



Telefónica en Chile
Informe de Sostenibilidad Corporativa 2015

El presente informe está disponible en el sitio web de Telefónica en Chile en Internet: www.telefonicachile.cl

Dirección
Dirección de Asuntos Corporativos Telefónica en Chile
Gerencia Sostenibilidad Corporativa

Generación y edición de contenidos
Maximiliano Echeverría Del C.
Felipe Flores R.

Diseño y Producción
Loreto Cammas *Diseño*

Colaboración Infografías
Marcelo Cáceres

Colaboración fotografías
Gerardo Álvarez

Impresión
A Impresores S. A.

Fecha de edición
Marzo 2016

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

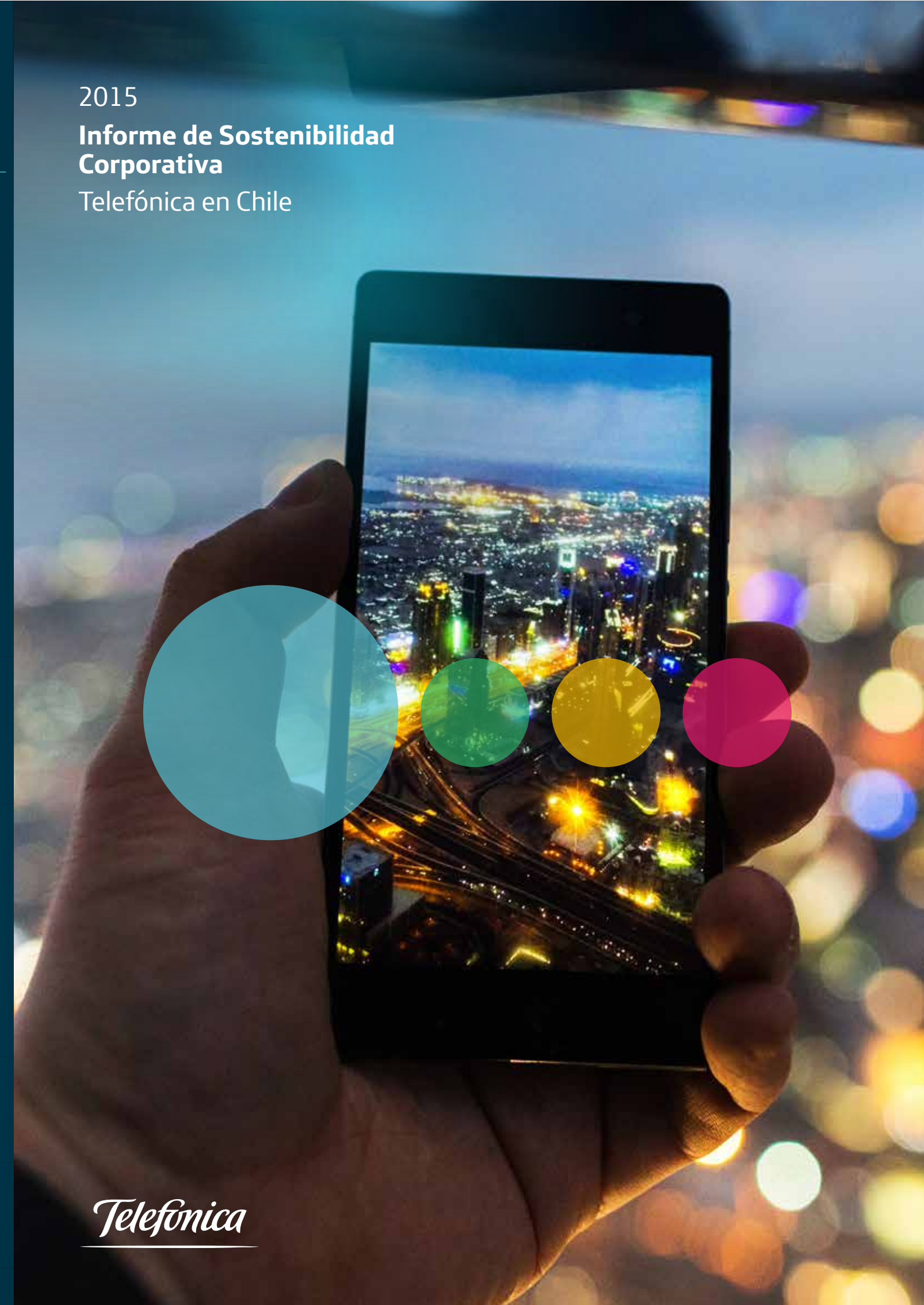


www.telefonicachile.cl



Informe de Sostenibilidad Corporativa Telefónica en Chile 2015

2015
Informe de Sostenibilidad Corporativa
Telefónica en Chile



Conoce cómo ven a nuestro Informe

En el espíritu de llegar a sus grupos de interés con la máxima transparencia, en Telefónica en Chile hemos sometido nuestro 12º Informe de Sostenibilidad Corporativa a tres diferentes análisis externos:

- > Red Pacto Global en Chile
- > Ernst & Young
- > Panel Asesor del Informe de Sostenibilidad de Telefónica en Chile.

Les invitamos a informarse en detalle sobre estos procesos con las cartas que podrán encontrar al voltear esta página.



Pacto Global

En noviembre de 2016 se cumplen 10 años de la adhesión de Telefónica a la Red del Pacto Global en Chile, siendo una de las primeras empresas multinacionales que apoyaron el desarrollo de nuestra iniciativa en el país, como ya lo hacían desde casa matriz a través de otras filiales en el mundo, participando desde entonces, activamente.

Desde los inicios, Telefónica se ha destacado por su genuino compromiso con los Principios que promovemos, definiéndolos e incorporándolos en su estrategia corporativa y comunicando año a año el progreso de su implementación, en su Reporte de Sostenibilidad.

Fue la primera empresa que ordenó las temáticas de sostenibilidad en función de los diez principios de Pacto Global y hoy su informe se caracteriza por incluir dentro de su índice de contenidos, una correlación entre los indicadores GRI y los de Pacto Global.

Este compromiso también se manifiesta en acciones de gran impacto que se asocian a los objetivos impulsados por la Organización de las Naciones Unidas. Desde Pacto Global, reconocemos en Telefónica a un actor fundamental para construir la sostenibilidad del país, promover los principios de Global Compact y encaminarnos al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, aprobados en Naciones Unidas en septiembre pasado.

Telefónica siempre se ha distinguido por ser una empresa comprometida con su entorno; muestra de ello, son sus diferentes iniciativas en asuntos clave como la inclusión, gestión ética, cadena de valor e incluso, en el impacto en el medioambiente.

De igual manera, en temas específicos en apoyo a los Principios del Pacto Global, involucrando el trabajo en otros países donde también suscribe nuestra iniciativa. Un emblemático ejemplo es el Programa "Aquí Estoy y Actúo", realizado a través de su Fundación, para la Erradicación del Trabajo Infantil, en alianza mundial con Pacto Global. En el caso de Chile se ha hecho parte de la Estrategia Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil y Protección del Adolescente Trabajador 2015-2025 del Ministerio del Trabajo y Previsión Social.

Telefónica ha hecho un gran trabajo en ganar la confianza de sus grupos de interés. Por medio de mecanismos innovadores, la empresa responde desde la industria de las telecomunicaciones a las necesidades del país, en avances tecnológicos y en mecanismos de respuesta ante desastres.

En este Informe de Sostenibilidad Corporativa 2015, es posible identificar estrategias macizas y de gran impacto. Una muestra de ello es el nuevo Plan de Negocio Responsable centrado en: Confianza Digital, Crecimiento Económico, Educación Digital, Ética, Experiencia de Servicio, Innovación Sostenible, Medio Ambiente, Proveedores y Talento.

Desde Pacto Global, felicitamos este valioso trabajo, que ha implicado un gran esfuerzo en estos diez años, poniendo de relieve estos temas, a pesar de las respuestas que demandan los grandes desafíos de la industria, los vaivenes de las economías donde la compañía se desenvuelve, y la fuerza de la constante competencia del mercado.

Esta compañía es un gran referente y esperamos que muchas otras empresas sigan este camino, en beneficio de un desarrollo sostenible no solo en Chile, sino que en el mundo.



Margarita Ducci
Directora Ejecutiva
Red Pacto Global Chile

Panel Asesor

Con el objetivo de dar mayor transparencia al proceso de elaboración de nuestro Informe de Sostenibilidad 2015, invitamos a expertos representantes de distintos grupos de interés a revisar y evaluar los contenidos de este documento. Con esto, buscamos recoger sus opiniones para mejorar las próximas ediciones de nuestras memorias de sostenibilidad.

La tarea de este panel fue revisar que los temas definidos como materiales estuvieran cubiertos por los contenidos expuestos en el Informe de Sostenibilidad.

El panel Asesor estuvo compuesto por seis personas, representantes expertos de distintos ámbitos relacionados con la gestión de Telefónica en Chile, lo que permitió recibir una mirada amplia respecto a la sostenibilidad para una empresa de telecomunicaciones.

El trabajo de este panel se centró en cuatro objetivos:

- > Evaluar la importancia y profundidad de los contenidos reportados en el informe.
- > Verificar que todos los temas identificados en el proceso de materialidad estuvieran presentes en el reporte.
- > Dar recomendaciones y potenciales mejoras para ser incorporadas en futuros informes de sostenibilidad de la Compañía.
- > Evaluar la implementación de la Guía de Indicadores para la Sostenibilidad, elaborada por Acción.

Metodología

El trabajo realizado por el Panel Asesor se llevó a cabo en dos etapas.

En primer lugar, se envió el borrador completo del reporte de sostenibilidad, el 11 de marzo de 2015, para que fuera revisado por los expertos. En esta etapa se pidió a los panelistas que realizaran comentarios a los contenidos del Informe.

En una segunda instancia, el panel se reunió el 16 de marzo de 2015, para presentar sus comentarios, lo que permitió realizar una discusión y sistematización de las fortalezas del Informe, así como de las recomendaciones para mejorar. Esta conversación fue moderada por el equipo de Desarrollo de Acción, organización sin fines de lucro que agrupa a empresas socias y entidades colaboradoras comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible en Chile. En ese contexto, en la Mesa de Reportabilidad de Acción diversas organizaciones socias elaboraron la Guía de Indicadores Chilenos para la Sostenibilidad, documento que busca aportar una metodología complementaria al GRI para reportar aspectos de Gobierno Corporativo, medio ambientales y de desarrollo social.

En esta versión del Informe de Sostenibilidad de Telefónica en Chile, la Compañía utilizó por primera vez esta herramienta para que los representantes de los grupos de interés pudieran visualizar acciones concretas, medibles y sujetas de ser monitoreadas en el tiempo, objetivos definidos por la Guía de Acción.

Integrantes

Pablo Acchiardi L.
Jefe del Departamento de Participación Ciudadana del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac)

Hernán Calderón R.
Presidente de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile (Conadecus)

Juan Luis Núñez T.
Gerente general
País Digital

José Mazzo J.
Presidente del Sindicato Interempresa Nacional de Telecomunicaciones

Enrique Froemel D.
Gerente general
Coasim Instalaciones

Felipe Tagle O.
Director Jurídico
Chile Transparente

Carta de Acuerdo del Panel Asesor

El Panel evaluó, analizó y elaboró sugerencias para el reporte reflejadas en este documento que sintetiza lo conversado, para incluirlo en el Informe como insumo para futuras decisiones de la Compañía.

Principales fortalezas:

- > Informa en un lenguaje sencillo y de fácil lectura.
- > Contenidos bien estructurados.
- > Se valoran los datos sobre servicios y comportamientos de consumo de los clientes.
- > El reporte en general es coherente, lo presentado está conectado con la Visión y Misión, mencionadas al comienzo del reporte.

Aspectos para mejorar:

- > Identificar metodología de priorización de temas materiales.
- > Más detalle en temas como Regulación (más claridad en las sanciones que aún no están resultas) y Portabilidad numérica (identificar barreras de entrada que dificultan la libre competencia y donde la empresa podría contribuir).
- > En materia de Anticorrupción, incorporar aspectos de la Ley 20.393 sobre prevención del delito. Un mensaje positivo es cuando los directores de empresas se refieren a la auto regulación y dan señales concretas. Así también es relevante conocer cómo estas acciones se integran en la cadena de suministro.
- > Reforzar un ítem de Transparencia, considerando un estándar base al exigido para empresas públicas.
- > No está la diferencia salarial entre hombres y mujeres, ni tampoco datos comparables de empleados respecto a otros años o al país.
- > Explicitar universo de trabajadores (internos - externos). Se valoran datos laborales de antigüedad/género que identifican avances en igualdad de oportunidades.
- > Agregar al dato de trabajadores extranjeros, el tipo de contratación, cargo y la política de migración.

- > En las capacitaciones, no queda claro para quiénes. Por ejemplo, ¿se extiende la Política de Diversidad a empresas externas?
- > No se menciona la situación de Call Center en capacitación posventa, lo que se percibe como un problema.
- > Si bien hay certificaciones que acreditan buenos resultados de clima laboral, no se hace alusión a un estudio de clima. Así mismo, no hay claridad si las acciones realizadas se asocian a dicho estudio.
- > Incorporar instancias de diálogo con asociaciones de consumidores, gremiales y similares, para identificar temas materiales.
- > Utilizar la tecnología para educar sobre Consumo Responsable, específicamente internet y TV cable (internet segura, rol parental), información que debiese estar disponible en la página web y sucursales.
- > Identificar los grupos de interés relacionados específicamente con la comunidad (juntas de vecinos y organizaciones civiles en general).
- > En materia de Anticorrupción, incorporar aspectos de la Ley 20.393 sobre prevención del delito. Un mensaje positivo es cuando los directores de empresas se refieren a la auto regulación y dan señales concretas. Así también es relevante conocer cómo estas acciones se integran en la cadena de suministro.
- > Incorporar períodos de pago a proveedores.
- > Integrar, además del ISC, el Índice NPS y su evolución.
- > Informar sobre tasa de reclamos en el Sernac o la Subtel, con su trazabilidad, indicando mejoras y cómo se enfrentan los desafíos que esos resultados presentan.

El Panel Asesor solicita que los temas propuestos sean abordados en la gestión de la Compañía y en futuros reportes.

Lo planteado fue acordado por el Panel Asesor en forma conjunta, por lo que sus miembros firman la Carta de Acuerdo.

Pablo Acchiardi L.

Hernán Calderón R.

Juan Luis Núñez T.

José Mazzo J.

Enrique Froemel D.

Felipe Tagle O.

Carta Revisión Ernst & Young

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA 2015 TELEFÓNICA EN CHILE

A la Gerencia de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica en Chile por encargo de la Comisión de Asuntos Institucionales de Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe de Sostenibilidad Corporativa 2015 de Telefónica en Chile (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4 (G4).
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility).

El perimetro considerado por Telefónica en Chile para la elaboración del Informe está definido en el apartado "Acercas de este Informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Gerencia de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica en Chile, quien es responsable 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), con un alcance de aseguramiento limitado.
- La Norma AA1000 Assurance Standard 2008 de AccountAbility bajo un encargo de aseguramiento moderado de tipo 2.

Procedimientos realizados

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

- Entrevistas con los responsables del área corporativa de Sostenibilidad y Regulación de Telefónica, S.A., con la Gerencia de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica en Chile y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación.
- Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica en Chile establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
- Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del informe a lo señalado en la Guía G4 de GRI.
- Comprobación, en base a selecciones muestrales, de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe 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 apartado "Criterios" de este informe.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Gerencia de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica en Chile, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.
Licenciada Assurance Provider 000199

Ana M^a Prieto González
Socia
Madrid, 1 de abril de 2016

Domènec Suñer Pl. Pablo Ruiz Picasso, 1 - 28020 Madrid - España en el Registro Mercantil de Madrid nº. Tomo: 1.2749 - Libro: Falso 716 - Sección: R. Inscripción: 23323 - Inscripción: 116 - C. I. B: 09970504. Atribución: Autor de la obra & Nuevo Orden & Autor

2015

**Informe de Sostenibilidad
Corporativa**

Telefónica en Chile

Telefonica

Índice



1

PRESENTACIÓN

- 4 Acerca de este Informe
- 5 Misión y Visión
- 6 Telefónica S.A.
- 7 Cash flow social Telefónica S.A.
- 8 Contribución al progreso
- 10 Libertad digital
- 12 Estructura societaria

2

GOBIERNO CORPORATIVO

- 14 Cómo dirigimos nuestra empresa
- 16 Liderazgo responsable
- 19 ¿Quiénes dirigen nuestra empresa?
- 22 Principios de Negocio Responsable (PDNR)
- 24 Equipo de gestión
- 26 Sector telecomunicaciones
- 28 Nuestro capital financiero

3

SOSTENIBILIDAD

- 30 Matriz de materialidad
- 32 ¿Qué es y cómo se mide la sostenibilidad de una empresa?

4

DESPLIEGUE RESPONSABLE

- 34 Gestión integral y eficiente
- 36 Continuidad operacional
- 38 Plan de Actuación ante Desastres
- 40 Comité de Municipios

5

NUESTRO NEGOCIO

- 42 ¿Cómo y dónde nos conectamos?
- 44 Conectamos a Chile con nuestra red
- 45 ¿Qué puedes hacer con tu plan Movistar?
- 46 Movistar TV, transmisiones de eventos online
- 48 Innovación en Telefónica en Chile
- 50 Innovación que transforma
- 52 Estrategia de Seguridad de la Información

6

NUESTROS CLIENTES

- 54 Security Day
- 55 Todo por el cliente
- 56 Todo lo que necesitas a un click
- 57 Ser más para nuestros clientes

7

NUESTRAS PERSONAS

- 60 Técnicos para la Revolución Digital
- 62 Un Nuevo Técnico para la Industria
- 64 Más Aliados
- 65 Construimos un camino juntos
- 67 Adaptarse y crecer
- 68 Talento para el desarrollo
- 69 Nuestros talentos, nuestra cultura
- 70 Calidad de vida y gestión de beneficios
- 71 Programa "Todo Toca a Todo"

8

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- 72 Índice de contenidos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI)
- 76 Guía de indicadores para la Sostenibilidad

PRESENTACIÓN

Acerca de este Informe

G4-28 · G4-29 · G4-30 · G4-31 · G4-32 · G4-33

Presentamos nuestro 12º Informe de Sostenibilidad Corporativa, el que da cuenta del desempeño de Telefónica en Chile durante 2015, comunicando los principales resultados asociados al desempeño económico, ambiental y social y estructura organizacional de nuestra Compañía.

Esta versión se centra en los hitos de la gestión y resultados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015, considerando las empresas Telefónica Chile S.A. y Telefónica Móviles Chile S.A., es decir, las operaciones fija y móvil.

Para clarificar el alcance de la información aquí presentada, distinguimos a las empresas con la siguiente nomenclatura:

Telefónica: refiere al alcance mundial de la Compañía.

Grupo Telefónica en Chile: describe a todas las operaciones, empresas relacionadas y filiales de Telefónica S.A. en Chile.

Telefónica en Chile: representa a las operaciones fija y móvil de las Sociedades Telefónica Chile S.A. y Telefónica Móviles Chile S.A.

Movistar: corresponde a la marca comercial con que Telefónica opera en el país, en todos sus servicios.

Para la elaboración de este Informe se tomó como referencia la metodología propuesta en el Manual de Aplicación para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, desarrollado por *Global Reporting Initiative* (GRI, por sus siglas en inglés), en su cuarta versión.

Así, los principios de reporte establecidos por GRI se utilizaron para definir la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad, la materialidad y el proceso de validación. En consecuencia, los contenidos

de este Informe están definidos de acuerdo a los temas materiales, es decir, aquellos aspectos de nuestra gestión relevantes para la Compañía o para nuestros grupos de interés. [+ ver págs. 30 y 31](#)

Los indicadores reportados incluyeron también mediciones de nuestra Compañía, las cuales están en concordancia con los temas relevantes en la gestión de la empresa, lo que hace de este documento un insumo, tanto para quienes quieren conocer cómo fueron las operaciones de Telefónica en Chile durante 2015, como para la gestión interna de la Compañía.

El Informe de Sostenibilidad Corporativa 2015 fue elaborado por la dirección de Asuntos Corporativos a través de la gerencia de Sostenibilidad Corporativa, desde donde se impulsó la participación e incorporación de las opiniones de las distintas áreas de la Compañía, así como la recolección de los resultados de su gestión. Antes de este documento, el último Informe de Telefónica en Chile se realizó en 2014.

Para asegurar la transparencia y fiabilidad de la información presentada, este Informe cuenta con dos instancias externas. La primera estuvo a cargo de la firma Ernst & Young, quienes revisan la veracidad de los indicadores reportados. La segunda, corresponde a las observaciones realizadas por un Panel Asesor, conformado por invitados externos quienes velaron que los contenidos desarrollados estuvieran en concordancia con los temas materiales identificados para la gestión 2015 y con la Guía de Indicadores para la Sostenibilidad elaborada por Acción.

Contáctanos

Si quieres enviar opiniones, transmitir comentarios, sugerencias o solicitar mayor información, contactarse con:

Paulina Dobud L.
Gerente de Sostenibilidad Corporativa
maria.dobud@telefonica.com

Maximiliano Echeverría Del C.
maximiliano.echeverria@telefonica.com

Felipe Flores R.
felipe.floresr@telefonica.com

Av. Providencia #111
Providencia, Santiago

www.telefonicachile.cl



PRESENTACIÓN

Misión y Visión

Queremos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que las personas elijan un mundo de posibilidades infinitas.

La revolución digital es un motor transformador de la sociedad, que facilita la creación de bienestar sin precedentes.

Esta revolución, de la que somos protagonistas, va a dar lugar a un mundo mejor, más igualitario y solidario, y más potente.

Para concretar este desafío tenemos una visión: convertirnos en una "Onlife Telco".

- › Una visión ambiciosa que nos dice lo que queremos ser.
- › Hemos conseguido ser una telco digital y ahora nuestro foco es la vida.
- › La sociedad digital cada vez más demandante nos obliga a ser dinámicos para responder al ritmo que las personas necesitan.
- › La tecnología es ya parte esencial del ser humano y la vida digital es la vida.
- › Poniendo el foco en las personas, aspiramos a convertirnos en una "Onlife Telco".
- › Nosotros facilitamos las conexiones que ofrecen infinitas posibilidades a las personas y le dan capacidad de elección.
- › La clave del mundo digital pasa por la conectividad ultrarrápida en todas las redes, la extensión del 4G y la llegada del 5G, en cuyo conocimiento y dominio tenemos a los mejores expertos.

“Telefónica tiene la vocación de asumir un rol de liderazgo en la Revolución Digital. Y precisamente nuestra visión va en esta línea. Nosotros vemos que la Revolución Digital es la forma en la cual podemos aportar a la sociedad y mejorar la calidad de vida de las personas conectándolos con la posibilidad de democratizar el acceso a la información, al conocimiento y al desarrollo. Es un círculo virtuoso.”

Eduardo Caride T.
CEO Telefónica Hispanoamérica y
director Telefónica Chile S.A.

PRESENTACIÓN

Telefónica S.A.

G4-5 · G4-6 · G4-7

Telefónica es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo, por capitalización bursátil y número de clientes.

Su crecimiento sostenido se ha obtenido apoyándose en las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como en una oferta innovadora de servicios digitales.

Las personas nos identifican a través de nuestras marcas comerciales; siendo **Movistar, O₂ y Vivo** las más conocidas a nivel global.



Estas marcas integran nuestros servicios de telecomunicaciones a más de 322 millones de clientes en diferentes países:

Movistar tiene presencia en España, Argentina, Chile, Uruguay, Perú, Ecuador, Venezuela, Colombia, México, Guatemala, Panamá, El Salvador, Costa y Nicaragua.

O₂ opera en Reino Unido y Alemania.

Vivo es nuestra marca comercial en Brasil.

“**ELEGIMOS TODO**”, el programa que se extenderá hasta 2020 para convertir a la Compañía en una “Onlife Telco”, implica una cultura de integridad, compromiso y confianza.

