



# 2009

---

Informe Anual  
de Responsabilidad Corporativa  
Grupo Telefónica en México

*transparencia  
e integridad*  
para transformar el futuro

*Telefónica*

---

# Premios

Reconocimientos que avalan la gestión empresarial y social de Telefónica

Las mejores empresas para trabajar en México

*Great Place to Work Institute.*

Telefónica se colocó en el lugar 25 de los mejores lugares para trabajar en 2009.

Galardón iberoamericano a la Mejor experiencia de cliente en servicios de telecomunicaciones celulares

*Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente: AIA-REC de Experiencia de Cliente 2009.*

El reconocimiento otorgado a Telefónica obedece a la obtención del mejor Índice de Experiencia de Cliente en el sector de telefonía móvil del país, fundamentado en los niveles de satisfacción y de recomendación de los clientes.

Certificación ISO 14001: 2000

*Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).*

Telefónica recibió el certificado del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001, que garantiza que nuestras actividades se desarrollan considerando los aspectos económico-social y ambiental.

Certificación ISO 9001: 2000

*Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).*

Se recibió el certificado que avala su Sistema de Gestión de Calidad, al cumplir con todos los requisitos y necesidades de los clientes en los productos y servicios que ofrece la compañía.

Empresa Socialmente Responsable 2009

*Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).*

Telefónica recibió por octavo año consecutivo el distintivo que acredita su gestión responsable en 5 ejes principales: cuidado del medio ambiente, compromiso con la sociedad, calidad de vida de los colaboradores; y cumplimiento de la ética empresarial y consumo responsable.

*GreenComm Award México*

*Comité organizador de Expo Comm México 2009.*

Telefónica fue galardonada por segundo año como una "empresas que aplica programas de manejo y aprovechamiento de residuos tecnológicos", al haber implementado el programa permanente de reciclaje de celulares y baterías, práctica en beneficio del medio ambiente en México.

# 2009

---

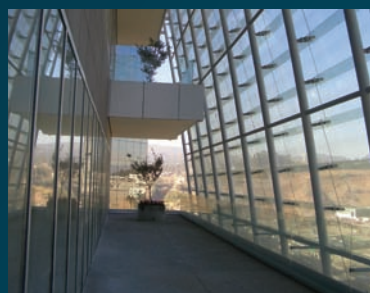
Informe Anual  
de Responsabilidad Corporativa  
Grupo Telefónica en México

*transparencia  
e integridad*  
para transformar el futuro

*Telefonica*

---

# Sumario



01	Cartas de los Presidentes	04
02	Motor de progreso mundial	06
03	Telefónica en México	08
04	Hitos 2009	10
05	Acerca del informe	12
06	Estrategia de Responsabilidad Corporativa	13
07	Principios del Pacto Mundial	14
08	Análisis de materialidad	29
09	Iniciativas locales	31
	Clientes	
	Iniciativas inclusivas	
	Acción social	
	Diálogo social	
10	Indicadores	43
11	Retos 2010	45
12	Verificación independiente	47

# 01

## Carta de César Alierta Izuel



Es un placer para mí dirigirme a ustedes un año más con el objetivo de presentarles el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica. Este informe tiene un doble objetivo: ser transparentes ante todos los grupos de interés y poner en valor la integridad de nuestra gestión. En Telefónica, sabemos que una gestión íntegra y transparente son piezas clave para construir confianza en cualquier institución.

El balance de 2009, cuyos resultados se presentan en este informe, puede calificarse como muy positivo para Telefónica por tres motivos. El primero de ellos ha sido el reconocimiento de nuestra Compañía como líder sectorial de la industria de las Telecomunicaciones en el prestigioso índice *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI).

El segundo motivo por el que calificamos este ejercicio como positivo, ha sido la decisión tomada de innovar en nuestro modelo de reporte en Responsabilidad Corporativa. Este año, coincidiendo con el décimo aniversario del Pacto Mundial de Naciones Unidas al que Telefónica se adhirió en 2002, hemos querido dar un paso más tratando de ofrecer a la comunidad empresarial un modelo de reporte comparable, relevante y capaz de conjugar las demandas locales con las exigencias de las iniciativas globales (Pacto Mundial y *Global Reporting Initiative*), y de los índices de inversión responsable (DJSI y FTSE4Good).

Por ello, el esquema de reporte que hoy les presento se ha estructurado en tres bloques. El primero de ellos (y que se plasma en este documento impreso) tiene como objetivo rendir cuentas de nuestro comportamiento responsable como compañía global y permitirá la comparación de Telefónica con cualquier otra multinacional, cualquiera que sea su sector de actividad. Para ello, ha tomado como referencia los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los criterios e indicadores de medida que ofrece *Global Reporting Initiative* (GRI). Este documento será homogéneo en todos los países en los que opera la Compañía. El segundo nivel de reporte está basado fundamen-

talmente en los temas relevantes para el sector de las telecomunicaciones (disponible en [www.telefonica.com/rc09](http://www.telefonica.com/rc09)), temas como la responsabilidad en la cadena de suministro, la seguridad y protección de los menores, la inclusión digital o la eficiencia energética. Estos temas se han identificado como relevantes a través de grupos de trabajo globales con todos los actores claves, a través de *Global e-Sustainability Initiative*, (GeSI) una asociación que integra a todo el sector. El tercer, y último nivel, reconoce las inquietudes locales y su decisión corresponde a cada uno de los países en los que operamos.

Para terminar, el tercer motivo por el que 2009 ha sido un año positivo en Responsabilidad Corporativa hay que encontrarlo en bravo!, programa de transformación con el que Telefónica se ha dotado para situarse en 2012 como la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital. En este programa, se han fijado prioridades estratégicas e iniciativas clave en torno a cuatro pilares: foco en el cliente, una oferta integral como proveedor de servicios, nuevas plataformas que impulsen un modelo operativo transformador y eficiente, y una cultura común que genere confianza en las sociedades en las que opera la Compañía. Y es precisamente en este último eje donde nuestro compromiso responsable con las comunidades cobra todo su valor.

Una vez más reitero mi agradecimiento a todos aquellos que, cada día, se acercan a Telefónica. Ustedes son quienes dan sentido a nuestro trabajo porque, cada día, nos hacen dar lo mejor de nosotros mismos.

  
**César Alierta Izuel**  
Presidente de Telefónica, S.A.

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



2009 significó para Telefónica una etapa de superación frente a los cambios y retos que caracterizaron el periodo debido a la crisis mundial conocida por todos, dificultad que se sumó al ya complicado mercado en el que se compete.

A pesar de la situación global, la Compañía nunca se debilitó y mantuvo activa su misión de comunicar y unir personas. Lo hizo conservando su modelo de negocio y atendiendo por sí mismo un compromiso responsable.

Este cuarto informe de responsabilidad corporativa plasma las actividades realizadas, reporta la solidez de la Compañía y establecimiento como un motor importante de telecomunicaciones en México. Además se elaboró bajo las directrices de *Global Reporting Initiative* (GRI) y del estándar AA1000-AS.

El documento registra la acción constante que Telefónica realizó para reunir tecnologías recientes y novedosas, para mantenerse como una facilitadora de servicios de comunicación y satisfacer las necesidades de los usuarios.

En 2009 se cumplió con el objetivo de reforzar otros vínculos con la sociedad por medio del apoyo a programas gubernamentales y privados. En este ámbito destacaron proyectos como EducaRed, Generaciones Interactivas y Proniño, con el que fueron beneficiados de manera directa más de 15 mil niños en 84 escuelas y 15 centros de atención, incluidos 7 campos jornaleros agrícolas en 12 estados del país; y con el que 450 niños dejaron de trabajar.

Los resultados obtenidos y que aquí se manifiestan, fueron gracias a la labor de todo el personal que apoyó la idea de modernidad y cercanía; también fueron posibles al ofrecer productos de calidad y ofertas con tarifas competitivas. Ambos conceptos convencieron a los clientes y se tradujeron en servicios a 17.5 millones de usuarios dentro de una cobertura poblacional del 89%. Este compromiso se vio reflejado en un aumento del Índice de Satisfacción del Empleado de 84% a 88%, y el Índice de Satisfacción de Clientes, con una puntuación de 9 sobre 10.

En 2009 también se trajo por primera vez a México: Campus Party, el evento tecnológico más importante del país en el que 3 mil 500 asistentes gozaron de un ancho de banda de 8Gb. Este proyecto consolidó la filosofía de innovación de Telefónica, un estandarte que simboliza el trabajo de la Compañía. Siempre flexible y accesible, para aportar a la economía y el rendimiento del entorno, la sociedad, las empresas y los consumidores que han depositado toda su confianza.

Telefónica es incesante en el cumplimiento de las políticas que sustentan los objetivos. Es cierto que aún hay mucho por hacer para suprimir los pendientes que en términos de telecomunicaciones quedan por resolver, pero no hay duda que la consecución de cada uno permitirá implementar servicios eficaces y de mayor calidad para continuar abriendo brecha. Esto es lo que llamamos responsabilidad corporativa, un compromiso conseguido gracias a tu iniciativa y trabajo con el que sin duda Telefónica alcanzará más.

**José María Álvarez-Pallete**  
Presidente  
Telefónica Latinoamérica

**Francisco Gil Díaz**  
Presidente Ejecutivo  
Telefónica México y Centroamérica

# 02

## Motor de progreso mundial

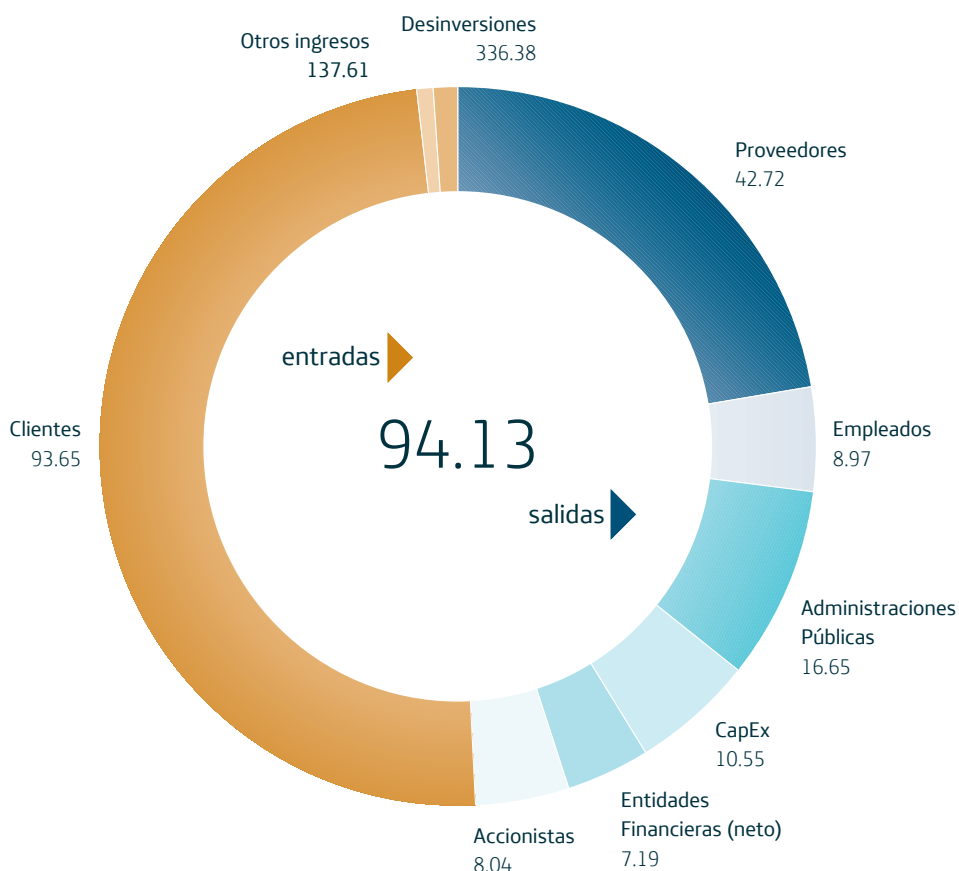
En 2009, Telefónica creó riqueza por valor de 94,128.02 millones de dólares

Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social de los países donde opera<sup>1</sup>.

En 2009 la Compañía ingresó más de 93.65 millones de dólares de sus clientes. Estos cobros permitieron el pago a sus empleados por 8.97 millones de dólares; a Administraciones Públicas por 16.65 millones de dólares; a proveedores por 42.72 millones de

dólares y a accionistas por 8.04 millones de dólares. Es así como se generó el efecto de creación de riqueza.

En el mismo año Telefónica destinó más de 5,963.1 millones de dólares a innovación tecnológica, de los cuales 961.88 millones de dólares fueron para I+D<sup>2</sup>, lo que permitió ubicar a la Compañía en el cuarto operador del sector a nivel mundial en este rubro<sup>3</sup>.



<sup>1</sup> Datos en millones de dólares.

<sup>2</sup> Investigación y Desarrollo.

<sup>3</sup> Fuente: "The 2009 EU industrial R&D Investment Scoreboard".

Nota: Esta información se ha calculado 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. Las desinversiones realizadas han sido generadas por la venta de inmuebles.



## Contribución al progreso

	Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes
<b>España</b>	Ingresos: 27,713.82 Pagos: 9,913.48, 2,868.96, 5,412.66, 4,087.99	1.9%	Empleados: 52,060 Proveedores adjudicatarios: 4,012 (90.5%) Total Accesos: 46,778
<b>Alemania</b>	Ingresos: 5,151.34 Pagos: 2,243.46, 1,106.44, 177.92, 550.44	0.2%	Empleados: 5,214 Proveedores adjudicatarios: 1,907 (84.6%) Total Accesos: 17,109
<b>Irlanda</b>	Ingresos: 1,227.37 Pagos: 323.87, 87.57, 148.73, 119.54	0.5%	Empleados: 1,406 Proveedores adjudicatarios: 581 (92.1%) Total Accesos: 1,714
<b>República Checa + Eslovaquia</b>	Ingresos: 3,091.36 Pagos: 651.91, 340.55, 542.10, 383.64	1.1%	Empleados: 9,631 Proveedores adjudicatarios: 258 (86.1%) Total Accesos: 8,363
<b>Reino Unido</b>	Ingresos: 9,254.62 Pagos: 3,974.01, 865.97, 814.54, 804.81	0.4%	Empleados: 11,307 Proveedores adjudicatarios: 7,264 (90.9%) Total Accesos: 21,891
<b>Argentina</b>	Ingresos: 3,778.02 Pagos: 1,323.28, 448.97, 959.10, 608.82	1.2%	Empleados: 23,241 Proveedores adjudicatarios: 1,569 (76.5%) Total Accesos: 21,900
<b>Brasil</b>	Ingresos: 12,407.14 Pagos: 6,463.50, 1,762.52, 5,156.90, 1,328.84	0.8%	Empleados: 83,897 Proveedores adjudicatarios: 3,675 (98.6%) Total Accesos: 66,960
<b>Chile</b>	Ingresos: 2,536.75 Pagos: 1,055.01, 483.72, 312.75, 333.60	1.7%	Empleados: 10,603 Proveedores adjudicatarios: 1,705 (72.5%) Total Accesos: 10,654
<b>Colombia</b>	Ingresos: 1,765.30 Pagos: 1,002.19, 440.63, 361.40, 182.09	0.8%	Empleados: 6,348 Proveedores adjudicatarios: 1,092 (78.5%) Total Accesos: 11,163
<b>Ecuador</b>	Ingresos: 447.58 Pagos: 239.08, 115.37, 58.38, 41.70	0.8%	Empleados: 1,136 Proveedores adjudicatarios: 393 (65.2%) Total Accesos: 3,806
<b>EEUU + Puerto Rico</b>	Ingresos: 168.19 Pagos: 69.50, 4.17, 0, 52.82	0.0%	Empleados: 908 Proveedores adjudicatarios: 241 (87.7%) Total Accesos: n.a.
<b>El Salvador</b>	Ingresos: 162.63 Pagos: 68.11, 11.12, 20.85, 19.46	0.7%	Empleados: 349 Proveedores adjudicatarios: 324 (50.1%) Total Accesos: 1,202
<b>Guatemala</b>	Ingresos: 248.81 Pagos: 143.17, 36.14, 31.97, 36.14	0.7%	Empleados: 3,338 Proveedores adjudicatarios: 376 (57.7%) Total Accesos: 2,402
<b>México</b>	Ingresos: 2,346.32 Pagos: 1,018.87, 360.0, 136.22, 232.13	0.3%	Empleados: 20,203 Proveedores adjudicatarios: 717 (94.2%) Total Accesos: 17,735
<b>Nicaragua</b>	Ingresos: 120.93 Pagos: 83.40, 41.70, 29.19, 8.34	1.9%	Empleados: 311 Proveedores adjudicatarios: 264 (48.8%) Total Accesos: 1,129
<b>Panamá</b>	Ingresos: 250.20 Pagos: 108.42, 31.97, 56.99, 22.24	1.0%	Empleados: 485 Proveedores adjudicatarios: 368 (49.9%) Total Accesos: 1,532
<b>Perú</b>	Ingresos: 2,406.09 Pagos: 1,369.15, 390.59, 544.88, 330.82	1.9%	Empleados: 15,672 Proveedores adjudicatarios: 1,916 (76.4%) Total Accesos: 15,917
<b>Uruguay</b>	Ingresos: 252.98 Pagos: 204.33, 33.36, 30.58, 13.90	0.8%	Empleados: 644 Proveedores adjudicatarios: 719 (22.9%) Total Accesos: 1,615
<b>Venezuela</b>	Ingresos: 5,326.48 Pagos: 1,538.73, 592.14, 2,643.78, 347.50	1.5%	Empleados: 6,930 Proveedores adjudicatarios: 1,114 (76.4%) Total Accesos: 11,808

■ Ingresos de Telefónica   
 ■ Volumen de compras adjudicado   
 ■ Inversiones en CapEx   
 ■ Aportaciones fiscales   
 ■ Salarios

Datos económicos en millones de dólares (ingresos, gastos de personal, pago de impuestos, compras e inversiones (Capex)). No se han incluido los ajustes.

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)

Empleados: empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de Diciembre de 2009).

Proveedores: número de proveedores total adjudicado. El porcentaje representa el porcentaje de proveedores locales adjudicados vs proveedores totales adjudicados.

Accesos: equivale al número de accesos fijos+móviles+Banda Ancha+Televisión de pago (miles).

# 03

## Telefónica en México

Comprometida con el país contribuye al crecimiento y desarrollo económico, tecnológico y social

En 2009 Grupo Telefónica generó en México 20 mil 203 empleos directos, del volumen total de compras se otorgó un 94.17% a proveedores locales y contribuyó con el 0.3% al Producto Interno Bruto del país.

Telefónica trabaja permanentemente para que más mexicanos se comuniquen. Aumentó la extensión de su red hasta alcanzar el 89% de cobertura poblacional; ofreció atractivas ofertas y tarifas en servicio de telefonía fija-móvil, pública, Internet, nuevos planes de *roaming* mundial, entre otros, e introdujo la tecnología 3.5G en algunas ciudades.

El desarrollo tecnológico y la innovación son dos de las grandes apuestas de la Compañía. En 2009 realizó la primera edición en México de Campus Party, uno de los más importantes eventos de tecnología a nivel mundial y en el que más de 3 mil 500 asistentes disfrutaron de un ancho de banda de 8Gb.

Establecer vínculos de confianza y brindar servicios y atención de excelencia le valió a la compañía obtener una puntuación de 9/10 en el Índice de Satisfacción de Clientes; y con la recertificación de la norma ISO-9001 se acreditó el Sistema de Gestión de Calidad.

Por séptimo año consecutivo se reconoció a Telefónica con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, el cual garantiza la correcta y responsable gestión en los ejes de: calidad de

vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y preservación del medio ambiente.

El Sistema de Gestión Ambiental de Telefónica está certificado bajo la norma ISO 14001 y a través de su programa permanente de reciclaje de celulares, se reunieron para su tratamiento adecuado más de 27 mil unidades, entre equipos, cargadores y baterías. Se mantuvo el respaldo a programas de conservación de la naturaleza a través de Pronatura Yucatán y Noreste, el fondo de conservación El Triunfo y la Fundación Selva Negra.

