• **Papel.** En 2008 Telefónica elaboró campañas que fomentaron el ahorro en el consumo y el reciclaje de papel. Entre las principales acciones implementadas están: la disminución del número de impresiones digitales, la colocación de papel reciclado en todas las impresoras, la penetración de la factura electrónica, así como la concientización interna sobre la importancia del reciclaje. Para 2009 se adoptarán medidas que incrementen el ahorro en el servicio de impresión.

• **Agua.** La actividad de Telefónica no implica su elevado consumo, sin embargo sus acciones exhortan a su buen manejo y cuidado.

• **Energía.** La compañía continuó con la instalación de equipos inteligentes de aire acondicionado en estaciones base. También implementó un programa interno de ahorro energético, basado en buenas prácticas. Para el siguiente año se planea un estudio sobre la viabilidad del uso de más energías renovables.

	2007	2008
Consumo de papel reciclado (kg)	0	67,682
Consumo de papel blanco (kg)	124,900	51,000
Consumo agua (litros) ¹	38,137,247	54,453,000
Facturas electrónicas	0	848

¹ El incremento de este rubro se debe a las mejoras implementadas en los sistemas de medición de consumo en 2008

El objetivo de esta normativa, la cual se basa en la prevención, fue evitar que se dejaran marcas en el entorno. Es por ello que se realizaron acciones en materia de control y gestión de recursos y residuos

Reciclaje de celulares, baterías y accesorios

Telefónica (en alianza con Nokia), activó nuevamente su programa de "Reciclaje de celulares y recolección de baterías", el cual fue diseñado para crear conciencia con respecto a la conservación del medio ambiente y la importancia del reciclaje.

Se colocaron 8 nuevos buzones de recolección en centros educativos, empresas e instituciones públicas. Se capacitó a mil 500 niños, 9 coordinadores y 54 gerentes territoriales de atención a clientes; y más de mil 200 colaboradores, sobre la importancia de estas acciones.

año	celulares	baterías	cargadores	pilas alcalinas
2006-2007	13,000	11,000	1,000	100
2008	11,600	12,050	1,630	1,150

Gestión de residuos

La gestión de residuos originados por la compañía se promovió con la práctica de las tres 'R': reducir, reutilizar y reciclar. Además, se siguieron todos los parámetros que la ley exige.

Residuos peligrosos y de manejo especial

Todos los residuos peligrosos y de manejo especial, como aceites, baterías, acumuladores, entre otros, que se generan de la operación y el mantenimiento propio de la compañía, se gestionaron adecuadamente y esto se registró a través del documento "Manifiestos de entrega, transporte y recepción", solicitado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

Competencia

Telefónica México, principal generador de competencia en el mercado de las telecomunicaciones

En 2008 el sector de telecomunicaciones en México creció 14.2%

Este motor de desarrollo económico y social del país es considerado también como el principal generador de empleo, inversión y productividad.

Desde que Telefónica inició operaciones en México (en 2004), la compañía se ha caracterizado por ofrecer productos y servicios de la mejor calidad que le permitan incrementar la competitividad. Hoy a través de la marca movistar, su cuota de mercado en telefonía móvil es de 19.4%.

Al respecto, expertos y analistas señalan que México ha perdido posiciones en la clasificación de competitividad mundial¹, principalmente por situaciones que han impedido una adecuada competencia, como son:

- Las limitantes para inversión extranjera en telefonía, que obstaculizan el desarrollo de competencia y la disminución de tarifas.

- La falta de un ambiente regulatorio transparente, eficiente y contundente; con todo y el claro dominio de Telmex y Telcel, éstos no han sido declarados como operadores dominantes ni se les ha impuesto alguna obligación específica.

- El retraso a la consolidación de las Áreas de Servicio Local (ASL's). Telmex actúa como monopolio en el 50% de las 397 ASL's.

- La necesidad de mayor espectro radioeléctrico, el cual está distribuido de forma desproporcionada; hay operadores, fijos y móviles, que carecen de espectro suficiente para desarrollar sus servicios e introducir nuevas tecnologías; mientras que algunos no hacen uso eficiente del espectro asignado.

Telefónica se ha apegado a la Ley Federal de Competencia en México, por lo que no presenta sanciones, multas, expedientes por monopolio, prácticas que vayan en contra de la competitividad ni por incumplimiento de la normativa sobre la provisión y uso de sus productos y servicios. Además, la compañía incrementó la labor preventiva en la detección de riesgos de infracción de normativas de competencia.

El compromiso de la compañía es continuar trabajando para mejorar el marco competitivo del país y así actuar como catalizador para lograr un nuevo repunte de la inversión en el sector, que resulta indispensable para insertar a México en la sociedad de la información.



¹ Índice de desarrollo de las tecnologías de la información por el International Telecommunications Union.

Uso responsable de las TIC's

Telefónica elaboró el primer estudio de nuevas tecnologías disponibles para niños y adolescentes en América Latina

La Compañía auditó el cumplimiento de su normativa sobre contenidos para adultos

Fueron realizadas diversas actividades con el fin de educar a niños, adolescentes y adultos sobre el uso responsable de las nuevas tecnologías.

La estrategia que desarrolló la Compañía para fomentar el uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías por parte de la infancia y la adolescencia, estuvo basado en tres ejes: autorregulación, alianzas y educación.

Autorregulación

La Normativa para la Provisión de Contenidos para Adultos concentró las bases del tratamiento que la Compañía tuvo que asignar a los contenidos clasificados para mayores de 18 años, mediante los mecanismos de control de acceso a los mismos y la lucha contra el material ilícito.

Para reforzar la implantación de esta normativa, se aplicaron auditorías en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. A partir de este ejercicio, se definieron los planes de mejora que se ejecutarían en 2009.

Alianzas

Telefónica fue siempre consciente de la necesidad de cooperación de todos los sectores de la sociedad para lograr que niños, niñas y adolescentes, hicieran un uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías. Es por eso que las acciones desarrolladas tuvieron el apoyo y colaboración de actores sociales como asociaciones civiles y agentes del sector académico y educativo.

La alianza con las organizaciones A Favor de lo Mejor, InterMedia y Únete, indudablemente fue clave en el país para el surgimiento y presentación del proyecto de "Investigación Generaciones Interactivas", el cual contó con la especial colaboración de la Universidad de Navarra.

Educación

Como proveedora de tecnología y contenidos, la compañía fomentó el uso responsable de las TIC's, prestó sus servicios y realizó aportaciones que trascendieran al progreso de la sociedad.

Además, promovió diferentes iniciativas, todas enfocadas para que las nuevas tecnologías fueran empleadas de forma segura, pero además sensibilizando a niños, padres, docentes y empleados. Las principales acciones desarrolladas fueron:

Formación

Telefónica y las ONG's A Favor de lo Mejor, InterMedia y Únete, organizaron el taller de *Formación de formadores*, con el tema *Ocio interactivo: un nuevo reto educativo*, el cual tuvo como propósito proporcionar herramientas y conocimientos para entender el mundo de las nuevas generaciones y poder educar a niños y padres, así como compartir con otros docentes el uso responsable de las tecnologías de la información. En estos eventos participaron más de 200 profesores de instituciones públicas y privadas; subdelegados y formadores de docentes para que incorporaran este asunto en sus temarios.

Asimismo, estas actividades fueron enmarcadas por el proyecto "Generaciones interactivas", impulsado por Telefónica y desarrollado por la Universidad de Navarra y EducaRed.

Con los talleres, impartidos por el maestro Fernando García, fue posible que los asistentes se convirtieran en el referente para sus centros educativos, ya sea con la incorporación del programa en el plan de estudio, o mediante la difusión en otros

lugares, a fin de replicar también su experiencia, como la del doctor Jorge Jiménez, profesor de la Escuela Secundaria 298, quien comentó: *"fue interesante saber que hay Instituciones que se preocupan por el uso adecuado del Internet en los adolescentes y me pareció importante que nos hicieran llegar esta información para posteriormente difundirla."*

Al mismo tiempo, también se presentó el libro *Educar hij@s interactiv@s*, de Fernando García y Xavier Bringué, basado en un estudio a niños y jóvenes españoles, sobre cómo emplean las nuevas tecnologías y los retos educativos que ello plantea para las familias y la comunidad docente. Los ejemplares fueron entregados para que los docentes aprovecharan los avances tecnológicos y pudieran transmitir mejor los mensajes, además de desarrollar las capacidades y potencialidades de los jóvenes.