➤ Esta cultura supone ayudar a los mercados en los que opera la Compañía a alcanzar todo su potencial de crecimiento y bienestar gracias a las nuevas tecnologías y la digitalización de la sociedad.

➤ Este nuevo programa de la Compañía, en el que trabajaremos internamente y también hacia nuestros clientes, hacia la sociedad y hacia las personas, en un contexto de seguridad, privacidad y libertad: “Elige todo”.

➤ La vida digital es la vida, y la tecnología es parte esencial del ser humano.

➤ Poniendo el foco en las personas, aspiramos a convertirnos en una “Onlife Telco”.

TELEFÓNICA EN LA BOLSA DE COMERCIO DE SANTIAGO

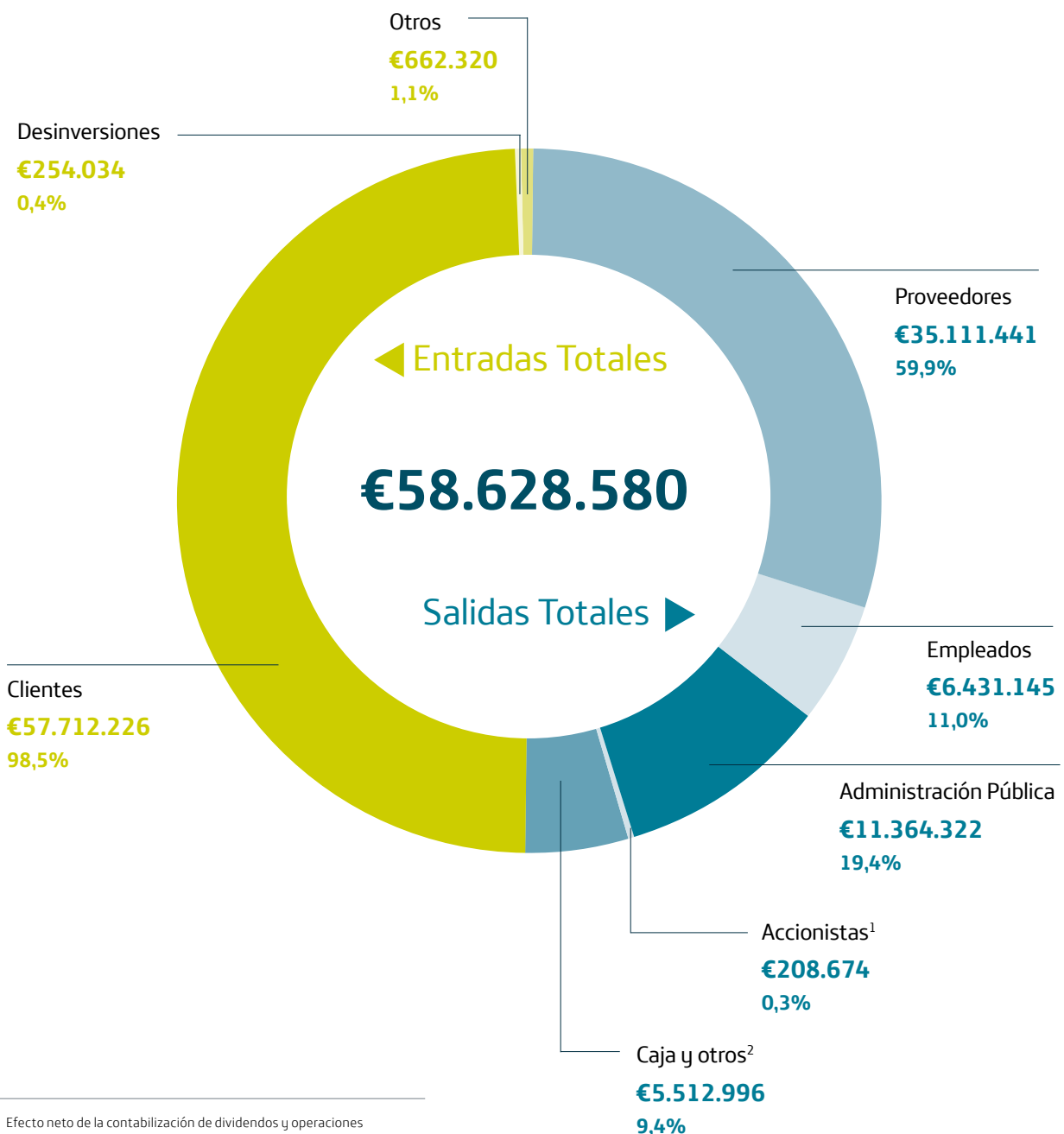
- ⇒ Telefónica en Chile es una empresa perteneciente en forma mayoritaria a Telefónica S.A., con sede en Madrid, España.
- ⇒ Un 2,08% de las acciones de Telefónica Chile S.A. se transa en la Bolsa de Santiago, lo que lleva a que la propiedad de la empresa se mantenga de forma estable, en el mismo controlador. Esto se traduce en que las operaciones de Telefónica en Chile están menos sujetas a las presiones, a las fluctuaciones y movimientos del mercado financiero, y a los cambios de propiedad.
- ⇒ Telefónica en Chile actúa siguiendo las regulaciones que se imponen a aquellas empresas que son transadas en la Bolsa de Comercio de Santiago.
- ⇒ Debido a la ubicación de la sede central de Telefónica S.A., nuestras operaciones se rigen, además, por los reglamentos y regulaciones que se exigen a las empresas transadas en Madrid, lo que lleva a que nuestras prácticas locales de gobierno corporativo también cumplan con las exigencias a las que se somete la Compañía en su casa matriz.

PRESENTACIÓN

Cash flow social

Telefónica S.A.

Telefónica S.A. es una de las compañías de telecomunicaciones con mayor presencia a nivel mundial, esa posición se debe a un equilibrio entre rentabilidad y generación de valor. Uno de estos aspectos de equilibrio es la forma en que distribuye su capital.



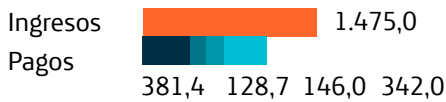
¹ Efecto neto de la contabilización de dividendos y operaciones con acciones propias con ampliación de capital.

² Incluye los flujos netos por operaciones de financiación y otras operaciones de Caja.

PRESENTACIÓN

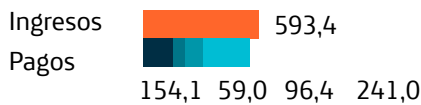
Contribución al progreso¹

COLOMBIA 2015



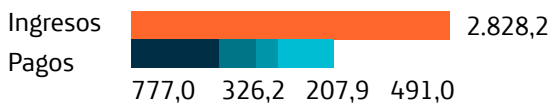
Empleados	4.984
Proveedores locales	478
% compras locales	76,8%
Accesos (miles)	15.826,5

ECUADOR 2015



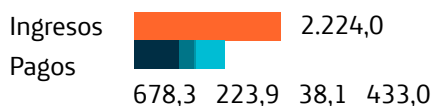
Empleados	1.417
Proveedores locales	281
% compras locales	66,3%
Accesos (miles)	4.034,4

PERÚ 2015



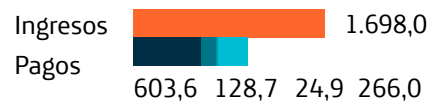
Empleados	8.777
Proveedores locales	1.054
% compras locales	68,4%
Accesos (miles)	22.231,1

CHILE 2015



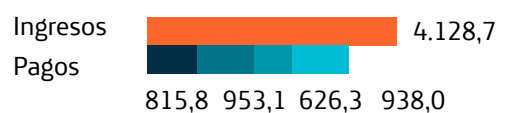
Empleados ²	4.495
Proveedores locales	639
% compras locales	73,3%
Accesos (miles) ³	13.164,0

MÉXICO 2015



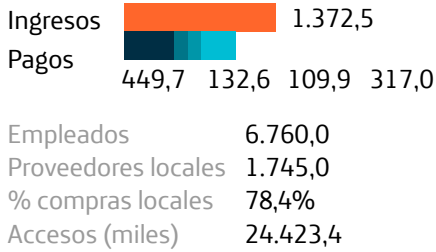
Empleados	2.479
Proveedores locales	524
% compras locales	85,5%
Accesos (miles)	26.277,9

ARGENTINA 2015

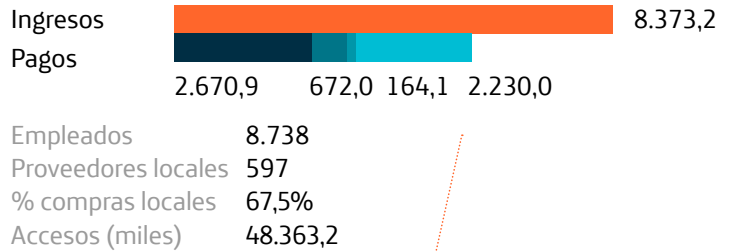


Empleados	17.255
Proveedores locales	1.050
% compras locales	88,1%
Accesos (miles)	26.933,8

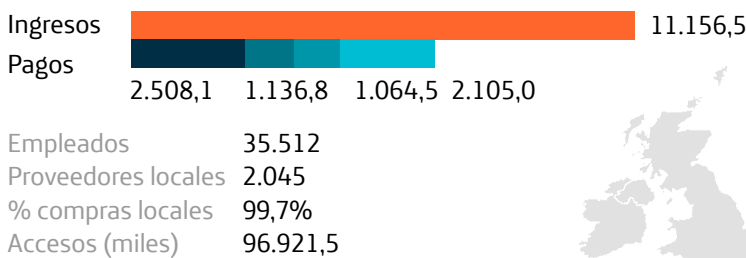
VENEZUELA+CENTROAMÉRICA 2015



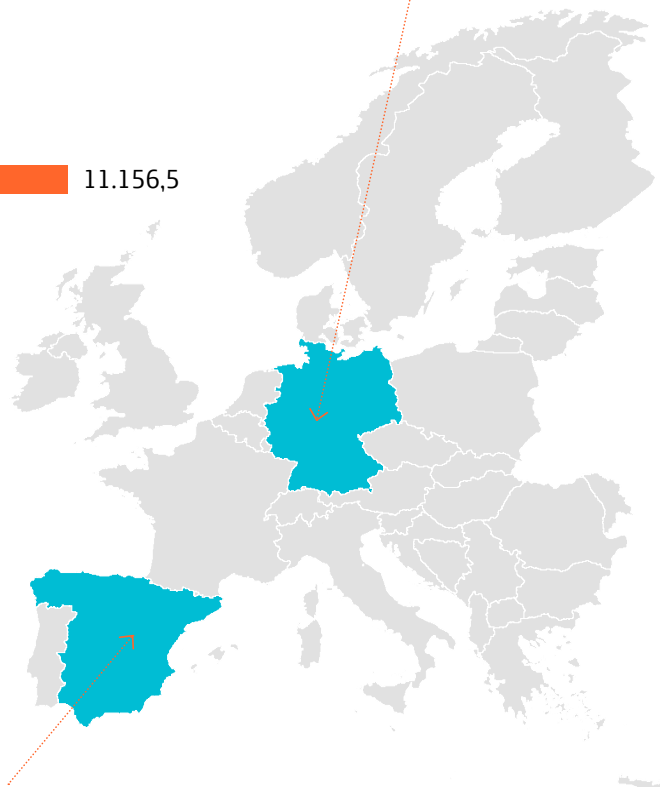
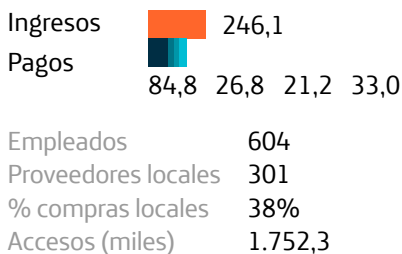
ALEMANIA 2015



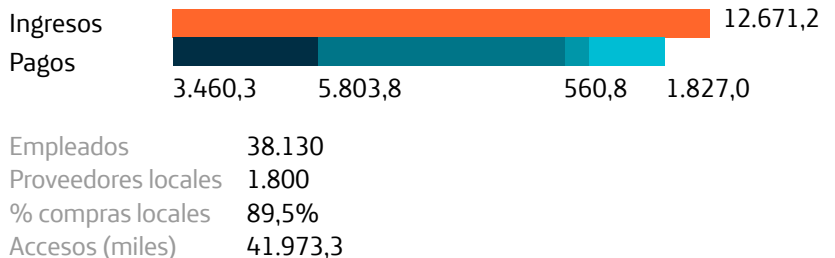
BRASIL 2015



URUGUAY 2015



ESPAÑA 2015



Todos los datos económicos, en millones de euros

■ Ingresos
 ■ Aprovisionamientos
 ■ Gastos salariales
 ■ Aportaciones fiscales soportadas
 ■ Inversión

¹ Corresponde a datos y cifras de Telefónica.
² Considera al total de personas que trabajan dentro de las empresas del Grupo Telefónica en Chile.
³ Considera total de accesos, según criterios de reporte corporativo.

PRESENTACIÓN

Libertad *digital* G4-1



Libertad es poder elegir y la tecnología multiplica esa capacidad más allá de lo que podamos imaginar. Es así como les presentamos nuestro 12º Informe de Sostenibilidad, correspondiente al desempeño de Telefónica en Chile durante 2015. ¿Por qué elegimos la libertad? En nuestra Compañía sabemos que la intensidad de la Revolución Digital nos ofrece una cantidad de información y conocimiento como nunca la humanidad había sido capaz de desarrollar y procesar. Se trata de oportunidades que sólo pueden ser aprovechadas si cada persona decide qué quiere hacer, si contribuimos a disponibilizar las competencias para que puedan efectivamente hacer uso de aquello que les interesa o necesitan y también en avanzar en cómo construimos nuevas formas de relacionarnos en este mundo.

En Telefónica en Chile sabemos de este cambio. Como empresa de telecomunicaciones experimentamos el desafío que significa entregar conectividad en distintos soportes y plataformas. En nuestros 135 años hemos sido protagonistas de las transformaciones que ocurren cuando unimos a las personas y en este tiempo también hemos aprendido que el bienestar siempre se alcanza más rápido y es más sostenible cuando éste llega para todos.

Por eso durante el ejercicio 2015 invertimos, lanzamos productos y servicios, desplegamos nuevas redes e hicimos investigación y desarrollo, todos focos de gestión que realizamos integrando nuestras capacidades con las de otras empresas, el Estado, la academia, organizaciones civiles y con todos aquellos actores con los que compartimos esta mirada de desarrollo enfocada en las personas. Los resultados nos indican que la decisión fue acertada: durante 2015 el sector telecomunicaciones creció sostenidamente sobre un 7%, cifra que lo consolida como el motor más dinámico de nuestra economía.

Como Compañía elegimos invertir en Chile por la confianza que tenemos en sus personas e instituciones. Y sumado a lo anterior, la decisión responde a nuestra sólida convicción respecto a que la vida digital es la herramienta para que todos podamos desarrollar lo mejor de nosotros. Por esto, nuestras inversiones apuntan a contar con una red que nos permita responder a las necesidades de conectividad, velocidad y calidad de servicio para nuestros clientes. Con un despliegue iniciado en 2012, aumentamos significativamente la infraestructura móvil enfocada en la tecnología 4G LTE. Esta exitosa apuesta la repetimos en los servicios fijos, segmento en el que cada vez más hogares cuentan con la capacidad de experimentar la alta velocidad.

Esta robusta red sólo sirve si está al servicio de las personas. Cada vez que ponemos en funcionamiento una antena o un "armario" de conexiones fijas, sabemos que cada persona comienza a elegir cómo vivir en el mundo digital. El sólido crecimiento en los datos móviles, así como también el potente uso de los productos de internet fijo, TV de pago, IPTV y Movistar Play nos dan prueba de un camino de desarrollo que seguirá creciendo.

En Telefónica sabemos que la calidad de servicio es la que nos une con las personas y en ella radica fundamentalmente la relación de confianza entre la Compañía y sus usuarios. Comenzando por la autoatención del canal online, generamos mejoras significativas en las diferentes plataformas de contacto que han permitido reflejar un salto positivo en la percepción que nuestros clientes tienen sobre nuestra oferta de servicios.

Esta visión de calidad también la experimentó nuestro segmento de clientes corporativos. A ellos les entregamos más y mejores soluciones digitales que nos significaron diseñar una oferta a la medida de las necesidades de las empresas de hoy. En este punto, el lanzamiento de nuestro Centro de Investigación y Desarrollo abrió un espacio para construir respuestas tecnológicas que estén al servicio de la sociedad digital en la que vivimos.

Estamos hablando de una nueva escala de proyectos y servicios, que hace necesario que como Compañía tengamos un Plan de Negocio Responsable, capaz de responder a la construcción de una sociedad que utiliza la tecnología para las conexiones de la vida, para que las personas puedan elegir entre opciones cada vez más amplias.

En Telefónica sabemos que con el compromiso de nuestros empleados podremos responder a las expectativas de nuestros clientes y de la sociedad. Así, durante 2015 aumentamos el foco en que cada uno de los trabajadores que laboran en la Compañía compartan que es importante alcanzar objetivos y resultados de las inversiones, conexiones, servicio y resultados económicos, teniendo siempre en perspectiva que todo lo que hacemos significa mejor calidad de vida y nuevas oportunidades para las personas y también para cada uno de ellos. Trabajamos por profundizar un compromiso de calidad Telefónica en todo lo que hacemos y especialmente, en proyectar de manera creativa lo que aún nos falta por avanzar.

"Un hombre es el espacio que ocupa". Tal como señala este proverbio japonés, nuestra Compañía tiene un lugar en el desarrollo de Chile, construido sobre la base de la confianza recíproca con nuestro entorno y que significa una gran responsabilidad. Por ello, en Telefónica en Chile seguiremos trabajando para ir más allá de lo que la sociedad espera de nosotros, meta que podremos cumplir si seguimos recorriendo este camino juntos.



Claudio Muñoz Zúñiga
Presidente Telefónica en Chile



Roberto Muñoz Laporte
Gerente general Telefónica en Chile

PRESENTACIÓN

Estructura societaria

G4-3 · G4-4 · G4-8 · G4-9 · G4-13 · G4-17

Telefónica en Chile es hoy el principal proveedor en la industria de las telecomunicaciones con los servicios de telefonía fija y móvil, banda ancha y TV digital, bajo la marca Movistar.

Con **135 años** de historia, Telefónica en Chile aporta con su operación a un país conectado.

NUESTRAS MARCAS

Telefónica

Nos representa frente a:

- > Instituciones públicas
- > Accionistas
- > Empleados
- > Proveedores
- > Sociedad
- > Grandes clientes.

M movistar

Permite identificar nuestra oferta comercial de servicios:

- > Telefonía (fija y móvil)
- > Banda ancha
- > TV digital
- > Servicios digitales.

Para:
· Personas
· Negocios
· Empresas

LAS EMPRESAS

En 2009, Movistar se convirtió en la marca comercial que acoge los productos de las empresas Telefónica Chile S.A. y Telefónica Móviles Chile (adicionalmente, se prestan servicios a través de Telefónica Empresas Chile S.A. y Telefónica Larga Distancia S.A.).

Estas sociedades trabajan por entregar servicios de telecomunicaciones de excelencia para la conectividad del país, a través de un total de 13,1 millones de accesos.

Telefónica Chile S.A.

- > Telefonía fija
- > Banda ancha fija
- > TV digital.

Telefónica Móviles Chile S.A.

- > Telefonía móvil
- > Banda ancha móvil
- > Navegación en móvil
- > Servicios de valor agregado
- > *Roaming.*

Telefónica Empresas Chile S.A.

- > Servicios gestionados de WAN y LAN (redes de datos gestionados)
- > Soluciones digitales *Cloud*, IoT (*Internet of Things*, por sus siglas en inglés)
- > *Data Center* y soluciones TI (*Technology of Information*, por sus siglas en inglés).

EMPRESAS QUE TAMBIÉN SON PARTE DEL GRUPO TELEFÓNICA

- > Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Chile S.A. (T-Gestiona)
- > Telefónica Chile Servicios Corporativos Limitada
- > Telefónica *Global Technology* S.A. (TGT)
- > Pleyade Chile S.A.

Estas empresas coligadas dan soporte a todas las filiales del negocio a través de servicios de pagos de nómina, servicios de personal, servicios de TI, gestión de seguros, logística, tesorería, recaudación, incorporándose CID en 2015 con el objetivo de incentivar y potenciar la investigación y desarrollo al interior del grupo Telefónica en Chile, buscando soluciones en tres ejes considerados fundamentales en el desarrollo del país. [+ ver pág. 48 y 49](#)

FUNDACIÓN TELEFÓNICA

Organización sin fines de lucro, dedicada a fomentar y apoyar la inversión social y cultural de Telefónica en Chile.

Esta acción se realiza a través de proyectos en tres líneas de acción: **educación e innovación, voluntariado corporativo y cultura digital.**

Fundación Telefónica opera como ejecutora de sus propios proyectos. Recibe sus recursos directamente desde la matriz corporativa de Fundación Telefónica España, cuyos estados financieros no tienen relación con los de Telefónica en Chile.

Este año, con el fin de profundizar en esta labor, se adjunta en la contraportada una memoria de la gestión de Fundación Telefónica 2015, con los objetivos e impactos de los programas en la sociedad.

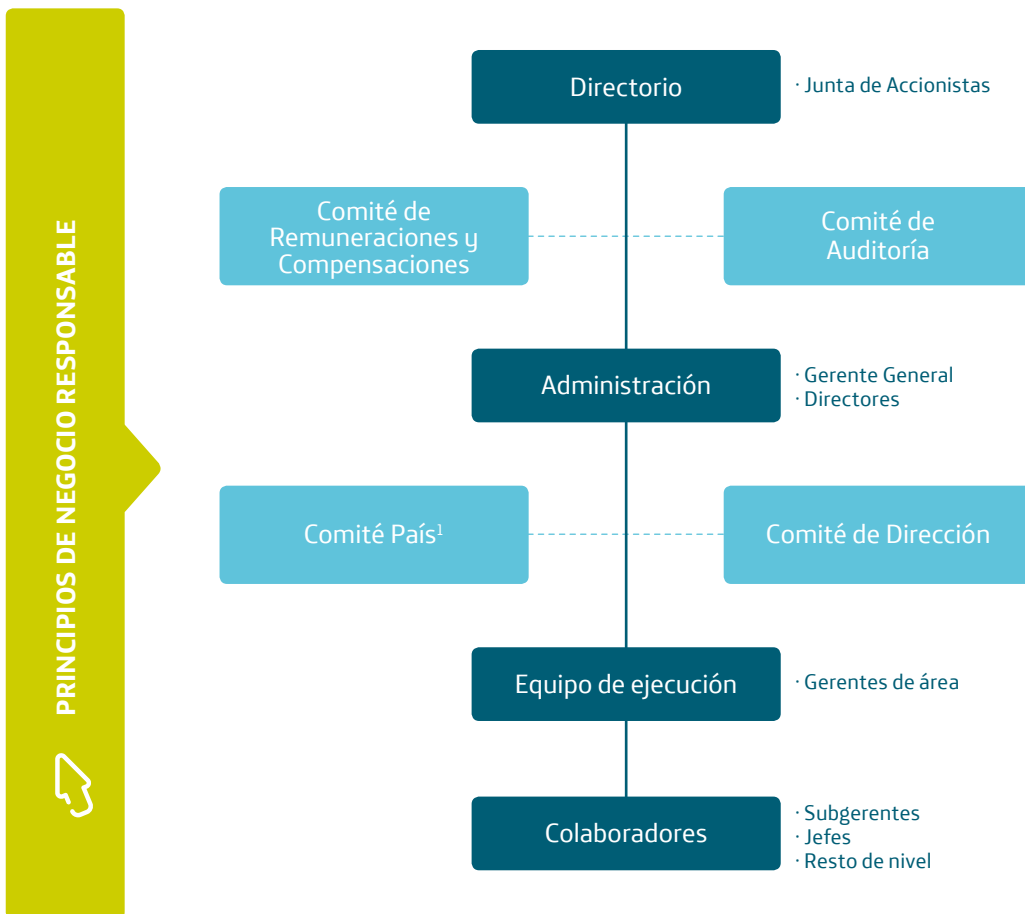
ESP/ACIO
FUNDACIÓN TELEFÓNICA



GOBIERNO CORPORATIVO

Cómo dirigimos nuestra empresa G4-34

Para llevar a cabo la misión de acercar las posibilidades tecnológicas a todas las personas a través de una estrategia sostenible de negocios, Telefónica en Chile cuenta con un equipo humano a cargo del gobierno corporativo de la operación local.



