

2013

**Informe de Sostenibilidad  
Corporativa**  
Telefónica en Chile

*Telefonica*

---

# Índice

1

## Presentación

- 04. Carta del presidente de Telefónica S.A.
- 05. Carta del presidente de Telefónica en Chile
- 06. Acerca de este informe
- 07. 10 años de compromiso con la sostenibilidad
- 08. Contribución a las comunidades: 'cash flow' social
- 10. Telefónica en el mundo
- 12. ¿Cómo construimos nuestra materialidad 2013?
- 13. Matriz de materialidad
- 14. Estructura societaria
- 16. Gobierno corporativo
- 18. Equipo de gestión 2013
- 20. Principios de Actuación
- 22. Cambios en la regulación y políticas públicas
- 24. *BE MORE\_*
- 25. *BE MORE\_* en Chile, nuestro camino

2

## Crecimiento

- 28. Motor de progreso
- 30. Indicadores 2012-2013
- 31. Telefónica al servicio de la salud en Chile
- 32. *SER MÁS\_* una Telco digital
- 33. Telefónica: una historia de innovación
- 35. Productos masivos y empresas
- 36. ¿Cómo damos acceso e inclusión para todos?

3

## Red

- 40. Despliegue integral
- 41. Indicadores 2012-2013
- 42. Cobertura móvil y fija
- 44. Despliegue de red y vínculos con las comunidades
- 45. Retiro de cables
- 46. Despliegue de redes y energía: responsabilidad con el medioambiente
- 47. Plan de actuación ante desastres naturales

## MISIÓN <sup>4.8</sup>

Creemos que la tecnología debe estar al alcance de todos para que podamos hacer más, vivir mejor, ser más, *BE MORE\_*

La conectividad a través de nuestras redes es solo el primer paso, ser una empresa de telecomunicaciones digital significa ir más allá.

# 4

## Cientes y Sociedad

- 50. Experiencia de servicio para un mundo digital
- 52. Indicadores 2012-2013
- 53. Agilidad, eficiencia y calidad, un sólido camino
- 54. Más simple, más eficaz para nuestros clientes
- 55. La mejor experiencia para nuestros clientes
- 56. Instalación y reparación
- 57. Call center
- 58. Salud y emisiones electromagnéticas
- 58. Privacidad de datos y seguridad de la información
- 59. Residuos electrónicos
- 60. La tecnología al servicio de la educación

# 6

## Información Complementaria

- 75. Índice de contenidos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI)

# 5

## Cultura de Servicio

- 64. La riqueza de nuestras Personas
- 65. Indicadores 2012-2013
- 66. Simples y responsables, las claves para un mundo digital
- 67. El termómetro de la ejecución
- 68. Diversidad
- 69. Diálogo con sindicatos
- 70. Formación para la responsabilidad y excelencia
- 71. Más cerca de nuestros Aliados
- 72. Más trabajo conjunto, mejor calidad de servicio
- 73. Proveedores

### TEMAS MATERIALES

En este décimo Informe de Sostenibilidad de Telefónica reportamos 16 temas materiales, aspectos que tienen un impacto directo en nuestros grupos de interés y en la estrategia de la compañía. La información para conocer cómo los priorizamos está disponible en las páginas 12 y 13.

### ENFOQUES DE GESTIÓN

(Disclosure on Management Approach, DMA, por sus siglas en inglés)

Cada tema material requiere de una explicación que le permita al lector conocer la importancia del asunto. Esta relevancia se presenta a través de: a) una explicación de porqué es un aspecto reportado; b) quiénes lo mencionaron como tal; c) qué impactos genera y d) cómo gestionamos esta incidencia. En las páginas 22, 28, 40, 50 y 64 podrás conocer estas respuestas de cada uno de los temas materiales reportados.

### HERRAMIENTAS PARA NAVEGAR ESTE INFORME

**DMA** Información sobre un enfoque de gestión.

**1.1 - 1.2** Se refieren al indicador que se puede consultar en el índice GRI.

**PG1** Indica el contenido más relevante del informe relacionado al número del principio del Pacto Global.



Con una aplicación, en estos códigos QR puedes encontrar más información.



Indica que existe información ampliada en páginas web.

# Carta del presidente de Telefónica S.A. — 1.1

**César Alierta Izuel**  
Presidente ejecutivo



Un año más tengo el placer de presentarles el Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa, que recoge nuestras actividades en materia de gestión de riesgos y aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social.

El informe responde las inquietudes de información y transparencia de los grupos de interés, asimismo, supone anticipar el cumplimiento de la Directiva 2013/34 de la Unión Europea en lo que respecta a la “divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos”.

En Telefónica estamos convencidos de que la sostenibilidad y la transparencia son fuentes de competitividad y progreso en el largo plazo. No sólo ayudan a afianzar nuestra legitimidad, sino que también tienen repercusiones positivas en la gestión de nuestro negocio y por ende en nuestros resultados. Además, las TIC, basadas en la conectividad, están liderando los procesos de transformación

de nuestra sociedad y son un factor esencial para la creación de empleo, el crecimiento económico, el ahorro energético y la transparencia, según demuestran las agendas digitales de los organismos públicos y privados más relevantes del mundo. En este informe podrán ver los avances de Telefónica en las dimensiones económica, social y ambiental.