Reflexión y opinión en la Escuela Secundaria N°. 66

En noviembre se realizó un taller con alumnos de nivel secundaria de entre 13 y 17 años. La primera escuela pública en México que participó en el estudio de Generaciones Interactivas, fue la número 66. La directora, junto con uno de los profesores, acudió al curso de *Formación de formadores*.

Este taller lo impartió Diana González, de la Universidad de Navarra y contó con la presencia de más de 200 alumnos y alrededor de 10 docentes. La participación del alumnado fue constante y el interés por los consejos ofrecidos quedó patente en sus reflexiones. Una de las principales conclusiones a las que se llegó fue que "en Internet se puede hacer todo, pero es importante pensar si se debe o no hacer".

Ciertamente, el taller significó el comienzo para que los estudiantes hicieran conciencia de que en la vida virtual como en la real, existen valores propios que no se deben dejar pasar.

Concienciación y difusión

Telefónica comprendió que el futuro de la sociedad eran los niños y adolescentes del presente, para quienes las TIC's serían fundamentales en su desarrollo personal y profesional. De ahí que haya considerado la importancia de hacerlos conscientes de las implicaciones sobre su uso para que aprovecharan su capacidad transformadora como motores de progreso.

A partir de ello, se creó conciencia con clientes, colaboradores y sociedad en

general. Al interior de la Compañía se difundieron consejos, artículos, videos y algunas otras acciones acerca de la importancia del uso responsable de las nuevas tecnologías y se puso de manifiesto el compromiso que se debía asumir para que el mensaje llegara correctamente al círculo familiar, laboral y de amistades.

Asimismo, en el sitio de Internet se publicó una serie de recomendaciones sobre el uso responsable del celular.

Por otra parte, a partir de enero de 2009, se aprovechó el envío de facturas de los clientes de postpago para incluir más de 147 mil trípticos con indicaciones para padres sobre cómo afrontar la educación ante el teléfono celular, Internet y la televisión. Este material también se difundió al interior de la Compañía para llegar a todos los colaboradores.

Generaciones Interactivas

Este programa Telefónica lo inició en Latinoamérica y tuvo como objetivo sensibilizar, educar y formar a niños, padres, educadores y sociedad en general, sobre el buen uso de las TIC's. Fue parte también del compromiso que la Compañía asumió para impulsar el desarrollo sostenible de las sociedades donde opera y a través del mismo, consolidar y coordinar las actuaciones en el ámbito de la protección al menor.

Destacó por ser el primer y mayor estudio de nuevas tecnologías disponibles para niños y adolescentes en América Latina; se le denominó *Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Niños y adolescentes frente a las pantallas. Retos educativos y sociales*. Estuvo impulsado por Telefónica y desarrollado por la Universidad de Navarra

(UNAV) y EducaRed, de Fundación Telefónica. Los resultados de este estudio fueron integrados en el Libro Blanco.

El análisis se basó en las encuestas que se aplicaron aproximadamente a 85 mil niños de 800 centros educativos entre Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela, entre septiembre de 2007 y junio de 2008, y sirvió para el desarrollo de acciones formativas.

En México se contó con la participación de 18 mil 590 estudiantes de primaria, 12 mil 703 de secundaria y 5 mil 674 de preparatoria; se contactaron 293 escuelas, de éstas 92 fueron privadas y 201 públicas.

En el documento se integraron varias esferas que brindaron un entendimiento claro sobre el uso de las pantallas sobre un único sujeto; incluso se añadió información sobre el contexto familiar y escolar, lo que facilitó la comprensión de las posibles interacciones que ejercieron estos elementos.

Otra de las novedades de este proyecto es que las comunidades educativas que participan son beneficiarias en primer término de la información obtenida del colegio participante, ya que disponen de una imagen de su alumnado hasta ahora inaccesible para ellos y que puede facilitar en gran medida la labor educativa posterior. En este sentido, 158 colegios recibieron su informe de resultados, a partir del cual pueden desarrollar iniciativas educativas.



Las principales conclusiones del estudio, integradas en el Libro Blanco, fueron:

- 73% de los niños encuestados navegó de manera individual.
- 10% instaló un filtro de contenidos en su computadora personal.
- 82.8% de niños entre 10 y 18 años tenía teléfono móvil.

Concretamente en México, se concluyó que:

- La principal atracción fueron las pantallas más audiovisuales y lúdicas como consolas, videoconsolas, cámaras digitales y de video.

- El mayor ingreso a Internet se realizó desde el hogar (50%); mientras que en escuelas es el 20%. De los adolescentes que navegan en cibercafé, 52% son hombres.
- El tiempo de navegación fue menor al de la media global de dos horas.

Telefónica, la UNAV y la Organización Universitaria Interamericana (OUI) constituyeron en 2008: el "Foro Generaciones Interactivas", el cual se abrió a entidades públicas y privadas para dar continuidad al proyecto con nuevas iniciativas.

El uso de las TIC's en Latinoamérica

Estudio "Generaciones Interactivas" (www.generacionesinteractivas.org)

	México	Brasil	Chile	Colombia	Argentina	Perú	Venezuela
Niños encuestados	36,967	8,005	8,647	7,093	12,220	8,224	3,637
Tienen móvil	83%	94%	79%	92%	72%	81%	93%
Tienen PC	69%	79%	69%	82%	43%	52%	68%
Navegan en el hogar	50%	59%	60%	54%	30%	36%	51%
Navegan en el colegio	20%	42%	23%	39%	46%	31%	13%
Navegan en el cibercafé	53%	44%	33%	46%	40%	62%	55%
Chatean	13%	13%	30%	12%	27%	14%	24%



Inclusión digital

El desarrollo de nuevas iniciativas favorece el progreso

Con la inclusión digital, Telefónica fomentó la igualdad de oportunidades

Crear una sociedad inclusiva a través de las TIC's, fue parte de la estrategia de la Compañía.

El uso de las TIC's potencia el desarrollo de las naciones, al actuar como catalizador del progreso, y favorece la eliminación de las barreras económicas, geográficas, educativas y de accesibilidad.

El desarrollo de programas para fomentar la inclusión digital permitió que cada vez más personas tuvieran acceso a las nuevas tecnologías y que además alcanzaran una mejora económica y social, así como una mayor calidad para las comunidades en la que se implementó el servicio.

Es por eso que año con año la compañía incluye proyectos que ayuden a disminuir la exclusión digital y 2008 no fue la excepción.

Inclusión económica

Ante la desigualdad de ingresos, que representó un freno para el acceso igualitario a las TIC's, se mantuvo la oferta de servicios accesible para todos, incluso para personas de recursos económicos bajos.

Movistar SOS

Se diseñó para que los clientes tuvieran comunicación permanente, sobre todo para ocasiones de emergencia, aun y cuando no contaran con saldo. Este servicio proporciona respaldo para todos sus clientes, sobre todo a aquellos con un nivel de poco consumo, así como a los de bajo ingreso.

En el menú del servicio, se incluyó "llámame, no tengo saldo", una opción a través de la cual se permitió al usuario dar aviso a cinco personas, como máximo, de su intención de querer comunicarse con ellos, ya sea por llamada o por mensaje de texto, ambos por cobrar en el saldo del destinatario.

Movistar en casa (telefonía fija inalámbrica)

Para responder a las necesidades de comunicación de aquellas poblaciones sin infraestructura para telefonía fija, se amplió la cobertura de este servicio en entidades

como el Distrito Federal, Guadalajara, Puebla, Monterrey, León, Aguascalientes, Querétaro, Ciudad Juárez, Tijuana, Morelia, San Luis Potosí, Matamoros, Reynosa, Nuevo Laredo, Saltillo, Toluca y Torreón.