El directorio está formado por siete miembros titulares y siete suplentes, según se determina en los Estatutos de la Compañía.

Cada director tendrá un director suplente que podrá reemplazarle en forma definitiva en caso de vacancia y en forma transitoria en caso de ausencia o impedimento temporal.

¹ Sesionó hasta agosto.



¿CÓMO SE ELIGEN LOS DIRECTORES?

- › Los directores serán elegidos por la junta de accionistas o por el directorio como reemplazante.
- › Los nuevos directores participarán de un programa de orientación que les permita tomar conocimiento rápido y suficiente de la Compañía, así como las reglas de buen gobierno corporativo.
- › Para ello, cada vez que asuma un nuevo director, el secretario del directorio le entregará una carpeta con la misión, visión y objetivos estratégicos, estructura, negocios, riesgos, marco jurídico vigente, grupos de interés relevantes para el desarrollo de los negocios, principales obligaciones y deberes, entre otras materias.



Nosotros funcionamos viendo que las decisiones que se han tomado estén enmarcadas dentro de las políticas que se fijaron en el directorio y las políticas de la empresa y si cumplen las normativas legales que establece el país.”

Fernando Bustamante H.
Director Telefónica Chile S.A.



DURACIÓN DEL CARGO DE DIRECTOR

- › Los directores ejercerán su cargo durante el plazo de tres años y podrán ser reelegidos indefinidamente.
- › La renovación de los directores se hará en su totalidad cada tres años.
- › Los directores cesarán en el cargo cuando haya transcurrido el período para el que fueron nombrados o cuando así lo acuerde la junta de accionistas.
- › El director que adquiere una calidad que lo inhabilita para ejercer como tal o tiene incapacidad legal, cesa automáticamente de su cargo.

GOBIERNO CORPORATIVO

Liderazgo *responsable*



El gobierno corporativo permite a la empresa dentro del contexto de una multinacional con casa matriz ubicada en España y con las condiciones establecidas por la legislación de la operación en Chile.

Esta particularidad define un gobierno corporativo cuyo funcionamiento nos ha permitido mantenernos y legitimarnos como la empresa líder de telecomunicaciones en Chile.

El gobierno corporativo, la transparencia empresarial y la gestión ética, a través de los Principios de Negocio Responsable, nos permiten generar valor y construir confianza con nuestros grupos de interés y en los diferentes mercados en los que participamos.

Sumado a lo anterior, los directorios del Grupo Telefónica en Chile y los ejecutivos principales de la Compañía cuentan con un Reglamento de Funcionamiento que regula su organización y funcionamiento, fija las normas de conducta de sus miembros con el fin de alcanzar el mayor grado de eficiencia, transparencia y profesionalización posible, y teniendo presente la generación de mayor valor para los accionistas.

Las decisiones que ha tomado, tanto el directorio como el equipo de gestión, han permitido cumplir 135 años de sólido compromiso con el país, con una visión de sostenibilidad como fuente clara de competitividad y progreso, incrementando el valor de marca de Telefónica, así como la diferenciación para nuestros clientes. De esta manera, se garantiza un proyecto empresarial estable y sostenible para la sociedad.

“ El directorio vela por el comportamiento ético a través de prácticas, procesos y códigos de conducta. Implementarlos, revisarlos continuamente para que se adapten al entorno y luego asegurarse de que se cumplen.

Lo importante de todo esto es socializar, que esté en la formación de nuestros equipos, que no sólo incluya a nuestro personal sino que incluya a nuestros proveedores. ”


Laura Abasolo B.
Directora Telefónica Chile S.A.

ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

La probidad y transparencia rigen nuestra conducta y la forma en que realizamos negocios.

Por esto, nuestro Código de Ética de Negocios es más que una declaración de principios: es el documento que establece los valores y conductas en que deben enmarcarse las actividades de Telefónica en Chile.

El **Código de Ética** establece que:

	<p>Aspiramos a ser una empresa que opera con excelencia y transparencia.</p>	<p>Nuestras acciones apuntan siempre a mejorar la satisfacción de nuestros clientes.</p>	<p>Reconocemos el aporte de nuestros proveedores al buen desempeño de la Compañía.</p>
<p>Respetamos y reconocemos la contribución de nuestros trabajadores, entregándoles un espacio para el desarrollo de su potencial personal y profesional.</p>	<p>Respetamos de manera irrestricta la libertad de asociación de los trabajadores.</p>	<p>Nuestras acciones respetan la legislación y disposiciones regulatorias vigentes, procurando contribuir al desarrollo de una industria de telecomunicaciones moderna y competitiva.</p>	<p>Estamos comprometidos con el desarrollo del país desde nuestro rol en la industria de las telecomunicaciones.</p>



Ver más en www.telefonicachile.cl/gobiernos-corporativos/

FUNCIONES DEL DIRECTORIO

- > El directorio es el máximo órgano de administración y representación de la Compañía, estando facultado para realizar cualquier acto o negocio de administración y disposición, en el ámbito definido en los estatutos sociales, salvo los reservados por la ley.
- > El directorio se configura además como un órgano de supervisión y control, encomendando la gestión ordinaria de los negocios de la Compañía a los órganos ejecutivos y al equipo de administración.

¿QUÉ DECISIONES TOMA EL DIRECTORIO?

- > Plan estratégico, objetivos de gestión y presupuesto anual.
- > Política de gobierno corporativo.
- > Política de responsabilidad social corporativa.
- > Política de dividendos.
- > Política de control y gestión de riesgos.
- > Aprobación del nombramiento de un ejecutivo que tenga dependencia directa del presidente o del gerente general.
- > La información financiera relevante que la Compañía deba hacer pública periódicamente.
- > Aprobar las compensaciones variables anuales a los empleados.
- > Aprobar la divulgación de todo hecho o información calificados de esencial o reservado en conformidad a los artículos 9º y 10º de la Ley 18.045 de Mercado de Valores.
- > Revisar las operaciones que la sociedad realice con partes relacionadas.
- > Reunirse al menos semestralmente con la empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros, sin la presencia de la administración.
- > Reunirse semestralmente con la unidad de responsabilidad social para analizar la efectividad de las políticas aprobadas por el directorio para difundir los beneficios de la diversidad e inclusión para la sociedad y sus eventuales barreras, y la utilidad y aceptación que ha tenido los reportes de sostenibilidad.
- > Establecer la política corporativa de cumplimiento de las normas de libre competencia.



SESIONES DEL DIRECTORIO

- El directorio se reunirá, en sesión ordinaria, una vez al mes. El calendario de las sesiones ordinarias para el año siguiente se fijará por el propio directorio en la reunión de diciembre de cada año.
- El gerente general de la Compañía deberá asistir a las reuniones ordinarias y extraordinarias del directorio, con derecho a voz, salvo que el presidente estime que su presencia no es necesaria.
- Los directores suplentes podrán siempre asistir a las reuniones, sean estas ordinarias o extraordinarias, y tendrán siempre derecho a voz y sólo derecho a voto cuando falte su titular.
- Las resoluciones y acuerdos del directorio se tomarán con el voto conforme de la mayoría absoluta de los directores asistentes con derecho a voto.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS DIRECTORES

- **Derecho y deber de información:** los directores deberán informarse diligentemente sobre la marcha de la Compañía.
- **Auxilio de expertos:** el directorio o cualquiera de los comités del directorio podrán solicitar la contratación con cargo a la Compañía de asesores legales, contables, financieros u otros expertos.
- **Deber de diligencia:** los directores deberán informarse y preparar las reuniones del directorio y de los comités a los que pertenezcan; asistir a las reuniones y participar en las deliberaciones, realizar cualquier cometido específico que les encomiende el directorio, impulsar la investigación de cualquier irregularidad en la gestión de la Compañía y procurar la adopción de medidas adecuadas de control, instar la convocatoria del directorio o la inclusión en la tabla de contenidos a tratar de aquellos temas que consideren convenientes y oponerse a los acuerdos contrarios a la Ley.
- **Deber de fidelidad:** los directores deberán cumplir los deberes impuestos por las leyes, los reglamentos y por los estatutos sociales con fidelidad al interés social.
- **Deber de secreto:** los directores, aún después de cesar en sus funciones, deberán guardar secreto de las informaciones de carácter confidencial y reserva de las informaciones, datos, informes o antecedentes que conozcan como consecuencia del ejercicio de su cargo. Se exceptúan los supuestos en que las leyes permitan su comunicación a terceros o que, en su caso, sean requeridos o hayan de remitirlas a las autoridades competentes.
- **Deber de lealtad:** los directores obrarán en el desempeño de sus funciones con absoluta lealtad al interés social de la Compañía, por lo que no podrán utilizar el nombre de la Compañía ni invocar su condición de administradores para la realización de operaciones por cuenta propia o de personas vinculadas, deberán comunicar al directorio cualquier situación de conflicto que pudieran tener con el interés de la sociedad, entre otras obligaciones y prohibiciones.

GOBIERNO CORPORATIVO

¿Quiénes dirigen nuestra empresa?

G4-34 · G4-51

Las empresas que conforman Telefónica en Chile cuentan con distintos directorios, cuyos miembros son electos por los accionistas en consideración de su trayectoria y especialización en la industria de las telecomunicaciones. Este cuerpo directivo lidera la estrategia corporativa.

Según consta en los estatutos de las empresas, los accionistas se reúnen en las juntas ordinarias de accionistas.

En situaciones especiales, y siempre que se estime conveniente, se convoca a juntas extraordinarias. La Compañía se preocupa de que los directores cuenten con las habilidades y medios adecuados para la efectiva toma de decisiones en torno a los intereses de las empresas.

DIRECTORIO TELEFÓNICA CHILE S.A.

Claudio Muñoz Z.	<i>Presidente</i>
Narcís Serra S.	<i>Vicepresidente</i>
Fernando Bustamante H.	<i>Director titular</i>
Marco Colodro H.	<i>Director titular</i>
Patricio Rojas R.	<i>Director titular</i>
Emilio Gilolmo L.	<i>Director titular</i>
Eduardo Caride T.	<i>Director titular</i>
Benjamín Holmes B.	<i>Director suplente</i>
Hernán Cheyre V.	<i>Director suplente</i>
Carlos Díaz V.	<i>Director suplente</i>
José Ramón Valente V.	<i>Director suplente</i>
Alfonso Ferrari H.	<i>Director suplente</i>
Santiago Fernández V.	<i>Director suplente</i>
Laura Abasolo B.	<i>Directora suplente</i>

DIRECTORIO TELEFÓNICA MÓVILES CHILE S.A.

Claudio Muñoz Z.	<i>Presidente</i>
Cristián Aninat S.	<i>Director</i>
Juan Parra H.	<i>Director</i>
César Valdés M.	<i>Director</i>
Rafael Zamora S.	<i>Director</i>

DIRECTORIO TELEFÓNICA EMPRESAS CHILE S.A.

Claudio Muñoz Z.	<i>Presidente</i>
César Valdés M.	<i>Vicepresidente</i>
Roberto Muñoz L.	<i>Director</i>
Rafael Zamora S.	<i>Director</i>
Cristián Aninat S.	<i>Director</i>

DIRECTORIO TELEFÓNICA LARGA DISTANCIA S.A.

Claudio Muñoz Z.	<i>Presidente</i>
Cristián Aninat S.	<i>Director</i>
Pedro Pablo Laso B.	<i>Director</i>
Roberto Muñoz L.	<i>Director</i>
Rafael Zamora S.	<i>Director</i>
Hernán Cameo	<i>Director</i>
Sergio Pogliaga	<i>Director</i>



Duración período:

tres años, con posible reelección indefinida.

Reuniones: al menos una vez al mes.

Remuneraciones mensuales a diciembre de 2015:

- Dieta director: 96 Unidades Tributarias Mensuales (UTM)
- Dieta vicepresidente: 1,5 veces dieta director
- Dieta presidente: 2,0 veces dieta director.

Los directores de Telefónica Móviles Chile S.A., Telefónica Empresas Chile S.A. y Telefónica Larga Distancia S.A., no reciben remuneración por el desempeño de sus funciones en estos directorios.

CONFLICTOS DE INTERÉS

Con el fin de asegurar el cumplimiento de los preceptos establecidos por la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), el directorio de Telefónica Chile S.A. cuenta desde 2010 con un Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado. Este documento se encuentra a disposición del público en la página web <http://www.telefonicachile.cl/gobiernos-corporativos/>

Este manual contiene los procedimientos internos aplicables a los miembros del directorio, ejecutivos principales de la Compañía y empleados que tengan acceso a información privilegiada y asesores externos que presten servicios a la Compañía.

Este documento refuerza los controles en materia de información privilegiada y el deseo de la Compañía de adaptarse a las mejores prácticas en materia de conducta ante los mercados de valores.

Los directores habrán de observar en todo momento las normas de conducta establecidas en la legislación de Sociedades Anónimas, de Mercado de Valores y, en

especial, las consagradas en los Principios de Negocio Responsable definidos por la Compañía, en el Código de Ética de Negocios de Telefónica Chile y en la regulación interna sobre Conflicto de Intereses.

En particular, los directores no podrán realizar, ni sugerir su realización a cualquier persona, operaciones sobre valores de la Compañía o de las empresas del grupo, sobre las que dispongan, por razón de su cargo, de información privilegiada.

Asimismo, los directores no podrán utilizar información no pública de la Compañía con fines privados.

En caso de infracción a las normas de este manual, el directorio reunirá los antecedentes del caso y según el análisis y mérito de los antecedentes instruirá las medidas que correspondan, pudiendo incluso contemplar la presentación de una denuncia o querrela. La infracción a las normas de este manual podrá ser considerada por el directorio como una falta grave a las obligaciones laborales y contractuales, quedando habilitado para poner término a la relación laboral o contractual existente.



Integrantes (de izquierda a derecha)

De pie: José Ramón Valente, Patricio Rojas, Roberto Muñoz, Fernando Bustamante, Benjamín Holmes, Carlos Díaz, Max Colodro.

Sentados: Hernán Cheyre, Claudio Muñoz.

COMITÉS DEL DIRECTORIO

- Los comités son órganos consultivos del directorio y su objetivo es prestar la asesoría necesaria para el buen gobierno corporativo y la toma de decisiones.
- El directorio podrá constituir uno o varios comités, permanentes o provisorios, a los que encomiende el examen y seguimiento de alguna materia de especial relevancia para el buen gobierno de la Compañía.
- El directorio determinará el número de miembros de cada comité y designará los directores que deban integrarlos.
- Cada comité podrá requerir la cooperación de cualquier ejecutivo, quien podrá asistir con voz y sin voto, a las distintas sesiones que celebre el comité.
- Los comités regularán su propio funcionamiento, nombrarán de entre sus miembros a un presidente y a un secretario -que podrá no ser miembro del mismo- y se reunirán previa convocatoria de su respectivo presidente.
- De cada reunión que celebren, se levantará la correspondiente acta. Las actas de los comités estarán a disposición de los miembros del directorio para su consulta.
- De los asuntos tratados por los comités el secretario dará cuenta al directorio a fin de que éste tome conocimiento de dichos asuntos para el ejercicio de sus competencias y tome los acuerdos que corresponda.



Laura Abasolo



Eduardo Caride



Emilio Gilolmo



Alfonso Ferrari



Santiago Fernández



Narcís Serra

Comité de Auditoría: tendrá las siguientes funciones: control interno, prevención de delitos, revisión de estados financieros, auditoría interna, auditoría externa, examinar las operaciones con partes relacionadas y aprobar el informe semestral de las mismas, supervisar la eficacia del control interno de la sociedad y los sistemas de gestión de riesgos.

- **Integrantes:**
Fernando Bustamante
Patricio Rojas
Carlos Díaz
Benjamín Holmes

Comité de Remuneraciones y Compensaciones: tendrá como objetivo revisar con la administración los criterios para fijar las retribuciones, compensaciones y planes de beneficios de los empleados de la Compañía y deberá proponer al directorio su aprobación.

- **Integrantes:**
José Ramón Valente
Marco Colodro
Patricio Rojas

GOBIERNO CORPORATIVO

Principios de *Negocio Responsable (PDNR)*

G4-56 · G4-57 · G4-58

Los Principios de Negocio Responsable de Telefónica son un marco de acción ético, orientado a plasmar integridad y profesionalismo en el comportamiento de todas las personas que trabajan en la Compañía. Estos principios deben verse reflejados en todas las interacciones con los clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad en general.



Cristián Aninat, Alberto Zuloaga, Rafael Zamora y Andrés Wallis dirigen la Oficina de Principios de Negocio Responsable.

PRINCIPIOS GENERALES

Honestidad y Confianza

- ⇒ Cumplir compromisos
- ⇒ Proteger la confidencialidad
- ⇒ Facilitar información
- ⇒ Asegurar datos personales

Integridad

- ⇒ Evitar los conflictos de interés
- ⇒ Comportarse con rectitud
- ⇒ Actuar con neutralidad política

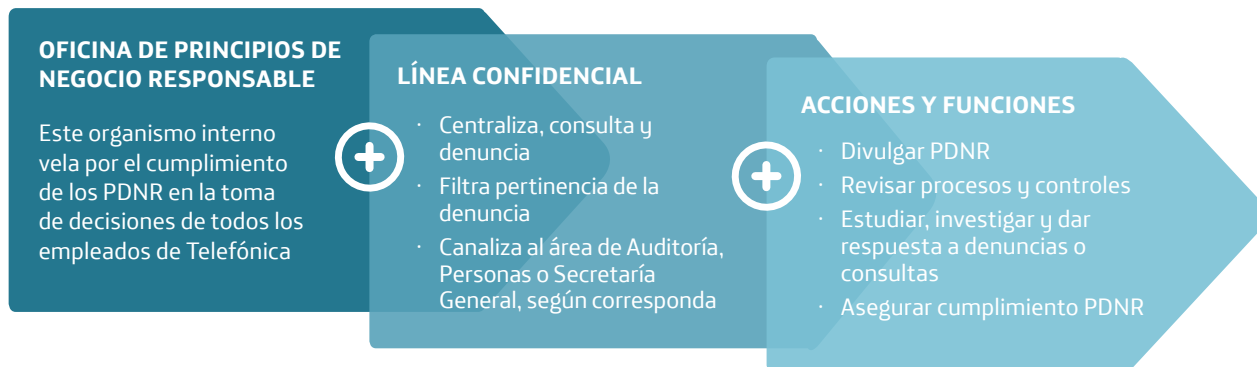
Derechos Humanos

- ⇒ Respetar los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos
- ⇒ Impulsar la igualdad de oportunidades

Respeto de la Ley

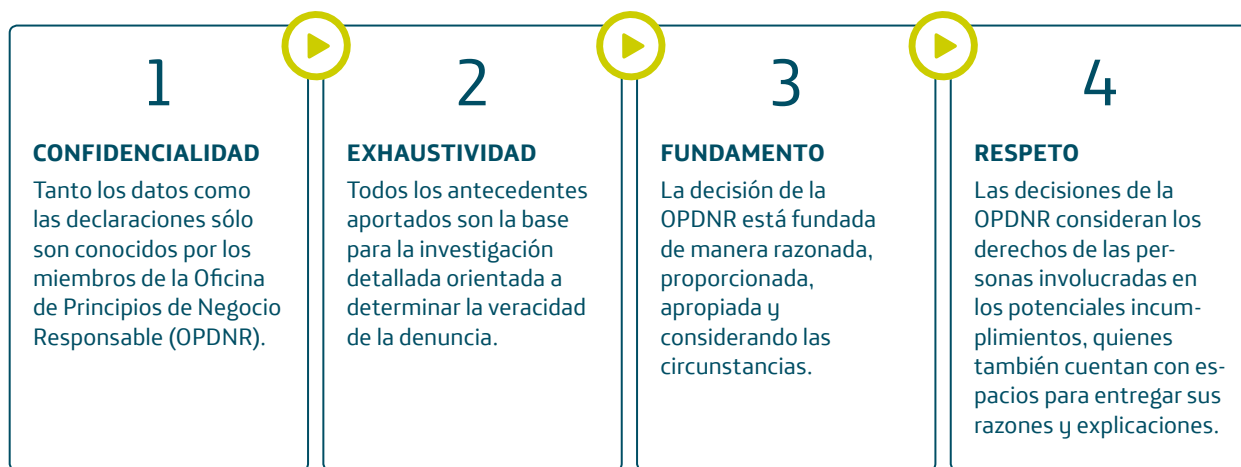
- ⇒ Cumplir las legislaciones
- ⇒ Proporcionar información veraz
- ⇒ Competir de forma íntegra

¿CÓMO FUNCIONA LA OFICINA DE PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE?



¿CÓMO FUNCIONA LA LÍNEA CONFIDENCIAL?

Todos los empleados pueden realizar preguntas, buscar consejos, plantear temas o realizar denuncias asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable. El proceso de respuesta se basa en cuatro principios:



“El directorio tiene la responsabilidad de aprobar un reglamento de cómo tiene que actuar cada trabajador de la Compañía frente a dilemas éticos y velar porque Telefónica en Chile como institución actué en función a estos mismos lineamientos. Esto es un marco de referencia para todos los trabajadores.”

Carlos Díaz V.
Director Telefónica Chile S.A.

TOTAL DENUNCIAS 2015: 11

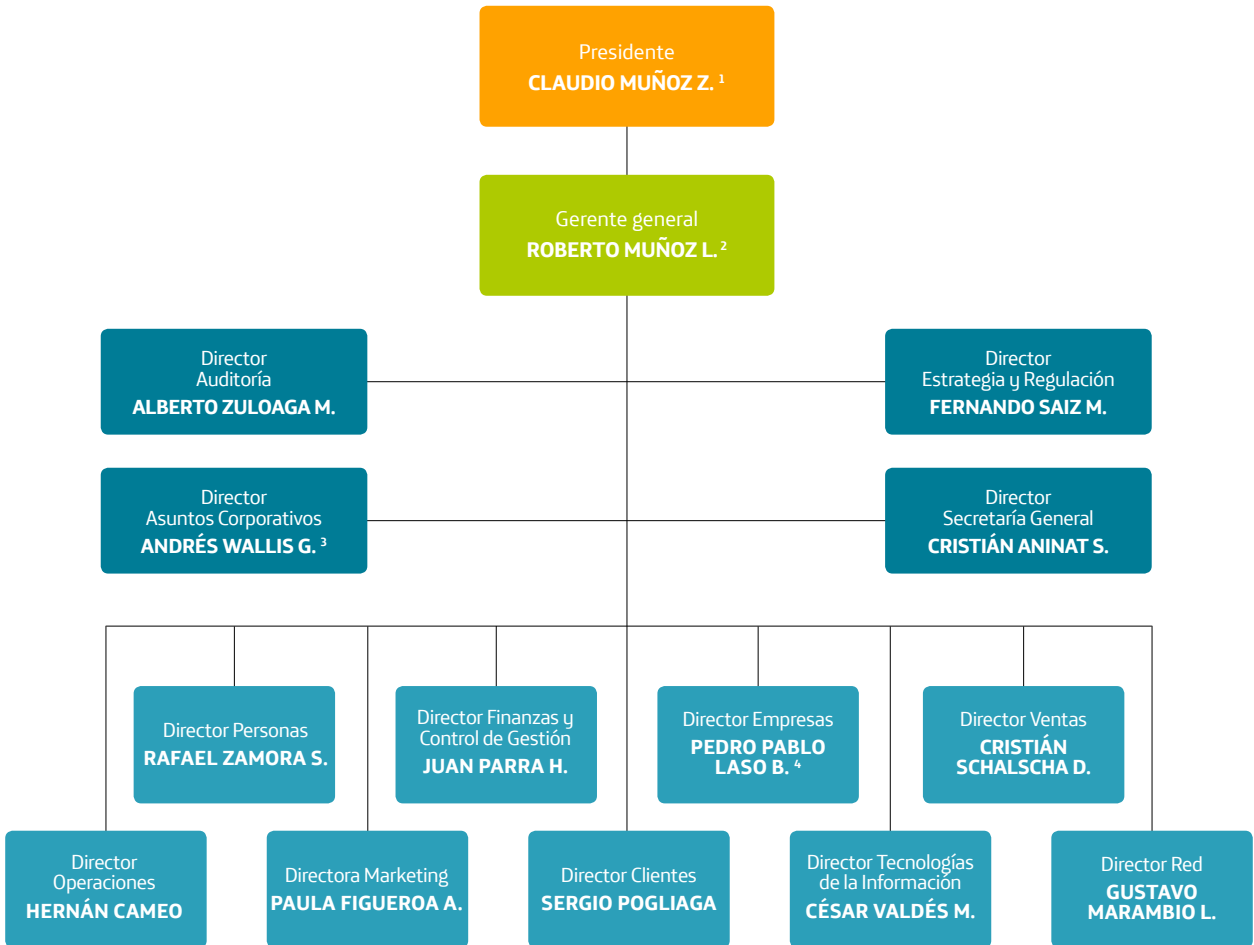
De este total, 10 fueron resueltas durante el año, según la investigación de la Oficina y en cumplimiento a sus principios. Sólo una continúa en investigación en 2016.