Por el lado del impacto económico, que en materia de sostenibilidad tiene que ver sobre todo con la forma en la que obtenemos nuestros ingresos y realizamos nuestras actividades, en 2013 destacan los resultados de nuestra Oficina de Principios de Actuación, los avances en el cumplimiento de los principios de sostenibilidad de nuestra cadena de proveedores y el progreso que hemos realizado en materia de privacidad y protección de datos.

En el impacto social, en este informe hemos destacado la gestión de la diversidad en la plantilla, los proyectos de inclusión digital e innovación social, así como las iniciativas de fomento del emprendimiento en los que estamos inmersos.

Por la parte medioambiental seguimos reduciendo nuestro consumo energético e incrementando notablemente la facturación electrónica como alternativa al consumo de papel, y además nuestros servicios *Green* han cosechado importantes avances, que se están traduciendo ya en ingresos para la compañía.

Como podrán comprobar, la sostenibilidad se va incorporando de forma gradual a la cadena de valor de Telefónica. Así, colaboramos activamente con todos los grupos de interés que se relacionan con nuestra compañía y ofrecemos una información exhaustiva de la evolución

de los temas más relevantes, nuestros indicadores y nuestras políticas de sostenibilidad bajo los criterios de publicación estándares, como GRI y el Pacto Global de Naciones Unidas.

Todo ello ha permitido que en 2013 nuestra compañía haya sido incluida en el índice mundial Dow Jones Sustainability Index; ocupe la quinta posición en el Carbon Disclosure Project y en el índice Sustainability; haya sido reconocida como Excellence Investment Register por el índice Ethibel Sustainability; y, por duodécimo año consecutivo, forme parte del índice FTSE4Good. Como consecuencia, Telefónica ha sido reconocida en 2013 como la empresa más admirada entre las compañías de telecomunicaciones europeas y la segunda en el mundo por la revista Fortune.

Me gustaría concluir recordándoles que nuestra compañía está posicionada en la actualidad como un actor fundamental en el sector. Contar con el reconocido equipo de profesionales que tenemos, me da la confianza para decirles que Telefónica va a tener un papel cada vez más decisivo en el mundo digital, porque estamos convencidos de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas, empresas y administraciones públicas para que puedan SER MÁS.

Quisiera agradecer el apoyo de nuestros grupos de interés que, con sus opiniones y sugerencias, nos han ayudado a avanzar en la consecución de nuestra visión.

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

**César Alierta Izuel**  
Presidente Ejecutivo



# Carta del presidente de Telefónica en Chile 1.2

**Claudio Muñoz Zúñiga**  
Presidente



En 2004 iniciamos el ejercicio de reportar las acciones de sostenibilidad a nuestros grupos de interés. Hace 10 años Chile era muy distinto y Telefónica también, sin embargo, en esta carta me atrevo a afirmar que en 2013 se consolidó una revolución cuyos impactos observamos a diario.

Parte de este profundo período de cambios es la Revolución Digital, fenómeno irreversible que está redefiniendo y estableciendo las relaciones, a través de internet, entre las personas y también entre las máquinas. Sólo en Chile, al cierre de 2013 la cantidad de conexiones a internet móvil llegó a 7,1 millones, mientras el sector fijo alcanzó a 3,2 millones de líneas y el mercado de TV de pago logró 2,5 millones de suscriptores.

Como Telefónica consideramos que tenemos un rol fundamental en la sociedad como impulsores de tecnologías digitales. Ese desafío requiere transformarnos en una empresa de telecomunicaciones que, además de la conectividad, nos permita

acercar las oportunidades que esta revolución nos presenta a todos los chilenos. Con los US\$611 millones invertidos durante 2013 abordamos las exigencias en redes de fibra óptica e IPTV, fortalecimos nuestro servicio de datos móviles 3G, lanzamos la red 4GLTE y nos adjudicamos la banda licitada correspondiente a 700Mhz, además del desarrollo de soluciones y aplicaciones para las necesidades de la sociedad.

En este contexto, nuestra estrategia de compañía, a nivel global y local, incluyendo el Informe de Sostenibilidad correspondiente a 2013, también necesitaron una revolución para ser la mejor empresa de telecomunicaciones digital de Chile. Hoy en Telefónica, las decisiones y el modelo organizativo están orientados a transformarnos en una compañía en que utilizamos todos los capitales disponibles para ayudar a nuestros grupos de interés a acceder y disfrutar lo que la tecnología les pueda ofrecer.

Más allá de estas cifras y logros, gracias a la tecnología hoy contamos con nuevas posibilidades para las personas y las empresas que hasta hace algunos años no estaban disponibles. Esta revolución digital también lo es de la información y de cómo los ciudadanos están participando en la sociedad. En el lanzamiento de nuestro noveno Informe de Sostenibilidad 2012 frente a los grupos de interés, uno de los invitados me preguntó cómo abordaríamos las crecientes necesidades de la sociedad. Ese cuestionamiento resume la profundidad de la transformación que hoy les queremos presentar. Para una compañía como Telefónica la variedad de temas en los que podemos incidir nos obliga a priorizar aquellos más relevantes con una sistematización

que sea útil para todos. Ya desde 2011 iniciamos este camino con el desarrollo de una matriz de materialidad, metodología que mantuvimos en 2012 y que hoy renovamos con esta nueva versión. Uno de los cambios centrales que podrán encontrar en este Informe es una nueva estructura de reporte enfocada en transparentar la gestión de Telefónica, donde tenemos un mayor impacto en la sociedad y también en aquellos aspectos claves de nuestra estrategia.