Las tarifas y la renta del servicio fueron las más bajas en comparación con las del principal operador de telefonía fija en México; ambas estuvieron 40% por debajo. No obstante, la comercialización se realizó en las modalidades de postpago, control y prepago, atendiendo así las necesidades de la población y con la mejor calidad.

Los resultados que se obtuvieron en las encuestas aplicadas a usuarios, demostraron que el 80% estuvo muy satisfecho con el servicio de su línea y que un 91% seguro lo recomendaría.

Movistar 1, 2, 3

El lanzamiento de esta oferta fue para permitirle al cliente reducir el costo de sus consumos hasta por un 50%, en todo tipo de llamadas, incluyendo larga distancia internacional, que se cobraron como llamadas locales. Con esta tarifa, ciertamente, todos los mexicanos con familia en EEU y Canadá fueron los más beneficiados.

Inclusión geográfica

En 2008, Telefónica reforzó su compromiso para extender los servicios de telecomunicaciones a un mayor número de poblaciones. Sin embargo, su acción se vio restringida por las limitantes regulatorias en materia de inversión extranjera que prevaleció en el país.

Aliados de progreso en Veracruz

Telefónica firmó con el estado de Veracruz un convenio de colaboración para fortalecer el desarrollo de las telecomunicaciones en la entidad, con lo que se amplió la cobertura de servicios.

El compromiso adquirió una inversión aproximada de 40 millones de dólares, la generación de alrededor de 900 empleos y la extensión de la cobertura poblacional a más de 1 millón de veracruzanos adicionales. Evidentemente, esto reflejó el "Espíritu de Progreso" de la compañía.



Inclusión educativa

Telefónica fue consciente del importante papel que adquirió la capacitación en el uso de las nuevas tecnologías y el respeto a la riqueza cultural del país, así como de la convergencia de éstas para la accesibilidad de las telecomunicaciones a todas las personas, sin importar su nivel socioeconómico o cultural.

En este sentido, Fundación Telefónica fue clave. Con el programa EducaRed¹ se promovió el uso educativo de las TIC's en la enseñanza, beneficiando así a profesores, alumnos, padres y otras personas; y con el programa de Generaciones Interactivas se fomentó la educación en el uso responsable de las TIC's.

Accesibilidad

Durante el pasado año, se trabajó en diferentes ámbitos de accesibilidad y para extender el impacto positivo de las TIC's, especialmente en el colectivo de las personas con capacidades diferentes. No obstante, se mantuvieron activos algunos servicios de apoyo:

Mensaje de texto a voz: fue diseñado especialmente para ayudar a personas con ceguera total, debilidad visual, sordos y adultos mayores.

***2424:** con esta marcación se ofreció cualquier tipo de información, incluso de lugares con acceso para silla de ruedas, médicos que atendieran con el lenguaje de señas, entre otros.

Localízame: este servicio de localización GPS funcionó como un apoyo para determinar la ubicación de personas perdidas o desorientadas, entre otros..

Extendiendo el impacto

Para fomentar el desarrollo de las comunidades donde opera, la compañía potenció la inclusión digital y el crecimiento sostenible. Un ejemplo de ello, fue la relación que sostuvo con CINIA, empresa ubicada en el estado de Puebla -única en su tipo- que se creó para integrar a la vida laboral a personas con alguna discapacidad.

CINIA comenzó elaborando un muñeco de peluche con la imagen del "duende Telefónica" de la compañía y debido a la respuesta tan favorable que se obtuvo, se amplió la gama de productos que esta empresa vende a la Compañía. Además de que se construyó una sólida relación.

Uso del Náhuatl

En México, 6 de cada 100 habitantes hablan alguna lengua indígena. Es por esto que resulta importante preservar la riqueza cultural del país y a través de la inclusión, abrió un canal de atención especializado en lengua Náhuatl.

Esta plataforma de atención, única en el sector de telefonía móvil en la República Mexicana, atendió en tan sólo seis meses de operación, a más de 4 mil clientes en su lengua indígena materna.

Con esta iniciativa se demostró nuevamente que a través de la innovación y la firme convicción de apoyar a los diferentes sectores de la sociedad mexicana, Telefónica fue factor importante para del desarrollo de la gente.



1. Más información en www.movistar.com.mx/fundaciontelefonica/educared

Inversión en la comunidad

Telefónica mantuvo su compromiso de inversión a la sociedad mexicana

El trabajo realizado en entidades educativas, sociales y culturales, públicas y privadas, permitió que se alcanzara el objetivo

“Espíritu de Progreso”: fuente de desarrollo

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación fueron fundamentales para la contribución de Telefónica a mejorar la calidad de vida de las personas, fomentar la igualdad de oportunidades y el crecimiento de las comunidades donde opera.

Fundación Telefónica promovió el progreso social, siendo éste el motor y semillero de las iniciativas sociales y culturales de la compañía.

El desempeño de las TIC's tuvo un rol protagónico para el mejoramiento de la educación y la promoción de la igualdad de oportunidades. Por tal motivo, el eje de iniciativas sociales y culturales de la compañía se desarrolló a través de la Fundación y de algunos patrocinios, por lo que logró impactar positivamente en la sociedad, el arte y la cultura.

Medición

Como parte de un ejercicio más de transparencia, Telefónica reportó sus mediciones de acuerdo con el modelo LBG (*London Benchmarking Group*), desarrollado para mejorar la gestión, entendimiento y medición de la inversión social de las empresas. En la actualidad, el modelo es utilizado por más de 200 compañías líderes a nivel mundial.

Patrocinios

Con el patrocinio de actividades culturales y deportivas, además de reafirmar el compromiso social de la compañía, se buscó la integración de diferentes grupos y la extensión del progreso.



Inversión social en Puebla

El Ayuntamiento de Puebla reconoció la participación de Telefónica en el programa de Corresponsabilidad Social, implementado por la presidenta municipal, Blanca Alcalá Ruiz.

Por tal motivo, la Compañía fue incorporada al Portafolio de Inversión Social, un instrumento que vincula a la sociedad y al ayuntamiento a partir de la colaboración e integración de alternativas que contribuyen a la mejora comunitaria para establecer alianzas entre gobierno, sociedad e iniciativa privada.

El programa tuvo como propósito impulsar el desarrollo y mejorar la imagen urbana de la entidad.

Cultura

El pasado año se patrocinó la quinta edición del Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México (FICCO), considerado el evento de cine independiente nacional e internacional más importante del país, en donde se exhibieron 195 largometrajes, 39 documentales y 48 cortometrajes, además de la realización de cursos, talleres, proyectos sociales y actividades infantiles.

La edición número diez del Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino, uno de los principales eventos de

rock en español también fue patrocinado por la compañía. Durante dos días, se registraron más de 110 mil asistentes en los diferentes conciertos.

Por cuarto año consecutivo, se apoyó “Espacio Vanguardia 2008”, el cual se celebró en la ciudad de Tampico. Este ejercicio de intervención social contó con la participación de más de 30 mil estudiantes, académicos y asociados de universidades públicas y privadas, de diferentes regiones del país, para elaborar iniciativas concretas sobre temas clave para el desarrollo presente y futuro de México.

Deporte e integración

En 2007 Telefónica firmó un convenio con la Federación Mexicana de Fútbol (FMF) para el patrocinio de todas las selecciones nacionales. Este acuerdo con vigencia hasta 2011, tuvo como propósito impulsar una actividad que une a millones de aficionados en el país, sin importar las diferencias sociales ni educativas. Además los colaboradores disfrutaron de numerosos beneficios, como visitas al Centro de Capacitación y Alto Rendimiento PEGASO, descuentos y sorteos de boletos, camisetas, firmas de autógrafos, entre otros.

Fundación Telefónica incrementó los beneficiarios del programa Proniño en México

Se mantuvo el trabajo con los cinco programas de actuación: Proniño, EducaRed, Voluntarios Telefónica, Debate y Conocimiento; Arte y Tecnología.