GOBIERNO CORPORATIVO

Equipo de gestión

Los principales ejecutivos de Telefónica en Chile tienen como responsabilidad liderar los proyectos que buscan aportar valor a las empresas y los grupos de interés de la Compañía, en concordancia con las directrices definidas por el directorio.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA TELEFÓNICA EN CHILE



¹ Presidente Fundación Telefónica Chile

² Gerente general Telefónica Chile S.A.
Gerente general Telefónica Móviles Chile S.A.

³ Vicepresidente Fundación Telefónica Chile

⁴ Gerente general Telefónica Empresas S.A.



COMITÉ DE DIRECCIÓN

Este comité es la máxima instancia de revisión de la estrategia de negocios de la Compañía. Lo conforman todos los directores, es liderada por Roberto Muñoz y se reúne semanalmente. En él se debaten temas estratégicos de negocios y cómo estos impactan en nuestros clientes y la sociedad.

> Funciones:

- Gestión cotidiana del plan estratégico de Telefónica en Chile.
- Implementación y seguimiento de las definiciones comerciales.

COMITÉ PAÍS

Las principales funciones de este equipo fueron analizar aquellos aspectos relevantes de la sociedad y su relación con la Compañía en Chile.

Integrantes (de izquierda a derecha)

Primera fila: Claudio Muñoz y Roberto Muñoz.

Segunda fila: Cristián Aninat, Andrés Wallis, Alberto Zuloaga y Fernando Saiz.

Tercera fila: Juan Parra, Pedro Pablo Laso, Cristián Schalscha y Paula Figueroa.

Cuarta fila: Rafael Zamora, César Valdés, Sergio Pogliaga, Hernán Cameo y Gustavo Marambio.

¿Cómo se relacionan los líderes en la organización?

Durante 2015, el equipo de directores y gerentes se reunieron en mesas de diálogo con los subgerentes y jefes de áreas, con el fin de analizar y discutir respecto a los factores externos que afectan a Telefónica en Chile y como la Compañía se relaciona con sus grupos de interés.

GOBIERNO CORPORATIVO

Sector *telecomunicaciones* G4-S07

Los avances de la tecnología, la revolución digital y la conectividad impactan en la vida de las personas y, además, tienen relación directa con el dinamismo de la industria de las telecomunicaciones.

“ Si uno pretende conservar las reglas de la sociedad tiene que respetar las reglas que plantea el mercado. Nuestra actividad se tiene que desarrollar dentro de un marco ético que es absolutamente invulnerable. No podemos, con el objetivo de obtener resultados mejores, entrar en prácticas que pueden dañar este esquema que es muy importante. ”

Fernando Bustamante H.
Director Telefónica Chile S.A.

Nuestros clientes buscan que la navegación en internet sea ubicua, además de personalizada y asequible, con las mejores alternativas en planes multimedia

El creciente uso de equipos smartphones implica una migración natural de los usuarios que utilizaban sólo voz hacia los datos.

Esto genera una creciente demanda por aplicaciones, navegación web y video, lo que ha llevado a que el consumo de datos móviles está experimentando un elevado crecimiento.

La mayor demanda de servicios y plataformas para la entretenimiento (Movistar Play, Napster, contenidos de *streaming*, entre otros), además de las necesidades que tienen las empresas que están iniciando su incorporación a la revolución digital, nos obliga a la actualización tecnológica de las redes, las conexiones de Banda Ancha y una mayor cobertura del servicio.

Por esto se realizaron durante 2015 importantes inversiones en redes de fibra óptica, plataformas de servicios y mayor construcción de metros cuadrados de Data Centers. Todo para llevar la mejor experiencia de servicio a nuestros clientes y apoyar con nuestra red a la sociedad.

Esta mayor accesibilidad a nuestra oferta tiene el potencial de aumentar la masificación de los servicios de datos. En este sentido, los smartphones representan en sí una herramienta para reducir la brecha de conectividad en el país.

Estas transformaciones de la red ayudan al surgimiento de nuevas oportunidades de ingresos para toda la sociedad, ya que un mayor grado de conexión no sólo disminuirá la brecha digital, sino también la brecha de la desigualdad.

El impacto más relevante de la tecnología, en este sentido, es el que surge en la educación, específicamente en el aprendizaje a distancia.

La irrupción de los Cursos Masivos Abiertos En Línea (MOOC, por sus siglas en inglés) representa una extraordinaria oportunidad, al abrir la puerta a un mayor acceso a una educación de calidad a través del aprendizaje en línea.

REGULACIÓN

Una visión de dar cada día más por los clientes

El marco regulatorio que delinea nuestro funcionamiento está dado por la instalación, operación y explotación de los servicios de telecomunicaciones ubicados en el territorio nacional, y se enmarca en la ley N° 18.168, Ley General de Telecomunicaciones y sus normas complementarias.

Esta regulación, que identifica las normativas de impacto directo en la operación, tuvo algunas modificaciones durante 2015:



Agenda Digital 2020: el 27 de noviembre de 2015, la Presidenta de la República Michelle Bachelet presentó este documento que establece una hoja de ruta para avanzar hacia el desarrollo digital del país al año 2020. La Agenda Digital contiene 60 medidas agrupadas en cinco ejes: Derecho para el Desarrollo Digital, Conectividad Digital, Gobierno Digital, Economía Digital y Competencias Digitales. Estos pilares tienen como objetivo que el uso masivo de las tecnologías se transforme en un medio para reducir las desigualdades, que permita abrir más y mejores oportunidades de desarrollo, y contribuir al respeto de los derechos de todas las personas.



Portabilidad Numérica: en relación con la Portabilidad Geográfica y Portabilidad Intermodal, la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) fijó, mediante Resolución Exenta N° 4.535, del 4 de agosto de 2015, el cronograma que establece que la Portabilidad Geográfica se habilite a partir del 2 de noviembre de 2015, la ampliación en un dígito de la numeración de telefonía móvil a partir del 6 de febrero de 2016 y la Portabilidad Intermodal a partir del 5 de septiembre de 2016. Esta última permitirá a todos los clientes migrar sus números telefónicos de fijo a móvil o de móvil a fijo, moviéndose de región incluso sin necesidad de cambiar el número asociado.



Resolución favorable del Tribunal de la Libre Competencia por la concesión de la banda de 700 MHz asignada a Telefónica Móviles Chile S.A., lo que permitirá el uso de esta banda para entregar un mejor servicio a los clientes de Movistar.

Durante 2015 Telefónica en Chile realizó el pago de 125 multas por Ley del Consumidor; 71 por temas Laborales; 41 provenientes de Subtel; 4 por conceptos medioambientales y ninguna multa por Libre Competencia.

Adicionalmente, al 31 diciembre de 2015 se mantienen una serie proyectos de ley en Telecomunicaciones, entre los que se destaca:

- > Velocidad Mínima Garantizada.
- > Superintendencia de Telecomunicaciones.
- > Proyecto de ley que castiga penalmente la piratería de señales de TV satelital.
- > Proyecto de ley que propone entregar información a Carabineros de Chile y otros servicios de emergencia en los casos que indica y sancionar el uso indebido de llamadas a dichos servicios.
- > Proyecto de ley que modifica la Ley General de Telecomunicaciones en materia de individualización y recolección de datos de usuarios de servicios telefónicos de prepago.
- > Proyecto de ley que crea el mercado secundario de frecuencias.

GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestro *capital financiero*

G4-EC1 · G4-EC8

Telefónica en Chile tiene un compromiso con todos sus grupos de interés y parte de ese compromiso es su capacidad de distribuir su capital financiero de una manera equilibrada que permita generar valor a sus empleados, a sus proveedores, a sus clientes y a sus accionistas.

ENTRADAS TOTALES

Corresponde a la sumatoria de los ítems en los cuales la Compañía durante el año, recibe por cuentas bancarias.

Ingresos totales: son todos los ingresos a través de cobros a terceros de Telefónica en Chile percibidos en caja en la compañía, sin considerar los impuestos recaudados.

IVA débito: corresponde a la sumatoria de impuestos recaudada a través de la venta de productos y servicios de la Compañía (boletas, facturas, etc.). Con la recaudación por IVA de los precios de productos y servicios de Telefónica en Chile se podrían construir el equivalente a 3 hospitales de Talca.

Otros: corresponden a ingresos percibidos derivados de operaciones financieras realizadas por la Compañía durante el ejercicio 2015.

“ Como Telefónica en Chile tenemos que dar el servicio de telecomunicaciones que la sociedad demanda, y para ello necesitamos una rentabilidad que nos permita recuperar las inversiones y poder cumplir con todos los grupos de interés.

Si una empresa no tiene rentabilidad y éticamente es impecable desaparecerá del mercado, tenemos que manejar estas variables en armonía con la legitimidad en la sociedad y con que todos los actores que participan en la actividad sientan que están haciendo una contribución.

Fernando Bustamante H.
Director Telefónica Chile S.A.

SALIDAS TOTALES

Corresponde a la sumatoria de los ítems en los cuales la Compañía durante el año, paga a terceros por cuentas bancarias.

Proveedores: pago a proveedores son todas las facturas y boletas que Telefónica en Chile paga a terceros por cuentas bancarias derivadas de los productos y servicios que estos proveedores entregan a la Compañía, el cual va destinado en un 81% a proveedores locales.

Inversión: las inversiones de Telefónica en Chile corresponden a los recursos destinados a mejorar las operaciones de la Compañía, principalmente en infraestructura de red y las plataformas de atención a clientes, lo que equivale a la construcción de más de 18.000 viviendas sociales.

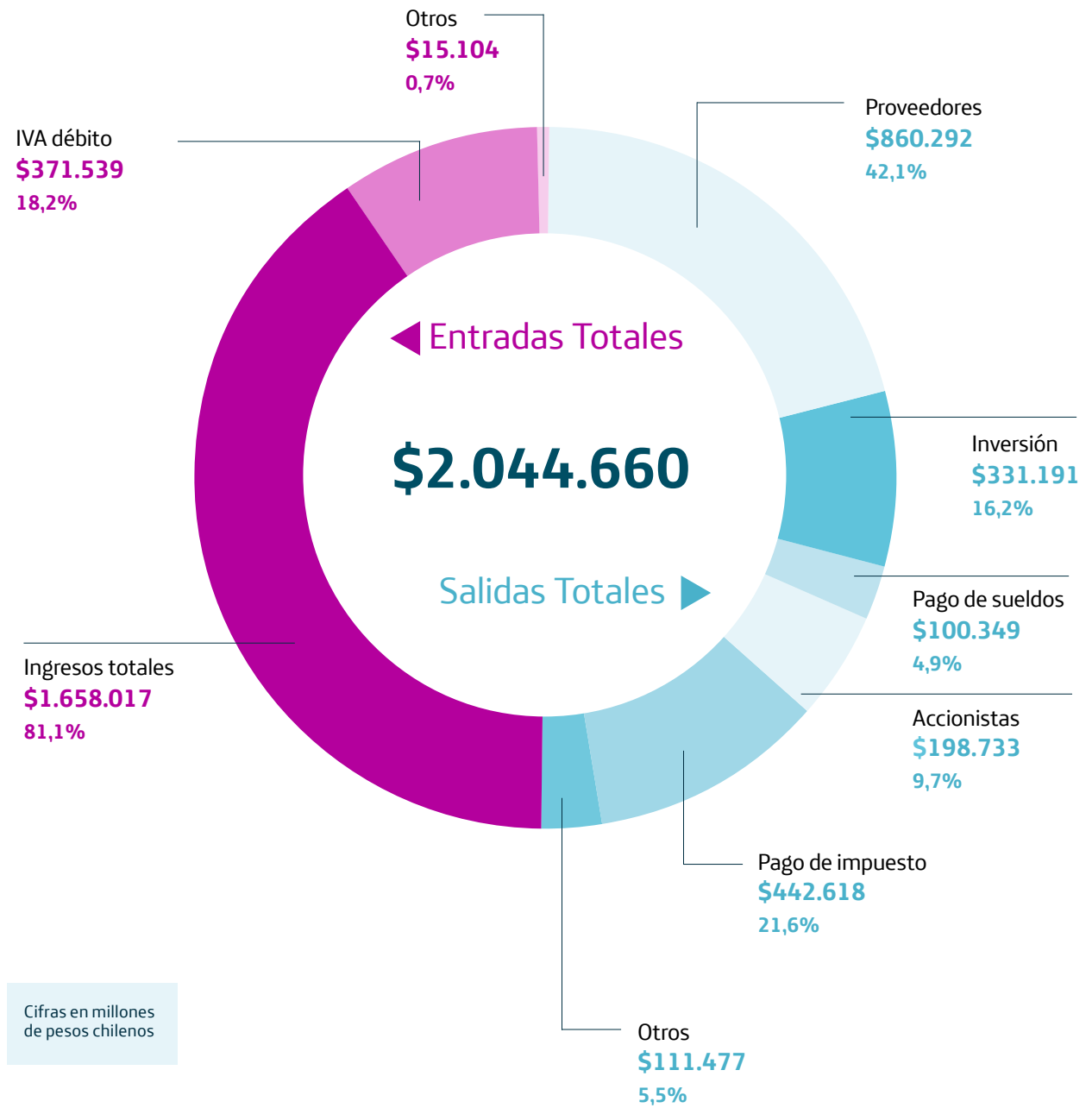
Pago de sueldos: corresponde al total de pago de remuneraciones a trabajadores directos de Telefónica en Chile, sin considerar las retenciones tributarias e impuesto a la renta.

Accionistas: este ítem corresponde al total pagado a los accionistas de las sociedades que componen Telefónica en Chile considerando dividendos y fees respectivos. Monto que equivale a 0,6 veces el total que Telefónica en Chile destina para reinvertir en el país.

Pago Impuesto: este concepto considera todos los pagos por concepto de recaudación pública que Telefónica en Chile paga al Estado, considerando IVA, impuesto a la renta, retenciones, patentes, etc. El pago de impuesto de la Compañía al Estado es el equivalente a 1,5 veces el total de la inversión del plan de reconstrucción de Valparaíso.

Otros: este ítem en las salidas de Telefónica en Chile corresponde a pagos de intereses y comisiones de carácter financiero de la Compañía.

CÓMO DISTRIBUIMOS NUESTRO CAPITAL



* Considera tipo de cambio promedio 2015 de \$654 para el cálculo de algunas relaciones informadas en la cuenta pública en dólares.

** La información de este gráfico está calculada con criterios de pagos y perímetros contables según los flujos de caja de la Compañía.

SOSTENIBILIDAD

Matriz de materialidad

G4-18 · G4-19 · G4-20 · G4-21 · G4-22 · G4-23 · G4-24 · G4-25 · G4-26 · G4-27

El Plan de Negocio Responsable de Telefónica en Chile organiza nuestros objetivos de gestión de la sostenibilidad de la Compañía en nueve ejes, de manera de lograr una integración de las distintas variables endógenas y exógenas que impactan a la organización, al mismo tiempo que a través de la operación de Telefónica en Chile impactan en la sociedad.

Para la definición de estos temas, las fuentes consultadas fueron: Agenda Digital (Ministerio de Economía), Matriz de Riesgos, Plan de Negocio, proyectos de ley, normativa vigentes, encuestas a proveedores y clientes, entre otros documentos, valorizando tanto el impacto de las externalidades en Telefónica en Chile, como el impacto de la Compañía en su entorno.

Estas variables son:

ÉTICA	EXPERIENCIA DE SERVICIO	PROVEEDORES	CRECIMIENTO ECONÓMICO
<p>Para Telefónica en Chile es fundamental asegurar un actuar ético y responsable de la Compañía, así como de todas las personas que la componen. Un gobierno corporativo sólido, una administración atenta al entorno, un equipo humano que trabaja con altos estándares de responsabilidad personal y proveedores comprometidos con el buen hacer componen la línea de preocupación en el ámbito de la ética de la empresa.</p> <p>+ ver págs. 14 a 25</p>	<p>Este es un pilar fundamental para asegurar la sostenibilidad de toda empresa. Por esto, para Telefónica en Chile ha sido el principal foco de trabajo en los últimos años. Los positivos resultados de este enfoque se reflejan en la evolución del Índice de Satisfacción de nuestros clientes, que llegó a estar en valores de 6,56 en 2012 y a diciembre del 2015 subió a 7,44, cifra que sólo esperamos seguir incrementando consistentemente.</p> <p>+ ver págs. 55 a 59</p>	<p>Nuestros proveedores son clave desde el despliegue de nuestra red hasta la instalación del servicio, en la atención postventa como aliados clave en nuestro servicio, apoyo técnico en líneas clave de nuestro negocio en distintas áreas. Este trabajo en conjunto nos permite ser capaces de cumplir con las expectativas de nuestros clientes y de toda la sociedad.</p> <p>+ ver págs. 64 a 67</p>	<p>Hablar de sostenibilidad es hablar también de rentabilidad. Por esto es necesario ser capaces de ser eficientes en el uso de los recursos y generar oportunidades de negocios que permitan asegurar la salud financiera de la Compañía. Con este objetivo estamos continuamente evaluando nuestra oferta comercial, de manera de que sea cada día más competitiva, entregando un servicio de valor y con un margen que permita a la Compañía responder a los accionistas e invertir permanentemente.</p> <p>+ ver págs. 28 a 29</p>



“ Nosotros en el directorio asumimos el clima de desconfianza actual y tenemos que adoptar todas las medidas para que quede claro que actuamos con transparencia. ”

Fernando Bustamante H.
Director Telefónica Chile S.A.

CONFIANZA DIGITAL	DIVERSIDAD Y TALENTO	INNOVACIÓN SOSTENIBLE	EDUCACIÓN DIGITAL	MEDIO AMBIENTE
<p>Telefónica en Chile tiene el rol clave de asegurar a nuestros clientes un servicio continuo y de calidad, como también el hacernos cargo de que puedan ocupar nuestros servicios de manera segura, tranquilos de la privacidad de sus datos y, por supuesto, minimizando los impactos que pueda generar un constante crecimiento de la red que responda a las necesidades actuales de nuestros clientes y sociedad.</p>	<p>En Telefónica en Chile tenemos la convicción de que las empresas son el reflejo de las personas que trabajan en ella. Por esto, nuestra responsabilidad con los empleados de la Compañía es una pieza central en la gestión, ya que en todo momento las decisiones de la empresa implican una responsabilidad personal de sus colaboradores. La formación, profesionalismo, diversidad y calidad de vida de los colaboradores, junto con el actuar ético, son temas en constante desarrollo en la Compañía.</p>	<p>La revolución digital, el dinamismo de la industria y las demandas de nuestros clientes y de la sociedad nos obligan a estar a la vanguardia en soluciones digitales que aporten a mejorar la calidad de vida y hacer más eficientes los procesos de otras empresas. Para ello, contamos con una estructura centrada en la innovación, representados en Wayra y el Centro I+D, con los cuales buscamos ser parte de este ecosistema y generar valor a través de nuestra experiencia en tecnología y conectividad.</p>	<p>La velocidad con la que avanzan los cambios tecnológicos y cómo las nuevas generaciones los van incorporando a su cotidianidad rápidamente son las razones fundamentales por las cuales Telefónica en Chile busca estar a la par con este ritmo. La Compañía busca apoyar a sus clientes y a toda la sociedad en el “cómo” poder aprovechar estas tecnologías de manera eficiente, responsable e inclusiva.</p>	<p>Una constante preocupación de Telefónica en Chile son sus impactos directos en el medio ambiente producto de la operación de la Compañía, así como el consumo de energía, generación de residuos y emisiones de campos electromagnéticos. Esta preocupación se expresa a través de sus soluciones digitales, otras empresas pueden minimizar sus impactos con el medio ambiente.</p>
<p>➤ ver págs. 36 a 43 y 54</p>	<p>➤ ver págs. 68 a 71</p>	<p>➤ ver págs. 48 a 53</p>	<p>➤ ver págs. 44 a 47</p>	<p>➤ ver págs. 34 y 35</p>

SOSTENIBILIDAD

¿Qué es y cómo se mide la sostenibilidad de una empresa?

G4-EN3



“ Un modelo de negocio sostenible tiene que ser respetuoso con la sociedad y transversal.

La sostenibilidad tiene que ser parte de todas las decisiones de negocio. ”

Laura Abasolo B.
Directora Telefónica Chile S.A.

Según el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), el índice más antiguo e influyente del mundo, la sostenibilidad es el, “enfoque de negocio que permite crear valor para el accionista, mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social”.

Aplicar en la Compañía esta definición ha llevado a una evolución continua y dinámica, tal como lo es la industria de las telecomunicaciones, en su forma de gestionar su negocio en relación con todos sus grupos de interés.

Son estos lineamientos con los que Telefónica en Chile debe ser capaz de generar un impacto positivo con su actividad en el progreso económico, tecnológico y social del país y ganar la confianza de sus grupos de interés, con lo cual será capaz de garantizar su propia sostenibilidad como empresa, tal como lo ha hecho durante 135 años.

Nuestros inversores nos exigen que llevemos a cabo una estrategia de negocio responsable que garantice nuestra rentabilidad a largo plazo.

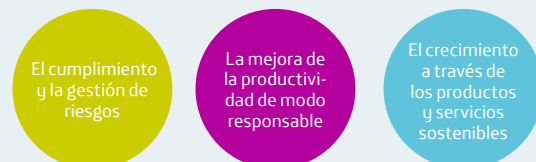
La sociedad chilena, por su parte, también nos demanda no sólo una oferta integral y excelencia en la atención, sino que también que actuemos como una empresa responsable y que contribuyamos al desarrollo social y económico.

Queremos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que las personas elijan un mundo de posibilidades infinitas. Y poniendo el foco en las personas, aspiramos a convertirnos en una Onlife Telco.









Telefónica ha desarrollado un nuevo **Plan de Negocio Responsable** centrado en:

- Ética
- Experiencia de servicio
- Proveedores
- Crecimiento económico
- Confianza digital
- Diversidad y talento
- Innovación sostenible
- Educación digital
- Medio ambiente

Este plan se materializa en objetivos concretos en tres niveles de compromiso:



En el transcurso del Informe revisaremos acciones y actividades concretas a través de las que Telefónica en Chile busca cumplir con la gestión de este Plan de Negocio Responsable desde su operación hacia la sociedad.