Para la definición de estos temas queremos acelerar el conocimiento que tenemos de la sociedad a través del fortalecimiento y sistematización de los mecanismos de diálogo con los que podremos conocer y participar en sus intereses. Sobre esa base, también les informaremos el estado de avance de los temas que nos planteen, pero sobre todo, nos desafiará a incorporar sus prioridades a la gestión de la compañía.

La Revolución Digital es un acelerado proceso de cambios que todos vivimos, pero que todavía nadie sabe qué transformaciones está generando en la sociedad. Con este nuevo paso que estamos dando con nuestra estrategia e Informe de Sostenibilidad, tampoco tenemos certeza de cómo terminará, pero sí tenemos la convicción de que necesitamos renovar la forma como queremos relacionarnos con nuestro entorno que nos hace posibles.



**Claudio Muñoz Zúñiga**  
Presidente Telefónica en Chile



PRESENTACIÓN

# Acerca de este informe \_

2.4 - 3.1 - 3.2 - 3.3 - 3.4 - 3.5 - 3.6 - 3.7 - 3.8 - 3.9 - 3.10 - 3.11 - 3.13

*Telefónica en Chile presenta su décimo Informe de Sostenibilidad Corporativa para reportar, a sus grupos de interés, el desempeño de la empresa durante 2013. Una vez más, Telefónica demuestra su compromiso con la transparencia, comunicando sus principales focos de gestión y resultados asociados en materias económicas, ambientales y sociales.*



**Contacto:**

Para dar su opinión, transmitir sus comentarios, sugerencias o solicitar mayor información sobre este documento, contactarse con:

**Paulina Dobud Larenas**

Gerenta de Responsabilidad Corporativa

maria.dobud@telefonica.com

Av. Providencia #111  
Providencia, Santiago  
www.telefonicachile.cl

Telefónica hace entrega de sus informes de sostenibilidad corporativa en forma anual. Esta décima versión cubre los eventos y actividades ocurridas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013.

Todas las mediciones y eventos presentados en este reporte están en concordancia con las técnicas y bases de reporte propuestas en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad G3.1 desarrolladas por Global Reporting Initiative (GRI).

La definición de contenidos se realizó de acuerdo a los cuatro principios fundamentales definidos por GRI: Participación de los Grupos de Interés, Contexto de Sostenibilidad, Materialidad y Validación. Asimismo, los indicadores reportados a lo largo de este documento, fueron levantados de acuerdo a los protocolos de la misma iniciativa, incluyendo los del Suplemento para el Sector de Telecomunicaciones.

En el contexto de la publicación de la versión G4 de la misma guía, el proceso de materialidad siguió los lineamientos introducidos por ésta, otorgándole a éstos, un mayor protagonismo en la confección y el resultado del reporte. De esta manera, este documento sólo entrega aquellos indicadores que están alineados con los temas materiales de la gestión 2013. En este sentido, este informe está dedicado a dar cuenta de los eventos del año reportado que fueron relevantes para la empresa y sus grupos de interés.

Telefónica mantiene la estructura operativa que ha mostrado en años anteriores, con lo cual la información previamente reportada no sufre modificaciones. Tampoco se

observan cambios en la cobertura o métodos de valoración del reporte. Así, este informe da cuenta del desempeño de las empresas Telefónica Chile y Telefónica Móviles Chile, abordando las filiales que tienen operaciones de telecomunicaciones fija y móvil. Para informar las actividades de inversión social e innovación, se incluyen datos de Fundación Telefónica y Wayra Chile.

Este documento, fue elaborado bajo el liderazgo de la dirección de Asuntos Corporativos y de la gerencia de Responsabilidad Corporativa, quienes facilitaron la participación de múltiples áreas de la compañía a través de la recolección de información sobre la gestión 2013. Adicionalmente, más de veinte ejecutivos fueron entrevistados respecto a su visión estratégica sobre el negocio y el rol de la empresa en la sociedad chilena.

Este informe cuenta con dos instancias de validación externa. La primera a cargo de la firma Ernst & Young, quienes revisan el cumplimiento de los estándares GRI3.1 y AA1000AS, y la segunda bajo la responsabilidad de un Panel de Expertos, compuesto por especialistas en temas de sostenibilidad.

Es importante aclarar los nombres con que distinguimos a las empresas de la compañía. Así, Telefónica, se refiere a su alcance mundial; Grupo Telefónica Chile, a las operaciones y filiales de Telefónica en el país; Telefónica en Chile en cuanto a las operaciones fija y móvil en Chile de Telefónica; mientras que Movistar, corresponde a la marca comercial con que Telefónica opera en el país, en sus servicios fijo y móvil.