Un servicio de excelencia y una empresa responsable habla de empleados motivados y comprometidos con sus labores. El Índice de Satisfacción de Empleados creció 4.33%, llegando en 2009 a 87.9%. Telefónica se situó entre los primeros 25 lugares del "Great Place To Work". Aunado, la Compañía capacitó al 70% de los colaboradores en Principios de Actuación, que es el código ético sobre el cual se desempeñan las actividades diarias y se crean vínculos de confianza con los grupos de interés.

Con Fundación Telefónica fue posible colaborar en la ardua labor de erradicar la explotación infantil a través del programa Proniño se beneficiaron 15 mil 074 niños, se brindó apoyo a 84 escuelas y 15 centros de atención (incluidos 7 campos jornaleros agrícolas), se instalaron 18 Aulas Fundación Telefónica y mediante el programa EducaRed, se capacitaron a más de 6 mil 500 docentes.

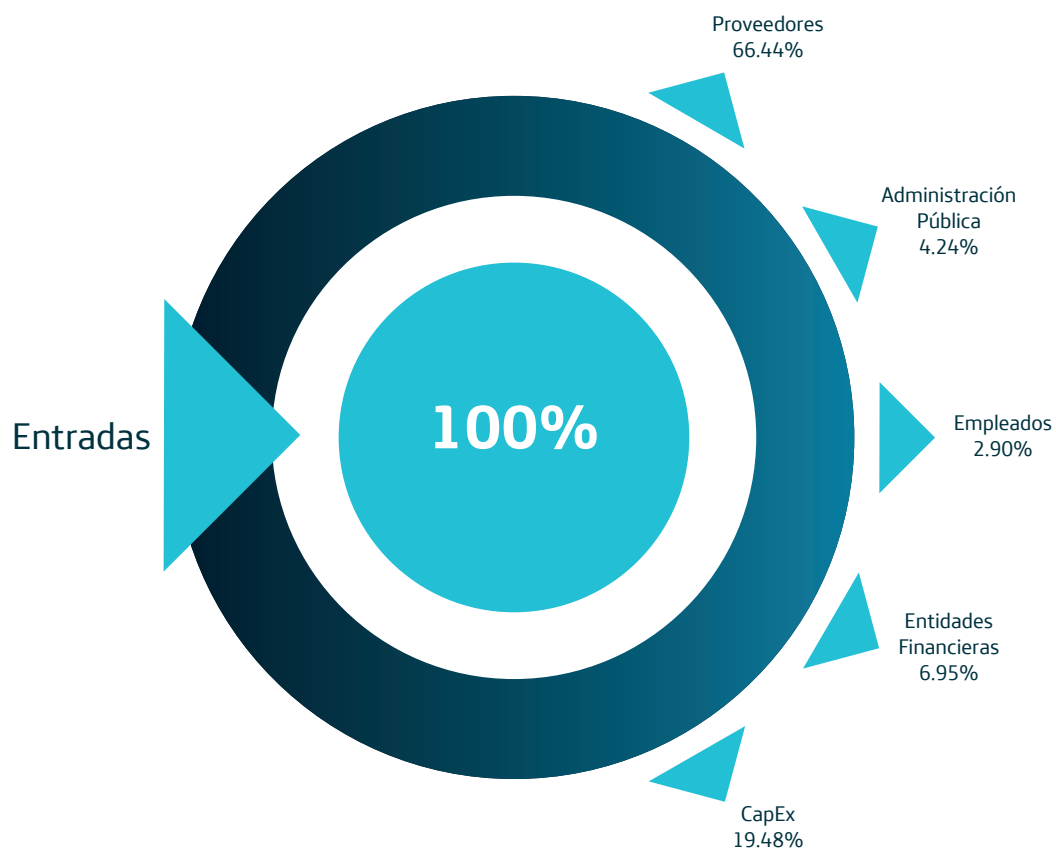
### La contribución de Telefónica México al progreso del país es a partir de:

- **Movistar:** la marca comercial que engloba todas las operaciones de telefonía móvil, posicionada como la segunda operadora de este servicio en el país.
- **Atento:** la primera operadora mexicana pionera en servicio de *call center*.
- **Terra:** el portal de Internet, segundo en el país con información financiera en tiempo real y enfocado a empresas.
- **Fundación Telefónica:** que articula la acción social de la Compañía a través de los programas Proniño, EducaRed, Debate y Conocimiento, Voluntarios y Arte y Tecnología.



# Distribución de ingresos 2009

## México



**Notas:**

Porcentajes obtenidos de los Estados Financieros 2009 reportados bajo las Normas Mexicanas de Contabilidad y auditados por Ernst & Young.

Proveedores: proveedores adjudicados en el país en 2009.

Administración Pública: Impuesto a la Renta (IR) y otros tributos.

Empleados: empleos directos en el país (según plantilla física al 31 de diciembre de 2009).





CapEx (*Capital Expenditure*): inversiones de capital.

# 04




## Hitos 2009

OBJETIVO 2009	DESCRIPCIÓN	GRADO DE CUMPLIMIENTO
<b>Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación</b>		
Principios de Actuación: desarrollar una campaña interna de comunicación para reforzar su importancia.	A los colaboradores de nuevo ingreso se les habló sobre los Principios de Actuación y la importancia del curso en línea. Además, se lanzó una campaña de comunicación interna sobre los mismos.	😊
RepTrak: mantener en 6.0 puntos el eje de ciudadanía en el índice de reputación.	Como resultado de las diferentes iniciativas de la empresa y de Fundación Telefónica, la puntuación del eje de ciudadanía en el índice de reputación ascendió 0.9 puntos.	😊
Diálogo con grupos de Interés: potenciar la comunicación con ellos a fin de conocer sus peticiones y expectativas.	Durante 2009 se resolvieron peticiones de los diversos grupos a través de conferencias, medios electrónicos y reuniones presenciales, entre otros.	😐
Distintivo ESR® 2009: obtener el certificado de Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).	Por séptimo año consecutivo, Telefónica recibió el distintivo que acredita su gestión responsable en 5 ejes principales: cuidado del medio ambiente, compromiso con la sociedad, calidad de vida de los colaboradores, y cumplimiento de la ética empresarial y consumo responsable.	😊
<b>Medio ambiente</b>		
ISO 14001: recertificación de la norma ambiental.	Se recibió el certificado del sistema de gestión ambiental ISO 14001, lo que garantiza que nuestras actividades se desarrollan considerando los aspectos económico-social y ambiental.	😊
Reciclaje: recolectar 50 mil unidades de celulares, cargadores y baterías para fomentar la prevención de la contaminación mediante una cultura de reciclaje.	Fueron recolectadas y recicladas 27 mil unidades entre celulares, cargadores y baterías. El objetivo fue ambicioso y no se logró, sin embargo se continuará con esta labor para lograr una cultura de reciclaje.	😐
Ahorro de papel: implementar proyectos que contribuyan a la conservación de nuestros recursos naturales.	Se ahorró el 42% de papel a través de proyectos de control de impresión en las oficinas corporativas del país y de la comunicación dirigida a los colaboradores con el fin de crear conciencia sobre la importancia del reciclaje.	😊
Preservación de la naturaleza: contribuir a la conservación de la biodiversidad en México.	Se dio soporte al proyecto Pronatura Yucatán, dedicado a la protección de las tortugas Laúd y Carey.	😊
Continuar apoyando a los programas ambientales:		😊
- Fondo El Triunfo, dedicado a la conservación del hábitat del Quetzal y Pavón.	- Fondo el Triunfo: se cumplió el compromiso de otorgar becas a guardabosques y talleres sobre educación ambiental.	
- Pronatura Noreste, que da refugio a las aves acuáticas de Cuatrociénagas.	- Pronatura Noreste: gracias a la ayuda de Telefónica se apoyó con el pago de derechos de uso de agua y producción de la señalización de senderos.	
<b>Clientes</b>		
Certificado ISO 9001 otorgado por AENOR: dar mantenimiento al Sistema de Gestión de Calidad.	Se recibió el Certificado ISO 9001, gracias al cumplimiento de los requisitos y necesidades de los clientes en los productos y servicios que ofrecemos.	😊
Satisfacción de Clientes: incrementar el índice de satisfacción a 8.86 puntos.	La satisfacción del cliente fue un año más la prioridad estratégica para Telefónica. Por ello, se continuó con la implementación del plan de calidad.	😊


## Cientes

Indicadores de calidad: desarrollar planes de mejora continua para ofrecer un servicio de calidad.	Se evaluaron 58 subprocesos y se desarrollaron planes de mejora a 9, entre ellos: facturación, venta de productos y servicios, gestión de inmuebles y servicios generales.	
Ampliación de la cobertura de telefonía pública para ofrecer mayor servicio a los ciudadanos.	Se desplegaron 100 casetas en Veracruz y Ciudad Victoria, las cuales proveen atención las 24 horas, además de los servicios estándar y la venta de recarga electrónica.	
Programa Integral Ahora.	Se cerró el programa regional Ahora y con acciones como 'Vive el servicio' se identificaron oportunidades de mejora en los procesos, para que los clientes tuvieran mayor satisfacción y mejor experiencia de servicio.	
Uso responsable de las TIC por niños y adolescentes: impartir talleres de formación a educadores para fomentar su uso responsable y sensibilizar a los adultos en el tema.	Por quinto año consecutivo Telefónica patrocinó 'Espacio 2009' y participó con conferencias sobre 'Generaciones Interactivas'. Colaboró también para orientar y capacitar a los padres y maestros en el buen uso de las TIC. Asimismo impartió pláticas en colegios.	






## Empleados

Programa 'Vive el servicio': lograr que los colaboradores conozcan de manera vivencial los procesos de atención que Telefónica brinda a sus usuarios.	Tras las visitas de los empleados que acudieron a un punto de venta o de atención para vivir la experiencia de servicio al cliente, se llevaron a cabo foros de servicio y mesas de trabajo a fin de identificar acciones concretas para elevar la calidad en el servicio y la inclusión de nuevos objetivos para el programa 'Vive el servicio'.	
Clima laboral: incrementar 2% el índice de clima laboral de la organización.	Se incrementó 4 puntos porcentuales, llegando al 88% de satisfacción de los empleados, lo que colocó a Telefónica en el décimo lugar del ranking de Mejores Empresas para Trabajar en México, otorgado por <i>Great Place to Work Institute</i> . El resultado se alcanzó con la creación de nuevos beneficios para los colaboradores y con acciones en cada uno de los ejes estratégicos: liderazgo, servicio, innovación e integración, así como el trabajo específico con cada dirección.	
Transformación de líderes: construir una nueva cultura de liderazgo que genere confianza y pasión en los equipos de trabajo.	Se construyó un mapa de liderazgo con base en el análisis interno de la compañía. Se realizaron acciones como: talleres, mesas de trabajo, entrevistas con directivos y sesiones de <i>coaching</i> y <i>mentoring</i> grupal. Se logró aumentar 4.3% el liderazgo de jefe directo y 5.5% el liderazgo de la dirección, respecto a 2008.	

## Proveedores

Compras responsables: continuar con la extensión de los Principios de Actuación a la cadena de suministro.	En conjunto con el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) se impartió un taller con el objetivo de extender los Principios de Actuación a nuestra cadena de suministro y apoyar a proveedores para que emprendan el camino de la sustentabilidad.	
--	---	---

## Sociedad

Programa 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.	Proniño benefició a 15 mil 074 niños en 12 Estados del país y otorgó 2 mil 815 becas. Se instalaron 28 Aulas Fundación Telefónica y se realizaron dos encuentros de dinamizadores.	
Voluntarios Telefónica: aumentar el censo de Voluntarios Telefónica a 930 colaboradores y desarrollar más de 100 proyectos.	Se contó con un censo de 903 Voluntarios Telefónica y se realizaron 98 eventos. Debido a la contingencia ocasionada por el brote de la influenza fueron cancelados eventos masivos al aire libre.	
EducaRed: lograr 180 mil visitas al portal EducaRed México y contar con 5 mil docentes capacitados.	Se recibieron 185 mil 944 visitas al portal EducaRed y se capacitaron a 6 mil 550 docentes en Oaxaca, Nayarit y Tabasco.	
Inclusión digital: extender la red de telefonía fija a 10 localidades rurales.	Telefónica ofreció servicio de telefonía fija a 10 localidades rurales en las que ningún operador brinda el servicio. Estas localidades tuvieron por vez primera una forma de comunicación dentro de sus hogares.	
Telefonía pública: instalar 75 aparatos de telefonía pública en 25 hospitales de la Ciudad de México que ofrezcan servicios de comunicación eficientes a pacientes, visitantes y profesionales.	Se instalaron 60 terminales ubicadas en 28 hospitales públicos del Distrito Federal; estos hospitales benefician en promedio a mil personas diarias por hospital. Además de las llamadas convencionales, se ofrece el envío de mensajes SMS y la venta de recarga electrónica movistar.	

# 05

## Acerca del informe

En respuesta a su compromiso con la transparencia, Telefónica presenta su cuarto Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

### Un nuevo modelo de reporte, estructurado en 3 bloques, que ofrece información comparable y relevante del sector de las telecomunicaciones.

Telefónica plasma en este Informe de Responsabilidad Corporativa (RC) los requerimientos más demandados por parte de la comunidad inversora para dar respuesta a las tendencias globales existentes y de esta manera, representar las bases de transparencia y confiabilidad bajo las que se rige.

Es un documento innovador en el cual se ofrece a las compañías globales una nueva línea de reporting y que atiende criterios como: comparabilidad global intersectorial y en el sector; relevancia o materialidad y adaptación a requerimientos locales. Por lo tanto la nueva línea del Informe de RC se agrupa de la siguiente manera:

#### • Bloque 1: conjunto de requerimientos comunes y comparables

Construye una base común para los reportes de RC con un enfoque intersectorial que responde tanto a los Principios del Pacto Mundial como a los requisitos del *Global Reporting Initiative*.



#### • Bloque 2: lo relevante para el sector de las telecomunicaciones

Desarrolla los temas más relevantes identificados en el análisis de materialidad realizado por la Compañía; se basa en el impacto de la estrategia del Grupo y en la prioridad para los grupos de interés.

Telefónica se apoyó en el análisis de materialidad del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación, realizado por el *Global e-Sustainability Initiative* (GeSI); y del cual se obtuvieron una serie de temas que afectan directamente al sector.



#### • Bloque 3: materialidad local para la compañía

Está disponible en los informes locales de Responsabilidad Corporativa, que dan respuesta a los asuntos relevantes de cada país.

Este nuevo modelo de reporte ha sido contrastado con:

- El Pacto Mundial de Naciones Unidas en Nueva York. Durante una primera reunión se dio a conocer el enfoque del informe y posteriormente se mantuvieron sesiones de trabajo en las que se analizó cada uno de los principios, contenido e indicadores.
- El *Global Reporting Initiative* (GRI). Además de informar sobre el nuevo modelo de reporte, se relacionaron los indicadores de cada principio con el estándar GRI G3.
- Las organizaciones empresariales, académicas y públicas, así como las fundaciones vinculadas a la Responsabilidad Corporativa en España.

La Compañía publica cada año informes anuales de RC en 18 países, siguiendo para su verificación los estándares GRI G3 y AA1000AS (*AccountAbility*), de acuerdo con los principios de materialidad, relevancia y exhaustividad. Actualmente, los informes de El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uruguay sólo se verifican bajo el estándar GRI G3.

En el Grupo Telefónica esta verificación es realizada por quinto año consecutivo por Ernst & Young, entidad que certifica cada una de las afirmaciones contenidas en este Informe.

## Estrategia de Responsabilidad Corporativa

La Responsabilidad Corporativa (RC) para Telefónica es una herramienta de generación de valor que permite construir relaciones sostenibles con los grupos de interés, afianzando su confianza mediante la gestión eficaz de los riesgos y de las oportunidades, lo que contribuye a incrementar la legitimidad en las sociedades donde opera.

La operación se lleva a cabo bajo tres líneas estratégicas:

- **Gestión eficaz de los riesgos (con impacto directo en la reducción de costos):** asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación. Son las normas básicas de conducta de las que se desprenden políticas y normativas concretas para el cumplimiento de los mismos frente a los distintos grupos de interés.
- **Gestión de las oportunidades:** para maximizar los impactos positivos en las operaciones de Telefónica y con el objetivo de contribución a la sociedad, la Compañía trabaja en dos ámbitos:
  - Fomentar el acceso de más personas a las telecomunicaciones, priorizando la integración de los sectores menos favorecidos a través de un esfuerzo permanente para desarrollar infraestructuras de redes y ampliar la oferta de productos y servicios.
  - Promocionar la eficiencia energética a través de la reducción de su consumo para el desarrollo de servicios más eficientes para los clientes y el impulso del sector como motor de la eficiencia energética.
- **Compromiso con los grupos de interés:** para lograr una comunicación transparente y un diálogo efectivo que permita construir relaciones de confianza, de acuerdo con las expectativas e intereses de los grupos, para que Telefónica continúe siendo un motor de progreso económico, tecnológico y social.

Para evaluar el cumplimiento del objetivo estratégico, además de los indicadores internos de gestión, la Compañía tiene en cuenta dos indicadores de seguimiento: el *Dow Jones Sustainability Index* (índice de sostenibilidad de mayor relevancia a nivel mundial, que considera la Responsabilidad Corporativa desde una óptica de negocio), y el *RepTrak™* (índice de reputación que permite conocer la percepción de los grupos de interés sobre la Compañía).

Además, Telefónica cuenta desde 2002 con una Comisión en el Consejo de Administración dedicada al impulso y supervisión de la reputación y la Responsabilidad Corporativa.

### La Reputación y Responsabilidad Corporativa dentro de bravo!

Durante los próximos dos años el plan estratégico de Reputación y RC confluye con el programa bravo! el cual se centra en la transformación global que involucra a toda la Compañía para alcanzar los objetivos comunes marcados para 2012. Éste opera bajo cuatro pilares estratégicos: Cliente, Oferta, Plataformas y Cultura, que marcan el camino y las pautas para lograr dichas metas y objetivos.

La Reputación y la RC están inmersas en el pilar de **Cultura**, cuyo enfoque es la generación de confianza, construyendo relaciones sostenibles con los grupos de interés, siendo el compromiso de Telefónica con la sociedad uno de los factores clave para este objetivo.

Existen numerosos proyectos que interaccionan de forma transversal con el resto de los pilares del programa y ayudan a construir vínculos emocionales con el **Cliente**, a captar oportunidades en nuevos servicios para mejorar la **Oferta** y a ser más eficientes en **Plataformas**.



# Derechos Humanos

## Principios del Pacto Mundial

**Principio 1:** “Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”.

**Principio 2:** “Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”.

Nuestra participación en 2008 en la iniciativa “Derechos humanos: una llamada a la acción”, promovida por *Global Reporting Initiative (GRI)*, *Global Compact*, y *The Ethical Globalization Initiative* reafirmó el compromiso que Grupo Telefónica tiene a favor de los derechos humanos. Se evaluaron y publicaron informes sobre el respeto de los mismos -como otro elemento empresarial- así como las medidas de implantación.

En respuesta a este propósito, Grupo Telefónica establece a través de sus Principios de Actuación (PdA), los lineamientos éticos bajo los cuales actúa y de los que se desprenden las políticas y programas que aseguran su cumplimiento.

Con base en sus cuatro Principios Generales de Actuación: honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad y derechos humanos, Telefónica México asume el compromiso de realizar sus actividades empresariales con pleno reconocimiento de la dignidad humana y el respeto a sus grupos de interés.

Sabemos que la compañía influye y afecta los entornos donde tiene presencia, por ello sus PdA abarcan todos sus grupos de interés y garantizan el respeto por los derechos humanos al proporcionar a sus colaboradores, el mejor lugar para trabajar; a sus proveedores, una normativa para que actúen con ética y responsabilidad, así como una estrategia dirigida para proporcionar el mejor servicio al cliente; a la sociedad, sinergias con entidades públicas y privadas que ayuden al fortalecimiento social, mejora de la comunidad y el logro de un posicionamiento institucional que favorezca la sana competencia.