TEMA	INDICADOR	2013	2014	2015	DMA (enfoque de gestión)
 Ética	Denuncias Oficina de Principios de Negocio Responsable	36	23	11	Asegurar un actuar ético y responsable por parte de las personas que componen la organización.
	% Empleados formados en Principios de Negocio Responsable	-	80%	88%	Asegurar un equipo informado y capacitado en un actuar ético y responsable.
 Experiencia Servicio	ISC (Índice de Satisfacción del Cliente)	6,71	7,02	7,44	Generar una experiencia de satisfacción a los clientes.
 Proveedores	Plazo de pago (días)	49	48	-	Asegurar el cumplimiento de los compromisos acordados con nuestra cadena de valor.
	% Proveedores locales adjudicados	83%	83%	81%	Fomentar el desarrollo de la industria local con contratación de proveedores nacionales.
 Crecimiento Económico	Ingresos (MM\$)	1.709.310	1.656.255	1.696.639	Tener un modelo de negocio que permita asegurar una rentabilidad competitiva.
	Inversión (MM\$)	320.167	324.638	331.191	Capacidad de la Compañía de invertir para aumentar su capacidad de conexión y entregar un mejor servicio.
 Confianza Digital	Cobertura Poblacional 4G	-	64%	77%	Compromiso de Telefónica en Chile con la conectividad móvil.
	Capacidad Alta Velocidad en Banda Ancha	-	490.877	598.588	Compromiso de Telefónica en Chile con aumentar las conexiones en alta velocidad de banda ancha.
 Diversidad y Talento	% mujeres	34%	33%	33%	Fomentar la integración e inclusión laboral de las mujeres en la productividad.
	% menores de 30 años	6%	5%	6%	Fomentar la integración e inclusión laboral de este grupo etario en la productividad.
 Innovación Sostenible	Ventas Empresas Wayra (millones de pesos)	77,5	772	3.115,8	Contribuir al desarrollo de Chile a través de acelerar emprendimientos locales.
	Empleados Empresas Wayra	70	135	160	Aportar al crecimiento del país con iniciativas que fomenten el empleo.
 Educación Digital	% Atención Canal online	53,5%	57,8%	62,8%	Permitir a los clientes una autoatención que les de más autonomía y mejore la experiencia de servicio.
	Conexiones a Streaming	-	-	300.000	Dar acceso a oportunidades de entretenimiento masificando eventos a través de internet.
 Medio ambiente	Energía ¹ (Mwh)	-	315.173	308.722	Apoyar la disminución del impacto en cambio climático a través de la eficiencia energética.
	% Facturación Electrónica	-	74%	76%	Compromiso de Telefónica en Chile con la disminución de consumo de papel para minimizar el impacto medioambiental.

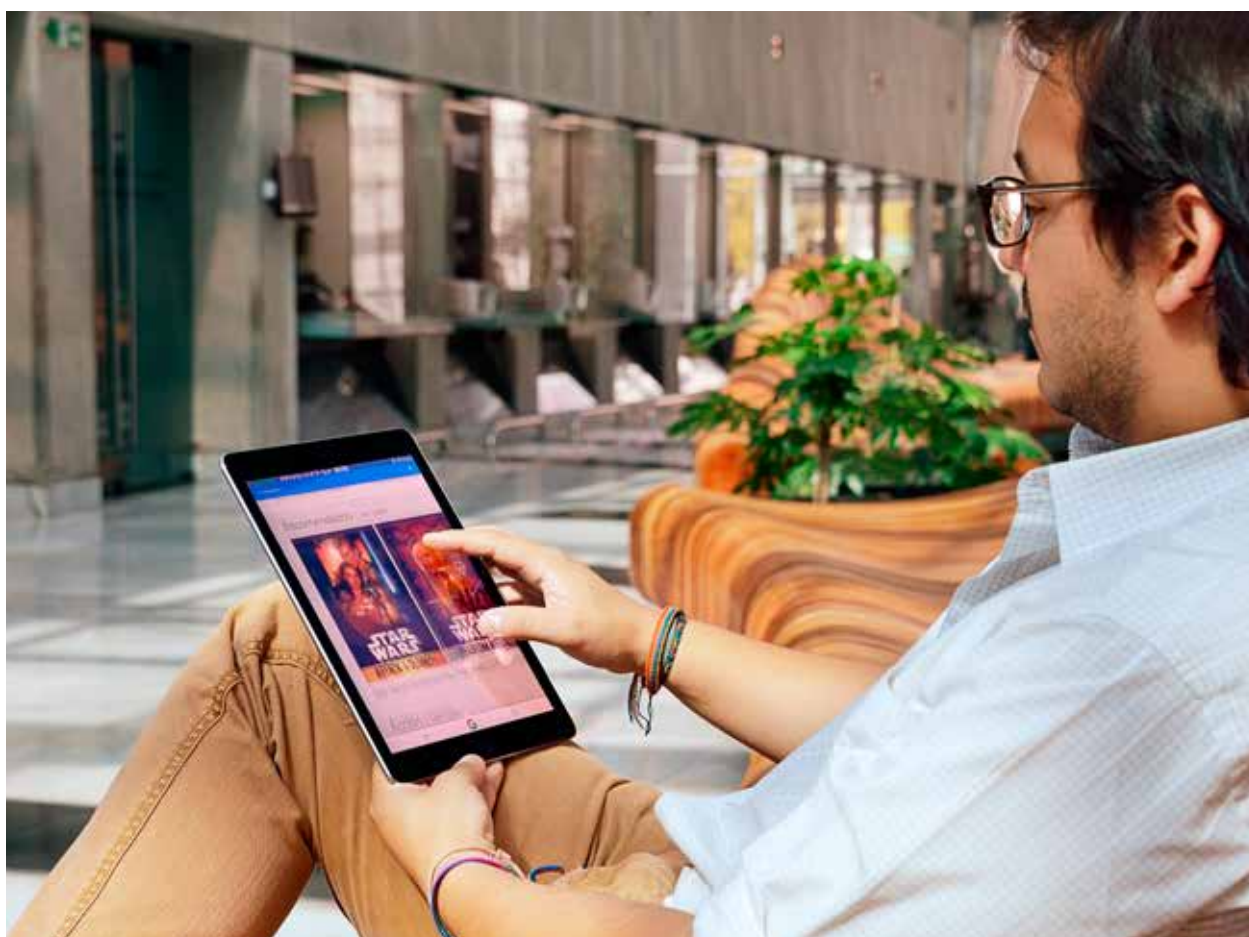
¹ Cifra 2015 en proceso de revisión por parte de AENOR.

DESPLIEGUE RESPONSABLE

Gestión *integral y eficiente*

G4-14

Cada día Telefónica en Chile confirma su compromiso con el entorno con tres ejes de preocupación en los cuales la Compañía busca un actuar responsable, yendo más allá.



La normativa local obliga a que la potencia de las zonas declaradas sensibles no supere los $10 \mu\text{W}/\text{cm}^2$, siendo la media de emisión de las antenas de Telefónica no superior a $1 \mu\text{W}/\text{cm}^2$.

CAMPOS ELECTROMAGNÉTICOS

En Chile, existe una normativa en torno a las emisiones de campos electromagnéticos que entrega un marco de acción preventivo. Esta regulación existe a pesar de que los estudios revisados, en la Organización Mundial de la Salud (OMS), descartan daños a causa de estas ondas.

Esto demuestra la preocupación e intención de Telefónica en Chile de cumplir por sobre los estándares en los que seamos evaluados.

Adicionalmente, Telefónica en Chile preparó durante el año un curso que busca que todos sus trabajadores puedan entender claramente qué son estas ondas, cómo funcionan las estaciones, cómo se desarrolla el proceso de las telecomunicaciones, entre otras materias. El objetivo es que cada colaborador tenga el conocimiento y las herramientas para aclarar dudas respecto a estos temas cuando sea necesario.

Para mayor información, la Subsecretaría de Telecomunicaciones ha puesto a disposición en su sitio web respuestas a preguntas frecuentes asociadas a este tema, en relación a la normativa vigente.

 Ver más en www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo_articulos/notas_prensa/preguntas_respuestas_nueva_ley_torres_antenas.pdf

ENERGÍA

Una de las grandes problemáticas que afecta al país es el uso eficiente de la energía.

Para Telefónica en Chile, este es un factor fundamental de gestión que nos preocupa, tanto en la administración interna de la Compañía como en generar soluciones innovadoras que permitan a otras empresas y a la sociedad en general tener consumos más eficientes y amigables con el medio ambiente. [+ ver pág. 51](#)

Desde la perspectiva interna, Telefónica lleva años desarrollando proyectos de eficiencia energética, desde el cambio de iluminación en sus edificios a LED, controles inteligentes de los consumos en tiempo real, gestión de empalmes y, desde luego, un proceso de actualización de los equipos de energía en las antenas. Estas medidas han permitido, desde 2014, multiplicar la red con el despliegue de 4G y aumentar la cobertura 3G, sin embargo, nuestro consumo energético ha disminuido un 2%.

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA: ¡NO MÁS PAPELES!

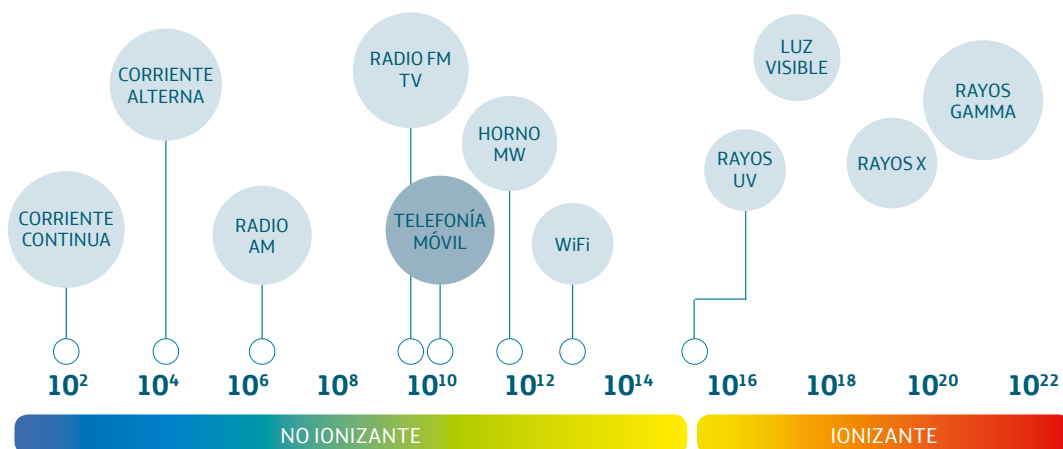
En Telefónica en Chile vemos en la facturación electrónica un modo de cumplir nuestro compromiso con la claridad de la información y el entorno.

Para ello podemos colaborar tanto desde nuestros productos y servicios hasta los puntos de contacto o información que tenemos con los clientes.

Es en este último eje que encontramos un factor clave, que no sólo nos permite entregar una mejor experiencia, sino que además aporta con el cuidado del medio ambiente.

Con este objetivo, hemos disminuido cada año la facturación física, reemplazándola por facturación electrónica. Con este compromiso paulatinamente hemos ido modificando e incentivando el cambio en el modelo de recepción de este documento de los clientes, llegando a un 76% de facturación electrónica (fija y móvil) disminuyendo en 300 toneladas el consumo de papel por este ítem.

Ondas electromagnéticas



DESPLIEGUE RESPONSABLE

Continuidad *operacional*

Telefónica Chile cuenta con la capacidad técnica y humana para mantener operativos sus servicios de telefonía fija, móvil y de banda ancha disponibles para todas las personas, independiente de las circunstancias adversas que se presenten, manteniendo siempre al país conectado.

¿QUÉ HA PERMITIDO RESPONDER EN LA CONTINUIDAD OPERACIONAL EN TELEFÓNICA EN CHILE?

- La consistencia y planificación continua.
- Un trabajo colaborativo entre las distintas áreas de la Compañía.
- Un compromiso activo focalizado en las necesidades de los clientes y la sociedad.
- Procedimientos claros de actuación.
- Definición de criterios que faciliten la toma de decisiones.
- Evaluación previa de impactos.
- Acciones correctivas asociadas como ejes principales a desarrollar para la generación de un **Plan de Actuación ante Desastres** que permita resolver de manera oportuna y eficiente las problemáticas generadas por desastres.

Vivimos en un país en el que constantemente estamos sometidos a desastres naturales que nos ponen a prueba, sobre todo en nuestra capacidad de reacción en las telecomunicaciones.



En los seis desastres naturales que hemos vivido a nivel nacional en los últimos cinco años se ha debido ejecutar el **Plan de Actuación ante Desastres para asegurar la continuidad operacional.**

Este plan ha tenido actualizaciones en los últimos años, tanto a nivel de estructura interna de la organización, como en las fases de análisis y planificación.

Así mismo, se ha actualizado el comité que se pone en marcha al momento de activar el plan, además de un continuo ajuste en las medidas comerciales, de manera de que respondan tanto a las necesidades concretas de comunicación de la sociedad, como de los criterios de atención y postventa para apoyar a los clientes en estas situaciones.

A nivel de red, se han concretado actualizaciones en procesos y procedimientos que permiten aumentar la rapidez de respuesta para restaurar los sitios móviles y fijos e implementar sistémicamente mejoras que generan acciones comerciales de manera automática y focalizada con criterios definidos en el comité de crisis.

¿CÓMO HEMOS EVOLUCIONADO PARA RESPONDER A NUESTROS CLIENTES 2010 – 2015?

- Con el fortalecimiento y formalización de un plan de actuación que se compone por líderes de distintas áreas de la organización, transformándose en un plan de la Compañía, desarrollando comités multidisciplinares en una estructura orgánica general.
- De cara al cliente, se han protocolizado las acciones comerciales, de manera de que se ejecuten de forma autónoma al momento de ser activado el plan de actuación.
- Se ha establecido un protocolo de restitución de servicios según un orden que permita asegurar el normal funcionamiento de las instituciones claves del país, así como de los clientes.
- Un modelo de seguimiento y de ejecución de actividades definidas para evaluar el impacto en los servicios de red según criticidad predefinida, sistemas, edificios y personas.
- Con la consolidación e integración los distintos planes de acción y procedimientos definidos para situaciones de emergencias.

Terremoto Septiembre 2015

A nivel de red, el **Plan de Actuación ante Desastres** permitió restituir el 80% de los sitios afectados en tres días, lo que permitió restablecer el servicio a más del 94% de los clientes en la zona afectada.

El plan permitió habilitar de manera rápida y focalizada SMS gratuitos, liberación de telefonía pública y ajustar procesos de cobranza y facturación de zona afectada.

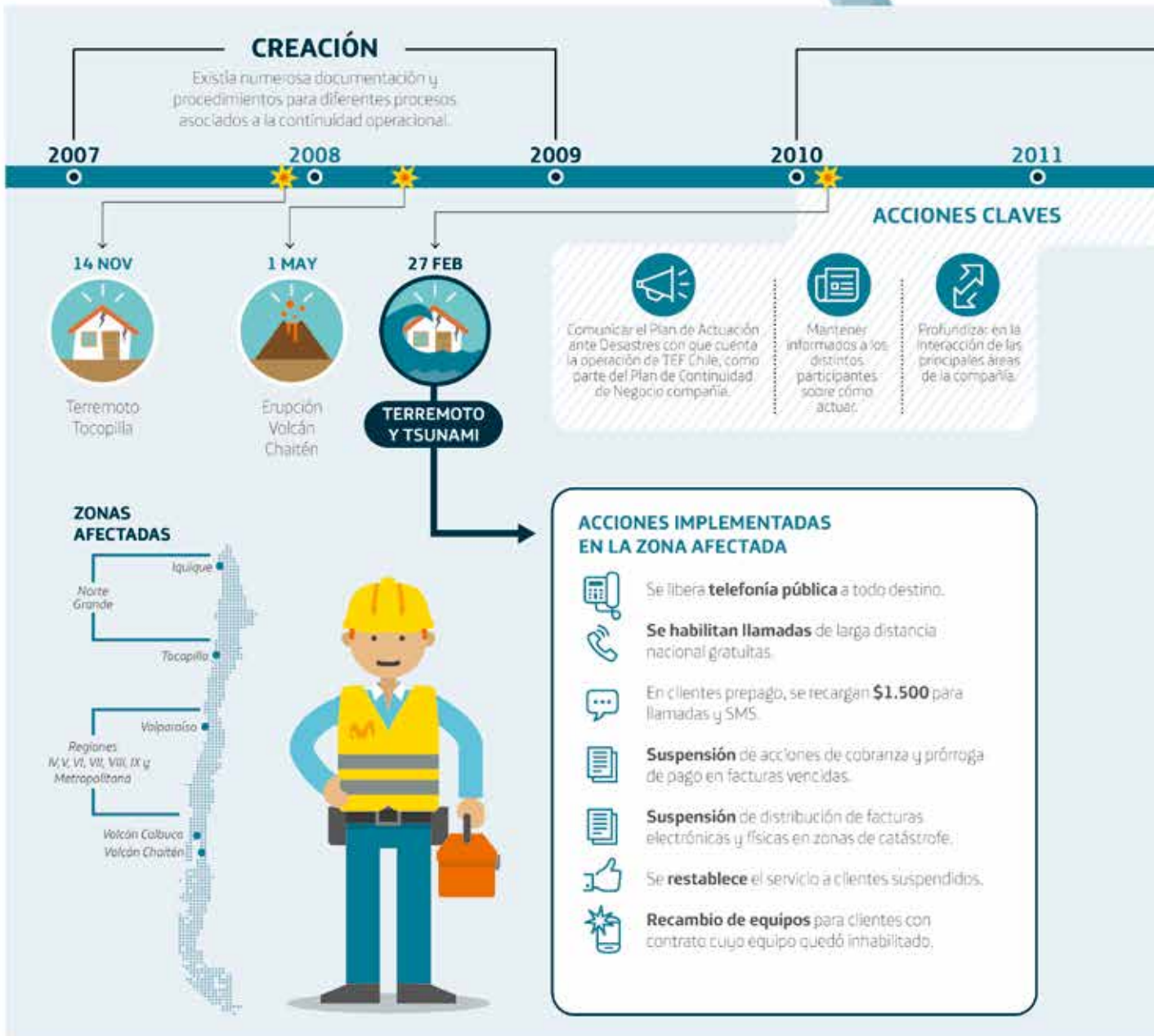


DESPLIEGUE RESPONSABLE

Plan de Actuación ante Desastres



Telefónica en Chile debe asegurar el normal funcionamiento de las telecomunicaciones a lo largo de todo el territorio nacional, para permitir que las instituciones que actúan en eventos de desastre puedan operar en forma oportuna y eficiente, manteniendo a la comunidad adecuadamente comunicada.



EL OBJETIVO

Asegurar la continuidad de las operaciones ante un desastre.

Decidir acciones de excepción comercial clientes afectados.



Red móvil presente en todas las comunas del país.



de la energía sísmica liberada a nivel mundial corresponde a Chile.



de los peores tsunamis registrados en el mundo han ocurrido en Chile.



Lluvias e incendios pueden provocar interrupciones importantes en nuestros servicios.

500

volcanes están considerados geológicamente activos en Chile



60

poseen registro eruptivo histórico.

APRENDIZAJE Y EVOLUCIÓN

Consolidación de la supervisión de redes fija y móvil, transversal nivel compañía.

2012

2013

2014

2015

2016

1 ABR



TERREMOTO NORTE GRANDE

12 ABR



INCENDIO VALPARAÍSO

23 MAR



Aluvión Norte Grande

22 ABR



Erupción Volcán Calbuco

16 SEP



TERREMOTO Y TSUNAMI IV REGIÓN

ACCIONES IMPLEMENTADAS

- Más de **500 teléfonos** públicos liberados.
- Suspensión** de toda acción de cobranza.
- Recarga gratuita de **50 SMS** para clientes prepago sin saldo a la fecha del siniestro.
- Suspensión** de distribución facturas electrónicas y físicas en zona de catástrofe.
- Instalación de servicios gratuitos** de voz, banda ancha y TV en albergues.
- Disposición de **accesos gratuitos** de wifi y llamadas nacionales.
- Recambio de equipos** para clientes con contrato cuyo equipo quedó inhabilitado.
- Suspensión** de toda acción de Televenta.
- Se **restablece el servicio** a clientes suspendidos.

ACCIONES IMPLEMENTADAS



De servicios móviles recuperado en 72 horas

- Suspensión** de toda acción de cobranza.
- Se **restablece** el servicio a clientes suspendidos.
- SMS gratuitos** para clientes prepago sin saldo.
- Suspensión** de toda acción de televenta.
- Suspensión** de envío de factura en zona de catástrofe.
- Liberación** de telefonía pública.



DESPLIEGUE RESPONSABLE

Comité de Municipios PA1

El rol de Telefónica en Chile, como aliado estratégico del desarrollo del país, nos desafía a buscar nuevas formas de aportar con soluciones concretas para todos.



AVANZAR DESDE EL DIÁLOGO

La Revolución Digital que impulsa la Compañía puede contribuir notablemente a la satisfacción de aspiraciones ciudadanas, a través de soluciones digitales amigables y de alto impacto en la vida diaria de personas.

Es así que como en nuestra permanente relación con las municipalidades hemos identificado diferentes necesidades que inciden en la calidad de vida de los vecinos y funcionarios, y aportan al mejor cumplimiento de los fines del gobierno local.

Para ello, estamos trabajando en nuevas formas de relacionarnos, escuchar y empatizar con las municipalidades y los vecinos.

Una de ellas es compartir experiencias y aprendizajes con quienes desde diferentes áreas de la empresa sostienen una relación permanente con los municipios. Este vínculo se ha construido porque la municipalidad es usuario de nuestros servicios; en su territorio existe infraestructura de nuestra red de telecomunicaciones, edificios de oficinas o sucursales, o porque se ha forjado una cercana

relación con autoridades y vecinos a través de los diversos programas sociales de Fundación Telefónica.

En 2015 nos enfocamos en constituir el Comité de Municipios, instancia interna de coordinación para conocer y responder de mejor manera a los gobiernos locales.

Con reuniones periódicas, las distintas áreas de la empresa se coordinan en esta mesa interna para hacer sinergias orientadas a descubrir las necesidades de las municipalidades y ofrecerles innovadoras soluciones digitales.

Así mismo, se busca avanzar en un diálogo institucional maduro y transparente que nos ayude a construir una relación fluida, que concierte los legítimos intereses de la municipalidad y de la empresa en materias como armonía urbana, más y mejor cobertura de telecomunicaciones y eficiencia de nuestros programas de contribución social.

Cachiyuyo: de las telecomunicaciones a la conectividad

En esta emblemática localidad de la Región de Atacama renovamos nuestro compromiso con la conectividad digital del país. Por ello el lanzamiento de la primera señal experimental de 4G en banda 700MHz, red que permite mejorar de manera considerable la cobertura de internet móvil fue realizado en Cachiyuyo, que deja de ser el ícono de las telecomunicaciones para convertirse en el símbolo de la conectividad con esta tecnología, representando el camino recorrido por la Compañía y el país en estos 25 años.

¿POR QUÉ CACHIYUYO?

En 2015 se cumplieron 25 años del teléfono público en esta localidad, que fue registrado en la histórica publicidad que convirtió a Cachiyuyo en un ícono de las telecomunicaciones.

¿POR QUÉ AHORA?

Tras dos años de despliegue, en el marco de las contraprestaciones de la licitación de la banda 2600 MHz, se cumplió el compromiso de conectividad 3G a zonas rurales.

Tecnología a disposición de las personas

La nueva red 4G alcanza velocidades 10 veces superiores a la conectividad actual, lo que permite:



“ Cachiyuyo es una zona ícono de la evolución de la telefonía en nuestro país, una localidad que refleja la realidad de muchas otras que gracias a la conectividad digital fortalecen su desarrollo económico y social.

Andrés Gómez-Lobo E., ministro de Transporte y Telecomunicaciones

Estamos muy contentos de seguir avanzando en favor de la conectividad del país, mediante gestiones entre los sectores público y privado.

Pedro Huichalaf R., subsecretario de Telecomunicaciones

Siempre los avances que benefician a nuestra comunidad son importantes, pero esto tiene una relevancia mucho mayor, ya que los beneficiados serán familias de nuestro querido Cachiyuyo.