Proniño escolarizó a 107 mil 602 niños en América Latina; la meta en 2009 es beneficiar a 120 mil en el eje de protección integral, a los que se sumarán 127 mil 500 gracias a la intervención socio educativa.

Fundación Telefónica¹ articula la acción social y cultural de las empresas de la Compañía. Con presencia en nueve países, su objetivo en México es brindar apoyo social a grupos desprotegidos, promocionar el arte, fomentar la cultura y la investigación de nuevas tecnologías. Al mismo tiempo, contribuir al desarrollo social a través de una educación de calidad. En 2008 desarrolló más de 200 proyectos de acción social, dentro de los cinco programas transnacionales, beneficiando a 71 mil 801 personas.

Aulas Fundación Telefónica (AFT)

Son espacios públicos de formación con recursos informáticos (equipo de cómputo, proyector, impresora, mobiliario e Internet) y humanos (dinamizadores), que impulsan un proyecto de integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) al proceso de enseñanza-aprendizaje, para los beneficiarios del programa y todo su entorno.

Las AFT permiten el acceso, capacitación y participación de toda la comunidad escolar (profesores, promotores, alumnos, actores sociales involucrados y padres de familia); éstas fueron instaladas en ludotecas o escuelas primarias en donde se ejecuta el programa Proniño. Las 10 aulas construidas en 2008, se repartieron en: Chiapas (Tuxtla Gutiérrez, Tapachula, San Cristóbal de las Casas y Huixtla), Oaxaca, Quintana Roo (Cancún) y Jalisco (Guadalajara). En 2009 se seguirán construyendo más aulas para dar continuidad al proyecto.

El dinamizador es el principal aporte de este servicio, está altamente capacitado y su labor es proporcionar las herramientas necesarias para adaptar contenidos, compartir experiencias y motivar a toda la comunidad educativa para que aproveche al máximo estos conocimientos. El portal de EducaRed es su fuente de respaldo.

Ejemplo de estas aulas, es la que se instaló en la escuela primaria Juan Sabines, en San Cristóbal de las Casas, ubicada en una colonia de alta marginación, con conflictos étnicos y religiosos, donde la población escolar sólo habla en tzotzil.

El impacto de este proyecto fue positivo y alentador, como lo explicó Rubén Darío, profesor de educación básica que nunca había salido de su comunidad chiapaneca y que, gracias a su participación en las AFT a través del portal EducaRed, se ganó con otros docentes un viaje educativo a España. “El uso de la tecnología en la educación, brinda mayor oportunidad de aprendizaje a los alumnos; será estéril si no innovamos, si tomamos a los alumnos como simples receptores (...) La educación es el elemento clave en el que se debe asentar el desarrollo de la sociedad actual. Si la ignorancia mata los pueblos... matemos la ignorancia”.



1. Fundación Telefónica publica una memoria anual con la descripción de sus programas y avances. La versión electrónica del informe anual 2008, está disponible en: www.fundacion.telefonica.com

Proniño

Con este programa, a través de la escolarización, se contribuyó significativamente a la erradicación de la explotación infantil. También se permitió mejorar la calidad en la educación y aumentar la retención escolar de los infantes, toda vez que les fueron brindadas las herramientas para la construcción de su propio proyecto de vida. La estructura del programa logró aumentar la cobertura de beneficiarios, alcanzando también a todo el entorno del menor.

Con el respaldo de 10 años de trabajo, Proniño es la única iniciativa privada contra el trabajo infantil que se despliega en 13 países de América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela. Tiene también el reconocimiento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), por su labor en la erradicación del trabajo infantil.

En el pasado año fueron atendidos más de 13 mil niños en México, superando por mucho la cifra de 2007; además se entregaron 2 mil 209 becas en especie; 235 niños dejaron de laborar, y 504 disminuyeron sus horas de trabajo. El programa desarrolló su actividad en 82 escuelas primarias y 13 centros educativos (campos agrícolas y ludotecas) de 13 entidades del país: Chiapas, Distrito Federal, Guerrero, Tabasco, Veracruz, Puebla, Guanajuato, Jalisco, Sinaloa, Baja California, Oaxaca, Yucatán y Quintana Roo.

De igual forma, y tomando en consideración la experiencia del modelo EducaRed, se les facilitó a profesores, alumnos y familias con herramientas tecnológicas para garantizar el acceso a procesos de aprendizaje y enseñanza de calidad.

Por otra parte, se instalaron 10 "Aulas Fundación Telefónica", con equipos y conectividad, en los centros educativos Proniño; se lanzó el "canal EducaRed del educador Proniño", en el que se desarrolló un módulo de formación y se implementó el "servicio de atención en tecnología educativa", que se diseñó para atender personalmente a los docentes.



En 2008 se impartieron diversos talleres con temáticas como: derechos de la niñez, identidad cultural, prevención de la violencia y maltrato; higiene y salud, equidad de género y trabajo en equipo. De manera complementaria, se realizaron actividades extraescolares como visitas a museos y a parques de diversiones, torneos de fútbol y cine móvil.

Para proponer y promover la adopción de políticas de erradicación de explotación infantil, Fundación Telefónica, en conjunto con la ONG *Save the Children*, organizó el "Congreso nacional para erradicar la explotación infantil", que contó con la participación de 390 personas, entre ellos, representantes de secretarías de estado nacionales y estatales, autoridades del sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) y otros actores significativos del país.

EducaRed

Se creó con el propósito de mejorar la calidad educativa y fomentar la igualdad de oportunidades mediante la aplicación de las nuevas tecnologías en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Su vehículo de expresión es el portal EducaRed.net, mediante el cual se incluyeron herramientas, contenidos, programas educativos, entre otros aspectos.

Sin duda, el lanzamiento de este portal educativo en el pasado año superó las expectativas, al registrar: 91 mil 586 visitas al sitio, 393 mil 752 consultas y más de 40 mil usuarios inscritos.

Con las actividades didácticas que fueron integradas en este programa, se buscó que los beneficiados llevaran su experiencia a sus ámbitos de actuación.

Finalmente, se brindó capacitación a 4 mil 412 participantes, entre más de 53 mil 200 horas de formación impartidas. Los programas más destacados fueron:

Entre pares: se impulsó en conjunto con Microsoft y el Gobierno del Estado de Tabasco para la formación de líderes capaces de instruir al alumno en un mejor aprendizaje, propiciando la incorporación de las TIC's y la disminución de la brecha digital.

Capacitación al Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), a través del cual se sensibilizó a la sociedad sobre las ventajas de incorporar las TIC's en los procesos educativos y que reconocieran las potencialidades didácticas y de comunicación de éstas. De igual forma se identificó el rol, funciones y competencias de los docentes y estudiantes al aplicarlas.

Voluntarios Telefónica

Mejorar la calidad de vida de las personas y de la sociedad en general mediante el esfuerzo desinteresado de los colaboradores, a través de la ejecución de diversos proyectos, ha sido el objetivo del programa, que desde 2005 inició actividades en México.

En 2008 terminó la expansión territorial del programa, para llegar a todas las entidades del país y culminar con 850 voluntarios inscritos, quienes dedicaron más de 8 mil 500 horas para ejecutar 109 iniciativas, que beneficiaron a más de 26 mil 830 personas.

Los esfuerzos más destacados fueron: acopio de alimentos, agua potable y ropa para ayudar a los damnificados del estado de Veracruz; convivencias en instituciones que trabajan con niños en situación y riesgo de calle y adultos de la tercera edad; rehabilitaciones de casas hogares; así como donaciones en especie.

En el "Día del Niño" fueron festejados 2 mil 480 niños; en el "Día del Voluntario" se contó con la participación de 286 colaboradores en las actividades culturales a nivel nacional.

Fundación Telefónica, en sinergia con el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia de Sonora (SNDIF) y el Delfinario de Guaymas, entregó 21 becas para niños de capacidades diferentes y escasos recursos, para que a través de las terapias con los delfines se mejorara su calidad de vida.