## Área de influencia de los derechos humanos<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Gráfico elaborado por el Instituto Danés de Derechos Humanos.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- S03 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización
- HR3 Porcentaje de empleados formados en políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos
- PR5 Prácticas dirigidas a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del mismo
- PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas sobre el respeto a la privacidad

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Empleados formados en Principios de Actuación	Porcentaje	90.1	79**
Índice de satisfacción cliente	Unidad	8.68	8.91
Valores monetarios, multas por incumplimiento de las normativas de privacidad de datos	Pesos	0	0

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

\*\* La diferencia se debe a la significativa cantidad de nuevos empleados que se incorporaron a la empresa a finales de 2008 y principios de 2009, y que no alcanzaron a realizar el curso de Principio de Actuación.





Los clientes son uno de los grupos de interés más importantes para la compañía. Se trabaja activamente en una gestión responsable en diferentes aspectos de su negocio con el objetivo de construir y mantener su confianza en temas como la privacidad, la protección de contenido inapropiado, entre otros.

## Protección de datos y seguridad

Telefónica se adhirió a la política corporativa de "Protección de datos de carácter personal", la cual establece normas mínimas de cumplimiento obligatorio para garantizar un nivel de seguridad común a los datos de carácter personal, aplicables a todas las empresas del Grupo.

Se generaron controles, monitoreos y auditorías internas para respaldar la seguridad y confianza de los procesos, aplicaciones, sistemas e información de la compañía. Se incluyeron también temas de protección de datos en el mapa de riesgos de la empresa, así como en las campañas de sensibilización interna y externa.

En la campaña interna: "Protege lo que importa" se señaló la importancia de la seguridad en la red, al abordar temas como *phishing*, spam, manejo de incidentes de seguridad, malware, redes sociales, entre otros, creando conciencia en los colaboradores sobre los riesgos *on line* y fomentando el uso responsable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

En 2009 se contactó a cada dueño de ficheros, con datos de carácter personal, para informarle de las normas mínimas de seguridad y hacerlos responsables de su aplicación.

Oportunamente se presentaron a los clientes los términos de confidencialidad de la información proporcionada por ellos, así como de la responsabilidad que asumen los colaboradores de Telefónica al trabajar con los datos y estadísticas de los clientes para campañas comerciales.



*«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».*

A través de los PdA, Telefónica ratifica su compromiso con los derechos humanos, los Principios del Pacto Mundial y las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), al inspirar y definir la manera en que desarrolla sus actividades diarias.

Para comunicar estos principios a colaboradores, en 2009 se impartió el curso de inducción en la plataforma *e-learning* y se difundieron mensajes en los medios de comunicación interna.

A fin de involucrar a los proveedores con este compromiso, se contó con la Normativa de Extensión de los PdA a la Cadena de Suministro; para verificar su cumplimiento se desarrollan auditorías y evaluaciones permanentes.



*Con estas acciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 8 de Desarrollo del Milenio: **Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.***

## Uso responsable de las TIC

Dentro del programa Generaciones Interactivas, Telefónica desarrolló diversas iniciativas para crear conciencia entre los grupos de interés sobre la importancia del uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Se llevaron a cabo pláticas dirigidas a padres de familia sobre cómo aprovechar las ventajas del entorno digital y cómo transmitir a sus hijos el buen uso de las nuevas tecnologías, en el colegio San Patricio de Monterrey.

En Espacio 2009, celebrado en el Distrito Federal y lugar de encuentro entre jóvenes mexicanos de diferentes Estados de la República, Telefónica impartió conferencias sobre las oportunidades que ofrecen las TIC y la manera de prevenir los riesgos asociados a un mal uso de las mismas.

Entre enero y febrero de 2009 en las facturas a nivel nacional, se enviaron más de 144 mil 885 trípticos a clientes de pospago, con



consejos prácticos para orientar a padres de familia sobre el uso responsable del teléfono móvil, Internet y televisión.

Internamente se emitieron mensajes a los colaboradores sobre las potencialidades formativas de las tecnologías y la responsabilidad de todos en su correcta aplicación.



## Telefónica impulsa la inclusión digital

Conciente de que el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) favorece el desarrollo de los países y potencia el progreso de las comunidades, Telefónica asume el compromiso de contribuir a crear una sociedad inclusiva, al desarrollar programas orientados a facilitar el acceso a las telecomunicaciones:

- **Proniño:** 15 mil 156 niños beneficiados a nivel nacional.
- **Aulas Fundación Telefónica:** 15 mil niños beneficiados directamente y más de 30 mil participantes de comunidades locales beneficiados indirectamente.
- **Servicio de atención a clientes en náhuatl:** 4 mil 654 clientes atendidos.
- **Campus Party:** 800 menores beneficiados a través del bautismo digital.
- **Movistar en casa:** 238 mil 290 beneficiados de 71 localidades.

# En 2009 se impartió el primer taller de Responsabilidad Social para *proveedores*

Telefónica reconoce la importancia de que sus proveedores trabajen de acuerdo con su cadena de suministro y cumplan con los mayores estándares de calidad y con la ética empresarial que promueve; a través de la gestión responsable de la cadena de suministro, en sus dos vertientes, garantiza el correcto desarrollo y crecimiento sustentable del negocio.

• **Marco de relación clara y confiable de Telefónica con los proveedores:** a través de su modelo de compras la Compañía logra transparencia en el proceso de negociación, objetividad en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades para todos los proveedores. Se promueven las operaciones y negociaciones electrónicas, como sucede con la subasta. Esta modalidad permite concertar precios y adjudicar servicios y productos de manera abierta, pública y en tiempo real con todos los proveedores que participan en la licitación. El número de procesos adjudicados localmente por subastas en 2009 fue de 235 frente a los 177 del año anterior, lo que representa un importe de 3 mil 955.55 millones de pesos.

• **Marco de actuación del proveedor:** que garantice un comportamiento responsable con la ley, los derechos humanos, la salud y el medio ambiente, así se refuerza el cumplimiento de los Principios de Actuación. Telefónica solicita a sus proveedores directos que acepten y cumplan dichos Principios y los invita a que los difundan e impulsen entre sus colaboradores y suministradores.

Para monitorear el comportamiento de los proveedores clasificados de riesgo, de acuerdo con su actividad e impacto en el negocio, se realizaron tres auditorías para verificar el cumplimiento de los estándares laborales, medioambientales y éticos establecidos por el Grupo.

Telefónica dispone de estándares certificados de gestión de calidad en ISO 9001 e ISO 14001 de gestión medioambiental, e incluye el proceso de compras y la gestión de proveedores.

En 2009 la plantilla de proveedores adjudicados fue de 717, 88.28% locales. El volumen de compras local sumó 12 mil 964.01 millones de pesos, el 94.17% del total de volumen adjudicado en el año. Esto reafirmó el compromiso de actuar como motor de desarrollo y progreso de las sociedades donde está presente.



«Requeriremos a nuestros proveedores que desarrollen sus negocios aplicando principios similares a los señalados en estos principios y les exigiremos el cumplimiento de la ley».

## Extensión de los PdA

Telefónica asume la importancia de sensibilizar a sus proveedores, como aspecto clave para garantizar el futuro y la difusión de la gestión responsable en sus proveedores.

En colaboración con el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), se impartió por primera vez un taller de formación a proveedores a fin de extender los Principios de Actuación a su cadena de suministro y las buenas prácticas de responsabilidad corporativa.

El taller se implementó como parte de la normativa de extensión de los Principios de Actuación a la cadena de suministro de la Compañía, la cual detalla los requisitos mínimos para cualquier proveedor que desee colaborar con Telefónica:

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



Con estas acciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 4 de Desarrollo del Milenio: **Reducir la mortalidad infantil.**

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- HR2 Porcentaje de proveedores relevantes evaluados en Derechos Humanos.

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Número de proveedores de riesgo evaluados	Unidades	41	8
Número total de auditorías realizadas a proveedores en riesgo	Unidades	6	3

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

# Estándares Laborales

## Principios del Pacto Mundial

**Principio 3:** “Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.

**Principio 4:** “Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”.

**Principio 5:** “Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”.

**Principio 6:** “Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación”.

Quando Telefónica contrata al mejor talento, no sólo sigue la legislación oportuna en la materia, también se preocupa por ofrecer a sus colaboradores el mejor lugar para trabajar al otorgar un marco de confianza interna y mejora continua. Con esta visión logró que el Índice de Satisfacción del Empleado aumentara del 84.24% en 2008; al 87.9% en 2009.

## Colaboradores de Grupo Telefónica en México

Se generaron empleos directos a más de 20 mil 200 personas, de las cuales 17 mil 455 fueron contratadas por Atento, 2 mil 620 por Telefónica Móviles y el resto por las filiales del Grupo Telefónica en México. Estas cifras suponen un incremento en la plantilla del 12.05% respecto a 2008.

En Telefónica la antigüedad media de los colaboradores fue de 4 años y la edad promedio de 34. En Atento, por la naturalidad del negocio, el promedio de antigüedad fue de un año y la edad promedio de 26.

## Comunicaciones transparentes

Telefónica utiliza diversos medios de comunicación que favorecen las relaciones abiertas y transparentes, el diálogo, el intercambio de ideas y conocimiento y la concienciación e información oportuna sobre los temas más relevantes.

Los principales canales utilizados fueron: revista interna, Intranet, boletín electrónico, comunicado interno, pantallas audiovisuales, entre otros. Para el intercambio de mejores prácticas entre unidades de negocio se dispuso de herramientas 2.0 como: HR Wings, WIKI y Yammer.

Para fomentar la interacción entre áreas y direcciones se realizaron 45 desayunos ejecutivos, en los que participaron 812 colaboradores; además de 51 cafés ejecutivos con 935 asistentes. Se mantuvieron las reuniones trimestrales para informar sobre los resultados y perspectivas de Telefónica, potenciando el intercambio de opiniones con el Director General y el Presidente Ejecutivo.

A través del portal electrónico Innóvame fue posible recoger sugerencias e ideas de los colaboradores para lograr la eficiencia operativa de nuevas fuentes de ingreso.

Con el canal de ayuda confidencial, disponible en la página web de los Principios de Actuación de la Compañía, los empleados pueden formular reclamos de temas laborales, de manera anónima. De la misma manera, los colaboradores tienen total libertad para asociarse al sindicato de su elección.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- LA4: porcentaje de colaboradores cubiertos por convenio colectivo

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Empleados con convenio negociado	Porcentaje	79	66

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

# Telefónica registró 88% en el Índice de Satisfacción de Empleados

Para confirmar que toda actividad se desempeña con completa libertad y armonía, los Principios de Actuación manifiestan explícitamente la no tolerancia al trabajo forzoso, a cualquier tipo de coacción, abuso o intimidación en el entorno laboral de los colaboradores, directa o indirectamente, y para garantizar este ejercicio se aplicaron las siguientes medidas:

## Retribuciones justas

La compensación económica de Telefónica es superior al salario mínimo mexicano y se basa en tres pilares: equidad, competitividad y desempeño. Con base en estos criterios se realizan evaluaciones, se determinan los bonos por resultados y los incrementos anuales salariales.

Las evaluaciones se basaron en el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos a principios de año, en el reto operacional del negocio y en las metas estratégicas de cada área. Cada una fue revisada durante la retroalimentación periódica de cada colaborador con su líder.

## Flexibilidad

En 2009 se impulsó la conciliación de la vida laboral y familiar a través de programas como teletrabajo, horario escalonado (que permite elegir un horario de entrada y salida), días flexibles, tarde libre de cumpleaños, viernes con horario especial, días libres por fallecimiento de un familiar, por examen profesional y por matrimonio.

## Seguridad y salud

La Comisión de Seguridad e Higiene aseguró la integridad física de los empleados. Para el personal con funciones en el exterior

existe un programa de capacitación anual, póliza especial de seguro de gastos médicos, verificación del estado del material de trabajo y se contrató sólo a personal calificado y certificado para realizar las labores relacionadas con estaciones base y mantenimiento de centrales.

Se implantó un taller de manejo de estrés o situaciones de dificultad a través de la plataforma A+ y de forma presencial con una asistencia de 32 colaboradores. Se continuó con 'tu minuto de salud' para promover pausas activas para todo el personal de la Torre Telefónica.

Como servicios adicionales de salud se inauguró el servicio de nutrición y se continuó con el servicio médico y de laboratorio en Torre Telefónica. Como parte de la prevención de riesgos, se llevaron a cabo charlas sobre salud y medicina preventiva, así como dos campañas de vacunación.

En este capítulo resalta la reacción de Telefónica ante la crisis nacional producida por el brote de la influenza (N1H1). Se creó un comité de contingencia entre Recursos Humanos, Seguridad y Pléyade, quienes tomaron medidas encaminadas a proteger a los colaboradores y asegurar el servicio a clientes. Siempre en coordinación con la Secretaría de Salud y con la Secretaría de Trabajo y Previsión Social.

Se constituyó un cuerpo médico que valorara a los colaboradores con un cuadro gripal o síntomas de influenza; mujeres embarazadas y lactantes fueron enviadas a casa; las medidas de higiene se incrementaron; las reuniones y visitas de externos fueron canceladas; se implementó el teletrabajo al 80% de la plantilla, reduciendo al máximo la presencia física en las instalaciones; fueron establecidas medidas especiales en el comedor y la ingesta de alimentos. Además se abrió una línea de atención al empleado para informarle constante y oportunamente sobre la evolución de la contingencia, medidas a seguir y consejos de prevención.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- LA7 Tasa de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Tasa de accidentes	Unidades	N/D**	3
Tasa de días perdidos	Unidades	N/D**	42
Tasa de absentismo	Unidades	N/D**	324

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc/2009](http://www.telefonica.com.mx/rc/2009)

\*\* Información No Disponible porque el método de cálculo cambió para hacerlo equiparable con el resto de los países.



## Bienestar

Telefónica continuó con el programa 'promesa al empleado', para crear a través de sus ocho ejes las acciones de la empresa en pro del bienestar del colaborador, entre las que destacaron: seguro médico y de vida, permiso por maternidad y paternidad, cobertura por incapacidad o invalidez, fondo de pensiones y el beneficio distinguido para la cuenta de ahorro individual 'cuenta SER'.

Para fomentar el compañerismo entre empleados y la conciliación de la vida laboral y familiar se organizaron eventos como el día de la secretaria, de la madre, de la familia; talleres recreativos, el programa 'ejecutivos de verano', servicio de comedor y rutas de transporte.

## Gestión del talento y capacitaciones

Telefónica identifica y atrae los perfiles adecuados para garantizar la sostenibilidad del negocio y está comprometida en premiar, desarrollar y retener al mejor talento. Cuenta con programas que reconocen y desarrollan el talento de los profesionales clave en los diferentes niveles de la organización, y generan un punto de encuentro que facilita una red de conocimiento transversal.

En 2009 se implementaron los procesos de evaluación 360° y *management review* a mandos medios para que obtuvieran información clara sobre sus expectativas de crecimiento y un plan individual de desarrollo. La compañía logró identificar el talento, la tabla de sucesión y el ciclo de desarrollo diferenciado. Los pro-

cesos tuvieron un alcance de 729 gerentes, jefes y expertos - 92% del total; así como 72 predirectivos.

Para potenciar las competencias de los colaboradores y favorecer el compañerismo, Telefónica organizó el 'mes del autodesarrollo', con charlas explicativas sobre la herramienta del PID (Plan Individual de Autodesarrollo), la cual establece las bases y permite empatar las metas personales y profesionales, fomentando el autoconocimiento de los colaboradores para un mejor desarrollo.

Otras acciones fueron: 'historias de éxito', que permitió a los colaboradores compartir cómo llegaron al lugar que ocupan actualmente; 'feria del autodesarrollo', una mini expo con promociones para facilitar el estudio de los colaboradores; 'conferencias magistrales', en las que el Presidente, el Director General y un joven directivo, expusieron los esfuerzos y dedicación que marcaron sus triunfos personales y profesionales.

Telefónica colabora en el desarrollo de sus empleados poniendo a su disposición diferentes posibilidades de formación continua para ampliar sus conocimientos y capacidades. Además de los cursos presenciales y de la plataforma formativa en línea a+, la compañía otorgó dos becas Fundación Carolina para estudiar una maestría en España; y dos becas para cursar el Master en Telecomunicaciones *on-line* que imparte la Universidad Telefónica-Universidad de Catalunya.

Con el fin de aprovechar la presencia de Telefónica en 25 países y la riqueza de perspectivas que ofrecen los equipos multiculturales, se realizaron 14 rotaciones internacionales.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Horas de formación	Horas	621,590	824,499
Total de gastos de formación	Millones de pesos	3,264	2,212

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

## Igualdad de oportunidades

Telefónica considera la diversidad en la composición de la plantilla como una forma de enriquecerla y aportar nuevas perspectivas. Durante 2009, como una manera de formalizar la práctica de la empresa en la promoción de la diversidad, se incluyó dentro de las competencias a nivel directivo la 'perspectiva global' definida como: conocer, respetar y obtener lo mejor de las distintas culturas regionales, organizacionales y empresariales.

El reclutamiento, selección y remuneración del personal se basó únicamente en las competencias del candidato. Telefónica procuró tener instalaciones apropiadas para el fácil acceso y uso de las personas con capacidades diferentes y mantuvo en óptimas condiciones rampas, elevadores, estacionamientos, baños, entre otros. Al cierre de 2009 se contó con 17 personas con algún tipo de discapacidad y con 9 mil 821 mujeres. El 28.78% de los puestos directivos fueron desempeñados por mujeres, lo que representó un aumento del 52.05% respecto al año anterior y demostró que el compromiso de la Compañía se basa en hechos y no en palabras.

Al considerar que las mujeres deben recibir un apoyo especial debido a los diversos roles que juegan en nuestra sociedad, Telefónica integró una sala de lactancia sin horarios fijos, licencias de 15 días con goce de sueldo para mujeres que adoptaron un niño, así como permiso único postnatal y por adopción de 5 días hábiles adicionales sin goce de sueldo, pues la compañía es sensible a las implicaciones que supone un nuevo miembro en la familia.

Telefónica

NUESTROS  
principios  
de actuación

«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».

En los últimos años Telefónica implementó estrategias para incrementar la satisfacción de los colaboradores, enfocada en los aspectos que conforman el clima laboral.

El programa Momentos lanzado en 2008 se transformó en 2009 en +beneficios y dio continuidad al trabajo realizado para mejorar el balance vida-trabajo del personal. Gracias a este esfuerzo Telefónica México logró en abril de 2009 el lugar 25 dentro del ranking de *Great Place to Work*, con lo que fue acreedor a un reconocimiento especial en la dimensión de 'respeto' que evalúa en qué medida cada empleado se siente respetado por los jefes, mediante la percepción de los empleados sobre las acciones de sus superiores referentes a su apoyo profesional, valoración como individuos, colaboración, ambiente estimulante y calidad de vida.



Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a alcanzar los Objetivos 1 y 3 de Desarrollo del Milenio:



**No. 1 Erradicar la pobreza extrema**  
**No. 3 Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer.**

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y planilla, desglosada por sexo y grupo de edad

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Mujeres	Porcentaje	49	48.64
Mujeres directivas	Porcentaje	13.8	28.78
Número de personas con discapacidad	Unidades	19	17

- HR4 Número total de incidentes de discriminación

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Denuncias registradas en la línea confidencial relacionadas con discriminación	Unidades	0	0

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

## Más de 15 mil 156 niños fueron beneficiados a través de Proniño

Telefónica actúa en dos frentes para contribuir significativamente a la erradicación del trabajo infantil: a través de la gestión responsable de la cadena de suministro y mediante Proniño.

Proniño es el programa de acción social del Grupo que ejecuta Fundación Telefónica y que contribuye significativamente a erradicar la explotación infantil a través de la escolarización, mejorar la calidad en la educación y aumentar la retención escolar de los niños brindándoles las herramientas necesarias para la construcción de su propio proyecto de vida.

En 2009 benefició a 15 mil 074 niños en 84 escuelas y 15 centros de atención, incluidos 7 campos jornaleros agrícolas en 12 Estados de la República: Baja California, Chiapas, Distrito Federal, Guerrero, Jalisco, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tabasco, Yucatán y Veracruz. En 2010 el programa tendrá presencia en Sonora, Yucatán, Nuevo León y Guanajuato.