PRESENTACIÓN

# 10 años de compromiso con la sostenibilidad \_

*Hace una década iniciamos el camino de comunicarnos con nuestros grupos de interés con el Informe de Sostenibilidad como una herramienta fundamental. En esos años los desafíos de la compañía y de la sociedad eran otros, pero sí teníamos la convicción de que la transparencia y el diálogo era lo correcto para transformarnos permanentemente en una empresa al servicio de Chile.*

Con esta versión seguimos convencidos de que el conocimiento del sector, el actuar con transparencia y el diálogo con los grupos de interés nos permiten adaptarnos a los cambios de una sociedad que avanza. Las telecomunicaciones ocupan un rol crucial en Chile y nosotros entendemos el nuestro: la tecnología está para ayudarte y nosotros para ayudarte con la tecnología.

En estos 10 años, cada reporte ha retratado los aprendizajes y acciones que como compañía hemos realizado y comunicado a nuestros grupos de interés.



**Francisco Ceresuela M.**  
(informes 2004 - 2007)

**Paulina Dobud L.**  
(informes 2008 - 2013)

**2004: iniciar el camino**, en este primer informe asumimos el acto de reportar como una oportunidad para dar cuenta de nuestra gestión.

**2005: diálogo en terreno**, entendimos que necesitábamos conocer a nuestros grupos de interés en el lugar en que viven o trabajan diariamente, en su entorno y con su gente.

**2006: el valor de la confianza**, aprendimos que el conocimiento y cumplimiento de las promesas entre empresa y sociedad permite que ambos avancen en el logro de los objetivos que tienen en común.

**2007: nueva mirada**, dimos cuenta que el negocio y el desarrollo de productos y servicios supone un ecosistema heterogéneo y abierto que va más allá de la empresa.

**2008: reputación, el nuevo capital**, comprendimos que el éxito de un proyecto se sostiene por el impacto favorable que tiene en la calidad de vida de los grupos de interés lo que, además, garantiza y legitima los beneficios de la empresa.

**2009: profesionalización**, consolidamos un equipo especializado en la gestión de la sostenibilidad y capacitado para ejecutar el plan de relaciones corporativas de la empresa.

**2010: inversión social no es sostenibilidad**, comprendimos que los proyectos de esta naturaleza no impactan en el futuro de la empresa.

**2011: priorización de temas**, establecimos la necesidad de desarrollar una metodología de gestión para las demandas de nuestros grupos de interés.

**2012: lealtad**, establecimos que nuestro foco está en el cumplimiento frente a la sociedad más que a las normas o premios sobre el desempeño social o ambiental de la empresa.

**2013: acercarse al negocio**, este año el reporte es una herramienta para que las áreas vean reflejada su gestión y los grupos de interés conozcan cómo les impacta.

MOTOR DE PROGRESO <sup>(1)</sup>

# Contribución a las comunidades: 'cash flow' social

*Telefónica tiene vocación de ser un motor de desarrollo económico, social y tecnológico de las comunidades en las que está presente.*

A pesar de la vuelta al crecimiento orgánico de los ingresos producida en 2013, el efecto del deterioro del tipo de cambio de las divisas latinoamericanas respecto al euro ha supuesto una caída de los ingresos reportados del 8,5%. Este fenómeno, junto con las desinversiones producidas durante el ejercicio (-68,8% comparado con el año anterior, en que se produjeron las desinversiones financieras permanentes en China Unicom y Atento), ha provocado una menor participación de la compañía en la economía global en comparación con el año anterior (-11,1%).

De esta manera, el valor que ha distribuido Telefónica en 2013 ha descendido para todos sus inversores de referencia (grupos de interés), excepto para las administraciones públicas (por una mayor presión fiscal, tanto en la parte de impuestos recaudados como en la parte de impuestos soportados) y las entidades financieras, como consecuencia de las diferencias de cambio netas negativas, ya que el coste efectivo de la deuda de los últimos doce meses, excluyendo las diferencias de cambio, se sitúa en el 5,34%, 3 p.b. por debajo de diciembre 2012.