La detección temprana para la curación del cáncer de mama fue otro tema relevante para Fundación. Por ello, y en conjunto con algunas dependencias gubernamentales, se llevaron a cabo campañas de estudio, concientización e información.

Al respecto, el DIF municipal de Boca del Río, Veracruz, participó en las jornadas de salud y patrocinó las mamografías de 44 mujeres de escasos recursos; con el DIF de Puebla fueron 50 mamografías para mujeres campesinas.

Por otra parte, y con el apoyo de las autoridades municipales de Veracruz, se

realizó el "Operativo Crayola", en el cual fueron entregados más de 5 mil libros. En Puebla, se acondicionó la estancia infantil "Ciudad Héroe", para lograr el desarrollo integral de sus niños.

Debate y Conocimiento

Permitió generar conocimiento en el entorno de la Sociedad de la Información y de su impacto social; estudios y proyectos de investigación ayudaron a entender mejor los aspectos relevantes sobre las TIC. Además, se ejecutaron actividades de análisis, debate y difusión.

En 2008, fueron publicados diversos estudios en México, entre los cuales destacaron el relativo al valor económico del español y "Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas" este último, considerado como el primero y mayor estudio de nuevas tecnologías disponibles en América Latina, mismo que realizó Telefónica en colaboración con su Fundación y la Universidad de Navarra.

Arte y Tecnología

El objetivo principal de este rubro fue promocionar y divulgar el arte contemporáneo y las aplicaciones artísticas que se encontraban dentro de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Para ello, se apoyó la

presentación y ejecución de los siguientes proyectos:

Antología de Juan Sebastián Barberá. Fundación Telefónica patrocinó la realización del libro "Historias pintadas y cuentos de amor".

Electrónica experimental en el arte. Se llevó a cabo un taller dirigido a músicos, artistas sonoros y visuales para proponer nuevos proyectos individuales o colectivos mediante prácticas que incluyeran electrónica básica, reciclaje de materiales y tecnologías.

Otros proyectos

Asimismo, Fundación Telefónica dirigió sus esfuerzos hacia otras actividades, como "Chispitas de Esperanza", que en colaboración con la Fundación Ayu, apoyó a niños del sector rural, de comunidades de alta y muy alta marginación de la llamada nación Mixteca (Oaxaca, Guerrero, Puebla, Costa e Istmos).

Al mismo tiempo, fueron donadas varias aulas de cómputo con el fin de acercar a los niños al uso de las TIC's. Entre los sitios beneficiados estuvieron el internado México-España (Morelia), y el DIF de San Pedro Garza (Nuevo León).

Ciertamente, cada acción demostró el compromiso que la compañía adquirió para ser participe del desarrollo y progreso del país.

Impacto del idioma español

La Ciudad de México fue la sede del V Seminario Internacional 'El valor económico del español: una empresa multinacional', organizado por Telefónica México, Fundación Telefónica España, la Secretaría General Iberoamericana y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

Se presentaron los títulos: "Economía del español, una introducción" y "Atlas de la lengua española en el mundo" y más de 50 personalidades del ámbito académico, cultural, económico y social se dieron cita para aportar elementos acerca de la importancia y el carácter estratégico del idioma para la comunidad panhispánica.

El español es una de las lenguas más importantes mundo por su valor histórico y cultural, así como por su contribución a la economía global. Bajo ese esquema, Telefónica impulsó el desarrollo de esa investigación, reafirmando así su compromiso cultural y social con el país. Es importante señalar que con la creación de estos foros, se logró promover la competencia, disminuir la brecha digital y difundir la importancia del sector para el crecimiento del país.

Diálogo con grupos de interés

El objetivo: estrechar los lazos y encontrar puntos de interés comunes

Transparencia

La Compañía diseñó canales de comunicación enfocados a la atención de las necesidades de clientes, empleados y sociedad en general.

En la estrategia RC 2.0, planeada por Grupo Telefónica, el diálogo con los grupos de interés se consolidó como una herramienta de crecimiento. Con los esfuerzos realizados en México, fue posible la apertura de un mayor número de espacios para dar respuesta y atender a cada uno de las inquietudes clientes, empleados y sociedad en general.

Cientes

Para Telefónica, la opinión de los clientes siempre fue importante, es por eso que puso a su disposición diferentes canales y herramientas de atención (números de atención telefónica, página en Internet, centros de servicio) a través de las cuales mantuvo comunicación las 24 horas del día.

Empleados

Para los colaboradores, a través del canal exclusivo "RRHH Cerca de Ti", un grupo de profesionales atendió dudas, comentarios, inquietudes y sugerencias. La compañía alentó también la comunicación cara a cara y por vía electrónica, con la intención de que los colaboradores se expresaran de manera abierta y sin temores.

Adicional a estos canales, se incorporó la Oficina de Principios de Actuación, un medio abierto para la expresión de inquietudes sobre el comportamiento ético de la compañía.

Sociedad

Para este grupo, el correo electrónico de Fundación Telefónica fue el enlace que estuvo a disposición del público en general; y a través del cual se pudo establecer contacto con los responsables de cada programa y generar sinergias.

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa es un ejercicio de transparencia de cara a todos los grupos de interés de la empresa. Desde 2007 este documento público fue colocado en Internet, al igual que el correo electrónico de responsabilidad corporativa.

Para 2009, la compañía contará con una sala de prensa virtual, un sitio que ofrecerá contenido relevante e importante sobre Telefónica; además atenderá las solicitudes de entrevistas e información que los periodistas realicen.

Más cerca del negocio

De cara a 2009, Grupo Telefónica reforzará su método de diálogo a través de diferentes líneas de acción: redefinición del proceso de identificación de los representantes de los grupos de interés; desarrollo de planes locales y selección de herramientas en función del nivel de maduración del proceso. Todo ello, potenciando la continuidad del diálogo con los grupos a lo largo del ejercicio y así trasladar de modo más efectivo las conclusiones al negocio.

Diálogo por las TIC's

Fundación Telefónica impulsó, en colaboración con el *Columbia Business School*, Intel, el "Taller sobre la contribución de las TIC's al desarrollo económico y la construcción de la cohesión social en América Latina", que se desarrolló en las instalaciones de Telefónica en México, y que fue encabezado por el Dr. Raúl Katz, profesor de *Columbia Business School*, quien incluyó diferentes visiones sobre las TIC's respecto al fomento, uso, inversión, productividad agregada y colaboración conjunta entre el sector público y privado para obtener el mayor impacto económico y social en México. Esta visión integral fue el resultado de una investigación en países como Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay, Venezuela y México.

Al encuentro asistieron distinguidos actores del ámbito académico, político y empresarial, para dialogar sobre las acciones prioritarias en el área de las tecnologías de información y comunicación que deben encarar los países de la región, para avanzar en su desarrollo. Así, se recabaron diferentes opiniones y se concluyeron mejores prácticas sobre el futuro de las TIC's en México y su impacto en la economía.

Como fruto de este análisis, se publicará un libro con un compendio sobre el estudio y con las recomendaciones sobre herramientas y políticas que deberían implementar los países según su nivel de desarrollo. Asimismo, incluirá el detalle de las acciones prioritarias a realizar desde los sectores público, privado y académico.

Informes

La Compañía da cuenta del grado de cumplimiento de sus objetivos y presenta sus retos adquiriendo compromisos específicos para el próximo ejercicio

Telefónica publica Informes de Responsabilidad Corporativa en 17 países

Para garantizar la materialidad de la información y la rigurosidad, se apoya en la verificación externa, siguiendo los parámetros más exigentes del mundo: GRI y AA1000AS.

Adicionalmente, el Grupo aplica la metodología LBG, modelo para la gestión, medición y comunicación de la contribución social a la comunidad.



Telefónica S.A. publica en www.telefonica.com/rco8 la versión ampliada del Informe de RC 2008.