Proniño se articula a partir de tres ejes:

- **Protección integral:** ofrece las facilidades necesarias para la escolarización de los niños que trabajan o que están en riesgo de hacerlo. Esto incluye la escolarización, el material, un seguimiento sanitario y un refuerzo nutricional, así como actividades educativas que fomenten el buen uso del tiempo libre. También realiza actuaciones destinadas a las familias, la escuela y la comunidad. En 2009 se entregaron 2 mil 815 becas; 450 niños dejaron de trabajar y 302 disminuyeron sus horas de trabajo.
- **Calidad educativa:** a fin de mejorar las infraestructuras y fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje de los centros educativos donde asisten los beneficiarios del programa Proniño a través de la inclusión de las TIC, en 2009 fueron instalados 28 laboratorios informáticos Aulas Fundación Telefónica; se certificaron 82 docentes por su desarrollo en el uso de la TIC y se realizaron dos encuentros nacionales de dinamizadores.



«No toleraremos ningún tipo de empleo infantil o trabajo forzado, ni ninguna forma de amenaza, coacción, abuso, violencia o intimidación en nuestro entorno laboral, ni directa ni indirectamente».

### Proniño

Desarrolló la iniciativa **Talento Proniño** con el objetivo de estimular el aprovechamiento escolar entre los beneficiarios del programa. Se premiaron a los 9 infantes con mejor promedio, con un viaje a la Ciudad de México y en donde asistieron al partido de fútbol entre la Selección Nacional de México y Estados Unidos de Norteamérica, donde cuatro de ellos fueron abanderados.



Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 2 de Desarrollo del Milenio: **Lograr la enseñanza primaria universal.**

- **Fortalecimiento socio-institucional:** para crear redes y alianzas con actores de la sociedad civil y entidades gubernamentales vinculadas al tema de la infancia y del trabajo infantil, Fundación Telefónica participó en el X Encuentro de las Organizaciones de la Sociedad Civil, organizado por la Fundación del Empresario Chihuahuense.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

### Indicador medido en Telefónica

HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)



# Medio ambiente

## Principios del Pacto Mundial

**Principio 7:** “Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente”.

**Principio 8:** “Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan mayor responsabilidad ambiental”.

**Principio 9:** “Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente”.

## Para Telefónica el cuidado del medio ambiente forma parte de sus objetivos de negocio y de su compromiso con la sociedad.

La Política Ambiental del Grupo Telefónica establece las líneas de actuación en materia ambiental y de cambio climático para todas sus empresas. La Oficina de Cambio Climático, con sede en el Corporativo, y el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) Global integran los principales pilares en los que Telefónica basa su estrategia ambiental, a través de la cual marca las líneas de actuación para todas sus empresas.

### Primer pilar:

- Asegurar la reducción del consumo energético y la emisión de gases de efecto invernadero.
- Potenciar el desarrollo de servicios que permitan ser más eficientes.
- Posicionar al sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el centro de la solución del cambio climático.

### Segundo pilar:

- Establece los requisitos mínimos de gestión para todas las empresas del Grupo partiendo de la premisa de la mejora continua y tomando en cuenta el cumplimiento de la legislación vigente y la huella ambiental de Telefónica.

La gestión ambiental está orientada al buen manejo de los

recursos y a establecer estándares mínimos que garanticen la protección del entorno de los posibles impactos ambientales generados por sus actividades. Los controles para el consumo de agua implementados durante 2009 (sensores en los baños y reciclaje de agua) son un ejemplo. Estas acciones permitieron un ahorro del 1% respecto a 2008, pese al aumento de casi 15% de empleados en los edificios.

En 2009 Telefónica obtuvo la recertificación ISO 14001:2004 con alcance a toda la empresa. La auditoría se realizó en estaciones base de la zona centro y norte del país, así como en las instalaciones del edificio corporativo.

## Gestión de residuos

La adecuada gestión de residuos minimiza impactos negativos y es parte fundamental de la política de responsabilidad medioambiental del Grupo.

Telefónica México subcontrata empresas con permisos y licencias otorgadas por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) para la correcta administración, transporte y disposición de residuos peligrosos y de manejo especial que la empresa genera.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad
- EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto
- EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales
- IO05 Cumplimiento de los estándares ICNIRP referente a las emisiones MF generadas por las estaciones base
- IO07 Descripción de políticas y prácticas en relación con el emplazamiento de antenas

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Estudios de impacto ambiental	Unidad	22	0
Mediciones de ruido	Unidad	0	3
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidad	0	0
Horas de formación ambiental a empleados (presencial)	Unidad	25	48
Gasto e inversión mediciones de campos electromagnéticos	Pesos	N/A	N/A
Inversión adecuaciones impacto acústico	Pesos	0	548,449.98
Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de la red	Pesos	0	0
Inversión adecuaciones impacto visual	Miles de Pesos	0	1.43

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

El reciclaje de papel, cartón, lata y PET (polietileno tereftalato) son programas que Telefónica desarrolla para la gestión de residuos y recursos. En 2009 representaron un ingreso de 11 mil 802 pesos. Con el proyecto de ahorro de papel, se logró disminuir 44.5% los costos de compra con respecto a 2008. Entre las acciones internas implementadas están: supresión de los formatos prescindibles, retiro y reciclado de publicidad y papelería innecesaria, eliminación de impresoras personales, monitoreo mensual del consumo de impresiones y difusión interna del proyecto a nivel nacional.

Telefónica promueve entre sus clientes la conciencia ambiental y reducir el uso innecesario de papel, y por consecuencia la tala de árboles, a través de la factura electrónica. En 2009, 94 mil 470 clientes se afiliaron al servicio, lo que representó el 21% de las facturas emitidas por la compañía.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- EN01 Materiales utilizados por peso o volumen
- EN03 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias
- EN04 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias
- EN08 Captación total de agua por fuentes
- EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero en peso
- EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero
- EN22 Peso total de residuos gestionados según tipo y método de tratamiento
- EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos
- EN27 Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos
- EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Total consumo de papel blanco	Tn	51	75.40**
Total consumo de papel reciclado	Tn	N/D	41.8000
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	752.34	861.38 ***
Consumo eléctrico edificios oficina	MWh/año	26,996.223	16,781.69
Consumo eléctrico edificios operación	MWh	155,624.77	169,822.048
Consumo de agua	Miles de litros	54.45	50.14
Emisiones CO2 directas	Tn	761	4,316.19
Emisiones CO2 indirectas (electricidad)	Tn	103,400	101,005.80
Emisiones CO2 indirectas (provenientes de viajes)	Tn	N/D	485.98
Tn CO2 totales	Tn CO2	105,915.34	105,807.97
Residuos de papel y cartón	Tn	33.4	52
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica	Tn	69	7.52
Residuos de baterías	Tn	14,133.1	134
Otros residuos de instalaciones de Telefónica	Tn	186.6	41.8754
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes)	Tn	23.679	2.552
Cantidad de residuos totales que son reciclados	%	N/D	0.5
Residuos de aceites	Miles de litros	28,653	629
Reutilización de equipos	Kg	0	12,329
Derrames combustible	Unidades	0	0
Volumen combustible derramado	Miles de litros	0	0
Viajes por trabajo en avión	Unidades	3654****	870
Viajes por trabajo en coche	Unidades	N/D	68
Gasto e inversión en medio ambiente *****	Millones de Pesos	4.45	4.39

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

\*\* Incluye consumo de papel blanco en facturas. En 2009 se logró un ahorro en facturas electrónicas de 6.2 Tn.

\*\*\* Incremento derivado del aumento de actividades para el despliegue de red.

\*\*\*\* Incluye sólo viajes continentales.

\*\*\*\*\* Gastos únicamente del área de calidad, procesos y medio ambiente.

# En 2009, 94 mil 470 clientes se afiliaron a la facturación electrónica, el **21%** de las emitidas por la compañía

## Vigilancia de las operaciones

Como parte del Sistema de Gestión Ambiental Telefónica realizó diversas acciones para prevenir y manejar el posible impacto ocasionado por sus operaciones. En 2009 se cubrieron dos estructuras para minimizar el impacto visual, con lo que la compañía se alineó a los requerimientos de las instituciones encargadas de reglamentar o cuidar la imagen de los espacios donde se instalan las antenas. Cabe destacar que internamente se cuenta con criterios y especificaciones de construcción para estaciones bases que se colocan en áreas naturales protegidas.

Otro aspecto importante dentro de las acciones de despliegue de red es su mantenimiento, para el cual todas las estaciones base construidas han de cumplir la NOM-081-SEMARNAT-1994 que especifica los niveles de ruido permitidos, y con base en la cual la SEMARNAT otorga un certificado de su cumplimiento, sin el cual Telefónica no da por concluido el servicio del proveedor encargado de construir el sitio. Anualmente un proveedor externo realiza un estudio para verificar este cumplimiento; se tiene programado para febrero de 2010; y en 2009 se llevó el control de los impactos de ruido a través de tres mediciones.

Para disminuir los gases que agotan la capa de ozono, Telefónica inició en 2005 el cambio en las estaciones bases de los gases refrigerantes R22, por el R407 que es respetuoso con el medio ambiente. En 2009 se contabilizó un total de 156 emplazamientos con estos aires acondicionados, de estos, 65 se instalaron en el transcurso del año.

Para reducir el impacto ambiental de las operaciones, sólo se utilizan los pesticidas y productos químicos de limpieza que son amigables con el medio ambiente y que se encuentran en el catálogo de la SEMARNAT.

## Eficiencia energética

Dado que el mayor consumo energético de la compañía procede de las estaciones bases, en 2009 se impulsaron varios proyectos con el objetivo de reducir dicho consumo. Durante el año se repusieron en las carreteras de Mexicali-Tijuana, San Luis Potosí-Ojuelos y Acapulco, cuatro plantas solares dañadas por actos de vandalismo; esto favoreció el empleo de energía renovable para las operaciones.

Telefónica



*«Estaremos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno».*

A fin de reducir su impacto ambiental y fomentar la cultura ambiental, Telefónica continuó con el programa de reciclaje de celulares y baterías, que inició en 2006.

Para incentivar el reciclaje entre los clientes, se colocaron 37 nuevos buzones de recolección en empresas, universidades y escuelas, además de los ubicados en los 72 Centros de Atención a Clientes (CAC's) a nivel nacional, mismos a los que se enviaron 50 mil volantes explicativos del programa.

Como aliado estratégico de la sociedad, durante 2009 Telefónica estableció sinergias con los gobiernos locales para impulsar el programa. Con el Ayuntamiento de Puebla se firmó un convenio de colaboración; en Guadalajara, en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable (SEMADES) del gobierno de Jalisco, se realizó la campaña de reciclaje de celulares, baterías y accesorios, en la cual se logró impactar a 3 mil 500 jóvenes a través de conferencias, charlas y diversos modos de difusión.

En 2009 se recopilaron 26 mil 010 celulares y baterías, los cuales fueron entregados al proveedor correspondiente para su reciclaje y adecuada gestión.



*Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 7 de Desarrollo del Milenio: **Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.***



Se logró la energización definitiva en ciertos emplazamientos, eliminando nueve generadores de energía de uso continuo y el empleo de diesel en las plantas de emergencia.

Para disminuir el consumo energético se modificaron los sistemas de aire acondicionado de 3 mil 365 sitios –la mitad de la red de la compañía-, para que la temperatura de arranque fuera de tres grados más; se reconfiguraron mil 053 plantas de energía para activar únicamente los rectificadores de arranque necesarios. Las ciudades principales beneficiadas fueron: Distrito Federal, Monterrey, Guadalajara, San Luis Potosí, Tampico, León, Puebla, Mexicali, Tijuana y Reynosa.

## Formación y sensibilización

El compromiso ambiental de Telefónica también es extensivo tanto a sus proveedores como a sus colaboradores. Como parte de los programas de formación y sensibilización interna, se realizó la conferencia sobre cambio climático, con la participación de la vocera de Al Gore en México, Claudia Lechuga. Se participó de nueva cuenta en la campaña de 'la hora del planeta', apagando las luces de Torre Telefónica durante una hora.

En la celebración de Campus Party México *powered by movistar*, el evento de tecnología más importante del país, se realizaron pláticas sobre educación ambiental a más de mil niños invitados por Fundación Telefónica.

## Programas de conservación

Con la finalidad de apoyar la conservación de la biodiversidad y promover el desarrollo sustentable en México, Telefónica apoyó programas como:

- **La jornada nacional de reforestación:** en coordinación con Reforestamos México y el apoyo de 110 voluntarios de Fundación Telefónica, se sembraron 4 mil 700 árboles (pino de altura) en el Nevado de Toluca; y se sensibilizó y capacitó al personal sobre la actividad. Las zonas reforestadas fueron monitoreadas para revisar su estado.

- **Protección de tortugas marinas:** en conjunto con Pronatura Yucatán, se trabajó en la protección y restauración del hábitat, aplicación de leyes y regulación, reducción de capturas incidentales, y manejo y protección de áreas de anidación a través de campamentos de guardia. Con estas acciones en las playas

Celestún, El Cuyo y La Isla Holbox, se logró la protección total de 80 km del área; patrullaje de 23 mil 644 km de playa; protección de mil 767 nidos, 171 mil 969 huevos y aproximadamente 125 mil 609 crías de tortugas.

- **Anahuacalli museo Diego Rivera:** se apoyó en la construcción de un espacio ecológico en la reserva de 46 mil metros cuadrados del museo Diego Rivera, mediante actividades de reforestación, remoción de basura, cursos, conferencias y difusión de temas ambientales. También se equipó con herramientas de jardinería.

- **CICEANA (Centro de Cultura Ambiental de los Viveros de Coyoacán):** Telefónica sustentó el "programa de educación ambiental verde a diario", para la realización de actividades como: visitas escolares, jornadas ambientales itinerantes, cursos de verano de guardianes ambientales, cruzada escolar de un día, entre otros.

- **Refugio para aves acuáticas en Cuatrociénagas, Coahuila:** en sinergia con Pronatura Noreste, se colaboró para mantener este recinto natural de alto valor biológico con más de 77 especies endémicas y un complejo sistema hidrológico, compuesto de aguas superficiales y subterráneas.

- **Conservación del hábitat del quetzal:** en colaboración con el Fondo de Conservación El Triunfo, se mejoró la vigilancia, monitoreo y recorrido por las comunidades colindantes; se adquirió equipo y se capacitó a guardias y campesinos; se elaboró el programa de educación ambiental para la conservación en la reserva de la biosfera El Triunfo y se implementó una campaña en la que 98 mil 405 personas conocieron y apoyaron el proyecto financiado por Telefónica.

# Anticorrupción

## Principios del Pacto Mundial

**Principio 10:** "Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno".

## A través de una gestión íntegra y transparente, Grupo Telefónica construye una relación de confianza con sus grupos de interés.

Los Principios de Actuación (PdA) son el código ético de la Compañía, inspiran y definen la manera en que los profesionales de Telefónica desarrollan su actividad diaria y promueven las buenas prácticas que garantizan la transparencia y generan confianza entre sus accionistas, clientes, empleados y sociedad.

Además, existen normativas que regulan los procesos de compras, pagos, registro contable y comunicación de información, a fin de reducir las irregularidades y los riesgos relacionados con el fraude.

Para asegurar su cumplimiento y legalidad, existen diversos controles como:

- **Oficina de Principios de Actuación:** órgano encargado de difundir los Principios, asegurar la existencia de procesos adecuados para su implantación, atender las consultas y denuncias de los distintos colectivos, y promover e impulsar la elaboración de políticas y normativas.

En México, la oficina la integran representantes de las áreas de: Secretaría General Técnica de la Presidencia, Recursos Humanos, Auditoría Interna, Intervención y Control Interno, así como la Secretaría General.

- **Buzón de la Oficina de Principios de Actuación:** disponible para todos los colaboradores a través de urnas colocadas en las instalaciones de la Compañía y por medios electrónicos en Internet, que brindan información sobre los Principios y dan acceso al canal de denuncias para expresar quejas, hacer preguntas, solicitar consejos y sugerir opciones para el cumplimiento de los Principios.

Usuarios y proveedores también pueden ingresar a canales confidenciales mediante los portales habilitados para la relación con los diferentes grupos de interés.


Quienes solicitan consejo o comunican un incidente pueden hacerlo de manera anónima o personal y son tratados con respeto y dignidad, de acuerdo a los siguientes principios:

1. **Confidencialidad:** los datos y las declaraciones realizadas se examinarán con estricta confidencialidad.
2. **Exhaustividad:** la información recibida sobre potenciales incumplimientos de los Principios de Actuación será investigada para determinar la veracidad de la situación declarada.
3. **Respeto:** en todo momento se tendrán en consideración los derechos de aquellas personas involucradas en potenciales incumplimientos. Así, antes de realizar valoraciones sobre las situaciones declaradas, las personas y/o empleados afectados tendrán el derecho de trasladar las razones y explicaciones que juzguen necesarias.
4. **Fundamento:** cualquier decisión deberá ser adoptada de forma razonada, proporcionada, apropiada y considerando las circunstancias y entorno de los hechos.

- **Otros canales de denuncia:** para que todo colaborador, en cumplimiento con la Ley Sarbanes-Oxley, informe de aspectos relativos al control interno de los estados financieros, la contabilidad o la auditoría de las cuentas, así como posibles inobservancias o incumplimientos de los Principios de Actuación mediante el canal de auditoría, comunicación presencial y otros canales electrónicos.

- **Verificación independiente:** de los estados financieros de la Compañía para asegurar la transparencia y confiabilidad de los datos.

*Telefónica*



NUESTROS  
principios  
de actuación

### Integridad

Grupo Telefónica refiere la integridad entre los Principios de Actuación, para contemplar directrices clave en el comportamiento de sus colaboradores:

- En ningún caso ofrecerán o aceptarán regalos, invitaciones u otro tipo de incentivos que puedan influir o recompensar en la toma de decisiones empresariales.
- Evitarán o declararán cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas.
- Se comportarán con rectitud sin buscar en ningún caso el beneficio propio o de terceros, a través del uso indebido de su posición o sus contactos en la Compañía.
- Actuarán institucionalmente con absoluta neutralidad política y se reservarán de emitir algún tipo de opinión sobre el tema, sea a favor o en contra de procesos o actores políticos legítimos. En particular, la Compañía no efectuará donaciones monetarias, en especie o de otra índole a partidos políticos, organizaciones, movimientos, entidades, sean de carácter público o privado, que tengan actividad vinculada claramente con la actividad política.

## Formación

Para reafirmar el compromiso de todos los colaboradores con los PdA, Telefónica realiza a nivel global cursos de formación on line. En 2009, a través del área de recursos humanos en México, 115 personas realizaron, de carácter presencial, el "taller de gestión efectiva laboral", diseñado para ofrecer herramientas para la correcta gestión del personal bajo su responsabilidad y reforzar la comprensión de los PdA.

## Comunicación

Para mantener al personal informado y fomentar la difusión del código ético, se realizaron diversas acciones de comunicación interna, a través de los diferentes canales informativos, como: comunicados electrónicos, videos en las pantallas corporativas y artículos en la revista interna "Gen\_Telefónica".



### Indicadores Global Reporting Initiative\*

- 504 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación (PdAs)	Unidad	0	1
Denuncias registradas en la línea confidencial relacionada con corrupción	Unidad	0	1

\* Para más información ver las tablas GRI en [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

# 08

## Análisis de materialidad

Para elaborar el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (RC), la oficina matriz en España desarrolló un estudio de materialidad, el cual permitió identificar y enfocarse en temas relevantes, de acuerdo con las características y particularidades de Telefónica y tomó como punto de partida el análisis realizado por el *Global e-Sustainability Initiative* (GeSI) y preparado por *Business for Social Responsibility* (BSR)<sup>4</sup>.

El objetivo de este estudio fue determinar la contribución del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) al desarrollo sostenible, centrándose en las áreas donde la contribución es más crítica.

Para el análisis se consideraron cuatro audiencias claves: empresas, analistas de inversión, sociedad civil y ONG's<sup>5</sup>.

Los temas relevantes identificados en la primera fase fueron: cambio climático, residuos y uso de materiales, acceso a las TIC, libertad de expresión, privacidad y seguridad, relación con los empleados, relación con los clientes, proveedores, uso de productos y desarrollo económico.