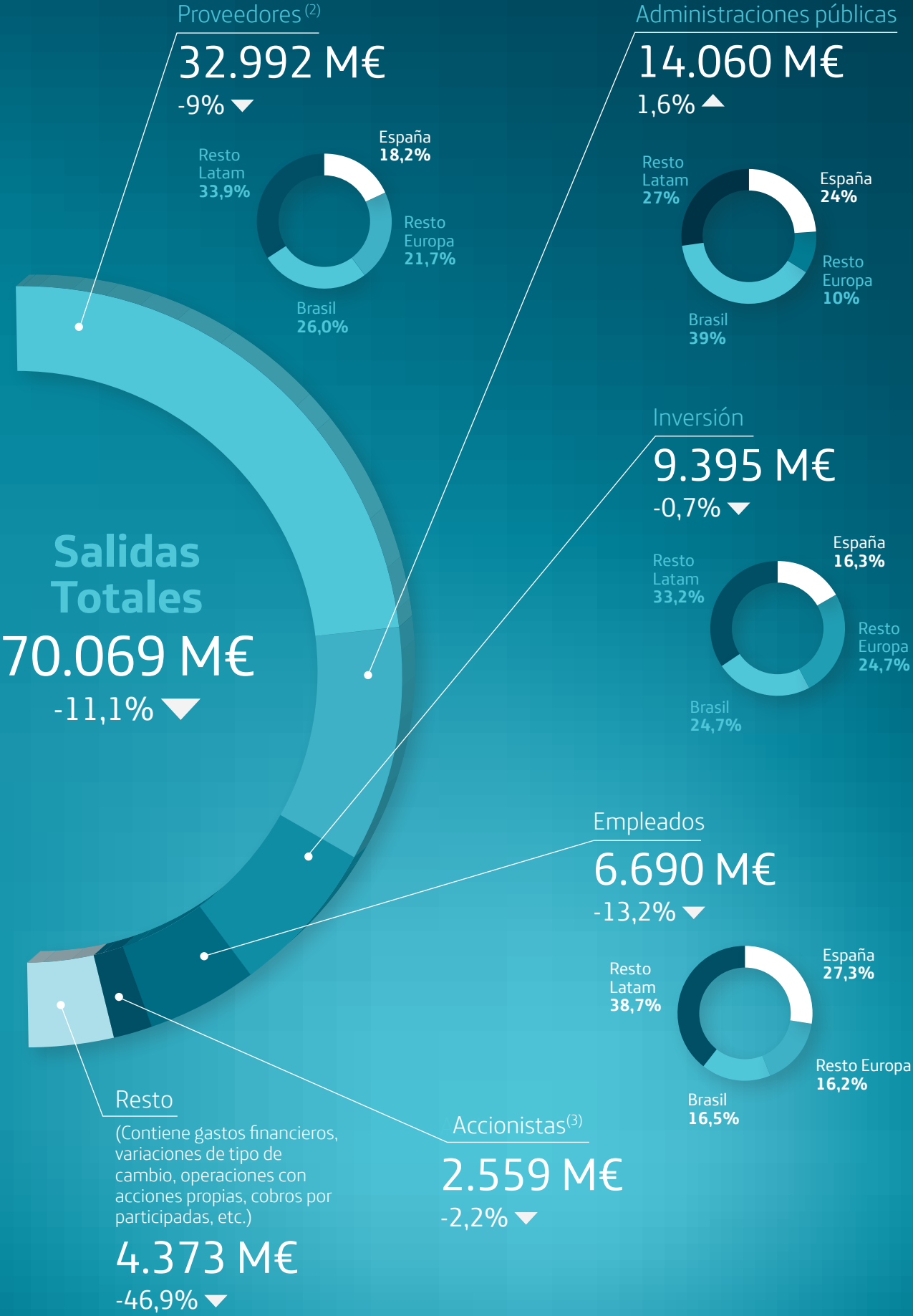


**Nota:** La información de este gráfico está calculada con criterio de pagos y toma en cuenta el perímetro de consolidación contable de los estados de flujos de efectivo consolidados de los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre.

<sup>(1)</sup> Corresponde a cifras del Grupo Telefónica.

<sup>(2)</sup> Incluye todos los proveedores por gastos de explotación, incluidos los de interconexión y de *leasing* operativo.

<sup>(3)</sup> Incluye tanto los dividendos distribuidos como las ampliaciones de capital.