Informes Corporativos Telefónica 2002-08



Informes locales de RC en los países

Alemania¹ (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS ☑LBG	Centroamérica² (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑	Ecuador (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	México (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	República Checa³ (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑LBG
Argentina (desde 2004) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	Chile (desde 2003) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	España (desde 1999) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	Perú (desde 2003) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	Venezuela (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS
Brasil (desde 2003) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	Colombia (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS	Irlanda (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS ☑LBG	Reino Unido¹ (desde 2006) ☑GRI (G3) ☑AA1000AS ☑LBG	

(1) Primer informe publicado
☑ Verificación 2008
1 Informes on line.
2 Incluye El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá.
3 Informe Anual

Indicadores clave RC

Como cada año, Telefónica analizó cuantitativamente su desempeño como empresa responsable

La Compañía trata de mejorar la satisfacción de sus stakeholders a través de su estrategia de RC, con la excelencia del negocio como base

Balance de gestión responsable

El modelo de gestión de la RC en la compañía fue ligado con indicadores sobre el impacto social y el cumplimiento de los Principios de Actuación.

Indicadores operativos de Grupo Telefónica

	2008	2007	% Var. ejercicio anterior
Impacto económico¹			
Ingresos de Telefónica (mill. de pesos)	28,841	25,512	13%
Inversión en innovación tecnológica (mill. de pesos)	2,498	2,291	9%
Pagos a administraciones públicas (mill. de pesos)	601	1,949	-69%
Pagos a empleados (mill. de pesos)	2,923	2,707	8%
Inversiones en infraestructuras (mill. de pesos)	5,749	3,735	54%
Volumen de compras adjudicadas (mill. de pesos)	15,086	16,272	-7%
Empleados			
Número total de empleados	17,769	16,589	7%
% mujeres en puestos directivos	13.8	10.9	26%
% mujeres en puestos medios	80.6	28.8	180%
Horas formación por empleado ²	37.0	66.6	-45%
Número de comités de seguridad y salud	1	1	0%
Empleados formados en los Principios de Actuación	90.1	98.3	-8%
Medio ambiente			
Consumo eléctrico operaciones (MWh/año) ³	176,727	139,855	26.36%
Consumo eléctrico oficinas (MWh/año)	23,865	9,200	159.39%
Consumo de combustible en grupos electrógenos (litros)	282,340	271,900	3.84%
Consumo de agua (miles de litros)	54,453	38,137	42.78%
Emissiones CO ₂ indirectas (electricidad) (toneladas)	103,400	77,807	33%
Emissiones CO ₂ directas (toneladas)	761	102,704	-99%
Emissiones CO ₂ totales - directos y electricidad (toneladas)	105,915	180,511	-41%
Emissiones CO ₂ por viajes de trabajo en avión (trayectos continentales)	1,754	N.D.	
Residuos baterías (kg) ⁴	14,133.10	60,207.00	-76.53%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos- oficinas (kg)	68,614	67	102309%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos -clientes (kg)	23,679.0	N.D.	
Inversiones en adecuación para cumplimiento legal ambiental (pesos)	4,992.14	N.D.	
Expedientes sancionadores por cuestiones ambientales	2	0	100%
Gastos de sanciones ambientales (pesos)	96,006.74	0	100%
Clientes			
Total de clientes (miles)	15,464.00	12,538	23.34%
Total de reclamaciones	108,211	3,078,370	-96.48%
Establecimientos comerciales	8,430	13,403	-37.05%
Llamadas telefónicas atendidas (miles)	21,908.00	160,198.00	-86.32%
% Cobertura poblacional	88	88	0,0%
% Cobertura geográfica	27	27	0,0%
% Efectividad de las llamadas (red GSM)	97.8	97.8	0,0%
% Accesos prepago móvil	94.1	94.4	0,0%
Proveedores			
Total de proveedores adjudicados	1,153	1,111	3.78%
Total de proveedores que reportan información RC	27	20	35.00%
Sociedad			
Inversión social (LBG) (mill. de pesos) ⁵	42.2	30.9	37%
Beneficiados Fundación Telefónica ⁶	68,411	N.D.	
Beneficiados Programa Proniño ⁷	13,743	N.D.	
DJSI	81,4	81,4	0,0%

¹ Cifras obtenidas de estados financieros 2008 expresados en normas mexicanas de contabilidad y auditados por Ernst & Young. Las cifras divergen con las aportadas en el informe corporativo por no incluir operaciones adicionales de Telefónica en México, así como eliminaciones de movimientos entre compañías del Grupo.

² No incluye formación *on line*.

³ El incremento del consumo eléctrico y emisiones de CO₂ se debe al aumento de estaciones bases, que pasaron de 4 mil 561 en 2007 a 5 mil 657 en 2008.

⁴ El descenso en este rubro se debió un menor cambio de baterías por su fin de vida útil.

⁵ Cálculo LBG cifras 2008.

⁶ No incluye los beneficiarios a través de Internet.

⁷ Niños, niñas y adolescentes beneficiados más docentes, educadores y agentes sociales formados.

Percepción de los grupos de interés

Telefónica cuenta con una serie de indicadores que muestran su comportamiento económico, social y medioambiental. A continuación, se muestra la evolución de estas variables desde 2007.

¿Cómo nos perciben los *stakeholders*?

	2008	2007	% Var. ejercicio anterior
Clima laboral			
Clima laboral global	84%	78.49%	6%
Directivos	89%	83.29%	9%
Mandos intermedios	84%	79.65%	11%
Resto plantilla	84%	77.72%	9%
Satisfacción del cliente			
Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) ¹	8.68	8.71	0%
Reputación frente a la sociedad (RepTrak)			
Reputation track Pulse	66	64.7	2%
RepTrakTM - Oferta	68.5	67.4	2%
RepTrakTM - Trabajo	64.8	64.2	1%
RepTrakTM - Integridad	68	67.1	1%
RepTrakTM - Apoya causas sociales	60.9	59.5	2%
RepTrakTM - Protege el medio ambiente	60.9	58.1	5%
RepTrakTM - Innovación	69.9	69	1%
Familiaridad espontánea de marca (<i>top-of-mind</i>) ²	22	27	-9%

¹ Expresa el grado de satisfacción del cliente en relación con el servicio proporcionado por la compañía, en una escala de 1 a 10, en la que 1 significa "nada satisfecho" y 10 significa "completamente satisfecho".

² Datos acumulados al cierre de año

Telefónica confirma su compromiso social y fija objetivos basados en su estrategia de RC

La responsabilidad de la compañía se concreta por medio de programas y acciones, cuyo impacto y grado de cumplimiento se mide y da seguimiento. En México son establecidas de acuerdo con las características del país y de los retos fijados por Grupo Telefónica como estrategia global.

Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación

1 Principios de Actuación	Desarrollar una campaña interna de comunicación para reforzar la importancia de los Principios de Actuación.
2 Mejorar la reputación de la compañía	Mantener en 60 puntos el eje de Ciudadanía en el índice de reputación.
3 Diálogo con grupos de interés	Potenciar la comunicación con nuestros grupos de interés a fin de conocer sus peticiones y expectativas.
4 Empresa Socialmente Responsable	Obtener el distintivo ESR® 2009, que reconoce los estándares establecidos en la compañía en los ámbitos estratégicos de la responsabilidad social empresarial, evaluado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

Medio Ambiente

5 Certificado ISO 14001	Dar mantenimiento al sistema de gestión ambiental, para apoyar la protección del medio ambiente, a través de un desarrollo sustentable y considerando los aspectos económico – social y ambiental.
6 Reciclaje: 50 mil unidades de posítadas y recicladas son el objetivo	Fomentar la prevención de la contaminación mediante una cultura de reciclaje, que pernee en todos los colaboradores de Telefónica.
7 Papel: ahorro de papel	Implementar proyectos de ahorro que contribuyan a la conservación de nuestros recursos naturales.
8 Preservación de la naturaleza: dar soporte al proyecto Pronatura Yucatán, dedicado a la conservación de la tortuga	Facilitar el desarrollo sustentable, en todas nuestras actividades, productos y servicios, contribuyendo a la conservación de la biodiversidad en México.
9 Apoyo a programas medioambientales: continuar con el apoyo de los programas: - Fondo El Triunfo, dedicado a la conservación del Hábitat del Quetzal y Pavón - Pronatura Noreste, el cual consiste en dar refugio a las aves acuáticas de Cuatrociénagas	Otorgar becas a guardabosques y ofrecer talleres sobre educación ambiental. Apoyar en el pago para derechos de uso de agua y producción de la señalización de senderos.