Con estos temas Telefónica realizó un análisis interno, tomando en cuenta:

- Organismos internacionales como: OCDE, OIT, Comisión Europea, legislaciones nacionales, entre otros.
- Índices de Inversión como: *Dow Jones Sustainability Index* y el *FTSE4Good*.
- Análisis de riesgos del Grupo Telefónica.
- Contraste con grupos de interés como las mesas de diálogo.
- Revisión de temas de la Oficina de Principios de Actuación Corporativa y las Oficinas locales.

Una vez identificados los temas relevantes para la Compañía, se continuó con una segunda fase de categorización y priorización de los mismos, en función de dos variables: el impacto en la estrategia y en los grupos de interés.

### Impacto en la estrategia de Telefónica

#### Criterio

Satisfacción cliente  
Satisfacción empleado  
Crecimiento  
Eficiencia  
Retorno al accionista

### Influencia para los grupos de interés

#### Criterio

Objetivos del Milenio  
Derechos Humanos / Pacto Mundial  
Medios  
Informes RC Sector TIC  
Política pública  
Guías GRI

El ejercicio de priorización se efectuó con las unidades responsables de la gestión de dichos temas, en éste se aplicó un filtro de análisis de riesgo-país, que consistió en evaluar el impacto en la estrategia y en la reputación para confirmar la importancia que tiene para Telefónica temas como:

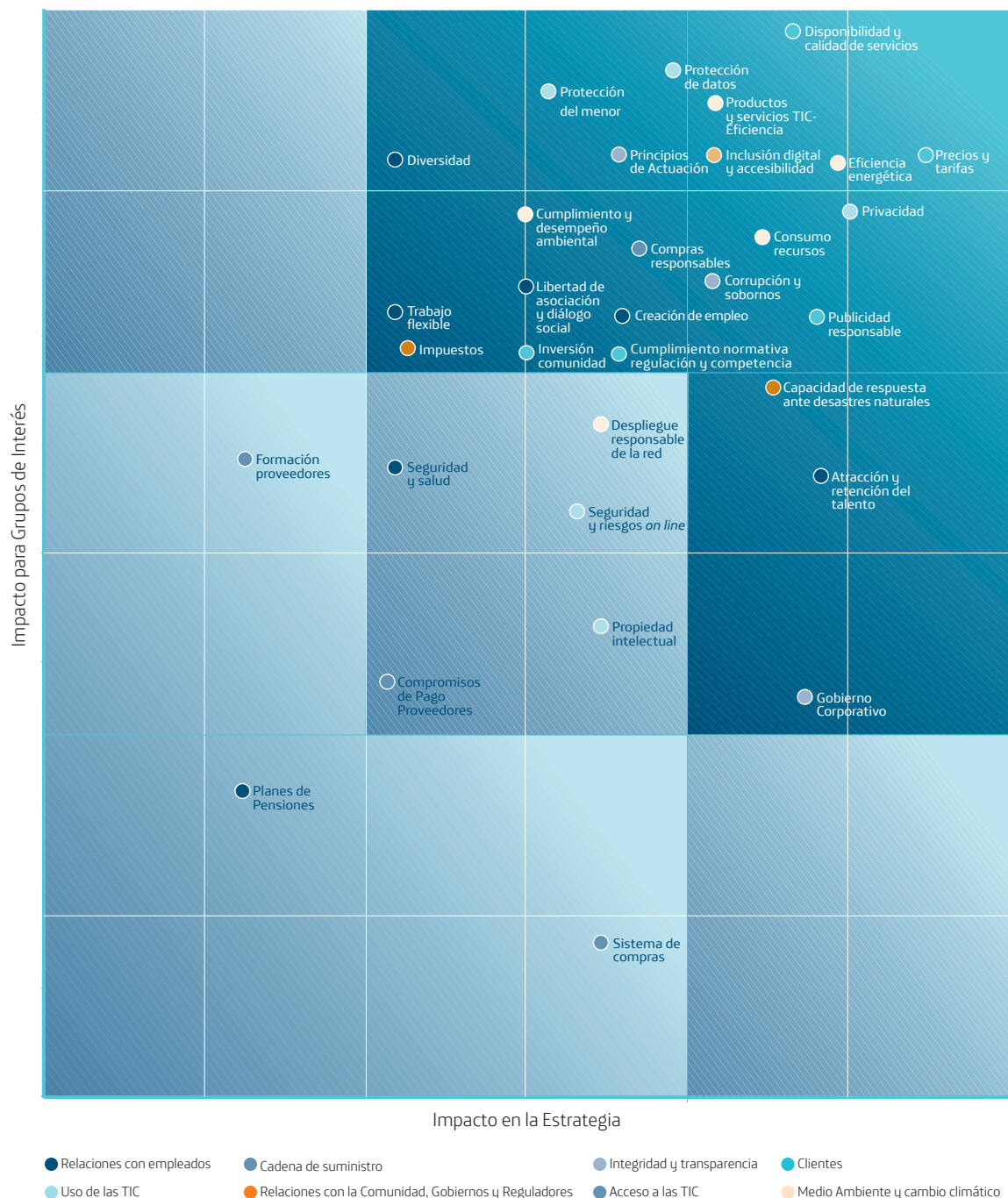
- Relación con empleados
- Cadena de suministro
- Integridad y transparencia
- Clientes
- Uso responsable de las TIC
- Relación con la comunidad, gobierno y reguladores
- Acceso a las TIC
- Medio ambiente
- Cambio climático y energía

<sup>4</sup> *The Contribution the ICT Industry Can Make to Sustainable Development. Report by Business for Social Responsibility for the Global e-Sustainability Initiative (GeSI).*

<sup>5</sup> Organización No Gubernamental.

# Identificación de los asuntos relevantes para Telefónica y sus grupos de interés

Matriz de materialidad de Telefónica (2009)







## Temas relevantes para el sector de las TIC

- **Relación con empleados.** Destacan por su importancia aspectos como las prácticas para promover empleo, gestión del talento, planes de formación, libertad de asociación y diálogo social, satisfacción del empleado, programas destinados a la conciliación de la vida laboral y personal, trabajo flexible, prácticas en materia de seguridad y salud, diversidad de género, edad, étnica y religiosa en la Compañía.
- **Clientes.** La gestión de la empresa está orientada al cliente. Para incrementar su satisfacción es necesario comunicar de forma clara precios y tarifas, asegurar que la calidad de los servicios y redes son temas relevantes, así como mejorar la gestión de las reclamaciones.
- **Cadena de suministro.** Destacan por su importancia prácticas y normativas para asegurar el cumplimiento de estándares sociales, laborales y medioambientales en la cadena de suministro de Telefónica. Otros aspectos de relevancia media son la formación a proveedores y el compromiso de pago.
- **Uso de las TIC.** Dado el creciente uso de las nuevas tecnologías, es necesario prestar atención a temas relacionados con la confianza y seguridad de los usuarios, como es el caso de la protección de datos, privacidad, seguridad en las redes; así como trabajar en el fomento de un entorno seguro para los menores.



## Temas relevantes para Telefónica en México

- **Acceso a las TIC.** Iniciativas para promover la reducción de las brechas sociales y geográficas que faciliten el acceso de las poblaciones menos favorecidas a las TIC, para aprovechar los beneficios de estas herramientas e impulsar su desarrollo. Es importante la creación de programas que permitan ampliar el acceso a las telecomunicaciones de las comunidades rurales y aisladas, así como extender los productos y servicios a segmentos de bajos ingresos y a personas con discapacidad.
- **Relación con la comunidad, gobierno y reguladores.** Temas como el pago de tributos, la capacidad de respuesta ante desastres naturales, incidentes o multas por incumplimiento de la normativa de regulación y competencia, así como la relación con diferentes comunidades locales para el desarrollo de infraestructuras y programas de inversión, son aspectos importantes.
- **Medio ambiente y cambio climático.** El uso intensivo de las TIC y su capacidad para reducir los consumos energéticos a través de medidas de eficiencia, el cumplimiento de las normas ambientales y el control de materiales, tanto en la fabricación como en el uso de productos, son relevantes para el sector.
- **Integridad y transparencia.** Prácticas para fomentar el cumplimiento de los Principios de Actuación y código ético de Telefónica.

Telefónica en 2009 amplió su cobertura y calidad en el servicio a más de 17.7 millones de clientes

Para Telefónica establecer relaciones de confianza con sus clientes es lo más importante y lo plasma como uno de los objetivos del nuevo plan estratégico 2010 -2012.

Bravo! será el nombre del proyecto que pretende acelerar el proceso de transformación para aprovechar de manera eficiente y sostenible el crecimiento del sector de las telecomunicaciones.

En 2009 la compañía cerró con más de 17 millones de clientes, lo que representó un crecimiento del 12.8% respecto a 2008. Este incremento fue gracias al esfuerzo de áreas como: pospago, con el lanzamiento de nuevos, atractivos e innovadores servicios, promociones y tarifas en telefonía móvil; Internet móvil y servicio inalámbrico fijo; PyMEs, al proporcionar tarifas y servicios competitivos a las pequeñas y medianas empresas del país.

En cuanto a los servicios de valor agregado y contenido, se proporcionaron nuevos y múltiples productos y funcionalidades destinados a superar las expectativas del cliente.

#### Clientes de Telefónica en México\*

	2009	2008
Número total de clientes	17,734.80	15,464.00
Telefonía móvil	17,400.50	15,331.00
Telefonía fija – móvil	334.30	133.00

\* Datos en miles

## Experiencia cliente

Telefónica genera un vínculo emocional a través de la metodología 'experiencia cliente', lo que le permite mejorar su exposición en los diferentes puntos de interacción con los productos o servicios. Este modelo alinea y sistematiza al personal de contacto, procesos, productos y servicios para que sean coherentes con la cultura de la Compañía.

En 2009 fortaleció la experiencia y relación con los usuarios mediante los 'momentos de verdad', mejorando el trato del cliente con la Compañía y enfocándose en la optimización de la experiencia de contactos predefinidos; uso y atención; comunicación directa y promociones club movistar.

## Los clientes en el centro

Nuevamente Telefónica fue líder en el sector de las telecomunicaciones en el Índice de Satisfacción de Cliente.

#### Satisfacción Clientes

	2009	2008
Índice de Satisfacción de Cliente (ISC)	8.91	8.68

Esta puntuación es resultado de acciones dirigidas al cliente, de cambios en los sistemas de Tecnologías de la Información (IT) y de la difusión de los canales de comunicación *on line*.

**Centro de atención:** con el fin de atender de manera oportuna todas las llamadas de los clientes, la compañía aumentó el número de ejecutivos de atención; optimizó procesos internos y creó una plataforma independiente en PyMEs para el segmento profesionalista. La resolución de las reclamaciones en 2009 fue del 95% frente al 89% de 2008.

**Más automatización:** para brindar atención más rápida y personalizada se implementó una nueva funcionalidad, el sistema IVR (reconocimiento de voz), basado en el lenguaje natural, que permite al cliente dirigir su llamada desde el inicio a un ejecutivo. En 2009 el sistema encaminó correctamente el 88% de las solicitudes.

**Directo al director PyMEs:** a través de un canal *on line* los clientes emitieron comentarios, sugerencias o quejas sobre servicio; calidad, tiempos de entrega y disponibilidad de equipo, entre otros. Los correos electrónicos recibidos son revisados y gestionados por un equipo con poder de decisión. Los casos son auditados aleatoriamente tanto por Gerentes como por el Director de Gestión de Clientes.

# Telefónica mantiene el liderazgo en el índice de *satisfacción*

**Canales más interactivos:** para toda asesoría o sugerencia sobre los servicios que proporcionamos, el cliente puede comunicarse y expresar sus opiniones de manera directa o privada a través de Twitter y Youtube.

**Vive el servicio:** programa que permite a los colaboradores visualizar e identificar su responsabilidad de trabajo como parte de la cadena de valor. Por ello continuaron las visitas anónimas de empleados a los centros de atención y venta.

## Calidad en el servicio

La satisfacción del cliente está ligada con los servicios que recibe; para asegurar los estándares de calidad, disponibilidad y fiabilidad de los mismos, se desarrollaron diversas iniciativas:

**Comité de calidad:** se lanzó en 2009 bajo la presidencia de Fabián Bifaretti, CEO de Telefónica. A partir del análisis de la calidad percibida y medida se determinaron palancas para realizar acciones concretas e integradas con el fin de incrementar la satisfacción de los clientes y la mejora de procesos.

**Procesos:** el mapa de procesos que opera desde 2008 apoya a asegurar que se gestionen y se les de seguimiento a los indicadores, lo que permite controlar aquellos que se encuentran fuera de meta o con desempeño bajo para tomar acciones oportunas.

Con el fin de asegurar la calidad de los productos y servicios que ofrece Telefónica se obtuvo nuevamente la recertificación en la norma internacional ISO 9001:2000. Para 2010 se está preparando el sistema para la nueva versión ISO 9001:2008.

**Servicio técnico:** el cumplimiento de los plazos establecidos para resolver las averías muestra la capacidad de respuesta de una empresa. Telefónica fomentó la resolución de incidencias de los equipos en el propio Centro de Atención al Cliente para no tener que llevarlo al taller y agilizar así el proceso. Con esto se redujo el tiempo de atención de 8.71 días en 2008, a 7.95 días en 2009.

Al usuario se le ofreció otro equipo de sustitución y antes de la devolución (proveniente de taller) se confirmaba su correcto funcionamiento. Esta revisión se extendió en 2009 al 100% de las reparaciones.

## Provisión de servicio

Para asegurar la provisión del servicio de telecomunicaciones y con base en experiencias anteriores, se realizaron diversas iniciativas orientadas a ofrecer y mantener servicios en situaciones de emergencia.

Frente al huracán Andrés en el Pacífico mexicano en junio de 2009, se habilitaron plantas de emergencia en Puerto Vallarta, Uruapan, Tecoman y Manzanillo para que, de ser necesario, se instalaran en las estaciones base para asegurar la provisión del servicio en las ciudades afectadas.

El huracán Jimena que afectó a la Península de Baja California dejó sin energía a varios poblados, pero no sin servicio de telecomunicaciones gracias a las medidas preventivas realizadas, tales como: supervisión de estado de líneas y antenas en el corredor de microondas de La Paz a Los Cabos y de La Paz a Ciudad Constitución; carga de diesel para generadores de emergencia en sitios de corredor de microondas La Paz – Los Cabos; impermeabilizado de sitios en Los Cabos; baja de la carga de torres en sitios de Los Cabos, retiro de platos de microondas y herrajes sin uso en torres; renta de cuatro generadores para tenerlos en caso de ser necesario; disponibilidad de una cuadrilla especial para trabajos de altura en la estructura como apoyo para contingencia.

Pese a la coyuntura económica, Telefónica continuó invirtiendo y durante 2009 desarrolló la red a fin de mejorar la experiencia de usuario y ganar eficiencia, también implantó la banda ancha móvil de alta velocidad (3.5G) en diversas ciudades del país; con el único propósito de ofrecer siempre la mejor cobertura.

	2009	2008
% Efectividad de las llamadas (red GSM)	98.6	97.8

## Productos innovadores y accesibles

Para lograr que cada vez más mexicanos tengan acceso a las ventajas de las telecomunicaciones, se lanzaron diversas ofertas y promociones de Internet móvil, como netbook + módem, 3G estudiante y *Try & Buy*, para fomentar el uso de Internet con tarifas accesibles y adecuadas a cada segmento de la población. En servicios de fijo inalámbrico fueron lanzados módulos de SMS, larga distancia nacional y Estados Unidos; así como una campaña navideña que facilitara la comunicación en la temporada; esta operación consistió en dos números gratis en las modalidades de prepago, pagamos prepago y pagamos control.

**Telefonía móvil:** se ofrecieron nuevos productos y tarifas para el segmento de prepago residencial adaptadas a sus necesidades, como nuevos planes y módulos de *roaming* mundial de datos para BlackBerry; se formalizaron los días movistar en los que se regala saldo promocional por cierto monto de recarga; se habilitaron servicios de valor agregado para este segmento, como \*2424, servicios de asistencia en el hogar, secretaria VIP, emergencia SOS y vial. Se incrementaron promociones y se lanzó el servicio movitalk que permite la comunicación directa con una o varias personas con sólo presionar un botón.

**Segmento empresarial:** se desarrollaron propuestas atractivas en tarifas y servicios; destacaron los lanzamientos de servicios de suscripción en los que a través de una marcación corta y por industria, las PyMEs recibían información semanal de noticias relevantes del sector que seleccionaron.

**Servicios de valor agregado y contenidos:** *windows live*, movistar *messenger* y blog movistar, se orientaron a comunidades; se lanzó el modelo de *"all you can eat"* en el club de contenidos; y el SMS plus que permite administrar los mensajes escritos como si fueran correo electrónico. Desde 2009 los clientes pueden comprar boletos de Melate vía SMS.

**Roaming:** se implementaron 138 acuerdos de *roaming*: 60 de voz, 40 de datos y 38 de prepago. Los nuevos convenios y acuer-

dos permitieron que se diera servicio a la totalidad del mercado mundial de GSM, lo que significó cobertura en 210 países.

Uno de los elementos que diferencia a Telefónica de la competencia es la cobertura ofrecida a los usuarios de prepago, que abarca más de 25 de los principales destinos internacionales. En cobertura marítima se cuenta con acuerdos de *roaming* con cinco operadores, lo que permite brindar servicio en las principales rutas turísticas, Mar Mediterráneo, Océano Atlántico y Mares del Norte. En 2009 fue presentado el servicio de *roaming* aéreo.

Telefónica cumplió uno de los retos más importantes: dotar a las instalaciones del Territorio Santos Modelo de tecnología de punta, tanto en arquitectura como en infraestructura de telecomunicaciones. Se trata de un complejo deportivo educativo, cultural y de entretenimiento único en su tipo en Latinoamérica. Está ubicado en La Comarca Lagunera, en Torreón, Coahuila.

En la primera etapa del proyecto se ofreció una solución integral que contempló servicios de telefonía fija, Internet fijo de banda ancha, acceso inalámbrico en todo el estadio, telefonía celular, cableado estructurado, VPN's, soporte a las comunicaciones para el sistema de circuito cerrado de televisión, sistema de taquilla y de comida rápida, red LAN, telefonía IP privada, seguridad informática, así como teléfonos públicos.

**Movistar developers plataforma:** nació en 2009, marcando el primer hito de Telefónica en la apertura de sus capacidades a desarrolladores en Latinoamérica. Esta iniciativa permitió vincular a desarrolladores independientes en proyectos de la Compañía, en un esquema de beneficios compartidos.

**Telefonía pública:** continuó ampliando su cobertura con este tipo de accesos que además de las llamadas convencionales, permiten el envío de mensajes de texto (SMS) y recarga electrónica movistar. Fueron instaladas 60 terminales en 28 hospitales públicos del DF, beneficiando a un promedio de mil personas diarias por hospital entre pacientes y acompañantes. También se colocaron en 100 taxis, extendiendo el servicio en lugares seguros y silenciosos.

# Logramos disminuir las reclamaciones por *facturación*

## Claridad en las facturas

Se mejoró el formato, incluyendo en los recibos de los clientes pospago mensajes sobre cambios en su oferta comercial y promociones; información sobre disposiciones legales, como el cambio de tasa de IVA (Impuesto al Valor Agregado) y el cobro de IEPS (Impuesto Especial sobre Producción y Servicios) a servicios de telecomunicaciones. Se revisaron los argumentarios que usan los teleoperadores en los centros de atención para explicar mejor las ofertas comerciales y las facturas. Con estas y otras acciones, las reclamaciones por facturación descendieron, pese al aumento del número de clientes, de 108 mil 211 en 2008, a 101 mil 231 en 2009.



## Publicidad responsable

Los Principios de Actuación de la Compañía establecen: "seremos honestos con nuestros clientes, proporcionándoles siempre información veraz, clara, útil y precisa"; con base en ello se desarrollan los materiales publicitarios, los cuales incluyen toda la información para que el cliente tome la mejor decisión, mencionando a detalle las condiciones de aplicación de la oferta o promoción y redireccionando a los puntos de contacto para más detalles o resolver dudas.