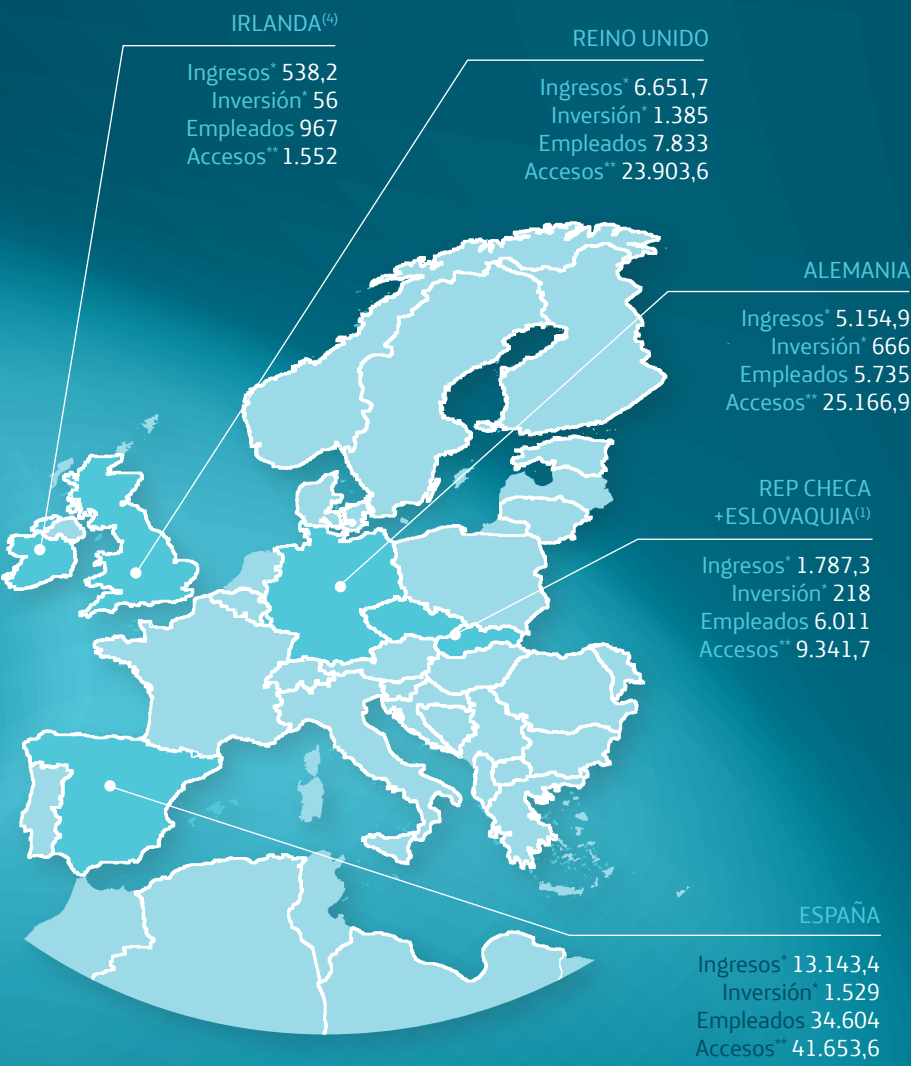




# Telefónica en el mundo <sup>(1)</sup> — 2.5



\* Millones de euros.  
\*\* Unidad expresada en miles.  
<sup>(1)</sup> Corresponde a datos y cifras del Grupo Telefónica.  
<sup>(2)</sup> Cifra corresponde al total de personas que trabajan dentro de las empresas del grupo Telefónica en Chile.  
<sup>(3)</sup> Considera total de accesos, según criterios de reporte corporativos.  
<sup>(4)</sup> Con posterioridad al cierre las empresas Telefónica República Checa y Telefónica Irlanda fueron vendidas (enero 2014).



57.061 M€  
de ingresos conjuntos



9.395 M€  
de inversión total



126.730  
empleados  
94% de contratos  
indefinidos



323,2 Millones  
de accesos



2ª operadora  
europea  
por ingresos



2ª operadora  
mundial  
por inversión en I+D  
1.046 M€



Más información  
[www.telefonica.com](http://www.telefonica.com)



PRESENTACIÓN

# ¿Cómo construimos nuestra materialidad 2013?

3.5 - 4.14 - 4.15 - 4.16 - 4.17

*La definición de los temas materiales es la parte fundamental del proceso de confección de nuestro Informe de Sostenibilidad. Ellos representan los ejes que fueron relevantes para la compañía y sus grupos de interés.*

Para el desarrollo de la materialidad 2013, Telefónica en Chile trabajó en base a los lineamientos metodológicos recomendados por la *Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión G4 <sup>(1)</sup>, a través de la guía “4. Principios

de Elaboración de Memorias”, donde establece principios claros para la determinación de los contenidos del reporte sobre la base de los siguientes elementos:



## ¿Qué es la materialidad?

Es el proceso que determina los temas relevantes para la gestión de la empresa, ya sea porque evidencian los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización hacia la sociedad, o bien porque influyen significativamente en la toma de decisiones de los grupos de interés respecto de la compañía.

## PASO 1\_ Identificación y contexto de sostenibilidad

Para conocer el contexto actual de la industria de las telecomunicaciones se revisaron los siguientes elementos:

- **Nueve mesas de diálogos con grupos de interés**, realizadas por Casa de la Paz para conocer su mirada de la gestión de Telefónica en Chile respecto a sus focos de preocupación
- **Notas de prensa 2013**, sobre la base de un levantamiento noticiosos de las principales temáticas vinculadas a las telecomunicaciones
- **Análisis de siete informes de sostenibilidad**, de empresas de telecomunicaciones nacionales e internacionales
- **Revisión de seis documentos internos** para conocer las directrices de la compañía, su contexto y el estado de avance de la sostenibilidad de Telefónica en Chile
- **Agenda de gobierno**, tanto el programa de gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet J. como la Agenda Digital fueron estudiados en esta etapa.

## PASO 2\_ Priorización y determinación de la materialidad

Como resultado de la etapa anterior se identificaron 49 aspectos que posteriormente se priorizaron de acuerdo a:

- Análisis de la gerencia de Responsabilidad Corporativa y consultora Gestión Social para contextualizar los temas en la cadena de valor de compañía
- Preparación de las pautas de entrevistas a un total de 25 directores y gerentes de las áreas directamente involucradas en el proceso
- Del listado inicial de 49 temas se excluyeron aquellos temas que no se mencionaron en las entrevistas, a su vez, otros fueron agrupados y nuevamente revisados por el equipo a cargo de este trabajo hasta llegar a los 16 temas materiales prioritarios.