Cristian Tapia R., alcalde de Vallenar

Hoy Cachiyuyo refuerza su conectividad 3G y da la bienvenida a esta señal 4G en banda 700 MHz, tecnología de alta velocidad para que en Cachiyuyo también puedan elegir todo en la sociedad digital. ”

Roberto Muñoz L., gerente general Telefónica en Chile

NUESTRO NEGOCIO

¿Cómo y dónde nos conectamos

G4-PA4

En la actualidad, en Chile hay cerca de 7 millones de smartphones y en promedio desbloqueamos el celular 100 veces al día. Esto significa que los teléfonos móviles son cada vez más importantes en nuestra vida diaria, para informarnos, entretenernos o comunicarnos.

Según el Informe Trimestral de septiembre 2015 de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), la participación en telefonía móvil de Movistar corresponde al 37,44%, la mayor del mercado, por lo que cobra gran importancia conocer a fondo los comportamientos de los usuarios en este ámbito.

El área de Big Data de Telefónica en Chile realizó un estudio del usuario móvil en su red (sin considerar el tráfico por WiFi), en donde se analizó el comportamiento en el plan de datos de 500 mil usuarios.

Algunos de sus hallazgos más importantes corresponden a tiempos de uso y aplicaciones o sitios web visitados.

El horario de mayor uso de aplicaciones desde el celular comienza a las 18 horas y termina a las 22 horas.

Además, se identificó que la mayor audiencia de *streamings* se da los domingos, entre las 19 y 21 horas, el mismo horario en que se dispara el uso de WhatsApp y las otras aplicaciones.

INFORME DEL ÁREA DE BIG DATA DE TELEFÓNICA EN CHILE: *Tiempo de uso diario de las siguientes aplicaciones en el móvil*



Sólo por estas siete aplicaciones los chilenos utilizaron su móvil por cerca de **cuatro horas al día** (tres horas y 42 minutos).

Telefónica

 movistar


Sigue los consejos de Movistar para comunicarte en casos de emergencia



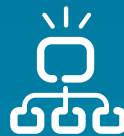
1. Identifica las emergencias más comunes que podrían ocurrir en tu hogar, barrio y ciudad.



6. Incorpora a tu Kit Básico de Emergencia cargadores de celulares alternativos como solares, a dínamo o baterías portátiles recargables.



2. Crea un grupo de Whatsapp con tus seres queridos.



7. Recuerda que las redes no tienen capacidades infinitas; son como una carretera que se congestiona cuando aumenta el tráfico. Ayúdanos a generar conciencia entre tus cercanos para hacer un uso razonable de éstas ante una emergencia.



3. Privilegia enviar mensajes de texto (SMS) por sobre las llamadas telefónicas.



4. En el caso de que sea urgente realizar llamadas, intenta que sean de corta duración.



5. Mantén siempre cargada la batería de tu teléfono móvil. Si no hay electricidad ni redes, puedes usarlo para sincronizar la radio y saber lo que está ocurriendo.

Una Familia Preparada es una Familia Comunicada.

Ante una emergencia infórmate con nosotros a través de **@AyudaMovistarCL**



NUESTRO NEGOCIO

Conectamos a Chile *con nuestra red*

Para Telefónica en Chile es fundamental poner a disposición de todas las personas el acceso a internet.

Nuestro compromiso con la sociedad nos impulsa a poner a disposición de las personas todas las formas posibles de comunicación y accesibilidad, de manera de que nuestros clientes elijan cómo, cuándo y dónde conectarse para acceder al contenido que prefieran.

Para lograrlo, nuestro plan de inversiones nos permite tener la **capacidad de conectar a más de 1.400.000 hogares con internet**. De esta manera, nuestros clientes pueden elegir los productos que mejor satisfagan sus necesidades.

A través de nuestro despliegue en las tecnologías ADSL, y fibra óptica ofrecemos a todas las regiones y comunas donde estamos presentes a lo largo del país acceso a los servicios de banda ancha y alta velocidad a clientes residenciales, pymes y empresas, así como también a proveedores de internet.

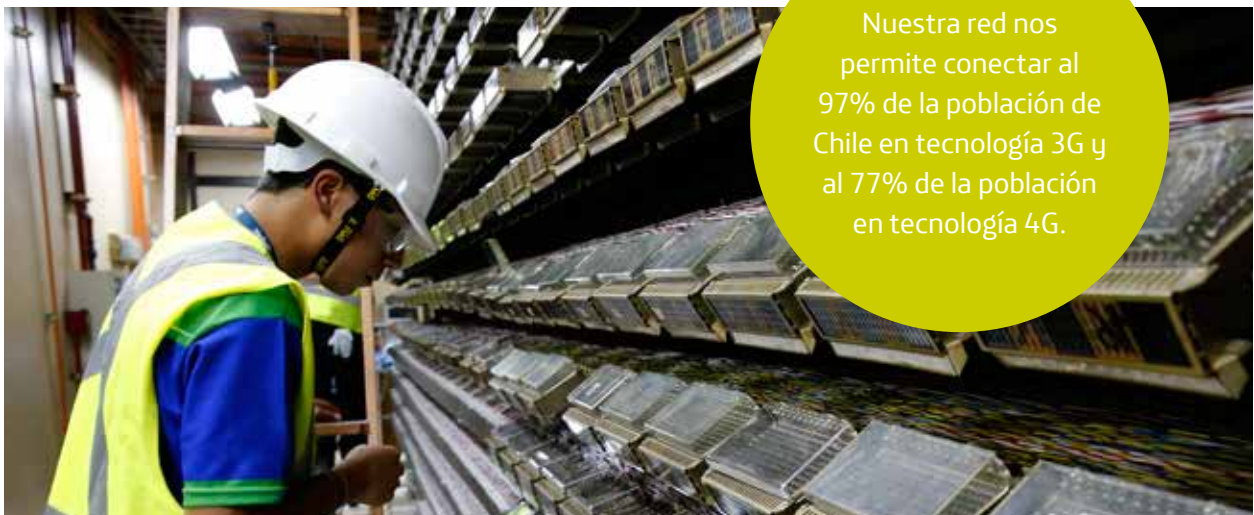
Desde 2014, se ofrece banda ancha satelital en aquellas zonas en la que debido a las condiciones geográficas de Chile hay baja cobertura de red.

Cabe destacar también el desarrollo de nuevos servicios, como IPTV (televisión digital a través de internet), que ha impulsado el crecimiento del servicio de banda ancha de alta velocidad a través de fibra óptica.

Adicionalmente, nuestros clientes tienen a su disposición un plan multimedia para navegación ilimitada a través del móvil que permite, mediante la transmisión de datos a través de internet, acceder a correo electrónico, navegación, descarga de videos y aplicaciones, streaming de audio y video, uso de redes sociales y pagos electrónicos, entre otros. Este servicio está disponible desde un umbral de 1 GB hasta 10 GB, con tecnología 4G.

Durante 2015 nuestros clientes móviles fueron beneficiados con un "Mega Plan", en el cual se efectuó el aumento de velocidad en la navegación y la ampliación de minutos de voz, de manera de entregar una experiencia en nuestra red cada vez más excepcional y diferenciadora.

Con las tecnologías 3G y 4G también podemos entregar conexión en cualquier lugar, a través de banda ancha móvil, con umbrales que van desde 1,2 GB hasta 14 GB. Este servicio también nos permite cumplir nuestro anhelo de llevar la banda ancha a todas las personas a lo largo de Chile.



Nuestra red nos permite conectar al 97% de la población de Chile en tecnología 3G y al 77% de la población en tecnología 4G.

NUESTRO NEGOCIO

¿Qué puedes hacer con tu plan Movistar?



La vida digital nos motiva a estar siempre conectados. Por eso, los planes Movistar te entregan toda la conectividad que necesitas. ¿Cuántos mails puedes enviar en un día? ¿Cuántos minutos puedes estar conectado en redes sociales? ¿O cuántas canciones puedes escuchar en Napster?

	PLAN S	PLAN M	PLAN L
Navegación básica en páginas web: bancos, servicios, diarios, etc.	✓	✓	✓
Leer, recibir y enviar correos.	✓	✓	✓
Navegación en redes sociales.	✓	✓	✓
Compartir y visualizar fotos, música y videos en calidad estándar (SD).	✓	✓	✓
Compartir y visualizar fotos, música y videos en calidad Full HD.		✓	✓
Conexión de distintos tipos de dispositivos (smartphones, computadores y tablets) de manera simultánea.			✓
Juegos en línea para PC o consolas.			✓
Conecta hasta 16 dispositivos de manera simultánea.			✓
Utiliza servicios de hogar inteligente, tales como: cámaras de video vigilancia, control de iluminación remota, inventario, etc.			✓



¿Qué puedo hacer al mes con 500 GB?



Descargar 710 películas

aproximadamente (en promedio, una película en HD pesa 700MB)



Escuchar 100.000 canciones

(si una canción en promedio pesa 5 MB)



Escuchar unas 10.000 horas

de música por streaming



1.000 publicaciones

en redes sociales al mes



NUESTRO NEGOCIO

Movistar TV

transmisiones de eventos online

Los fanáticos de la música y los deportes ya no necesitan comprar entradas para disfrutar de sus eventos favoritos. Las transmisiones por streaming se han convertido durante el último año en una alternativa para quienes prefieren ver un concierto o un evento deportivo desde la comodidad de sus dispositivos móviles o de su escritorio, en todo Chile.



El acceso a smartphones de última generación e internet de alta velocidad, ha sido clave para la masificación de los eventos online, que Movistar Chile lidera con la tecnología 4G y Fibra Óptica.

La masificación de eventos online ha permitido que plataformas como Movistar TV (www.movistarchile.tv) lideren las transmisiones, que en algunos eventos superaron las 20 mil personas en línea.

Movistar TV debutó en 2013, con la presentación del pianista chino Lang Lang en el Teatro Municipal de Santiago. Esta herramienta multiplataforma está disponible en la aplicación del Club Movistar y en el canal 100 de Movistar TV.

A dos años de su lanzamiento, ya son más de 300 mil las personas que han visto los streamings por Movistar TV.

En octubre de 2015, la plataforma acumulaba más de 40 transmisiones online. Entre ellas destacan los conciertos que se transmitieron desde el Movistar Arena en 2015.

El streaming de Movistar TV contempla el rango completo de calidad de imagen, desde transmisiones en 240p hasta 1080p (full HD), adaptándose a la capacidad de navegación del equipo que se conecte. En la actualidad, la plataforma puede transmitir conciertos a más de 100 mil personas simultáneamente sin tener un desmedro en su calidad.

Movistar TV integra programas previos a las transmisiones de conciertos y deportes, donde presentan entrevistas exclusivas y premios para la audiencia, además de beneficios exclusivos para clientes Movistar.

Canal **100** de **Movistar TV** transmite el 95% de los eventos musicales online en Chile.



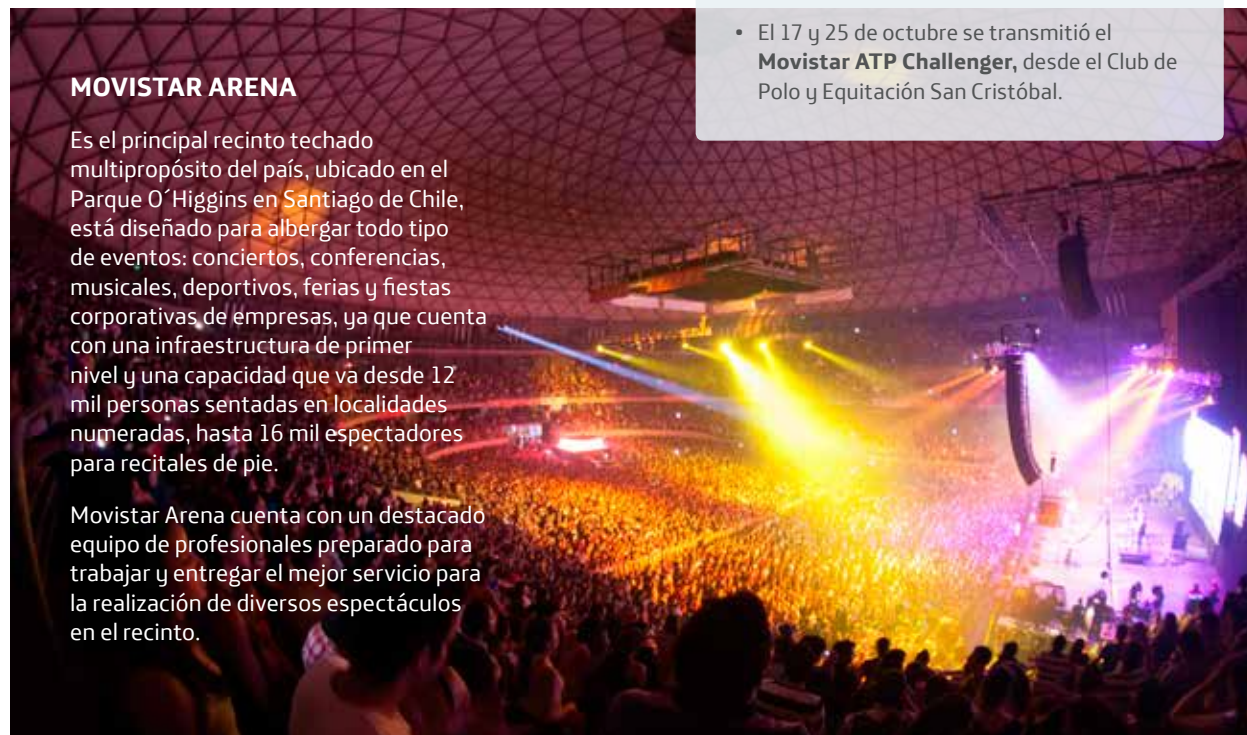
EVENTOS DESTACADOS DE 2015

- **Blur:** el streaming desde el Movistar Arena tuvo una audiencia de más de 15 mil personas. De ellas, un 50% vio la transmisión en su teléfono móvil.
- **Festival Movistar Primavera Fauna:** único festival del mundo que transmite todos sus shows, durante 16 horas ininterrumpidas. La transmisión incluyó los shows de The Cardigans, Morrissey, Explosion in the Sky, entre otros.
- **Rock en fiS (Festival Internacional de Innovación Social):** concierto que reunió a Javiera Mena, Francisca Valenzuela y Manuel García, junto a otros artistas. Se transmitieron además sus otras actividades por streaming.
- El 17 y 25 de octubre se transmitió el **Movistar ATP Challenger**, desde el Club de Polo y Equitación San Cristóbal.

MOVISTAR ARENA

Es el principal recinto techado multipropósito del país, ubicado en el Parque O'Higgins en Santiago de Chile, está diseñado para albergar todo tipo de eventos: conciertos, conferencias, musicales, deportivos, ferias y fiestas corporativas de empresas, ya que cuenta con una infraestructura de primer nivel y una capacidad que va desde 12 mil personas sentadas en localidades numeradas, hasta 16 mil espectadores para recitales de pie.

Movistar Arena cuenta con un destacado equipo de profesionales preparado para trabajar y entregar el mejor servicio para la realización de diversos espectáculos en el recinto.



NUESTRO NEGOCIO

Innovación *en Telefónica en Chile*

G4-TA2 · G4-15

Ser una empresa de telecomunicaciones digital significa contar con soluciones que acerquen la tecnología a las personas, a sus comunidades y organizaciones, respondiendo a sus intereses y anticipándonos a sus necesidades de manera creativa y oportuna.

La innovación adquiere un rol determinante. En Telefónica en Chile estamos mirando al futuro y somos conscientes de este desafío. Por eso potenciamos los espacios concretos en que se desarrollen productos, servicios e ideas innovadoras para aportar al crecimiento de los niveles de productividad de nuestro país.

Telefonica Open Future es un programa global diseñado para conectar a emprendedores, *startups*, inversores

y organizaciones, en el primer espacio de *coworking* en Chile abierto a emprendedores nacionales y extranjeros. En este espacio se fomenta la co-creación entre pares, el *networking* y el surgimiento de nuevas empresas con potencial global. Es el epicentro de la innovación y emprendimiento en nuestro país.



CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (I+D) DE TELEFÓNICA EN CHILE

En España, Telefónica I+D (Investigación y Desarrollo) cumplió 25 años, lo cual nos permite compartir y acceder a la experiencia y los conocimientos que ya se han desarrollado.

Con este espíritu, nace en mayo de 2015 el Centro de Excelencia Internacional Telefónica en Chile Investigación y Desarrollo (I+D), un espacio para la innovación, la colaboración y la creatividad con estándares internacionales.

El Centro I+D Chile es una iniciativa público-privada, en colaboración con la Corporación de Fomento y de la Producción (Corfo) y la Universidad del Desarrollo. El primero de estos espacios de Telefónica en Latinoamérica,

trabjará en red y aprovechará los resultados de los otros nueve centros de I+D de Telefónica en el mundo, para contribuir y facilitar el desarrollo de nuevos productos y servicios.

El Centro I+D busca contribuir y facilitar el desarrollo e investigación de los nuevos productos y servicios que utilizaremos en los próximos 20 años, basando la investigación en las nuevas tecnologías, con foco en el mundo digital e Internet de las Cosas.

Uno de sus principales objetivos es mejorar la productividad y competitividad de la industria nacional y así la calidad de vida de las personas.

Los ejes de trabajo del Centro son:



Minería

El Sistema de Operaciones Sustentables busca medir, visualizar e interrelacionar variables para reducir el consumo de agua y energía, mejorando la eficiencia y productividad en las faenas.



Agroindustria

Se está trabajando en el monitoreo y relación de variables agronómicas en forma remota, tales como vientos, temperatura y humedad, que generen un modelo predictivo de riego para optimizar el uso del agua y predecir los cultivos más rentables.



Ciudades Inteligentes o Smart Cities

Contempla el desarrollo de un proyecto en conjunto con las autoridades de la Subsecretaría de Transportes para realizar un modelo origen-destino de los traslados en Transantiago, para reducir los tiempos de traslado y mejorar la calidad de vida de las personas.



WAYRA CHILE

Es la aceleradora de *startups* digitales de Telefónica Open Future en Chile, que ayuda a los mejores emprendedores a crecer y formar empresas de éxito.

Al acelerar con WAYRA, los emprendedores reciben apoyo financiero y un espacio de trabajo único en la academia de Chile. La posibilidad de participar del Demo Day al fin del ciclo de aceleración y de acceder a millones de clientes de Telefónica con su alcance global.

WAYRA está presente en: España, Reino Unido, Alemania, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Venezuela y Estados Unidos. Gracias a una alianza con Virtue Inno Valley, la incubadora tecnológica líder de China, también estamos presentes en Asia.

Actualmente,
16 empresas
forman parte
del portafolio de
WAYRA Chile.

WAYRA ofrece a los innovadores: servicios de aceleración, asignación de mentores, networking y acceso a Telefónica. Sin lugar a dudas, el mayor valor de Wayra está en el soporte de Telefónica, capturando sinergias y encontrando oportunidades de negocios con una de las Telcos más grandes del mundo.

La fórmula WAYRA es construir un portafolio de empresas con alto potencial y sumarles todo el valor de estar junto a Telefónica.

NUESTRO NEGOCIO

Innovación *que transforma* G4-15

Creemos que el desarrollo de Internet de las Cosas (*Internet of Things*, IoT) que buscamos en el Centro I+D va a generar una transformación profunda en nuestra sociedad que va a cambiar nuestra relación con el mundo que nos rodea.



IoT

IoT se refiere a la capacidad de los objetos de comunicarse entre sí y con las personas, entregando información que se almacena y procesa para generar soluciones a problemas específicos.

Internet de las Cosas es calificado a nivel mundial como la tercera gran ola tecnológica, luego de la masificación del computador y de internet.

Esta comunicación entre los objetos produce una cantidad incuantificable de datos que generan, a su vez, nuevos desafíos y oportunidades en su utilización y procesamiento.



BIG DATA

Big Data es un concepto que hace referencia a la generación, acumulación y procesamiento rápido y eficaz de grandes cantidades de datos como resultado de avances tecnológicos, tales como IoT.

La explosión de los datos está transformando transversalmente nuestro día a día, en áreas como la política, la sociedad, las relaciones interpersonales, la economía, la ciencia e incluso el arte.

El trabajo que se realiza en el Centro I+D se desarrolla sobre la plataforma FI-WARE.



Smart Mining

Gestión de Eficiencia Energética

El prototipo Smart Mining desarrollado en 2015 consiste en una solución web para planificar la eficiencia energética en la operación minera. Se podría considerar la evolución de los reportes de Business Intelligence, reemplazando asesorías especializadas.

- Utilizando un lenguaje cercano y mediante un asistente virtual, la solución entrega analíticas del comportamiento de consumo eléctrico de una planta minera, a nivel de procesos, sub-procesos y sistemas puntuales.
- Monitorea variables eléctricas de interés mediante una interfaz simple e intuitiva y configura alertas para valores fuera de rango.
- La aplicación provee de valiosos datos sobre el comportamiento energético, analizando información y patrones, para tomar las medidas correctas en la operación minera.



Smart Agro

Eficiencia Hídrica

Durante 2015 se desarrolló un primer prototipo de Smart Agro que entrega una solución de eficiencia hídrica para el riego.

- La aplicación móvil nativa en Android entrega información relevante para la toma de decisiones en el campo.
- Recopila datos de sensores de humedad de suelo y de clima en tiempo real, los cuales se almacenan en la nube para su posterior utilización.
- La principal funcionalidad es un modelo predictivo que entrega al agricultor recomendaciones, vía email o SMS, de cuándo y cuánto regar su cultivo y de eficiencia de los cultivos de acuerdo al tipo de suelo.



Smart Cities

EMOD: Encuestas Matrices Origen Destino

Es una herramienta web que permite conocer información sobre movilidad urbana, en distintas zonas geográficas, en tiempo real. Entrega más y mejor información sobre viajes pasados, presentes y futuros para tomar decisiones de gestión, diseño e inversión.

- Es una herramienta de gestión en tiempo real para planificadores y operadores de sistemas urbanos (públicos y privados).
- Entre otras funciones EMOD permite:
 - Monitorear flujo de personas y funcionamiento de sistemas de transporte.
 - Medir velocidades de viajes.

.....

El Modelo Analítico de Movilidad Urbana de Telefónica (MAMUT) es un modelo que permite correlacionar diversas fuentes de información. Esta solución da vida a EMOD, pero también podrá ser aplicada a proyectos de infraestructura de transporte, estimaciones de demanda de pasajeros y estimaciones de demanda del metro.



FI-WARE

FI-WARE es una plataforma totalmente abierta para facilitar la creación de nuevas aplicaciones, utilizando las oportunidades que entrega IoT.

Con ello se busca entregar una estructura abierta, pública y libre de restricciones, la que permitirá a los desarrolladores, proveedores de servicios, empresas y otras organizaciones, crear productos digitales que satisfagan las necesidades de las diversas industrias y usuarios, sin dejar de ser abiertos e innovadores y acortando los ciclos de vida del desarrollo de nuevas tecnologías.

- La plataforma FI-WARE ofrece soluciones en aspectos como el almacenamiento, acceso, procesamiento, publicación y análisis tanto de contenidos multimedia como de datos a gran escala, la co-creación de aplicaciones y contenidos, el desarrollo de interfaces de usuario avanzadas con capacidades 3D y de realidad aumentada, entre otras problemáticas.
- La principal característica de la plataforma desarrollada es que tiene un enfoque productivo.
- FI-WARE proporciona capacidades avanzadas basadas en el estándar abierto OpenStack.
- Los desarrolladores generan aportes a FI-WARE mejorando enablers específicos. Adicionalmente se ofrece una gran librería de enablers genéricos (Generic Enablers) que facilitan el desarrollo de aplicaciones en múltiples sectores. Los enablers son los "habilitadores" que conectan los objetos con las aplicaciones creadas en FI-WARE.
- Las especificaciones de la plataforma FI-WARE son públicas y libres de royalties, lo que facilita la aparición de múltiples proveedores, evitando que los emprendedores queden atados a un proveedor concreto.
- La plataforma IoT actualmente alberga las soluciones desarrolladas en el Centro I+D en Agricultura (Smart Agro), Ciudades inteligentes (Smart Cities) y Minería (Smart Mining).

NUESTRO NEGOCIO

Estrategia de Seguridad de la Información

Los ataques informáticos, que generan pérdidas multimillonarias, se incrementan en fechas especiales del comercio y según el contexto político y social.