Telefónica no utiliza adjetivos absolutos o intangibles ni incluye legales abstractos. Siempre hace mención de las tarifas o precios con todos los impuestos incluidos, haciendo distinción entre los impuestos nacionales y los de frontera. En todo momento atiende los lineamientos establecidos por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y forma parte del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).

An advertisement for 'Intégrame' by Telefónica. The top left text reads 'Intégrame' and 'Todas las soluciones de comunicación en una misma red'. Below this, three icons represent 'Internet y Datos' (with an @ symbol), 'Móvil' (with a mobile phone icon), and 'Fija' (with a landline phone icon). In the center, a laptop displays the Telefónica logo, a mobile phone, and a landline phone are arranged on a green, glowing, circular wireframe base. At the bottom left is the Movistar logo. The bottom center text says: 'Con Intégrame de Telefónica Empresas, puedes tener todos los servicios de telecomunicaciones en una solución convergente: Internet, transmisión de datos, telefonía fija y móvil, unidos en una misma red. Telefónica Empresas, para los que buscan grandes soluciones.' At the bottom right is the Telefónica logo. Small text at the very bottom reads: 'Para mayores informaciones llamar al 011 80000 0000 o al 011 80000 107702'.

Telefónica impulsa la inclusión de más mexicanos al incrementar su acceso a las telecomunicaciones

Telefónica invirtió en proyectos para fomentar una sociedad más inclusiva, a través del incremento del acceso a las telecomunicaciones por parte de los ciudadanos. Con dichos esfuerzos se busca reducir las brechas económicas, geográficas, de capacitación, y fomentar la accesibilidad.

### Brecha geográfica

Es la barrera que impide la extensión de las telecomunicaciones a zonas rurales debido al alto costo que conlleva establecer el servicio en ellas. Sin embargo, en 2009 Telefónica amplió su cobertura poblacional de 88% (2008) a 89%, instalando telefonía fija<sup>6</sup> rural en 10 localidades de Guanajuato con menos de 600 habitantes, para comunicar a 42 familias.

La compañía tiene el compromiso de incrementar este servicio en función del despliegue de la red fija GTM. En 2008 lanzó comercialmente en 17 ciudades de los principales Estados de la República Mexicana; en 2009 la red se multiplicó por 10; en 2010 proyecta acceso al servicio fijo 'movistar en casa' en 192 ciudades.

### Brecha económica

Los bajos ingresos económicos de las personas pueden transformarse en limitante para su penetración en el mundo de las telecomunicaciones. Para abatir este problema fueron diseñados planes prepago y control, que permiten al usuario el control del gasto de sus facturas. Esta alternativa responde a las necesidades de los clientes, de modo que el 93.8% de los accesos de la empresa son de prepago móvil, y benefició a los colectivos desfavorecidos con servicios como:

**Movistar en casa:** un servicio de telefonía fija que se lanzó en 54 ciudades obteniendo un total de 71 localidades y más de 230 mil personas beneficiadas (90% de prepago y 10% pospago); incluyó

tarifas de prepago con recargas desde 10 pesos; pagamentos control, pagamentos pospago y servicios adicionales a los de la competencia como envío de SMS y marcaciones cortas de asistencia e información.

**Telefonía pública:** un servicio que ofreció llamadas por minuto 50% más económicas que la media nacional y que favoreció a la comunicación de larga distancia, algo importante en un país con alto flujo de migración a Estados Unidos.

**Movistar SOS:** un servicio para comunicarse por llamada o por mensaje aún sin tener saldo, tanto para usuarios prepago como pospago.



<sup>6</sup> Telefonía fija inalámbrica que funciona con tecnología GSM.



## Brecha de capacitación

Incluso cuando las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) están disponibles, algunas personas no pueden usarlas por falta de formación. En 2009 se llevaron a cabo iniciativas para el aprendizaje y uso de las tecnologías y se beneficiaron de sus ventajas. Fundación Telefónica fue factor clave por sus programas:

**EducaRed:** promueve el uso de las TIC en la enseñanza. En convenio y colaboración con la Secretaría de Educación Pública del Estado de Tabasco, fueron capacitados 880 docentes en TIC y preparados 60 profesores y promotores del Consejo Nacional del Fomento Educativo del Estado de Nayarit en TIC, quienes a su vez formaron a 610 maestros.

**Proniño:** ayuda a la erradicación de la explotación laboral infantil. A través de su eje de calidad educativa instaló 28 Aulas Fundación Telefónica (AFT), espacios escolares dotados de infraestructura, equipos, acceso a Internet y atendidos por los "dinamizadores", profesionales altamente calificados en TIC y vínculo entre la comunidad escolar y el AFT. Por medio de estos espacios, se impulsa un proyecto de integración de TIC al proceso de enseñanza-aprendizaje en cada centro. En 2009 se beneficiaron directamente a más de 15 mil menores y de manera indirecta a más de 30 mil participantes de la comunidad escolar.

## Bautismo digital

Campus Party permitió realizar la actividad denominada 'bautizo digital', un proyecto que ataca la brecha digital al acercar la tecnología a las personas que nunca han tenido contacto con una computadora. Esto fue posible gracias a un programa instalado en el equipo que enseña a utilizar y navegar por Internet. Participaron más de mil 200 alumnos de tres escuelas beneficiarias del programa Proniño.

## Accesibilidad

Telefónica trabaja para tratar de extender el impacto positivo de las TIC a todos los sectores, tomando en cuenta las características del país y a las personas con capacidades diferentes. Algunos ejemplos que favorecieron la inclusión de diversos grupos fueron:

**Atención a clientes en náhuatl:** México posee una gran variedad cultural y lingüística que lo enriquecen como país; 6 de cada 100 habitantes hablan alguna lengua indígena. Para favorecer la inclusión y brindar un mejor servicio, la compañía abrió un canal de atención especializada en lengua náhuatl. Esta plataforma, única en el sector de telefonía móvil en México, atendió en 2008 (en seis meses de operación) a más de 4 mil clientes en su lengua indígena materna. En 2009 fueron recibidas 4 mil 768 llamadas.

**Localízame:** es un servicio que permite, entre otros usos, a las familias de personas mayores o con alguna discapacidad física, con problemas cognitivos o de aprendizaje, estar localizables.

**Voz en texto:** convierte los mensajes del buzón de voz en texto y los envía al usuario vía SMS, lo cual beneficia a usuarios con discapacidad auditiva o adultos mayores.

**SMS vocal:** este servicio permite recibir los mensajes de texto de la misma forma que se recibe una llamada de voz, lo que es especialmente útil para las personas con discapacidad visual o adultos mayores.

En 2009 Telefónica trabajó nuevamente con CINIA, una empresa mexicana única en su tipo, integrada por más de 300 empleados con distintas discapacidades físicas y psíquicas. Este proveedor suministró a la compañía de diversos productos, mismos que Fundación Telefónica entregó a niños de la Casa del Adolescente en Puebla.

Telefónica contribuye al desarrollo económico, social y cultural de México. Tiene el compromiso de mejorar la calidad de vida y fomentar la igualdad de oportunidades de las personas más desfavorecidas.

Por esta razón desarrolla su acción social y cultural a través de Fundación Telefónica<sup>7</sup>, cuyos programas son:

### Proniño

Busca contribuir a erradicar la explotación infantil a través de la escolarización, la mejora de la calidad en la educación y el aumento en la retención escolar de los menores, brindándoles las herramientas necesarias para la construcción de su propio proyecto de vida.

Este trabajo es realizado con las recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) a través de tres ejes de actuación: protección integral, calidad educativa y fortalecimiento institucional.

En 2009 se benefició a 15 mil 074 niños en 84 escuelas y 15 centros de atención, incluidos 7 campos jornaleros agrícolas en 12 Estados del país; se instalaron 28 Aulas Fundación Telefónica y 450 niños dejaron de trabajar y 302 disminuyeron sus horas de trabajo.

En 2010 el programa pretende extenderse a más Estados.



# 450

niños dejaron de trabajar

### EducaRed

Pretende mejorar la calidad de la educación, fomentar la igualdad de oportunidades y ayudar a reducir la brecha digital, acelerando el uso educativo de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las aulas en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En 2009 EducaRed unificó sus portales existentes en ocho países en una plataforma global que potencia la comunidad virtual educativa con todas las herramientas de colaboración de la web 2.0.

En el Estado de Oaxaca se capacitaron 5 mil docentes y alumnos y como resultado se realizaron 9 proyectos en beneficio de la comunidad. En Tabasco se formó a 210 maestros de la Secretaría de Educación Pública Estatal quienes transmitieron la enseñanza a 610 personas; por parte del Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE) se preparó a 60 profesores. En Nayarit, en convenio con el CONAFE, se capacitó a 60 docentes y promotores quienes transmitieron el aprendizaje a 610 personas.

<sup>7</sup> Para más información sobre los programas de Fundación Telefónica en México, visitar: [www.movistar.com.mx/fundaciontelefonica](http://www.movistar.com.mx/fundaciontelefonica).



# Durante 2009 Proniño benefició a *15 mil 074* niños en 84 escuelas

## Voluntarios

A través del voluntariado, los colaboradores canalizan su espíritu solidario con actividades y proyectos que contribuyen al desarrollo de la sociedad y a mejorar la calidad de vida de los beneficiarios.



Por segundo año consecutivo Fundación Telefónica recolectó útiles escolares para las aulas hospitalarias del programa 'sigamos aprendiendo en el hospital' iniciativa de la Secretaría de Salud para que los niños y adolescentes internados por un largo periodo de tiempo retomen sus estudios en el hospital. Gracias al acopio y en presencia del Secretario de Salud, Jose Ángel Córdova Montoya, se entregó mobiliario, más de 3 mil 800 artículos escolares y se inauguró el aula en el hospital psiquiátrico infantil Dr. Juan N.

En 2009 se realizaron 98 eventos, se beneficiaron directamente a 22 mil 321 personas e indirectamente a 89 mil 284; se recibieron mil 310 participaciones y se inscribieron 904 voluntarios.

Por primera vez, México fue anfitrión del proyecto vacaciones solidarias, en el que durante tres semanas, seis voluntarios de España se integraron y apoyaron en las actividades del programa Proniño en las ludotecas de Cancún.

## Arte y Cultura

Con este programa se subraya la relación entre innovación tecnológica en materia de comunicaciones, nuevos modos de expresión y creatividad.

En 2009 se presentó en el Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC) la muestra de arte 'Petit Mal' con obras galardonadas con el premio de Arte y Vida Artificial 9.0 y 11.0 convocado por Fundación Telefónica España, misma que recibió 144 mil visitas.

Se publicó la antología *Historias pintadas y cuentos de amor* del pintor Juan Sebastián, quien obtuvo el tercer premio de mejor libro de arte otorgado por el Ministerio de Cultura de España.

Se apoyó el cortometraje 'Todo por nada' que fue premiado en el Festival Pantalla de Cristal de la Ciudad de México, en la categoría de mejor edición y música.



## Otros proyectos

En este año se apoyaron proyectos como: Fundación Ayú, John Langdon Down, Fundación Cedros y Fundación Christel House con los que se beneficiaron a 535 niños en temas como: formación educativa, actividades artísticas, becas, útiles y uniformes escolares.

Dentro de las labores altruistas de la compañía, en los avisos que reciben sus clientes para notificar las llamadas perdidas, se incluyeron mensajes solidarios sobre temas relevantes como la prevención del cáncer de mama, consejos prácticos para la prevención de enfermedades e invitaciones para apoyar a los damnificados en Haití mediante la donación de despensas en centros de atención movistar que fungieron como centros de acopio.

## Patrocinios culturales

Se realizaron patrocinios sociales, culturales y deportivos, destacando 'Campus Party powered by movistar', que nace bajo la idea de que las TIC se han convertido en herramientas fundamentales de inclusión social y económica. Telefónica trabaja en diseñar iniciativas innovadoras que faciliten el acceso de toda la sociedad a los beneficios que éstas ofrecen.

Desde sus inicios en 1997, Telefónica ha sido la principal impulsora privada del evento, en el que con el lema 'Internet no es una red de computadoras, es una red de personas' reúne a miles de participantes procedentes de todas partes del mundo para compartir inquietudes y experiencias, y realizar todo tipo de actividades relacionadas con las computadoras, las comunicaciones y las nuevas tecnologías.

En 2009 se trajo por primera vez a México este evento que es ya el más grande e importante de tecnología, cultura digital y ocio en red. Miles de asistentes tuvieron la oportunidad de vivir una experiencia única en contacto con la innovación, la creatividad digital, la robótica, el desarrollo de *software*, el *modding* o los videojuegos.

Lo más destacado de esta edición fue que gracias a la licencia experimental de Telefónica México llamada HSDPA+, 200 usuarios pudieron conectarse simultáneamente de forma inalámbrica a la red de movistar.



Telefónica entiende el diálogo con los grupos de interés como un elemento clave de su gestión que favorece el aprendizaje y la innovación, propicia el desarrollo, la formación de acuerdos y alianzas estratégicas, recogiendo sus expectativas para incorporarlas en la mejora de sus procesos.

### Diálogo con la industria

En 2009 Telefónica participó en la XXX Convención Anual de CA-NIETI (Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información) una de las cámaras más representativas en el sector de las telecomunicaciones.

Durante el evento, actores de la industria, gobierno y otros organismos, debatieron y reflexionaron sobre cómo unificar esfuerzos para el desarrollo y crecimiento del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en México. Tras los diversos foros y presentaciones se concluyó con que urge una agenda conjunta entre la industria y el gobierno si se desea impulsar el sector de las telecomunicaciones como motor de desarrollo económico, tecnológico y social.

Estos foros ayudan a promover el desarrollo de este ámbito en un entorno global con servicios de alta calidad y a fortalecer la competitividad de la industria nacional con sentido colectivo y responsabilidad social.



### X Encuentro iberoamericano de ciudades digitales

La participación de Telefónica se dio en el marco del evento denominado 'Los gobiernos locales como factor clave del desarrollo socioeconómico: la oportunidad del uso de las TIC's', el cual reunió a actores que impulsan el concepto de gobiernos y ciudades digitales.

El foro promovió el desarrollo de la sociedad de la información en Iberoamérica a través de la cooperación entre ciudades desde un enfoque integrador, involucrando a los gobiernos nacionales y locales, sector privado, organizaciones internacionales, federaciones municipales y el resto de agentes locales.

Se contó con la asistencia de autoridades nacionales y locales, representantes de organismos internacionales, empresarios, expertos y ciudadanos con el objetivo de intercambiar experiencias y conocer lo que otros países han logrado en materia de ciudades digitales.

Telefónica compartió su contribución a la creación de estas ciudades, mediante tres aspectos fundamentales: tecnología, cobertura y disponibilidad.



## Debate con expertos

Telefónica participó como expositor en el III Congreso anual de ACORN REDECOM titulado 'Políticas públicas e impacto socio-económico de las TIC's en las Américas' celebrado en el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) de la Ciudad de México, contando con la participación del Secretario de Comunicaciones y Transportes de México, Juan Molinar Horcasitas

La Red Americana de Investigación, Información y Comunicación (*Americas Communication Research Network ACORN*) y la Red Americana de Investigación en Información y Comunicación (REDECOM) constituyen una red académica multidisciplinaria de centros de investigación que busca avanzar en el conocimiento sobre el impacto social, económico y político de las TIC en las Américas.

La red ACORN-REDECOM celebra anualmente un congreso con el objetivo de reunir a académicos y miembros del sector privado y reguladores con el propósito de interactuar y compartir experiencias que permitan aprender de los estudios que han desarrollado en el ámbito de las políticas de las TIC.

## Encuentro con la sociedad civil

Fundación Telefónica participó en el X Encuentro de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) titulado 'Acciones con pasión' y que organizó la Fundación del Empresario Chihuahuense, S.C., el 12 y 13 de noviembre de 2009 en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Más de 700 representantes de las OSC de diferentes partes de la República Mexicana y del sur de Estados Unidos de Norteamérica reflexionaron sobre el futuro y los retos del tercer sector.

José Antonio Fernández Valbuena, Director de Fundación Telefónica México participó con la exposición 'OSC: una reflexión', sobre el papel que las organizaciones de la sociedad civil juegan en la actualidad, la trascendencia de su trabajo y las barreras a las que se enfrentan para realizar su labor.

## Respuesta ante emergencias

En abril de 2009 se vivió en México una epidemia de Influenza H1N1, que llevó a tomar medidas excepcionales como la suspensión de clases, frenando en gran medida las actividades del sector público y privado.

Ante esta situación el Instituto Nacional de Salud Pública en coordinación con la Escuela de Salud Pública de Harvard, solicitó a Telefónica la ejecución de un levantamiento de datos para detectar el modo de comportamiento del contagio de la Influenza H1N1.

La compañía respondió rápidamente a esta situación de manera gratuita y como apoyo a la necesidad del país, enviando una invitación a 982 mil 708 clientes para responder el cuestionario.

La muestra se tomó de manera aleatoria en toda la República y el cuestionario se aplicó utilizando la tecnología USSD. Aproximadamente 56 mil 552 usuarios contestaron gratuitamente desde su celular marcando al \*#199#.

Con los resultados obtenidos, la Escuela de Salud Pública de Harvard realizó diversos análisis, de donde obtuvo información que permite detectar a tiempo la enfermedad de la Influenza H1N1 a través de su patrón de contagio.

La actitud abierta de Telefónica hacia el intercambio de opiniones y recepción de solicitudes así como una gestión responsable de su negocio permite que proyectos como estos lleguen de manera fluida a la compañía.



# 10

## Indicadores

### Impacto económico

	2009	2008	2007	% var. Ejercicio anterior
Millones de pesos				
Ingresos Grupo Telefónica	31,696.62	28,841	25,512	9.01%
Inversión en innovación tecnológica	3,053.20	2,498	2,291	18.18%
Pagos a Administraciones Públicas	1,837.21	601	1,949	67.30%
Pagos a empleados	3,135.41	2,923	2,707	6.77%
Inversiones en infraestructuras	5,614.00	5,749	3,735	-2.40%
Volumen compras adjudicadas	13,779.00	15,086	16,272	-9.49%

### Impacto social

	2009	2008	2007	% var. Ejercicio anterior
Total inversión social (LBG)* (millones de pesos)	N.D.	42.0	30.9	0
Número beneficiarios Fundación Telefónica (unidades)	44,480	68,411	N.D.	-53.80%
Beneficiados programa Proniño (unidades)	15,156	13,743	N.D.	9.32%

### Derechos humanos

	2009	2008	2007	% var. Ejercicio anterior
<b>Principios 1-2</b>				
Empleados formados en los Principios de Actuación (%) <sup>(1)</sup>	79.0	90.1	98.3	-14.05%
Índice de Satisfacción del Cliente (unidades)	8.91	8.68	9.71	3.56%
Valor monetario de multas por incumplimientos de las normativas de privacidad de datos (pesos)	0	0	0	N.A.
Número de proveedores en riesgo evaluados (unidades)	8	41	0.0	-412.50%
Número total de auditorías realizadas en proveedores de riesgo (unidades)	3	6	0	-100.00%
Número total de proveedores adjudicatarios (unidades)	717	1,153	1,111	-60.81%
Número de proveedores evaluados (unidades)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.

### Estándares laborales

	2009	2008	2007	% var. Ejercicio anterior
<b>Principios 3-6</b>				
Número total de empleados (unidades)	20,203	17,769	16,589	12.05%
Empleados con convenio negociado (unidades)	13,355	14,048	399	-5.19%
Gatos totales de formación en el ejercicio (millones de pesos)	2,212	3,264	7,34	-47.56%
Mujeres (%)	48.64	49	47.60	-0.74%
Mujeres directivas (%)	28.78	13.8	10.9	52.05%
Número de personas con discapacidad (unidades)	17	N.D.	13	N.A.

\* Cálculo LBG cifras 2009.