Clientes

10 Certificado ISO 9001 otorgado por AENOR	Dar mantenimiento al sistema de gestión de la calidad, para cumplir con todos los requisitos y necesidades de los clientes, en los productos y servicios que ofrecemos.
11 Incrementar el Índice de Satisfacción de Clientes a 8.86	La satisfacción del cliente sigue un año más siendo prioridad estratégica para Telefónica, que en 2009 continuará trabajando en la implementación del Plan de Calidad.
12 Indicadores de calidad establecidos por la Dirección	Desarrollar planes de mejora continua para ofrecer un servicio de calidad.
13 Ampliación de la cobertura de telefonía pública	Continuar con el despliegue de nuestra red de telefonía en la vía pública, para ofrecer mayor servicio a los ciudadanos.
14 Programa Integra, que forma parte del Programa Regional Ahora	Vincular los ejes de Empleado y Cliente: - Para mejorar la satisfacción de los empleados. - Para que los clientes vivan una mejor experiencia.
15 Uso responsable de las TIC's por niños y los adolescentes	Impartir talleres de formación a educadores para fomentar el uso responsable de las TIC's, y toma de conciencia de los adultos en el tema.

Empleados

16 Programa "vive el servicio"	Lograr que los colaboradores de la compañía conozcan de manera vivencial los procesos de atención que Telefónica brinda a sus usuarios.
17 Incrementar 2% el clima laboral de la organización	Crear planes de acción por área (gestión de microclimas) con foco en los ejes críticos.
18 Transformación de líderes	Construir una nueva cultura de liderazgo que impacte en la consecución de nuevos desafíos, brindando herramientas de desarrollo que transformen el ambiente organizacional y generen confianza y pasión en los equipos de trabajo; con claridad sobre las fortalezas y áreas de desarrollo para fortalecer las capacidades.

Proveedores

19 Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro	Continuar con los planes de auditoría iniciados en 2008.
------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------

Sociedad

20 Proniño	- Beneficiar a 14 mil 400 niños en 12 Estados de la República y otorgar mil 325 becas. - Inaugurar 15 Aulas Fundación Telefónica. - Realizar el primer encuentro de dinamizadores de las Aulas Fundación Telefónica.
21 Voluntarios Telefónica	Aumentar el censo de Voluntarios Telefónica a 930 colaboradores y desarrollar más de 100 proyectos.
22 EducaRed	Lograr 180 mil vistas al portal EducaRed México y contar con 5 mil docentes capacitados.
23 Inclusión Digital	Extender la red de telefonía fija a 10 localidades rurales.
24 Ampliar cobertura de telefonía pública en el interior de hospitales públicos en la Ciudad de México	Instalar 75 aparatos de telefonía pública en 25 hospitales que permitan ofrecer servicios de comunicación eficientes a pacientes, visitantes y profesionales.

ANEXO: TABLA DE INDICADORES GRI DE TELEFÓNICA EN MÉXICO 2008 (*)

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE (VERIFICACIÓN) DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2008 DEL GRUPO TELEFÓNICA EN MÉXICO.

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 del Grupo Telefónica en México (en adelante, Telefónica), disponible en www.telefonica.com.mx/rc2008, y su adaptación conforme a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), para el perímetro de Telefónica México.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en México.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión limitada de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

Procedimientos realizados

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección Corporativa, así como a la de las diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Realización de entrevistas con directivos y personal de las áreas de Responsabilidad Corporativa de Telefónica, S.A. y una selección de directivos y personal clave de las líneas de negocio de telefonía fija y de móviles de México. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Responsabilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en las estrategias de las entidades.
- Revisión de información relevante, tal como las actas de las reuniones del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. o las actas de las reuniones celebradas por la Comisión de Recursos Humanos y

Reputación Corporativa, en las que se han tratado asuntos relacionados con la Responsabilidad Corporativa.

- Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación selectiva de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

Los procedimientos aplicados para cada indicador se detallan en la Tabla de Indicadores GRI que se adjunta a continuación y que forma parte integrante de este Informe, habiéndose obtenido para cada uno de ellos documentación soporte correspondiente.

Independencia

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

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 de Telefónica contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3)
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).

En esta hoja se recogen los principales procedimientos y conclusiones de nuestra verificación; el contenido íntegro del presente informe de revisión, junto con las recomendaciones y detalle de los procedimientos de verificación aplicados a los indicadores GRI G3 se encuentra en: www.telefonica.com.mx/rc2008

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO				
Informe detallado de gestión				
Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos económicos: rendimiento económico, presencia en el mercado e impacto indirecto de Telefónica.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Desempeño Económico	EC1	GTM	CA	C
	EC2	G	CC/SI	C/Q
	EC3	GTM	CA	C
	EC4	NA	NA	C
Presencia en el mercado	EC5	AT	SI/FE	C
	EC6	GTM	PP/SI	Q
	EC7	GTM	SI/FE	Q
Impacto Económico Indirecto	EC8	GTM	SI/FP	C
	EC9	GTM	SI	C

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				
Informe detallado de gestión				
Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos medioambientales: materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones vertidos y residuos, productos y servicios, cumplimiento normativo, general.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Materiales	EN1	GTM	SI/FE	C
	EN2	GTM	SI/FE	C
	EN3	GTM	SI/FE	C
Energía	EN4	GTM	SI/FE/PP	C
	EN5	GTM	SI/FE	C
	EN6	GTM	SI	Q/C
	EN7	GTM	SI	Q
Agua	EN8	GTM	SI/FE	C
	EN9	NA	NA	C
	EN10	NA	NA	C
Biodiversidad	EN11	TM	SI/FE	Q
	EN12	GTM	SI/FE	Q
	EN13	GTM	SI/FE	Q
	EN14	GTM	SI/FE	Q
	EN15	NA	NA	C
Emisiones Vertidos y Residuos	EN16	GTM	SI/FE	C
	EN17	GTM	SI/FE	C
	EN18	GTM	SI	Q
	EN19	ND	ND	C
	EN20	ND	ND	C
	EN21	NA	NA	C
	EN22	GTM	SI/FE	C
	EN23	GTM	SI/FE	C
	EN24	NA	NA	C
	EN25	NA	NA	C
Productos y Servicios	EN26	GTM	SI/FE	Q/C
	EN27	GTM	SI/FE	C
Cumplimiento Normativo	EN28	GTM	SI	C
	EN29	ND	ND	Q
General	EN30	GTM	SI/FE	C

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL PRÁCTICAS LABORALES Y DE TRABAJO DECENTE				
Informe detallado de gestión				
Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos laborales: empleo, relaciones laborales, seguridad y salud, formación y educación y diversidad e igualdad de oportunidades.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Empleo	LA1	GTM	SI/FE	C
	LA2	GTM	SI/FE	C
	LA3	GTM	SI/FE	Q
	LA4	GTM	SI/FE	C
Relación Empresa Trabajadores	LA5	GTM	PP	C
	LA6	GTM (a AT)	SI/FE	C
Salud y Seguridad en el trabajo	LA7	GTM (a AT)	SI/FE	C
	LA8	GTM (a AT)	PP	Q
	LA9	GTM (a AT)	PP	Q
Formación y Educación	LA10	GTM	SI/FE	C
	LA11	GTM	PP/SI	Q
	LA12	GTM	PP/SI	C
Diversidad e Igualdad de oportunidades	LA13	GTM	CO	C
	LA14	ND	ND	C