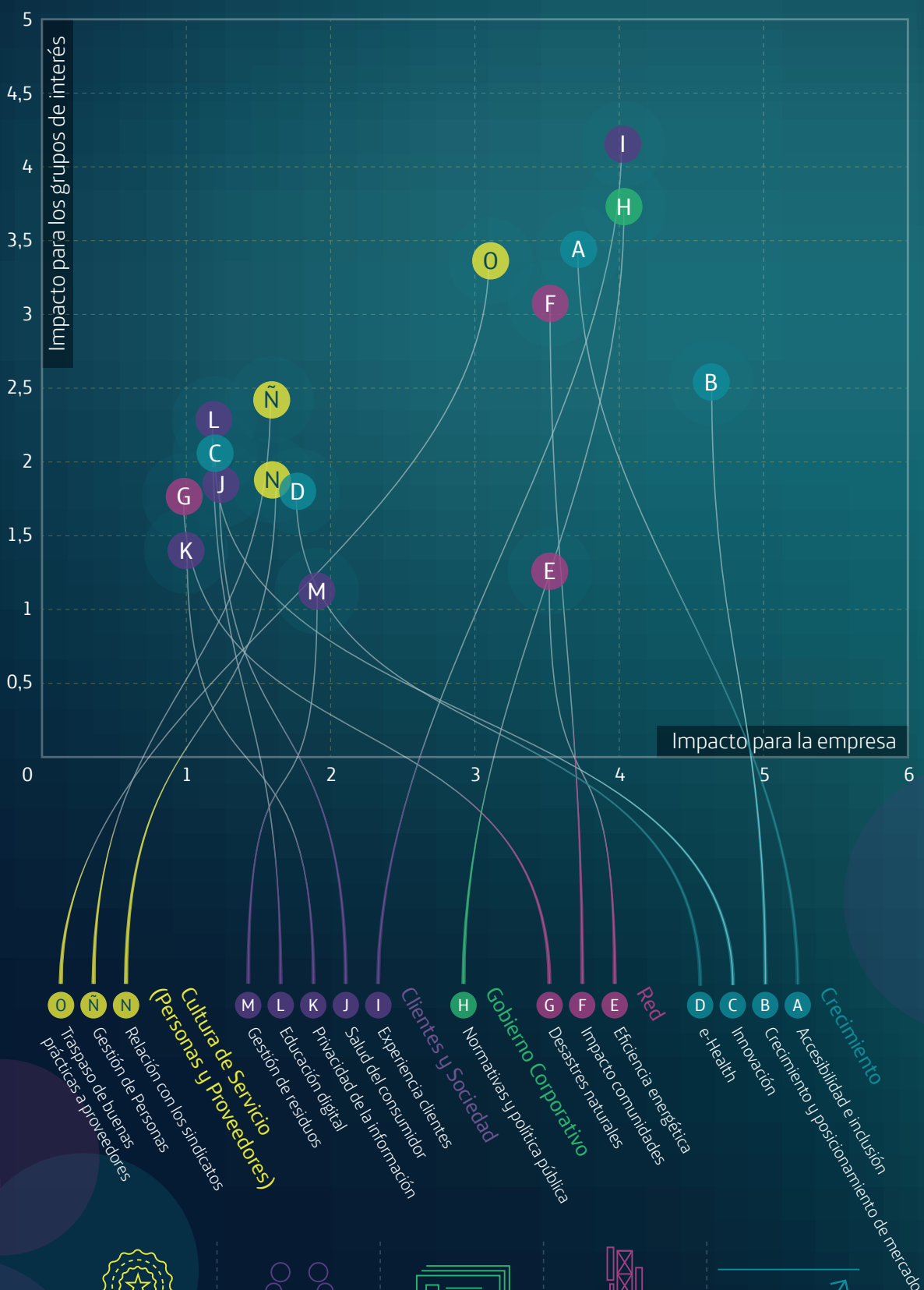
## PASO 3\_ Validación y exhaustividad

Para asegurar un proceso transparente, exhaustivo, y en concordancia con el principio de participación de grupos de interés en la validación de la materialidad, Telefónica en Chile conformó un Panel de Expertos con el objetivo de revisar y asegurar que los contenidos determinados como matriz de materialidad se encuentren desarrollados a cabalidad en el reporte de sostenibilidad 2013 de la organización. Los detalles de este proceso están disponibles en el desplegable de la portada interior.

<sup>(1)</sup> Si bien Telefónica en Chile utilizó la metodología G4 para la construcción de la materialidad, los indicadores levantados por la compañía corresponderán a la versión G3.1 propuesta por GRI.

# Matriz de materialidad

## Telefónica en Chile





PRESENTACIÓN

# Estructura societaria \_

2.1 - 2.2 - 2.3 - 2.6 - 2.7 - 2.8 - 2.9 - 4.12 - 4.13

*Bajo la marca Movistar, Telefónica en Chile es hoy uno de los principales proveedores en la industria de las telecomunicaciones, con los servicios de telefonía fija y móvil, banda ancha y TV digital. Desde 1990 Grupo Telefónica en Chile aporta con su operación a un país más conectado.*

Nuestras marcas



Nos representa frente a:

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



Permite identificar nuestra oferta comercial de servicios:

- Telefonía (fijo 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 S.A. Ambas trabajan por entregar servicios de telecomunicaciones de excelencia para la conectividad del país, a través de un total de 13,6 millones de accesos.