(1) La diferencia se debe a la gran cantidad de nuevos empleados que entraron a finales de 2008 principios 2009, por lo que no les dio tiempo de realizar el curso de Principio de Actuación

## Medio ambiente

Principios 7-9	2009	2008	2007	% var. Ejercicio anterior
Estudios de impacto ambiental (unidades)	0	22	9	N.A.
Mediciones de ruido (unidades)	3	0	N.D.	N.A.
Mediciones campos electromagnéticos (unidades)	0	0	0	N.A.
Horas de formación ambiental a empleados (presencial)	48.0	25	N.D.	92.00%
Horas de formación ambiental a empleados ( <i>e-learning</i> )	120.0	N.A.	N.A.	N.A.
Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos (pesos)	0.0	0.0	N.A.	0
Inversión adecuaciones impacto acústico (pesos)	548,449.98	0	0	N.A.
Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de la red (pesos)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Inversión adecuaciones de impacto visual (millones de pesos)	1.43	0	0	N.A.
Total consumo de papel blanco (t) <sup>(2)</sup>	75.40	51	124.90	32.36%
Total consumo de papel (blanco y reciclado) (t)	117.20	118.68	124.90	-1.27%
Total consumo de papel reciclado (t)	41.8	67.7	N.A.	-38.24%
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina) (miles de litros) <sup>(3)</sup>	861.38	752.34	544,021	14.49%
Consumo eléctrico edificios oficina (MWh/año)	16,782	26,996	24,811.01	-60.87%
Consumo eléctrico en operaciones (MWh/año)	169,822	155,625	143,124	8.36%
Consumo de agua (miles de litros)	50.14	54.45	38.137	99.89%
CO2 Emisiones totales - directos y electricidad (t)	105,807.97	105,915.34	180,511	-0.10%
CO2 Emisiones directas (t)	4,316.19	761	102,704	82.36%
CO2 Emisiones indirectas (electricidad) (t)	101,005.80	103,400	77,807	-2.37%
CO2 Emisiones indirectas (procedentes de viajes) (t)	485.98	1753.9200	0	-72.29%
<b>Residuos</b>				
Residuos de papel y cartón (t)	52.0	33.4	60.3	35.74%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos- oficinas (t)	7.52	69	67	-812.18%
Residuos baterías (t)	134	14.13	60.21	89.42%
Otros residuos generados en oficinas	41,875.4	186.6	N.D.	-77.56%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos - clientes (t)	2.55	23,679	N.D.	-827.86%
Total de los residuos que son reciclados (%)	0.5	N.D.	N.D.	
Residuos de aceites (litros)	629	28,653	16,464	-4455.33%
Reutilización de equipos (kg)	12,329	0	N.A.	0
Derrames combustible (unidades)	0	0	0	u
Volumen combustible derramado (unidades)	0	0	0	0
<b>Viajes</b>				
Viajes por trabajo en avión (unidades) <sup>(4)</sup>	870	3,654	N.D.	420%
Viajes por trabajo en coche (unidades)	68	N.D.	N.D.	N.A.
Viajes por trabajo en tren (unidades)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Gasto e inversión en medio ambiente (millones de pesos) <sup>(5)</sup>	4.39	4.45	N.D.	-1.43%

## Anticorrupción

	2009	2008	2007	% var. Ejercicio anterior
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación (unidades)	1	N.D.	N.D.	0
Denuncias registradas en la línea confidencial relacionada con corrupción (unidades)	1	N.D.	N.D.	0

(2) Incluye consumo de papel blanco en facturas. En 2009 se logró un ahorro en facturas electrónicas de 6.2 Tn

(3) Incremento derivado del aumento de actividades para el despliegue de red

(4) Incluye sólo viajes continentales.

(5) Gastos únicamente del área de calidad, procesos y medio ambiente.

N.D. No disponible

N.A. No aplica

OBJETIVO 2010	DESCRIPCIÓN
<b>Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación</b>	
Principios de Actuación	Impulsar la Oficina de Principios de Actuación para promover los programas derivados de la unidad de proyectos y la gestión de riesgos asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación.
Distintivo ESR	Obtener por octavo año consecutivo el distintivo que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía, que reconozca a la compañía como una Empresa Socialmente Responsable.
RepTrak	Aumentar la puntuación del eje de ciudadanía en el índice de reputación
Difusión	Colaborar en la promoción de la importancia de la Responsabilidad Corporativa en las empresas como herramienta de gestión responsable del negocio y desarrollo sostenible en el país.
<b>Medio ambiente</b>	
Certificación ISO 14001	Recertificación de la norma del Sistema de Gestión Ambiental que avala la ejecución con criterios medioambientales de nuestra operación. Mejorar dicha gestión, a partir de la oportuna identificación de las no conformidades y cierre del 100% de las acciones correctivas.
Reducción de consumo energético	Automatizar el apagado de rectificadores redundantes en 500 sitios y ajustar la temperatura en aires acondicionados.
Reserva de la Biósfera El Cielo, Tamaulipas	Establecer los señalamientos necesarios para indicar la importancia de la Reserva de la Biosfera El Cielo, a fin de reducir las amenazas a los recursos naturales
El Triunfo: fábrica de agua y hábitat del quetzal	Asegurar a largo plazo la protección de 18 mil hectáreas de bosque mesófilo en la Reserva de la Biosfera El Triunfo, a través de los siguientes objetivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyar las actividades de vigilancia que aseguren la protección y conservación de 8 mil hectáreas de bosque mesófilo.</li> <li>- Apoyar actividades de restauración piloto en El Triunfo mediante la identificación y difusión de mecanismos financieros innovadores.</li> <li>- Dar a conocer el programa que apoya Telefónica y motivar a que familias, empresas e individuos se sumen a esta labor.</li> </ul>
Conservación y educación ambiental en el Santuario Cueva de la Boca, Santiago, Nuevo León.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer un programa de educación formal mediante pláticas mensuales en dos escuelas a máximo 20 km de distancia sobre la importancia de los murciélagos en la región.</li> <li>- Diseñar y producir materiales de divulgación dirigidos a los turistas y la población local.</li> </ul>
Proyecto de reforestación	Plantar más de mil 500 árboles con el fin de preservar el medio ambiente y contrarrestar las emisiones generadas.
Reciclaje de celulares	Continuar con el programa de reciclaje de celulares y baterías, fomentando la cultura del reciclaje y invitando a grandes clientes a unirse.
<b>Clientes</b>	
Índice de Satisfacción del Cliente	El cliente continúa siendo punto básico en la estrategia de la compañía, por lo que en 2010 se trabajará para incrementar su satisfacción a 8.93 puntos.
Sistema de Gestión de Calidad	Obtener la certificación bajo la norma ISO 9001:2008 para ofrecer la mejor experiencia al cliente, implantar los cinco puntos críticos en subprocesos aplicables y mejorar la calificación en subprocesos.

## Cientes

Ampliación del desarrollo de las PyMEs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulsar la inclusión económica y el desarrollo del país a través de una oferta comercial dirigida a pequeñas y medianas empresas.</li> <li>- Hacer el relanzamiento de conexión fija con una nueva oferta en las ciudades con cobertura de telefonía fija.</li> </ul>
Lanzamiento y consolidación de "prepago movitalk"	Desarrollar un nuevo servicio para clientes particulares que satisfaga sus necesidades de manera innovadora y accesible para todos.
Difusión de los programas de Fundación Telefónica	Informar por diversos medios a nuestros clientes sobre las tareas realizadas por Fundación Telefónica a favor de la sociedad.
Generaciones Interactivas	Fomentar el uso responsable de la tecnología por parte de los menores, maximizar su buen uso y minimizar los riesgos asociados al incorrecto manejo de las mismas.
Ampliación de la cobertura de telefonía pública en Mérida y Campeche	Colocar 300 TUPs en cada ciudad para ofrecer un servicio de venta de recarga electrónica las 24 hrs del día dentro de las colonias más populares y en los cruces peatonales más transitados, con el fin de satisfacer las necesidades de comunicación de las poblaciones.
Cobertura <i>fixed wireless</i>	Alcanzar 110 ciudades con cobertura movistar en casa, satisfaciendo las necesidades de comunicación de familias mexicanas que aún no cuentan con este servicio.

## Empleados

Sensibilización de nuestros empleados	Incrementar al 70% el conocimiento de los empleados internos acerca del programa Proniño.
Lograr el 90% en el clima laboral	Implementar iniciativas alineadas al plan estratégico de la empresa y dar seguimiento a los microclimas para lograr un aumento del 2% en la satisfacción de los empleados.
Promover la transformación cultural	A través de los ejes de liderazgo, servicio, innovación e integración, ocupar una posición sobresaliente en el nivel de servicio e innovación que ofrece a sus clientes.

## Proveedores

Gestión de terceros	<p>Implementar un nuevo modelo de gestión enfocado a tener una visión global de los proveedores y diseñar iniciativas puntuales dirigidas a las personas con mayor contacto con el cliente para impactar positivamente en su satisfacción. El Comité de Terceros, compuesto por las áreas de recursos humanos, jurídico, compras y responsabilidad corporativa, es el encargado de renovar las políticas y procesos internos que norman dicha gestión.</p> <p>En un esfuerzo por integrar la estrategia de educación a distancia se realizará 'iCampus' (servicio de la plataforma e-learning), apoyando en primera instancia a distribuidores del segmento particular, para ampliar su espectro al resto de aliados en 2011.</p>
Auditorías de responsabilidad corporativa	Para velar y promover la actuación responsable de los proveedores de la Compañía, se realizarán auditorías que monitoreen su desempeño en materia de derechos humanos, seguridad y salud y medio ambiente.

## Sociedad

Proniño	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliar el número de beneficiarios a 23 mil 800 niños en 15 estados del país.</li> <li>- Aumentar a 43 el número de Aulas Fundación Telefónica (AFT) instaladas.</li> <li>- Desarrollo de competencias pedagógicas y computacionales a los profesores de AFT, a través del canal EducaRed del Educador Proniño.</li> <li>- Realizar el II Congreso 'Erradicar la explotación infantil' para continuar impulsando el tema en la agenda pública del gobierno de México y revisar los avances de los compromisos de la primera edición.</li> <li>- Organizar el III Encuentro de dinamizadores de las Aulas Fundación Telefónica.</li> </ul>
Voluntarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar 3% las inscripciones al programa.</li> <li>- Incentivar la participación de los Voluntarios en los eventos.</li> <li>- Sensibilizar a los Voluntarios para mejorar su labor.</li> </ul>
EducaRed	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar el número de participantes en las capacitaciones locales a través de las plataformas que ofrece EducaRed para beneficio de la comunidad educativa nacional.</li> <li>- Participar en proyectos globales que ofrece EducaRed con el fin de incentivar la participación nacional de niños, educadores y padres de familia.</li> <li>- Impulsar a la comunidad educativa nacional a que participen en las formaciones virtuales que ofrece el portal EducaRed.</li> <li>- Desarrollo de los indicadores que reflejen cuantitativa y cualitativamente el impacto del proyecto de colaboración de EducaRed en Proniño.</li> </ul>
Servicios de comunicación en la comunidad educativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colocar 60 teléfonos de utilidad pública (TUPs) en las diferentes facultades de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y al menos un equipo en las escuelas preparatorias (CCH) con el fin de impulsar el acceso a las comunicaciones a un precio accesible y en lugares estratégicos.</li> </ul>



**INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2009 DE TELEFÓNICA EN MÉXICO**

A la atención del Comité de Principios de Actuación de Telefónica en México, por encargo de 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 2009 de Telefónica en México, disponible en <http://www.telefonica.com.mx/rc2009>, y su adaptación a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3).
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades de las entidades del Grupo Telefónica en México (en adelante, Telefónica en México).

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en México adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, S.A. quienes 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.

**Criterios**

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión 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).
- La Norma AA1000 Assurance Standard 2008 de AccountAbility bajo un encargo de aseguramiento tipo 2.

El alcance de la revisión ha seguido los siguientes criterios:

- Nivel de aseguramiento razonable de acuerdo con la ISAE 3000 que se corresponde con un aseguramiento alto según la norma AA1000 AS (2008) sobre la aplicación en su preparación de lo establecido en la Guía GRI para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad así como sobre los indicadores marcados en el Anexo I adjunto como nivel "alto".
- Nivel de aseguramiento limitado (revisión limitada) de acuerdo con la ISAE 3000 que se corresponde con un aseguramiento moderado según la norma AA1000 AS (2008) sobre los indicadores marcados en el Anexo I adjunto como nivel "moderado", así como del resto de información, a excepción de los indicadores de "energía" tal como se indica en dicho Anexo I, y sobre la aplicación de los principios de la AA1000 APS (2008).

**Procedimientos realizados**

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección Corporativa, así como a la Dirección de las diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en México, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Entrevistas con directivos y personal de las áreas de Responsabilidad Corporativa de Telefónica, S.A. y Telefónica en México y una selección de directivos y personal clave de las líneas de negocio de telefonía fija y móvil, así como de Atento, en 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 del Grupo en México.
2. 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.
3. 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 2009 de Telefónica en México.
4. Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en México a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
5. Comprobación selectiva de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en México y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. Las pruebas de revisión se han definido a efectos de proporcionar los niveles de aseguramiento indicados en el Anexo I.

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de 2009 de Telefónica en México, detallándose en el Anexo I los procedimientos realizados para cada indicador.

**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 del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en México concluimos que:

- El informe ha sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal como se indica por la propia organización. Asimismo, los indicadores identificados en el Anexo I como nivel "alto" han sido preparados, en todos los aspectos significativos, de forma fiable y adecuada.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores (a excepción de los indicadores de "energía") incluidos en dicho Anexo I contiene errores significativos o que el informe no ha sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility, entendidos como:
  - ✓ **Inclusividad:** La compañía dispone de mecanismos para la identificación de sus grupos de interés, así como para conocer y entender sus expectativas, tal como se describe en el capítulo "Estrategia de Responsabilidad Corporativa".
  - ✓ **Relevancia:** La compañía realiza un análisis para seleccionar aspectos significativos a incluir en el informe, tal como se describe en el capítulo "Análisis de materialidad".
  - ✓ **Capacidad de Respuesta:** La compañía dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, tal como se refleja en el capítulo "Hitos 2009".

## Recomendaciones

Nuestras recomendaciones más significativas relativas a las áreas de mejora en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y de los principales grupos de interés identificados se refieren a:

### a) Inclusividad:

Continuar con la extensión progresiva del modelo de diálogo y comunicación con sus grupos de interés.

### b) Relevancia:

La realización de un estudio de materialidad, si bien ha supuesto una reducción del número de indicadores reportados, ha permitido a la compañía adaptar la información suministrada en su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en México a los aspectos más relevantes de su negocio.

### c) Capacidad de Respuesta:

Nuestra recomendación es definir más claramente el proceso de identificación de los objetivos para alinearlos directamente con las expectativas de los grupos de interés y adaptarlos a las expectativas de Telefónica en México, publicando los Retos 2010 para el grupo en México.

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con los diferentes grupos de interés:

#### 1) **Clientes:**

Debe continuarse con el proceso de unificación de los diferentes criterios utilizados para la medición de algunos indicadores significativos relacionados con "atención a clientes" y continuar incrementando la información relativa a "reclamaciones y quejas".

#### 2) **Proveedores:**

Nuestra recomendación es continuar con el proceso de homogeneización y mejorar los objetivos de cumplimiento de plazos de pago.

#### 3) **Medio Ambiente:**

En general, sobre la mayor parte de la información en esta área se realiza un seguimiento y medición, aunque en relación con algunos indicadores de consumos de agua se requieren mejoras en los sistemas de reporte y control.

#### 4) **Empleados:**

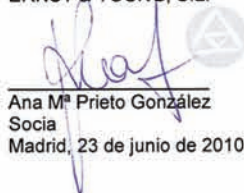
Debe avanzarse en los proyectos de "diversidad" concretando objetivos cuantificables y mejorar los sistemas de información para los indicadores de "seguridad y salud".

#### 5) **Sociedad:**

Durante el ejercicio 2009, Telefónica ha continuado aumentando su compromiso con la Sociedad, incrementando en un 40% el número de beneficiarios del programa Proniño. Nuestra recomendación es continuar mejorando sus compromisos de "accesibilidad".

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del Comité de Principios de Actuación de Telefónica en México, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.



Ana M<sup>a</sup> Prieto González  
Socia  
Madrid, 23 de junio de 2010

AA1000  
Licensed Assurance Provider  
000-59

**ANEXO I: TABLA DE INDICADORES DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2009 DE TELEFONICA EN MÉXICO**

Indicadores de desempeño económico				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Ingresos	EC1	GM	CA	Alto
Ingresos / PIB	EC1	GM	CA	Alto
Salarios	EC1	GM	CA	Alto
Capex	EC1	GM	CA	Alto
Impuestos	EC1	GM	CA	Alto
Inversión en Innovación Tecnológica	EC1	GM	CA	Alto
Social Cash Flow	EC1	GM	CA	Alto
Indicadores de desempeño social				
Empleados				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Plantilla Física	LA1	GM	FE	Alto
Nº de empleados a tiempo parcial	LA1	GM	FE	Alto
Plantilla Fija	LA1	GM	FE	Alto
Empleados con teletrabajo	LA1	GM	FE	Alto
Nº de Altas	LA2	GM	FE	Alto
Nº de Bajas	LA2	GM	FE	Alto
Índice de Rotación	LA2	GM	FE	Alto
Empleados con convenio negociado	LA4	GM	FE	Alto
Número de horas de formación presencial en el ejercicio	LA10	GM	FE	Alto
Gastos totales en formación en el ejercicio	LA10	GM	FE	Alto
Número de mujeres	LA13/LA1	GM	FE	Alto
Número de mujeres directivas	LA13	GM	FE	Alto
Número de directivos	LA13	GM	FE	Alto
Número de personas con discapacidad	LA13	GM	FE	Alto
Edad media	LA13	GM	FE	Alto
Ratio salario mínimo empresa / país	EC5	GM	FE	Alto
Antigüedad media de los empleados		GM	FE	Alto
Índice de Clima y Compromiso (ICC)		GM	SI/FE	Alto
Seguridad y Salud				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Tasa de incidencia de accidentes	LA7	GM	SI/FE	Moderado
Nº de enfermedades laborales	LA7	GM	SI/FE	Alto
Jornadas perdidas por accidentes	LA7	GM	SI/FE	Moderado
Tasa de absentismo	LA7	GM	SI/FE	Moderado
Tasa de fallecimientos	LA7	GM	SI/FE	Alto
Clientes				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
ISC	PR5	GTM	SI	Alto
Número de Clientes	PA4	GTM	SI/CA	Moderado
Cuota mercado	PA4	GTM	CO	Moderado
Cobertura móvil poblacional	PA4	GTM	CO	Moderado
Cobertura ADSL (sobre población)	PA4	GTM	CO	Moderado
Número de clientes prepago (Fijo y Móvil)	PA5	GTM	CO	Moderado
Número de teléfonos públicos	PA4	GTM	CO	Moderado
% clientes que reciben facturas electrónicas		GTM	SI/CO	Moderado
No Total de reclamaciones		GTM	SI/FE	Moderado
Proveedores				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Volumen de compras	EC1	GTM	SI/FE	Alto
Volumen de compras adjudicado localmente	EC6	GTM	SI/FE	Alto
Número total de proveedores		GTM	SI/FE	Alto
Volumen de compras negociado por E-Sourcing		GTM	SI/FE	Alto
Volumen de compras negociado por subasta		GTM	SI/FE	Alto
Numero de proveedores adjudicatarios locales	LC01	GTM	SI/FE	Alto
Numero de proveedores adjudicatarios por rango de importe adjudicado.	LC02	GTM	SI/FE	Alto