DERECHOS HUMANOS				
Informe detallado de gestión				
Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con derechos humanos: inversión y prácticas de contratación de servicios, no discriminación, negociación colectiva y libertad de asociación, eliminación del trabajo infantil, mecanismos de control para erradicar el trabajo forzado, prácticas o procedimientos para el registro de quejas o reclamaciones, prácticas de seguridad y derechos de los indígenas.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Prácticas de Inversión y Abastecimiento	HR1	ND	ND	C
	HR2	GTM	SI	C
	HR3	GTM	SI	C
No discriminación	HR4	GTM	AJ	C
Libertad de Asoc. y Convenios Colectivos	HR5	GTM	PP/PM/PA	Q
Explotación Infantil	HR6	GTM	PP/PM/PA	Q
Trabajos forzados	HR7	GTM	PP/PM/PA	Q
Prácticas de seguridad	HR8	(6)	(6)	C
Derechos de los indígenas	HR9	GTM	AJ	C

SOCIEDAD				
Informe detallado de gestión				
Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad: sociedad, corrupción, política pública, cumplimiento leyes de competencia.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Comunidad	SO1	NA	NA	Q
	SO2	ND	ND	C
Corrupción	SO3	GTM	AI	C
	SO4	GTM	AI	Q
Política Pública	SO5	G	PA	Q
	SO6	G	AI	C
Comportamiento Competencia desleal	SO7	GTM	AJ	C
Cumplimiento normativo	SO8	GTM	AJ	C

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO				
Informe detallado de gestión				
Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad y clientes: seguridad y salud de clientes, etiquetado de productos y servicios, publicidad, privacidad de datos y cumplimiento de la regulación en dicha materia.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Salud y seguridad del cliente	PR1	GTM	SI	Q
	PR2	GTM	AJ	C
Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	GTM	PP/PP	Q
	PR4	GTM	AJ	C
	PR5	GTM	PP/SI/E	Q
Comunicaciones de Marketing	PR6	GTM	PP	Q
	PR7	GTM	AJ	C
Privacidad del Cliente	PR8	GTM	AJ	C
Cumplimiento Normativo	PR9	GTM	AJ	C

SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR TELECOMUNICACIONES				
OPERACIONES DE LA COMPAÑÍA				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Inversiones	IO01	G	IP/CA	C
	IO02	G	SI/CO	C
Seguridad y Salud	IO03	G	PP	Q
	IO04	NA	NA	Q
	IO05	TM	SI	Q
	IO06	NA	NA	Q
Infraestructuras	IO07	TM	SI/FE	Q
	IO08	TM	SI/FE	C

PROVISIÓN DEL SERVICIO				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Acceso a los servicios de telecom.	PA01	G	SI/PP	Q
	PA02	G	SI/PP	Q
	PA03	G	PP/SI	Q
	PA04	G	SI	C
	PA05	G	SI/PP	Q
	PA06	ND	ND	Q
Acceso a contenidos	PA07	G	PP/SI	Q
Relaciones con los clientes.	PA08	G	SI/FE	Q
	PA09	ND	ND	C
	PA10	G	SI/PP/FE	Q
	PA11	G	SI/FE	Q

APLICACIONES DE LA TECNOLOGÍA				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Consumo eficiente de recursos	TA01	G	SI/O	Q
	TA02	G	SI/PP	Q
	TA03	ND	ND	Q
	TA04	ND	ND	Q
	TA05	G	SI/PP	Q

- Se aportan casos prácticos relacionados con el indicador, pero no todas las actuaciones llevadas a cabo.
- Indicador no material.
- La información corresponde a los teléfonos reciclados.
- Se incluye una primera estimación de los viajes de trabajo del personal de Telefónica.
- Aún cuando este indicador es de aplicación, no se incluye información al respecto en el informe RC sobre enfermedades laborales, por diferencias en los procesos de registro de información.
- Aún cuando este indicador es de aplicación a la compañía, no se incluye información al respecto en el Informe de RC, dado que no se ha impartido formación en esta materia durante el ejercicio 2008.

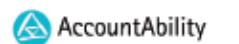
(*) En la página siguiente figura la aclaración de los diferentes Procedimientos de Revisión y Perímetro de la información reportada.

El presente Informe está disponible en el sitio web de Telefónica en Internet:
www.movistar.com.mx/rco8

Para cualquier comentario sobre este Informe, por favor dirígete a:
responsabilidadcorporativa.mx@telefonica.com
responsabilidadcorporativa@telefonicomoviles.com.mx

ANEXO: TABLA DE INDICADORES GRI DE TELEFÓNICA EN MÉXICO 2008

LEYENDA				
Procedimiento de revisión	CA	Verificación con las Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados auditados de Telefónica, S.A., correspondientes al ejercicio 2008.	JP	Contraste de los datos cuantitativos y/o cualitativos con la información pública reportada por el Grupo Telefónica a los mercados o en páginas propias de Internet.
	ATM	Verificación con las Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados auditados de la Asociación de Telefónica para el Apoyo a las Personas con Discapacidad (ATAM), correspondientes al ejercicio 2008.	PP	Verificación de la existencia de las Políticas, Sistemas y Procedimientos descritos.
	PA	Contraste con los Principios de Actuación del Grupo Telefónica aprobados en diciembre de 2008.	CC	Verificación de los cálculos efectuados siguiendo la metodología aplicada por el Grupo Telefónica.
	FE	Contraste con fuentes externas, para una muestra, de las informaciones cuantitativas o cualitativas procedentes de los sistemas internos de las empresas del Grupo Telefónica. En función del indicador, las fuentes externas utilizadas han sido, entre otras, informes emitidos por terceros para uso interno de Telefónica, noticias de prensa, accesos a páginas de Internet ajenas, facturas, nóminas...	AI	Conformidad con la comunicación/ documentación recibida de la Dirección General Adjunta de Intervención, Inspección y Auditoría Interna Corporativa.
	CO	Contraste con las comunicaciones efectuadas a los Organismos oficiales competentes.	NA	Verificación de la razonabilidad de los criterios utilizados para su consideración como "no aplicable" a las actividades desarrolladas por Telefónica.
	PM	Verificada adhesión al Pacto Mundial.	ND	Indicadores de aplicación a las actividades de Telefónica para las cuales no dispone de información o no se informa.
	SI	Verificación de la adecuada recopilación de los datos reportados con sistemas internos de información y/o contraste de la información cualitativa con soporte documental proporcionado por las áreas o compañías responsables.	AJ	Conformidad con las informaciones recibidas de los servicios jurídicos de cada país.
Sistema de Información Corporativa	G	Grupo Telefónica	TM	Telefónica Móviles de México
	GTM	Grupo Telefónica en México	AT	Alento



Clientes

259 millones de accesos de clientes.

Presencia en **25** países.

196 millones de accesos de telefonía móvil.

43 millones de accesos a telefonía fija.

Más de **12** millones de accesos minoristas a Internet de Banda Ancha.

Más de **2** millones de accesos de televisión de pago.

Un **6.92** (sobre 10) de Índice de Satisfacción de Clientes a cierre de 2008.

Profesionales

257,000 profesionales.

Un **69%** de Índice de Clima Laboral y Compromiso.

Responsabilidad Corporativa

60,219 empleados con formación sobre los Principios de Actuación.

Telefónica publica Informes de RC en **17** países. Para garantizar la materialidad y la rigurosidad, la Compañía se apoya en la verificación externa, siguiendo los parámetros más exigentes: GRI y AA1000.

Resultados

57,946 millones de euros en ingresos.

64% de ingresos proceden de fuera de España.

Un beneficio neto de **7,592** millones de euros.

1.63 euros por acción de beneficio neto.

74,574 millones de euros de capitalización bursátil.

Acción social y cultural

Cerca de **115** millones de euros en acción social y cultural con **40** millones de personas beneficiadas por las iniciativas de 2008.

Unos **22,000** empleados son Voluntarios Telefónica.

107,602 niños escolarizados por Proniño para contribuir a erradicar el trabajo infantil en Latinoamérica.

Inversión

8,401 millones de euros de inversión anuales (CapEx).

4,614 millones de euros invertidos en I+D+I.

Medio Ambiente

Compromiso para reducir un **30%*** el consumo eléctrico en sus redes en 2015.

* Kwh/ acceso equivalente