Según el **Reporte de Seguridad Cibernética e Infraestructura Crítica de las Américas de 2015**, a escala global, las dos principales tendencias en el crimen cibernético son:

- > El fraude con motivaciones económicas y políticas
- > Los ataques contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de la información.

En el último año, Chile ha tenido un aumento exponencial de ataques informáticos a empresas. Esto da cuenta de una cultura de comercio electrónico que se masifica cada vez más, lo que trae consigo un aumento en los desafíos de seguridad de estas operaciones, así como de los resguardos de la información de los usuarios.

En 2013 se registraron 450.000 ataques en línea, lo que devino en pérdidas por fraude de US\$5,9 mil millones alrededor del mundo. (Fuente RSA).

Según estudios realizados por Telefónica, estimamos que un 40% de los computadores actuales están infectados y podrían ser utilizados para ataques. Por ello, es muy relevante el rol de la seguridad de dicha información, puesto que cada equipo es una puerta de entrada para que los ataques logren ingresar a las organizaciones.

Nuestro mayor valor agregado es, sin duda, que los ciber ataques dirigidos a nuestros clientes pasan por la red de Telefónica en Chile antes de llegar a ellos, por lo que podemos brindar un servicio de conectividad seguro y diferenciador.

Por esto, Telefónica desarrolló su **Estrategia de Seguridad de la Información**, basada en la experiencia y globalidad de la Compañía, junto con soluciones propias que operan sobre nuestra red.

La **Estrategia de Seguridad de la Información** de Telefónica en Chile está basada en cuatro fortalezas:

1

Experiencia internacional: de una compañía multinacional como Telefónica.

2

Soluciones propias: innovación y desarrollo de productos únicos.

3

Redes propias: sobre las que operan nuestras soluciones.

4

Globalidad e integración: trabajo global, coordinado e integrado con los Centros de Operación de Seguridad para clientes (SOC).

INVERSIONES

Para la implementación de su estrategia global de Seguridad de la Información, la Compañía ha invertido más de US\$57 millones, lo que nos permite potenciar nuestra oferta con el respaldo, conocimiento y experiencia de Telefónica.



RED GLOBAL DE SEGURIDAD INTEGRADA

Centros de Operación de Seguridad para clientes (SOC).

Formamos parte de una red de más de 30 centros de seguridad alrededor del mundo.

Tenemos nuestros propios SOC en Chile y en todos los países donde operamos.

Además, hemos desarrollado una Red de Centros de Operaciones de Seguridad Avanzados dirigidos a nuestros clientes (ASOC) global y coordinada, con presencia en Chile, Brasil, Argentina, Colombia, Estados Unidos y España.

Entre otras operaciones, en el Centro de Operaciones de Seguridad de Chile se realiza:

- > Prevención de ataques cibernéticos contra redes y sistemas.
- > Colaboración en investigaciones relacionadas con el Cibercrimen.
- > Coordinación de acciones de prevención y respuesta a incidentes de ciberseguridad.

Tenemos capacidad para atender a grandes empresas y pymes del país con:

- **CONSULTORÍA:** que apunta a optimizar las prácticas de nuestros clientes.
- **SOLUCIONES DESDE LA RED:** que nos permite ofrecer Redes Limpias.
- **SOLUCIONES DE SEGURIDAD GESTIONADA:** para cuidar el equipamiento de seguridad de nuestros clientes, analizando su funcionamiento y realizando, actualizándolo y analizando el tráfico que pasa por ellos.
- **SEGURIDAD EN EL END POINT:** es decir, en los dispositivos como celulares o computadores.
- **CIBERSEGURIDAD:** advertimos sobre información crítica que pasa por nuestra red; analizamos APPS del mercado que han sido modificadas para generar malware y entregamos informes personalizados sobre temas importantes del sector.

Nuestras soluciones brindan estabilidad. Los servicios de Seguridad informática de Telefónica en Chile proveen servicios desde la red, protegen las comunicaciones y dan solución a problemas de seguridad con soluciones globales, que finalmente otorgan estabilidad financiera a las empresas y tranquilidad a las distintas organizaciones políticas y sociales.



NUESTROS CLIENTES

Security Day

CONSEJOS SECURITY DAY:

Revisar los permisos que las aplicaciones móviles nos solicitan previo a instalarlas en nuestros teléfonos móviles, y si no nos parece coherente con las funcionalidades que nos ofrecen, desistir de su instalación.



Ingresar nuestros datos personales estrictamente necesarios y sólo en sitios web cuya dirección comience con HTTPS.



Navegar y bajar contenidos únicamente desde sitios de confianza.



Configurar las opciones de privacidad en nuestras cuentas de redes sociales.



Evitar conectarnos a las páginas de servicios bancarios desde Wifi públicas.



El foco de Telefónica en Chile es generar conciencia en los colaboradores con temas de seguridad de la información tanto de nuestra empresa como en el ámbito personal. Para esto, el 22 de octubre se realizó el Security Day 2015.

El Security Day es un día que se instauró hace tres años en Telefónica en Chile para compartir diferentes charlas y dar a conocer nuevos productos y servicios, a fin de concientizar en los riesgos de seguridad a los que nos exponemos cuando interactuamos con las nuevas tecnologías y compartimos nuestra información en internet.

José María "Chema" Alonso, CEO de Seguridad Global de Telefónica, invitó a los asistentes a aprovechar las sinergias entre los diversos productos que han desarrollado, para proteger las redes de nuestros clientes empresas y la información que viaja a través de éstas.

Pero no basta con ellos y nosotros en Telefónica en Chile debemos ser los embajadores de la seguridad utilizando productos propios de Telefónica, entre otras herramientas disponibles.

Para Telefónica en Chile, la seguridad de la información es un pilar fundamental no sólo de cara a proteger nuestra propia información, sino también orientada al desarrollo de soluciones tecnológicas que permitan brindar los servicios de red que otorgamos a nuestros clientes de corporaciones de manera confiable.

En Telefónica en Chile todos los colaboradores debemos sensibilizarnos sobre la protección de la información, conocer el marco normativo que nos rige en este ámbito e incorporar hábitos de seguridad que apoyen nuestro cambio cultural.

NUESTROS CLIENTES

Todo por el cliente

G4-PR5

En 2015 la Compañía mantuvo su compromiso con mejorar cada día la experiencia con los clientes.

Promesa Cliente 1

SOMOS MÁS POR NUESTROS CLIENTES

Telefónica en Chile, a través de Movistar, focalizó sus esfuerzos en la búsqueda de mejorar continuamente la experiencia de sus clientes con un Plan de Calidad. Esta iniciativa apunta a cubrir las variables básicas de calidad, de acuerdo a las necesidades actuales de satisfacción de los clientes y de desempeño de nuestra gestión.

Con estas bases sentadas, el Plan de Calidad alcanzó un resultado de 7,44 en el ISC de 2015, indicador con el que buscamos generar una experiencia memorablemente satisfactoria para nuestros clientes, para que ellos promuevan a Movistar y nos consideren como la mejor empresa de telecomunicaciones de Chile.

¿Qué es el ISC?

Es el indicador que mide la satisfacción global de los clientes en relación a nuestra Compañía. Se aplica en todas las operadoras de Telefónica.



Los últimos resultados en el ISC han sido:

- 2012: 6,62
- 2013: 6,71
- 2014: 7,02
- 2015: 7,44

Modelo de medición de ISC

Escala de 1 a 10





Promesa Cliente 2

¿CÓMO BUSCAMOS TRANSFORMAR LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES?

En Telefónica en Chile tenemos como principal foco de trabajo la experiencia de nuestros clientes, transformándola a través de cada uno de los puntos de contacto.

Buscamos que esta experiencia sea homogénea y consistente, a través de distintos programas y proyectos, lo que nos desafía a implementar distintas acciones con el objetivo de entregar cada día un mejor servicio de atención a los clientes.

Esta transformación implica gestionar los puntos de contacto que tenemos con los clientes, llevándolos a nuevos límites de eficacia, eficiencia y resolutivez, con lo cual mejoraremos su confianza, aumentamos la capacidad de conectarnos con ellos en sus necesidades, desarrollando una comunicación actualizada en la relación con nuestros productos y servicios que permitan asegurar la excelencia en la atención con un actuar ético, responsable y transparente.



Campañas y Comunicaciones



Sucursal



Contact Center



Canal Web



Terreno



Instalaciones y reparaciones de servicios fijos

Esta operación es ejecutada en todo el territorio nacional con el apoyo de empresas colaboradoras que prestan dicho servicio, consistente en la instalación y reparación de los productos:

- Banda ancha en sus distintas tecnologías (ADSL, Fibra óptica, Satelital)
- Voz
- Televisión (Satelital, IP).

La gestión de esta fuerza de trabajo se realiza a través de un WFM (work force manager), que nos permite:

- Asignar la actividad a los técnicos de acuerdo a los compromisos de atención asumidos con nuestros clientes.
- Seguimiento en línea y tiempo real del avance de los trabajos asignados y realizados por cada uno de los técnicos.
- Aseguramiento del término con los clientes una vez finalizados.

Contact Center

Esta transformación en nuestros canales nos lleva a concretar una estrategia de contacto de postventa clara. Para ello desarrollamos un modelo de contact center que nos permita:

- Entregar en primera línea mayores resoluciones a los clientes.
- Disminuir los tiempos de espera.
- Desarrollar y capacitar a los ejecutivos a un perfil "digital" para complementar las formas de contacto.
- Mejorar la comunicación entre los distintos canales.

Sucursales

Nuestra atención deber ser ubicua y completa. Para ello tenemos 15 regiones con mirada integral venta y atención con 183 locales entre sucursales y puntos de ventas, de manera de poder responder presencialmente a los clientes que prefieran ir físicamente a una sucursal.

Esta vasta red de atención presencial nos lleva a:

- Entregar las mejores ofertas según sus hábitos de consumo.
- Transformar las sucursales en centros de experiencia.
- Educar al cliente en el mundo digital y en el cómo nuestros productos y servicios les permiten aprovechar estas oportunidades.
- Desarrollar sucursales inclusivas en distintas regiones del país.

NUESTROS CLIENTES

Todo lo que necesitas *a un click*

La sociedad digital demanda empresas cuyos modelos de atención cumplan con sus requerimientos de atención online, entregando soluciones cada vez más autónomas, simples y de calidad.

Para cumplir con esta necesidad en el modelo de atención es que Telefónica en Chile lleva años fortaleciendo y potenciando el Canal online, para ello se ha centrado en cuatro pilares fundamentales:



INMEDIATEZ



PERSONALIZACIÓN



SIMPLICIDAD



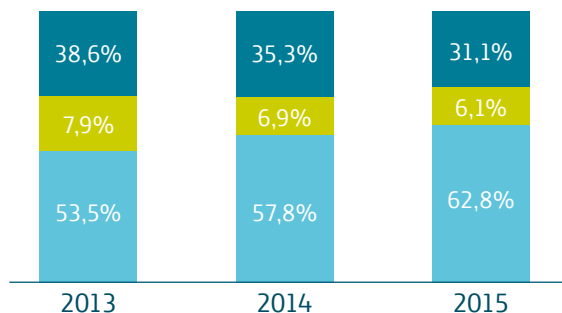
CONSISTENCIA

Esto ha permitido que el Canal online no sólo tenga un incremento interanual en las visitas, sino que ha llevado a disponibilizar cada vez más opciones de autoatención para los clientes a través de simplificar el ecosistema digital centrado en Movistar Mobile, conectado con Big Data, lo que nos permite asegurar la mejor experiencia digital de nuestros clientes.

Sumado a la atención online de nuestros productos y servicios, ponemos a disposición de los clientes la App Club Movistar, un espacio que permite vivir entretenidas experiencias. Compatible con iOS, Android y Windows Phone, la app ha logrado transformarse en una vitrina de descuentos permanentes y fuente de precios rebajados para los eventos más cotizados de la escena nacional. Con descuentos en conciertos, espectáculos, restaurantes, cines, gimnasios, entre muchos otros servicios, buscamos ser parte y ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas en un mundo cada vez más digital.

Mix de atención en los canales

● Contact Center ● Presencial ● Online



NUESTROS CLIENTES

Ser más *para nuestros clientes*

Las personas que forman parte de la Compañía son claves para alcanzar nuestras metas de servicio con los clientes.

Para construir una cultura de servicio nos hemos enfocado en diseñar los talleres CEM (Customer Experience Movistar), instancia para concientizar a todos los empleados sobre el valor de ofrecer una experiencia de servicio que sea memorable.

Durante 2015 se realizaron 64 encuentros para todos nuestros colaboradores.

Esta formación contiene conceptos, modelos de gestión, estrategias y herramientas concretas para que todos podamos ser protagonistas de la cultura de servicio que nuestros clientes esperan y se merecen.

UNA VEZ MÁS, LÍDERES EN CALIDAD

En octubre de 2015, nuestra Compañía alcanzó, por 6º año consecutivo, el seguimiento del Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma internacional ISO 9001:2008.

Este sello de calidad confirma la robustez de los procesos que están bajo su alcance: APM (despacho de equipos), facturación, recaudación, cobranzas, además de Tecnologías de Información, infraestructura, RR. HH. (Personas), compras y medición de la calidad e información.

En Telefónica en Chile queremos dar un servicio de telecomunicaciones que contribuya a una vida mejor para nuestros clientes. Por eso es tan importante garantizar el mejoramiento continuo de la eficacia de nuestro Sistema de Gestión de la Calidad. En esa línea, bajo el liderazgo de la dirección de Tecnología de la Información, como Compañía alcanzamos un resultado positivo en la certificación externa de estos procesos.

ISO 9001:2008
Sistema de
Gestión de
Calidad



NUESTRAS PERSONAS

Técnicos para *la Revolución Digital* G4-15

La tecnología hoy está presente en todos los procesos de nuestra vida. El ejemplo más significativo de esto es Internet de las cosas, un nuevo paradigma de cómo nos comunicamos que se está concretando día a día, a una velocidad insospechada.

El programa *Un Nuevo Técnico para la Industria* es un proyecto de Telefónica en Chile que busca impulsar la productividad en la empresa y mejorar la empleabilidad a través de la formación.

Telefónica en Chile busca desarrollar estrategias que permitan el fortalecimiento y una articulación efectiva de la formación diferenciada técnico profesional con la educación terciaria con el mundo del trabajo, con el propósito de mejorar las oportunidades de los estudiantes para desarrollar una trayectoria laboral y formativa acorde a sus intereses y a las necesidades del país.

Esta nueva realidad tecnológica a la que debemos adaptarnos necesita técnicos que la conozcan, la manejen y sepan hacerla llegar a todas las personas.



Hoy, esa fuerza de trabajo no está disponible en la industria de las telecomunicaciones, ya sea por déficit en la cantidad de técnicos o por la desactualización de sus conocimientos, y la demanda por estos servicios crece a diario.

La formación de los técnicos en telecomunicaciones en colegios técnicos profesionales se hace con mallas curriculares obsoletas respecto a las necesidades del país.

Casi la mitad de la matrícula total de enseñanza media en nuestro país egresa de la formación técnico profesional.

Por otra parte, el creciente avance de la industria de las telecomunicaciones necesita contar con profesionales que colaboren en aumentar la productividad y en la generación de valor agregado.

A esto se suma una alta rotación por las bajas competencias o por la búsqueda de mejores oportunidades laborales dada la escasez de técnicos calificados.

En este contexto, Telefónica en Chile no puede quedar indiferente y decide comprometerse en acciones concretas para revertirlo.

De allí nace el programa **Un Nuevo Técnico para la Industria**, proyecto de Telefónica en Chile que busca impulsar la productividad en la empresa y mejorar la empleabilidad a través de la formación.

Este programa está dirigido a estudiantes de colegios Técnico Profesional (EMTP) de la especialidad de Telecomunicaciones.

El programa UN NUEVO TÉCNICO PARA LA INDUSTRIA cuenta con cuatro líneas de actuación:

1

Nueva malla curricular para formación técnico profesional y articulación de estudios

Con la participación de asesores en telecomunicaciones y expertos curriculares, se construyó una malla de estudios actualizada para escuelas técnico profesionales, que responde a las necesidades presentes y futuras de la industria y de la sociedad.

Su principio fundamental es educar con una visión holística, que permita a los estudiantes conocer una visión integral de las telecomunicaciones.

Hoy esta malla se encuentra en proceso de validación por el Ministerio de Educación.

2

Actualización docente

La formación de nuevos técnicos no es posible sin profesores actualizados, que conozcan los nuevos contenidos tecnológicos.

Por esto, se realizó una capacitación a profesores técnico-profesionales (TP) a fines de diciembre de 2015. Esta formación fue realizada por ingenieros de Telefónica, quienes van a la vanguardia del diseño de redes en nuestro país. Estas capacitaciones se continuarán realizando durante 2016.

3

Formación Dual

Formación Dual es una metodología de aprendizaje que busca disminuir la brecha que existe entre las enseñanzas del colegio y la práctica en el trabajo, a través de la combinación de ambos mundos.

Así, la empresa se involucra en los procesos formativos y se convierte en un escenario de aprendizaje en pos de la generación de un técnico mejor calificado.

El modelo de Formación Dual de Telefónica potencia el aspecto formativo de los jóvenes, mejorando de manera sostenida la productividad.

4

Creación de Laboratorios de Telecomunicaciones

Si aspiramos a tener los mejores técnicos, ellos deben contar con acceso a centros tecnológicos de punta.

Con este objetivo se crearán Centros Tecnológicos en los que los estudiantes podrán adquirir la experiencia del aprendizaje de las telecomunicaciones desarrollando las configuraciones y como usuarios finales de los servicios de telefonía, banda ancha y televisión.

Con la concreción de este programa, Telefónica hace patente su presencia como un actor relevante para la productividad y el desarrollo del país.

NUESTRAS PERSONAS

Un Nuevo Técnico para la Industria

El programa *Un Nuevo Técnico para la Industria* es un proyecto de Telefónica en Chile que busca impulsar la productividad en la empresa y mejorar la empleabilidad a través de la formación.

G4-15

Este programa consta de



4 LÍNEAS DE ACCIÓN

está dirigido a estudiantes de colegios Técnico Profesional (EMTP) de la especialidad de Telecomunicaciones.



1 NUEVA MALLA CURRICULAR

Para formación técnico profesional y articulación de estudios.



Los colegios técnicos profesionales que forman parte del programa tendrán la malla curricular más actualizada de nuestro país.



El programa apunta a la continuación de estudios en Centros de Formación Técnica (CFT) e Institutos Profesionales (IP) a través de la articulación de mallas curriculares.



Los egresados de estos colegios podrán cursar estudios superiores con la aprobación de sus aprendizajes previos, permitiendo acortar la duración de sus carreras, y generando además un aprendizaje evolutivo en el tiempo.

2 ACTUALIZACIÓN DOCENTE

Se realizó una capacitación a profesores técnicos profesionales (TP) a fines de diciembre de 2015.



16 DOCENTES

Fueron capacitados por ingenieros de Telefónica, quienes trabajan día a día con lo más avanzado de la tecnología en telecomunicaciones.



3 CREACIÓN DE LABORATORIOS

La construcción se concretará en conjunto a otras empresas proveedoras de tecnología, generando un recinto que englobe a toda la industria de las telecomunicaciones.

Buscamos duplicar la cantidad de estudiantes

Que participarán en el programa durante 2016.



4 FORMACIÓN DUAL



LAS PRIMERAS OLIMPIADAS TÉCNICAS DE FORMACIÓN DUAL

Se realizaron el 26 y 27 de noviembre de 2015 en la planta de Telefónica de Maipú, y en ellas participaron estudiantes de 3° medio de cuatro colegios que participan en el programa educativo de Telefónica.





En el encuentro anual de Telefónica en Chile también participan trabajadores de empresas Aliadas.

NUESTRAS PERSONAS

Más Aliados

G4-12

Las empresas proveedoras de Telefónica en Chile no sólo aportan a la Compañía en el ámbito de los servicios que día a día ofrecemos a nuestros clientes, sino también en el crecimiento de nuestra sociedad.

Durante 2015, las empresas Grupo Cobra, Coasín Instalaciones y Ezentis fueron aliados estratégicos en el Programa Un Nuevo Técnico para la Industria (+ ver pág. 60), específicamente en el proceso de fortalecimiento y articulación de la formación técnico profesional en la especialidad de telecomunicaciones.

El activo compromiso de estos proveedores con la Formación Dual se concretó en:

Su **participación** en el levantamiento y definición del perfil de los “maestros guía”, su entrenamiento y capacitación para la ejecución de su cargo.

Identificación de tareas para fortalecer la formación de los estudiantes en el lugar de trabajo.

Disposición de áreas y espacios en la empresa para recibir a los aprendices.

Diseño de la ruta Dual.

Acompañamiento en proceso de evaluación (reuniones sistemáticas con equipo de Formación Dual, entrevistas y feedback con profesores tutores de los liceos y Olimpiadas).

Disponibilidad de tiempos de los líderes para reunirse con el equipo de Formación Dual.

Grupo Cobra forma parte del proceso de Formación Dual desde marzo 2015 hasta la fecha. La empresa dispuso de personal interno y externo como apoyo específico a la formación en su empresa asumiendo de manera integral la responsabilidad de acoger a jóvenes aprendices de tercero medio en sus dependencias valorando la iniciativa como un plus en el negocio.

Coasín Instalaciones es parte de esta iniciativa desde octubre de 2015, con un plan de implementación que considera poner a disposición su personal para coordinar actividades del plan de rotación e implementación del proceso de Formación Dual en la empresa. Esta fase inicial tuvo una gran participación y rendimiento en poco tiempo.

Ezentis, entre octubre y noviembre 2015 dispuso de trabajadores e instalaciones para recibir a los aprendices, generando grandes desafíos para 2016, con el objetivo de acompañar a la empresa colaboradora para alcanzar un plan de implementación dual con sello corporativo.

NUESTRAS PERSONAS

Construimos *un camino juntos*

G4-LA14

La gestión de nuestras empresas Aliadas es una pieza fundamental para el desarrollo de la estrategia de negocios de Telefónica en Chile. Este rol se basa en la experiencia de servicio que entregan día a día a nuestros clientes.

Esta mirada requiere que tanto las empresas Aliadas como Telefónica en Chile seamos capaces de construir herramientas concretas de desarrollo recíproco, orientado al crecimiento de la experiencia del cliente, que se basa en servicios de red, operaciones, ventas, bucle (atención en terreno), contact center, atención presencial y distribuidores.

Telefónica en Chile tiene un modelo de compras cuyo principal objetivo es asegurar la transparencia en los procesos de compras a través de una plataforma de comercio electrónico. En esta herramienta participan el 100% de los proveedores inscritos en las licitaciones y pueden acceder a información relacionada a sus contratos.

Entre los hitos más destacados de 2015 destaca:

- > Elaboración de la normativa de gestión de Aliados de Telefónica en Chile.
- > Elaboración y organización documental del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional (SGSSO), basado en exigencias de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), cuyo foco es contribuir al aseguramiento de la continuidad del negocio.
- > Implementación de plataforma de control laboral online periódico de contratistas de nuestras empresas Aliadas.

DIÁLOGO PARA TODOS

Durante 2015, los espacios de conocimiento recíproco nos entregaron la oportunidad para construir confianzas orientadas al servicio y a la excelencia.

ENTRE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS DESTACARON:



Tercer Encuentro Empresas Aliadas de Telefónica en Chile.

Encabezados por los líderes de nuestras empresas aliadas, nuestro gerente general Roberto Muñoz presentó los desafíos y oportunidades de la sociedad digital. En este punto, destacó: "todos necesitamos aumentar el compromiso con la excelencia en el servicio que entregamos a los clientes".

En este espacio, Andrés Wallis, director de Asuntos Corporativos y miembro de la Oficina de Negocio Responsable, enfatizó: "el trabajo siempre lo tenemos que desarrollar en el marco de los estándares éticos que establece Telefónica en Chile".



Mesas de trabajo entre empresas Aliadas, sindicatos y áreas de operación de Telefónica en Chile, orientadas a resolver o prever conflictos.