Responsabilidad Corporativa				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
% Empleados que han sido formados en PDAs	HR3 / SO3	GTM	FE	Alto
Número de incidentes analizados internos relacionados con "corrupción"	SO4	GTM	SI	Alto
Número de incidentes analizados internos relacionados con "discriminación"	HR4	GTM	SI	Alto
Número de empleados despedidos por incumplimientos de nuestros PdAs	HR4	GTM	SI	Alto
Número total de acciones iniciadas en contra de Telefónica por infracción de la normativa de competencia o regulación de las telecomunicaciones	SO7	GTM	DE	Moderado
Número total de acciones finalizadas en curso de Telefónica por infracción de la normativa de competencia o regulación de las telecomunicaciones	SO7	GTM	DE	Moderado
Valor monetario de multas fruto del incumplimiento de la normativa de competencia	SO8	GTM	DE	Moderado
Nº de reclamaciones derivadas del incumplimiento de regulaciones relativas al marketing, incluyendo publicidad, promoción ante la autoridad competente	PR6/PR7	GTM	DE	Moderado
Número de reclamaciones recibidas por incumplimiento de la normativa de protección de datos y privacidad ante la autoridad competente	PR8	GTM	DE	Moderado
Valor monetario de aquellas multas fruto del incumplimiento de la normativa de privacidad de datos	PR8	GTM	DE	Moderado
Sociedad				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Total Inversión Acción Social Grupo Telefónica (Por Grupo LBG)	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Inversión monetaria	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Inversión en especie	EC1	GTM	SI / FE	Alto
inversión en tiempo	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Costes de gestión	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Categorías LBG	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Educación y juventud	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Salud	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Desarrollo económico	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Medio Ambiente	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Arte y Cultura	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Bienestar social	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Situaciones de emergencia	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Otros	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Inversiones en proyectos de inclusión digital	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Nº de beneficiarios por proyectos de ID	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Número de beneficiarios Proniño	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Número de centros educativos	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Número de ONGs ejecutoras	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Número de voluntarios Telefónica	EC1	GTM	SI / FE	Alto
Costes netos de las obligaciones del servicio universal.	IO2	GTM	SI / FE	Moderado
Indicadores de desempeño medioambiental				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Objetivos medioambientales		GTM	SI	Moderado
Consumo de papel blanco (facturación)	EN1	GTM	SI / FE	Alto
Consumo de papel blanco (oficinas)	EN1	GTM	SI	Moderado
Consumo de papel reciclado (facturación)	EN2	GTM	NA	NA
Consumo de papel reciclado (oficinas)	EN2	GTM	SI	Moderado
Consumo de agua	EN8	GTM	SI	Moderado
Nº expedientes sancionadores por cuestiones ambientales	EN28	GTM	DE / FE	Moderado
Coste por sanciones ambientales	EN28	GTM	DE / FE	Moderado
Nº sanciones ambientales efectivas finalmente	EN28	GTM	DE / FE	Moderado
Ficha de las sanciones	EN28	GTM	DE / FE	Moderado
Residuos de papel (oficinas) (Kg)	EN22	GTM	SI / FE	Alto
Otros residuos de oficinas (Kg)	EN22	GTM	SI	Moderado
Residuos de cables (Kg)	EN22	GTM	ND	ND
Otros residuos de planta	EN22	GTM	SI	Moderado

Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Residuos no peligrosos enviados a reciclaje (Kg)	EN22	GTM	SI	Moderado
Residuos peligrosos enviados al extranjero para recibir tratamiento en virtud del acuerdo Basilea (Kg)	EN22	GTM	NA	NA
Residuos de baterías de red	EN22	GTM	SI / FE	Alto
Residuos de aceites de mantenimiento	EN22	GTM	SI / FE	Alto
Otros residuos peligrosos	EN22	GTM	SI / FE	Alto
Residuos peligrosos enviados a reciclaje (Kg)	EN22	GTM	SI	Moderado
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Oficinas)	EN22	GTM	SI / FE	Alto
Residuos de equipos de clientes	EN22	GTM	SI / FE	Alto
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Operaciones)	EN22	GTM	SI / FE	Alto
Número de aparatos eléctricos y electrónicos que han sido reutilizados	EN27	GTM	SI	Moderado
Aparatos eléctricos y electrónicos enviados a reciclaje (Kg)	EN22	GTM	SI	Moderado
Estudios de impacto ambiental	EN12/EN14	GTM	SI / FE	Alto
Número de mediciones de campos electromagnéticos	EN14/IO05	GTM	SI	Moderado
Número de mediciones de campos electromagnéticos planeados	EN14/IO05	GTM	SI	Moderado
Nº emplazamientos compartidos con otras operadoras	EN 26/IO 8	GTM	SI / FE	Alto
Número de medidas de ruido	EN14/EN26	GTM	SI	Moderado
Número de medidas de ruido planeadas	EN14/EN26	GTM	SI	Moderado
Número de depósitos de combustible	EN 26	GTM	SI	Moderado
Nº derrames de combustible	EN 23	GTM	SI	Moderado
Volumen de combustible derramado	EN 23	GTM	SI	Moderado
Número de Patrocinios del medio ambiente	EN30	GTM	SI / FE	Alto
Horas de formación medioambiental presencial	EN14	GTM	SI / FE	Alto
Horas de formación medioambiental on-line	EN14	GTM	SI / FE	Alto
Formación a proveedores y contratistas	EN14	GTM	SI	Moderado
Gasto en patrocinios ambientales	EN30	GTM	SI	Moderado
Ingresos por ventas de residuos	EN30	GTM	SI	Moderado
Gastos por gestión de residuos	EN30	GTM	SI	Moderado
Gastos por la elaboración de estudios ambientales	EN30	GTM	SI	Moderado
Inversiones en mediciones de campos electromagnéticos	EN30	GTM	SI	Moderado
Gasto en mediciones de campos electromagnéticos	EN30	GTM	SI	Moderado
Inversiones en trabajos de impacto visual	EN30	GTM	SI / FE	Alto
Inversiones en trabajos de medición de ruido.	EN30	GTM	SI	Moderado
Gastos de mantenimiento de Medio Ambiente	EN30	GTM	SI	Moderado
Gastos de reparación del medio ambiente	EN30	GTM	SI	Moderado
Otros gastos de medio ambiente	EN30	GTM	SI	Moderado
Inversiones ambientales para el cumplimiento de los requisitos legales	EN30	GTM	SI	Moderado
Consumo de gasolina para la flota de telefónica	EN3	GTM	SI	Moderado
Consumo de gasóleo para la flota de telefónica	EN3	GTM	SI	Moderado
Consumo de GML para la flota de telefónica	EN3	GTM	NA	NA
Consumo de Bio Ethanol para la flota de telefónica	EN3	GTM	NA	NA
Consumo de gas natural para la flota de telefónica	EN3	GTM	NA	NA
No. Viajes por trabajo en avión (trayectos nacionales)	EN3	GTM	SI	Moderado
No. Viajes por trabajo en avión (trayectos intercontinentales)	EN3	GTM	SI	Moderado
Nº Viajes por trabajo en tren	EN3	GTM	SI	Moderado
Nº Viajes por trabajo en coches alquilados	EN3	GTM	SI	Moderado
<b>Energía</b>				
Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Consumo de gas natural en operaciones	EN3	GTM	CD	N/A
Consumo de gas natural en oficinas	EN3	GTM	CD	N/A
Consumo de gasóleo para climatización de edificios de operaciones (centrales y mixtos)	EN3	GTM	CD	N/A
Consumo gasóleo para climatización y ACS (agua caliente sanitaria) en oficinas	EN3	GTM	CD	N/A
Consumo de gasóleo grupos electrógenos en estaciones base	EN3	GTM	CD	N/A
Número de grupos electrógenos en estaciones base		GTM	CD	N/A
Consumo de gasóleo grupos electrógenos en oficinas	EN3	GTM	CD	N/A

Descripción indicador	Ref. GRI	Alcance	Procedimiento Verificación	Nivel Verificación
Número de grupos electrógenos en oficinas, call centers y tiendas		GTM	CD	N/A
Consumo de gasóleo grupos electrógenos en edificios de operación (centrales y mixtos)	EN3	GTM	CD	N/A
Número de grupos electrógenos en edificios en edificios técnicos (switches, centrales y CPDs)		GTM	CD	N/A
Emisiones de gases fluorados estimados a partir de cargas	EN19	GTM	CD	N/A
Número de equipos con cargas de gases fluorados o susceptibles de tener cargas.	EN19	GTM	CD	N/A
Volumen de gases fluorados en equipos.	EN19	GTM	CD	N/A
Consumo eléctrico en estaciones base	EN6	GTM	CD	N/A
Consumo eléctrico en edificios de oficina	EN4	GTM	CD	N/A
Consumo eléctrico en oficinas directamente facturable	EN4	GTM	CD	N/A
Compra de energía renovable para oficinas	EN6	GTM	CD	N/A
Compra de energía renovable para red	EN6	GTM	CD	N/A
Consumo de energía renovable autogenerada en oficinas	EN6	GTM	CD	N/A
Consumo de energía renovable autogenerada en red (móvil y fija)	EN6	GTM	CD	N/A
Venta de energía renovable generada, al mercado eléctrico	EN6	GTM	CD	N/A

**LEYENDAS UTILIZADAS EN LOS PROCEDIMIENTOS DE REVISIÓN Y ALCANCE DE LA INFORMACIÓN**

LEYENDA Procedimiento de revisión	CA	Verificación con las Cuentas Anuales e Informe de Gestión auditadas de las Sociedades de Telefónica en México, correspondientes al ejercicio 2009.	IP	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.
	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.	DE	Contrastado con la Declaración Expresa por los Servicios Jurídicos de cada una de las compañías de Telefónica en México.
	FE	Contraste con fuentes externas, para una muestra, de las informaciones cuantitativas o cualitativas procedentes de los sistemas internos de las empresas de Telefónica en México. 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 etc.	CD	Revisada coherencia con datos 2008.
	CO	Contraste con las comunicaciones efectuadas a los Organismos oficiales competentes (SCT, etc.).	N/A	No aplica.

Alcance (Perímetro de la información reportada)			
GTM	Grupo Telefónica en México (se excluyen las actividades de Atento)	GM	Grupo Telefónica en México (incluidas las actividades de Atento)

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)
<b>Perfil GRI3</b>						
<b>1. Estrategia y análisis</b>						
1.1. Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	X	X				04-05
1.2. Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	X	X				45-46
<b>2. Perfil de la organización</b>						
2.1. Nombre de la organización.	X	X				05
2.2. Principales marcas, productos y/o servicios.			X			www.movistar.com.mx
2.3. Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	X	X				08
2.4. Localización de la sede principal de la organización	X	X				08
2.5. Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	X	X				07
2.6. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	X	X				08, 13
2.7. Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	X	X	X			07, 08, 16
2.8. Dimensiones de la organización informante.	X	X	X			07, 08
2.9. Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos.		X				06-11
2.10. Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario24).	X	X	X			Segunda de forros
<b>3. Parámetros de la Memoria</b>						
3.1. Periodo cubierto por la información contenida en la memoria	X	X				04-05, 08
3.2. Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	X	X				04-05
3.3. Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	X	X				12
3.4. Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	X	X				Tercera de forros
3.5. Proceso de definición del contenido de la memoria.		X				12, 29-31
3.6. Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores)		X				07, 08, 12
3.7. Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.			X			www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf (Informe Mundial 325 – 329)
3.8. La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	X	X	X			www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf (Informe Mundial 325 – 329)

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)
<b>Perfil GRI3</b>						
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes			X		www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf (Informe Mundial 325 – 329)
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).			X		www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf (Informe Mundial 325 – 329)
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.			X		www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf (Informe Mundial 325 – 329)
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	X	X			03
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	X	X			47-48
<b>4. Gobierno, compromisos y participación de los Grupos de Interés</b>						
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	X	X			13
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).		X			04-05
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.					
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	X	X	X		27, tercera de forros
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).				X	
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	X	X			27-28
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	X	X	X		27-28
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	X	X	X		04, 27-28
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	X	X			04-05, 27
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.			X		www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf (Informe Mundial 11 – 13)
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.		X	X		13, 27-28
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	X	X	X		16, 22, 26, 38-42
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	X	X			12, 26, 35, 41, 42
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.		X			29-30
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		X			12, 29-31
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.		X			17, 29-31, 41-42
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	X	X			29-31, 32-33, 45-46



Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)
<b>Economía</b> <b>Indicadores de desempeño</b>						
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. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.						
<b>EC01</b>	Valor económico directo generado y distribuido en la sociedad.	X	X			06-09
<b>EC02</b>	Consecuencias financieras para las actividades de la organización derivadas del cambio climático.	X	X			23, 26
<b>EC03</b>	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	X	X			36-40
<b>EC04</b>	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.				X	
<b>EC05</b>	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	X	X			19
<b>EC06</b>	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	X	X			17
<b>EC07</b>	Proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	X	X			19-21
<b>EC08</b>	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	X	X			16, 22, 25, 33, 36-37
<b>EC09</b>	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos.	X	X			06-09

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
<b>Derechos Humanos</b> <b>Indicadores de desempeño</b>						<b>Informe RC 2009</b> (o explicación de la omisión del indicador)
Ofrece un informe detallado de la gestión de Telefónica sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con los 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.						
<b>HR01</b> Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	X	X	X			14-15, 43
<b>HR02</b> Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	X	X	X			17
<b>HR3</b> Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	X	X	X			14, 44
<b>HR4</b> Número total de incidentes de discriminación.	X	X	X			21
<b>HR5</b> Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos.	X	X	X			18-21
<b>HR6</b> Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.	X	X	X			17, 22, 38
<b>HR7</b> Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de trabajo forzado.	X	X	X			17, 22
<b>HR8</b> Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos.					X	
<b>HR9</b> Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	X	X	X			21

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)
<b>Prácticas laborales y trabajo digno</b>						
<b>Indicadores de desempeño</b>						
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.						
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores.	X	X	X		18
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados.	X	X	X		18
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.	X	X	X		18-21
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	X	X	X		18
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	X	X			18-21
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados.	X	X			19-20, 42 19
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.					
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores.	X	X	X		20
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.				X	
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado.	X	X	X		20
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	X	X	X		19-20
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	X	X	X		20
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo y grupo de edad.	X	X	X		21
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.				X	

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)

Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos medioambientales: materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, residuos, productos y servicios, cumplimiento de la legislación, transporte, etc.

EN01	Materiales utilizados, por peso o volumen.	X	X	X			23-24, 44
EN02	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	X	X	X			23-26
EN03	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	X	X	X			23-26
EN04	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	X	X	X			24
EN05	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	X	X	X			25
EN06	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	X	X	X			25
EN07	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	X	X	X			25
EN08	Captación total de agua por fuentes.	X	X	X			24
EN09	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.					X	
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.					X	
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.					X	
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	X	X	X			23-26
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	X	X	X			26
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	X	X	X			23-26
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.					X	
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	X	X	X			44
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	X	X	X			44
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	X	X	X			23-26
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	X	X				25
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.					X	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.					X	
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	X	X				24
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	X	X				24
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	X	X				23-25
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.					X	
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	X	X				23-26
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	X	X				23-26
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.					X <sup>(1)</sup>	
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización.					X	
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	X	X				44

(1) No se han registrado incidentes de este tipo.

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)
<b>Sociedad</b>						
<b>Indicadores de desempeño</b>						
Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad: sociedad, corrupción, política pública, cumplimiento leyes de competencia, etc.						
S01	X	X				16, 22-26, 36-40
S02					X	
S03	X	X	X			27-28
S04	X	X				27-28
S05					X	
S06					X	
S07					X	
S08					X	

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)

**Responsabilidad sobre productos**  
**Indicadores de desempeño**

Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad y los clientes de Telefónica: seguridad y salud de los clientes, etiquetado de productos y servicios, publicidad, privacidad de datos y cumplimiento de la regulación en dicha materia.

<b>PR1</b>	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes.	X	X				32-35
<b>PR2</b>	Número total de incidentes relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida.	X	X				14, 32-35
<b>PR3</b>	Tipos de información sobre los productos y servicios requerida por los procedimientos en vigor y la normativa.	X	X				32-35
<b>PR4</b>	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	X	X				35
<b>PR5</b>	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	X	X				10, 14, 32-35
<b>PR6</b>	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad.	X	X				32, 33, 35
<b>PR7</b>	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio.					X <sup>(1)</sup>	
<b>PR8</b>	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	X	X				43
<b>PR9</b>	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.					X <sup>(2)</sup>	

(1) No se han registrado incidentes de este tipo.

(2) No se han registrado incidentes de este tipo.

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)
<b>Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones:</b>						
<b>Aplicaciones de la Tecnología</b>						
<b>Indicadores de desempeño</b>						
<b>I001</b>	Inversiones en el desarrollo de redes de telecomunicaciones por país/región.	X	X			07-09
<b>I002</b>	Costes netos de las obligaciones de servicio universal.				X	
<b>I003</b>	Prácticas que aseguran la seguridad y salud de personal de instalación y mantenimiento de antenas, estaciones base y otras instalaciones.	X	X			19
<b>I004</b>	Cumplimiento con de los estándares ICNIRP referentes a las emisiones EMF generadas por los terminales.	X	X			23
<b>I005</b>	Cumplimiento de los estándares ICNIRP referentes a las emisiones EMF generadas por las estaciones base.	X	X			23
<b>I006</b>	Prácticas y políticas establecidas respecto a la <i>Specific Absorption Rate (SAR)</i> de terminales.	X	X			23
<b>I007</b>	Descripción de Políticas y Prácticas en relación con el emplazamiento de antenas.	X	X			23, 25
<b>I008</b>	Número y porcentaje de emplazamientos que comparten y reaprovechan estructuras.	X	X			25-26

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia	
						Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)	
<b>Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones: Acceso a los Servicios de Telecomunicaciones</b>							
<b>PA01</b>	Políticas para permitir el desarrollo de la infraestructura de las telecomunicaciones y acceso a productos y servicios en áreas remotas y poco pobladas.	X	X				36-37
<b>PA02</b>	Políticas y prácticas para eliminar barreras del acceso a los servicios incluyendo: idioma, cultura, educación, ingresos, discapacidad y edad.	X	X				36-37
<b>PA03</b>	Políticas y prácticas para asegurar la disponibilidad y fiabilidad de los productos y servicios de telecomunicaciones.	X	X				32-33, 36-37
<b>PA04</b>	Cuantificar el nivel de disponibilidad de los servicios de telecomunicación en las áreas en las que opera la empresa.	X	X				32-37
<b>PA05</b>	Tipo de servicios de telecomunicaciones dirigidos y utilizados por sectores de bajos ingresos de la población.	X	X				36
<b>PA06</b>	Programas para ofrecer y mantener servicios de comunicación en situaciones de emergencia.	X	X				33, 42
<b>PA07</b>	Políticas relativas a la gestión de asuntos de derechos humanos relativos al acceso y uso de telecomunicaciones.	X	X				14-16
<b>PA08</b>	Políticas y prácticas relativas a la comunicación de asuntos relacionados a campos electromagnéticos.	X	X				26
<b>PA09</b>	Inversión total en actividades de investigación sobre campos electromagnéticos y salud.	X	X				44
<b>PA10</b>	Iniciativas para garantizar la claridad de tarifas y facturas.	X	X				35
<b>PA11</b>	Iniciativas para informar a los consumidores acerca del uso responsable, eficiente y respetuoso con el Medio Ambiente de los productos.	X	X				23-24



Indicadores		Cubierto en Informe RC 2008	Cubierto en Informe RC 2009	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
							Informe RC 2009 (o explicación de la omisión del indicador)
<b>Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones: Aplicaciones de la Tecnología</b>							
TA01	Ejemplo de la eficiencia de los servicios de telecomunicaciones en el consumo de recursos.			X			<a href="http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdd">www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdd</a> (Informe Mundial 241-277)
TA02	Ejemplo de servicios de telecomunicaciones con el potencial de sustituir objetos físicos.			X			<a href="http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf">www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf</a> (Informe Mundial 241-277)
TA03	Medición de los cambios de vida de los consumidores en el uso de los servicios de los ejemplos anteriores.			X			<a href="http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf">www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf</a> (Informe Mundial 241-277)
TA04	Estimaciones de los efectos indirectos de "rebote" en el uso de productos y servicios por el consumidor y lecciones aprendidas para desarrollos futuros.			X			<a href="http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf">www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rc09/IRC09.pdf</a> (Informe Mundial 241-277)
TA05	Prácticas relativas a derechos de propiedad intelectual y tecnologías abiertas.		X				14-15

**Telefónica México**

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009

El presente Informe está disponible en el sitio de internet de Telefónica: [www.telefonica.com.mx/rc2009](http://www.telefonica.com.mx/rc2009)

Para cualquier comentario sobre este informe, por favor dirígete a: [responsabilidadcorporativa.mx@telefonica.com](mailto:responsabilidadcorporativa.mx@telefonica.com)



Este documento ha sido impreso en papel con certificación medioambiental FSC.