Tres **encuentros** con los expertos en Prevención de Riesgos de las empresas Aliadas, para intercambiar buenas prácticas de seguridad laboral.

Hitos 2015 en cifras

86
empresas Aliadas auditadas,
con un promedio de 85%
cumplimiento.

167
empresas evaluadas en
proceso de licitación (Fase I
ciclo del contrato).

7.246
documentos evaluados
en plataforma SERCAE,
aproximadamente.

37
empresas Aliadas auditadas
en Recursos Humanos y
Laborales, con un 75% de
cumplimiento.



“Teléfono en Chile tiene un compromiso con sus empleados que se ve reflejado en las políticas de remuneraciones, beneficios a los que pueden acceder mediante convenios y prácticas que fomentan la calidad de vida, todos pilares orientados a entregar una mejor calidad de servicio. El haber sido premiada reiteradas veces como una de las mejores empresas para padres y madres de familia dice mucho de la responsabilidad de la compañía con su gente.”

Jose Ramón Valente V.
Director Telefónica Chile S.A.

NUESTRAS PERSONAS

Adaptarse y crecer

G4-LA11

Nuestros empleados y aliados necesitan actualizar permanentemente sus conocimientos para el mundo digital.

El plan de capacitación interna 2015 estuvo orientado al cumplimiento de los ejes estratégicos de Telefónica y se dividió en tres áreas:

Capacitación BE_MORE:

por tercer año consecutivo, entregó a los colaboradores el programa de Cultura BE_MORE por medio de cursos e-learning, incorporando conocimientos en las tres actitudes: Discover, Disrupt y Deliver.

Capacitación Funcional:

fortalece las habilidades y competencias de los colaboradores para el cumplimiento de sus objetivos anuales. Dentro de los programas destacados estuvo inglés, metodologías ágiles y ofimáticas.

Capacitación Corporativa:

se impartieron cursos obligatorios 100% online a los colaboradores, destinados a entregar los conocimientos en normativas corporativas y de reguladores.

Además, se continuó trabajando en la transformación de los contenidos a formatos 100% online (e-learning), potenciando el concepto de "ser la mejor telco digital".

CAPACITACIÓN DE POSTVENTA: programa permanente para las primeras líneas de atención en contact centers y sucursales, con énfasis en los formatos digitales. Se implementó el modelo de inducción en modalidad blended (aprendizaje online y presencial). En post inducción consolidamos el aprendizaje mediante cápsulas digitales.

CAPACITACIÓN EN EL ÁREA DE EMPRESAS: se trabajó en una nueva versión de Ventas Consultivas y se llevó la inducción a modalidad blended (presencial y online).

CAPACITACIÓN COMERCIAL VENTAS: se consolidó la Escuela de Ventas, a través de su plataforma online. En Ventas Remoto, se consolidó la implementación del Modelo de gestión de calidad COPC, orientado a asegurar la venta exitosa. A la fecha, este modelo dio como resultado la certificación GMD en los proveedores de Televentas Chile, Perú y Colombia.

CAPACITACIÓN PARA LOS TÉCNICOS: control y aseguramiento de la capacitación dirigida a la operación técnica, a través de programas como Taller de Supervisores, Star y sus diferentes herramientas online de capacitación, como el SIC (sistema integral de capacitación) y Escuela Bucle. Su finalidad es asegurar la formación del técnico.

704.757 fueron las horas de capacitación interna y aliados 2015, con un monto invertido de **\$1.019 millones**

(gestión de franquicia Sence + presupuesto).

ÁREA DE FORMACIÓN DIGITAL: consolidación de las Rutas Plan Desarrollo Individual para capacitación interna. Para la formación comercial venta y postventa incorporamos contenidos y nuevos objetos de aprendizaje online, a través de herramientas lúdicas y la investigación activa de métodos para innovar en la experiencia de nuestros usuarios finales.

NUESTRAS PERSONAS

Talento para el desarrollo

En Telefónica en Chile sabemos que ningún país alcanza el desarrollo si una parte de sus ciudadanos queda al margen de las oportunidades que ofrece una sociedad digital.

“La Compañía no sólo tiene que ser diversa en sus órganos de dirección o de mayor responsabilidad, sino que tiene que partir de la base. Yo creo que la diversidad es valiosa y fundamental en todos los ámbitos en que interactuamos.”

Laura Abasolo B.
Directora Telefónica Chile S.A.

Dada nuestra presencia en 18 países, contamos con colaboradores con diferentes formas de pensar y vivir, así como distintas perspectivas para crear productos y servicios innovadores.

Esta capacidad la queremos aprovechar en el mundo digital, desafío que sólo podremos lograr con un plan de gestión que prioriza el talento productivo.

En este punto, como Compañía enfocamos la gestión de la diversidad en:

- Igualdad entre hombres y mujeres
- Edad
- Personas con discapacidad

Este foco de trabajo ya dio sus primeros frutos durante 2015: por primera vez se implementó el **Plan de Diversificación de Atención en Canales**, iniciativa que busca eliminar las barreras que impiden la interacción con los clientes con discapacidad. Cabe destacar que este proyecto se desarrolló en conjunto con organizaciones de personas con discapacidad.

Este plan se materializa en sucursales, canal web y *contact center* con programas piloto de atención, nuevos protocolos de servicios, mediciones específicas e información disponible para personas con discapacidad. Estas acciones son posibles gracias a la capacitación y comunicación que se realizó dentro de la Compañía a través de inducción a nuevos empleados, formación de ejecutivos y difusión en los medios internos.

Este trabajo forma parte de los compromisos adquiridos en 2014 cuando como Compañía firmamos la Política de Gestión de la Diversidad de Telefónica en Chile.

Las siguientes sucursales fueron implementadas con zonas de espera preferenciales y módulos de atención para los clientes con discapacidad, embarazadas y tercera edad:

- Apoquindo 3500
- Plaza Oeste
- Concepción, Rengo 447
- Viña del Mar, 15 Norte
- Huérfanos
- Bellas Artes.



NUESTRAS PERSONAS

Nuestros talentos, nuestra cultura

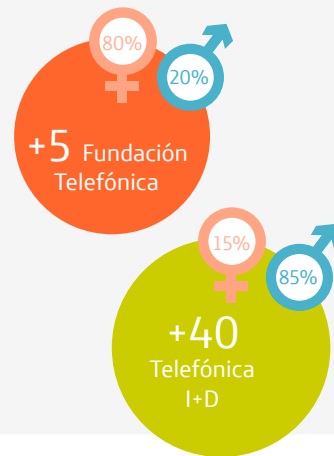
G4-10 · G4-11

Cifras 2015



TOTAL DE EMPLEADOS

CARGO	TOTAL	MUJERES	HOMBRES
Gerente general	1	0%	100%
Directores	13	8%	92%
Gerentes	56	21%	79%
Subgerente	141	22%	78%
Jefes y supervisores	394	30%	70%
Colaboradores	3.748	34%	66%
Total	4.353	33%	67%



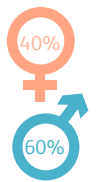
DISTRIBUCIÓN ETARIA

	TOTAL	MUJERES	HOMBRES
Menores de 30	248	42%	58%
Entre 30 y 39	1.217	45%	55%
Entre 40 y 49	1.624	33%	67%
Entre 50 y 59	1.057	21%	79%
Entre 60 y más	207	14%	86%
Total	4.353	33%	67%



102 NACIONALIDADES

Alemana	Ecuatoriana
Argentina	Española
Belga	Finlandesa
Boliviana	Mexicana
Brasileña	Peruana
Colombiana	Uruguaya
Costarricense	Venezolana
Cubana	



2% de colaboradores extranjeros



ANTIGÜEDAD LABORAL

	TOTAL	MUJERES	HOMBRES
Menos de 9	2.043	42%	58%
Entre 10 y 19	857	40%	60%
Entre 20 y 29	1.020	18%	82%
Entre 30 y 39	379	15%	85%
Más de 40	54	15%	85%
Total	4.353	33%	67%

Sueldo Bruto Base Promedio Cargo

Ejecutivos	0,82
Subgerentes	0,95
Jefaturas	0,85
Profesionales	0,93
Administrativos	0,86

*Relación sueldos mujeres sobre hombres

71% de empleados cubiertos por convenios colectivos

49% de movilidad interna

4% personas promovidas a un cargo superior

Fuente: Dirección Personas, Telefónica en Chile.

NUESTRAS PERSONAS

Calidad de vida y *gestión de beneficios*

En Telefónica en Chile tenemos un compromiso no sólo con la sociedad para mejorar la calidad de vida, sino que también con nuestros empleados. Con ese fin nuestras políticas y prácticas buscan contribuir a una vida mejor.

Para todos nuestros empleados, promovemos el bienestar y potenciamos su desarrollo integral, valorando la diversidad y facilitando el balance entre la vida personal y laboral. Así, buscamos que las personas estén más comprometidas, plenas y felices.



¿CÓMO LO HACEMOS?

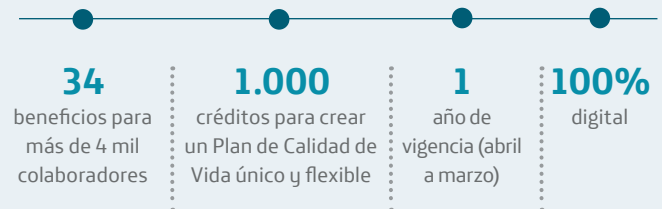
1. Feel Good: es el Programa de Bienestar Corporativo, que busca que todos los colaboradores y su familia incrementen activamente su nivel de bienestar y salud.

Esto se hace en torno a cuatro ejes:

- > **Feel Good Actividad Física:** promovemos el desarrollo integral de los colaboradores y sus familias, en los ámbitos deportivos y culturales y fomentamos el liderazgo natural de los colaboradores, autogestionando proyectos de su interés, descubriendo y potenciando sus pasiones. Así, fortalecemos la colaboración entre los distintos equipos.
- > **Feel Good Persona:** programas de bienestar emocional y liderazgo personal (talleres de duelo, Cuéntame, sala de lactancia "Mundo Mamá", charlas y talleres, planificación y gestión del tiempo, finanzas domésticas, consejos consultivos de Calidad de Vida y de Discapacidad, exposiciones, asesoría y apoyo integral, etc.).
- > **Feel Good Nutrición:** busca crear hábitos de alimentación saludable y dar herramientas para poder tomar mejores decisiones respecto a la alimentación, a través de charlas y atención con nutricionistas, mailing con recomendaciones nutricionales y punto de comida saludable.
- > **Feel Good Salud:** prevención de enfermedades y detección precoz, a través de chequeos preventivos de salud, preventivos kinesiológicos, operativos auditivos y oftalmológicos, campaña de vacunación, prevención del cáncer mamario, asesoría integral en salud (seguros colectivos e isapres), entre otros. Ofrece además Seguro Complementario de Salud y atenciones de salud mental (uso problemático de alcohol y drogas).

2. UNO: es el programa que nos otorga beneficios flexibles, que se eligen dependiendo de las motivaciones e intereses de cada persona. Busca asegurar que cada colaborador esté presente en los momentos más importantes de la vida de sus afectos.

Cifras 2015:



3. Happy Day, Momentos Memorables: nos ocupamos de que los colaboradores disfruten día a día de su trabajo, generando acciones que generen conexión y sentido de ser parte de Telefónica.

- > **Happy Day Aventuras** (campamentos de invierno y verano).
- > **Días de...:** madre, padre, mujer, niño, etc.
- > **Happy Day en familia:** fiesta familiar fin de año.
- > **Regalo de cumpleaños.**
- > **"Con la camiseta puesta Movistar":** regalo para nuestros recién nacidos.
- > **Happy Day visita niños.**

NUESTRAS PERSONAS

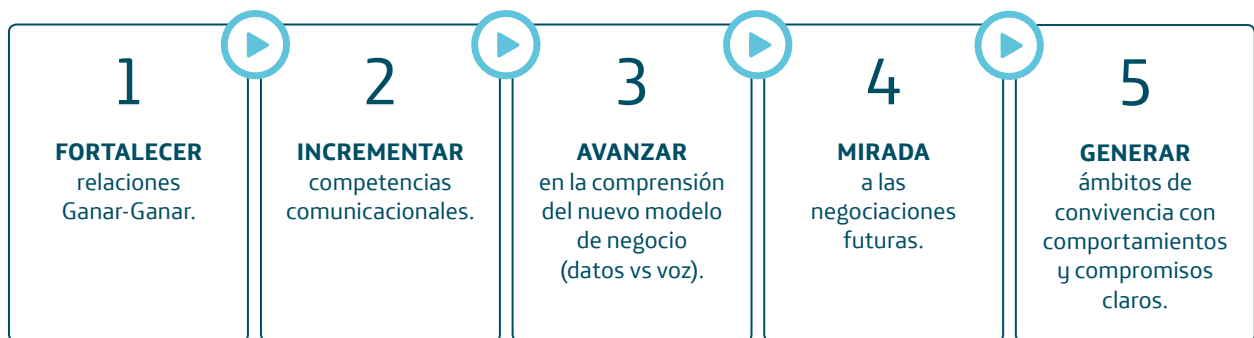
Programa

“Todo Toca a Todo”

Como Compañía, entendemos que somos mucho más que la suma de nuestros colaboradores. Por esto, nos interesa promover instancias de cambio para el desarrollo como organización e individuos. Estamos convencidos de que la transformación colectiva requiere el mismo proceso a escala personal.

Por cambio entendemos la capacidad de desarrollar y mejorar nuestras habilidades conversacionales, incrementando la confianza, la comunicación y la coordinación de acciones para fortalecer relaciones. Con este propósito, se implementó el programa “Todo Toca a Todo”, que busca trabajar sobre un mapa propositivo, en que se abran espacios de conversación.

OBJETIVOS PRINCIPALES DEL PROGRAMA



En resumen, generar espacios conversacionales para construir relaciones positivas, que generen climas laborales nutritivos y motivantes para entender nuestros trabajos con sentido. Junto a estos objetivos, se busca generar nuevos tipos de liderazgo, preocupados por la calidad de vida de nuestros trabajadores, quienes estarán más empoderados y alineados con su futuro y el de la Compañía.

¿A QUÉ APUNTA EL PROYECTO?

- Construir espacios de confianza dentro de los cuales se fortalezcan las relaciones entre dirigentes sindicales y la dirección de la empresa.
- Unificar miradas y criterios de cara a los nuevos planteamientos del negocio.
- Homologar las lecturas que se tienen en torno a la manera cómo se construyen conversaciones y se definen enfoques respecto de los factores internos y externos.
- Darle un énfasis a la importancia de ganar-ganar en donde todos nos veamos tocados. (Todo Toca a Todo).



Índice de contenidos

de la Iniciativa Global de Reportes (GRI)

La siguiente tabla muestra una versión resumida de los indicadores de la Iniciativa Global de Reportes (GRI) y Pacto Global, contenidos en el presente reporte impreso.

CATEGORÍA	PRINCIPIOS PACTO GLOBAL	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁG.
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	No aplica	G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de ésta con miras a abordar dicha cuestión.	10
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	No aplica	G4-3	Nombre de la organización.	12
	No aplica	G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	12
	No aplica	G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	6
	No aplica	G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	6
	No aplica	G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	6
	No aplica	G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	12
	No aplica	G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: <ul style="list-style-type: none"> - Número de empleados - Número de operaciones - Ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público) - Capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado) - Cantidad de productos o servicios que se ofrecen. 	12
	6	G4-10	<ul style="list-style-type: none"> - Número de empleados por contrato laboral y sexo - Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo - Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo - Tamaño de la plantilla por región y sexo - Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas - Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola). 	69
	3	G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	69
No aplica	G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	64	
No aplica	G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización; por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> - Cambios en la ubicación de los centros, o en los propios centros, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones - Cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado) - Cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato. 	12	

CATEGORÍA	PRINCIPIOS PACTO GLOBAL	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁG.
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	7	G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	34
	No aplica	G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	48 y 50 60, 62 - 64
	No aplica	G4-16	Elabore una lista de asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: <ul style="list-style-type: none"> - Ostenta un cargo en el órgano de gobierno - Participe en proyectos o comités - Realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias - Considere que ser miembro es una decisión estratégica. Esta lista incumbe fundamentalmente a las membresías de titularidad de la organización.	(nota 1)
TEMAS MATERIALES Y LÍMITES	No aplica	G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria. La organización puede aportar este contenido básico mediante una referencia a la información publicada y disponible en los estados financieros consolidados u otros documentos equivalentes.	12
	No aplica	G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	30
	No aplica	G4-19	Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	30
	No aplica	G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> - Indique si el aspecto es material dentro de la organización - Si el aspecto es material para todas las entidades de la organización (tal como se describe en el apartado G4-17), elija uno de los siguientes enfoques y facilite: <ol style="list-style-type: none"> a) Una lista de las entidades o los grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que no consideran material el aspecto en cuestión; o b) Una lista de las entidades o los grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que sí consideran material el aspecto en cuestión. - Indique cualquier limitación concreta que afecte a la cobertura de cada aspecto dentro de la organización. 	30
	No aplica	G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> - Indique si el aspecto es material fuera de la organización - Si el aspecto es material fuera de la organización, señale qué entidades, grupos de entidades o elementos lo consideran así. Describa también los lugares donde el aspecto en cuestión es material para las entidades. - Indique cualquier limitación concreta que afecte a la cobertura de cada aspecto fuera de la organización. 	30
	No aplica	G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	30
	No aplica	G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	30

(nota1) Telefónica en Chile participa en la Sofofa, Pacto Global y Acción, iniciativas que promueven el diálogo entre las empresas y su rol en la sociedad.



CATEGORÍA	PRINCIPIOS PACTO GLOBAL	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁG.
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	No aplica	G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	30
	No aplica	G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	30
	No aplica	G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale la participación de un grupo específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	30
	No aplica	G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	30
PERFIL DEL REPORTE	No aplica	G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	4
	No aplica	G4-29	Fecha de la última memoria.	4
	No aplica	G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	4
	No aplica	G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	4
	No aplica	G4-32	Indique qué opción "de conformidad" con la Guía ha elegido la organización. Facilite el índice de GRI de la opción elegida. Facilite la referencia al informe de verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea "de conformidad" con la Guía.	4
	No aplica	G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	4
GOBIERNO CORPORATIVO	10	G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	14 y 19-20
	No aplica	G4-51	Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno.	19
ÉTICA E INTEGRIDAD	1 - 10	G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	22
	1 - 10	G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento para favorecer una conducta ética, y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda.	22
	1 - 10	G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas, y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	22

CATEGORÍA	PRINCIPIOS PACTO GLOBAL	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁG.
REGULACIÓN Y POLÍTICA PÚBLICA	No aplica	G4-S07	Cantidad de acciones legales por comportamiento anti competencia y prácticas de monopolio.	26
CRECIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE MERCADO	No aplica	PA4*	Cuantificación de la disponibilidad de productos y servicios de telecomunicaciones.	42 a 47
	No aplica	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	28
SOLUCIONES DIGITALES	No aplica	TA2*	Ejemplos de productos, servicios y aplicaciones que podrían reemplazar objetos físicos.	48 a 51
EFICIENCIA EN EL USO DE RECURSOS	7 - 8 - 9	G4-EN3	Consumo de energía.	32
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	No aplica	PA1*	Prácticas y políticas para el despliegue de servicios en áreas remotas.	40
EXPERIENCIA DEL CLIENTE	No aplica	G4-PR5	Resultados de encuestas de satisfacción del cliente.	55
EDUCACIÓN DIGITAL	No aplica	G4-EC8	Impactos indirectos sobre la economía.	28
CULTURA DE SERVICIO	No aplica	G4-LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores.	67
PROVEEDORES ESTRATÉGICOS	3 - 4 - 5 - 6	G4-LA14	Cantidad de proveedores evaluados en base a criterios laborales.	65

* Estos indicadores provienen de la propuesta de suplemento realizada por GRI para el sector de telecomunicaciones.



Guía de indicadores para la Sostenibilidad

De acuerdo a la propuesta de la Mesa de Reportabilidad de Acción, Telefónica utiliza por primera vez esta metodología como una herramienta para aportar a la sostenibilidad a través del proceso de reporte.

CATEGORÍA	SUB CATEGORÍA	TEMA	CÓDIGO	INDICADOR	PÁG.
GOBIERNO CORPORATIVO			GC.1.	Señale si la materialidad ha sido presentada al directorio y/o representante legal de la empresa.	30 -31
			GC.2.	Indique si existe para los integrantes del órgano máximo de gobierno una política de participación en otros directorios.	17 - 18
			GC.3.	Señale la frecuencia temporal de participación en los mismos (mensual, trimestral, semestral, anual, etc.).	20 - 21
MEDIO AMBIENTE			MA.4.	A partir del indicador G4-EN5 del GRI-G4, compare su desempeño en el tiempo, considerando un periodo de 3 a 5 años.	33
			MA.5.	Compare su desempeño respecto a los estándares de la industria, tanto nacional como internacional.	
			MA.8.	Identifique para las emisiones atmosféricas informadas en GRI-G4, la cantidad emitida por unidad de producto, indicando unidad de medida.	34
			MA.9.	Compare sus niveles de emisión atmosférica con las mediciones de la industria, tanto nacional como internacional.	
			MA.10.	Identifique las metas de desempeño en este ámbito a partir de los estándares comparativos propios y de la industria nacional e internacional.	35
			MA.11.	Identifique las medidas ambientales llevadas a cabo a partir del diálogo con sus grupos de interés.	
DESEMPEÑO SOCIAL	Personas y prácticas laborales	Diversidad	DSD.12.	Los principales resultados logrados en cada caso.	69
			DSD.13.	Los instrumentos de evaluación en cada caso.	70 - 71
		DSD.13.	Describa las instancias de capacitación y/o formación para el desarrollo de competencias al interior de la organización en torno a la diversidad	66 - 67	
		Clima laboral	DSCL.14.	Indique si se ha realizado un estudio de clima laboral en su organización.	71
			DSCL.15.	Señale las principales medidas implementadas para la gestión del clima laboral, a partir de los resultados del estudio de clima laboral.	70
		Movilidad laboral	DSML.16.	Porcentaje total de personas que fueron promovidas a un cargo superior, como proporción del total de trabajadores.	69
	DSML.17.		Porcentaje de vacantes internas ocupadas por trabajadores de la organización.	69	
	Clientes y consumidores		DSCC.18.	Nº de iniciativas diseñadas con clientes/consumidores que están implementadas o en proceso de desarrollo.	68
			DSCC.19.	Describa las instancias de diálogo y análisis en que la empresa integra a las asociaciones de consumidores, gremiales y similares.	
			DSCC.20.	Describa las prácticas en temáticas de consumo responsable de producto/ servicios para los clientes/consumidores.	42 - 47
	Comunidades		DSC.21.	Describa el procedimiento utilizado para identificar sus casos críticos de relacionamiento con comunidades.	40
			DSC.22.	Señale los principales riesgos actuales y futuros en relación con los casos críticos.	27-30-31
			DSC.23.	Indique los mecanismos utilizados para la resolución y prevención de conflictos.	38-39-40
			DSC.24.	Los principales resultados logrados en cada caso.	38 - 39
				Cómo se vinculan a los riesgos presentes y futuros previamente identificados.	36 - 37
	DSP.25.	Los instrumentos de evaluación de los programas.	33		
	Proveedores		DSP.25.	Porcentaje de proveedores con los que se cumplió el pago en un plazo no mayor a 35 días, segmentados de acuerdo a tamaño y vulnerabilidad.	
			DSP.26.	Porcentaje de licitaciones/ cotizaciones que explicitan en sus bases o términos de referencia (TdR), la metodología para postular y adjudicar.	65
DSP.27.			Porcentaje de proveedores capacitados sobre el total.		
DSP.28.			Indique las principales materias de RSE abordadas.	62 - 65	
DSP.29.			Indique cómo su política de contratación considera la vulnerabilidad social al incorporar nuevos proveedores locales.	65	
DSP.30.			Porcentaje de proveedores que evaluaron su nivel de satisfacción con la relación empresa-proveedor.		
DSP.31.	Describa los principales logros y desafíos hallados.	65			