1\_ Telefónica Chile S.A.

Servicios (personas y empresas):

- Telefonía fija
- Banda ancha fija
- TV digital.

Sociedad anónima abierta  
con 957.157.085 acciones:

- Telefónica Internacional Chile: 44,90%
- Inversiones Telefónica Internacional Holding Ltda.: 53,01%
- Otros: 2,09%.

Cantidad de accesos:

3,1  
millones



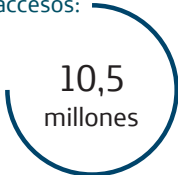
Las empresas

2\_ Telefónica Móviles Chile S.A.

Servicios (personas y empresas):

- Telefonía móvil
- Banda ancha móvil
- Navegación en móvil
- Servicios de valor agregado
- *Roaming*
- Transmisión de datos (sólo empresas)
- M2M (sólo empresas)
- Soluciones generales (sólo empresas).

Cantidad de accesos:



Sociedad anónima cerrada sujeta voluntariamente a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros con 118.026.144 acciones:

- Inversiones Telefónica Móviles Holding S.A.: 99,99999%
- Telefónica S.A.: 0,00001%.

3\_ Empresas que también son parte del Grupo Telefónica en Chile

(No forman parte del alcance de este informe, ver pág.7)

- Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Chile S.A.
- Telefónica Chile Servicios Corporativos Limitada
- Telefónica Empresas Chile S.A.
- Telefónica Larga Distancia S.A.

Ambas dan soporte a todas las filiales del negocio a través de:

- Logística
- Capacitación
- Tesorería
- Gestión de seguros
- Recaudación
- Pagos de nóminas y gestión de servicios *outsourcing* de personal
- Otras.

Otros agentes:

Fundación Telefónica Chile

¿Qué es?

Organización sin fines de lucro, dedicada a capitalizar la inversión social y cultural de las empresas Telefónica en Chile. A través de las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC), contribuye a mejorar la vida de las personas y el progreso social.

Línea de trabajo:

- Educación
- Erradicación del trabajo infantil
- Proyectos en arte y cultura digital
- Voluntariado.

Movistar Arena

Nombre del principal recinto techado para la presentación de eventos y espectáculos en el país. Cuenta con una capacidad de 16 mil espectadores y una infraestructura de primer nivel para recibir más de 100 presentaciones al año. Telefónica en Chile no participa en su gestión.



Más información  
[www.telefonicachile.cl](http://www.telefonicachile.cl)



Más información  
[www.fundaciontelefonica.cl](http://www.fundaciontelefonica.cl)



Más información  
[www.movistararena.cl](http://www.movistararena.cl)



PRESENTACIÓN

# Gobierno corporativo \_

4.1 - 4.2 - 4.3 - 4.4 - 4.5 - 4.6 - 4.7 - 4.9 - 4.10 - PG 1 al PG 10

*Las dos empresas que conforman Movistar, Telefónica Chile S.A. y Telefónica Móviles Chile S.A., 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 de Telefónica.*

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 ambas empresas.

Más información



## Transparencia

Toda la información de interés para accionistas, inversionistas, órganos reguladores, medios de comunicación y grupos de interés, está disponible en [www.telefonicachile.cl](http://www.telefonicachile.cl)

**Informe de Gestión Mensual:** herramienta con indicadores de operación de las distintas áreas de las empresas para que las mesas directivas ejerzan supervisión permanente.

**Manual de Manejo de la Información:** desde 2008, este documento contiene las políticas y normas internas elaboradas para garantizar la adecuada y oportuna distribución de la información a los accionistas y al mercado.



Directorio Telefónica Chile S.A.

<b>Claudio Muñoz Z.</b>	Presidente
<b>Narcís Serra S.</b>	Vicepresidente
<b>Fernando Bustamante H.</b>	Titular Serie A
<b>Patricio Rojas R.</b>	Titular Serie A
<b>Emilio Gilolmo L.</b>	Titular Serie A
<b>José Ramón Valente V.</b>	Titular Serie A
<b>Marco Colodro H.</b>	Titular Serie B

<b>Santiago Fernández V.</b>	Suplente Serie A
<b>Vacante</b>	Suplente Serie A
<b>Eduardo Caride T.</b>	Suplente Serie A
<b>Benjamín Holmes B.</b>	Suplente Serie A
<b>Carlos Díaz V.</b>	Suplente Serie A
<b>Vacante</b>	Suplente Serie A
<b>Alfonso Ferrari H.</b>	Suplente Serie B

En marzo de 2013, se produjo el sensible fallecimiento del Sr. Andrés Concha R., hasta entonces miembro Titular, siendo reemplazado por su Director Suplente, el Sr. José Ramón Valente V.

- **Duración período:** tres años, con posible reelección indefinida
- **Reuniones:** al menos una vez al mes

- **Remuneraciones mensuales a diciembre de 2013:**  
Dieta director: 96 UTM  
Dieta vicepresidente: 1,5 veces dieta director  
Dieta presidente: 2,0 veces dieta director.

Directorio Telefónica Móviles Chile S.A.

<b>Claudio Muñoz Z.</b>	Presidente
<b>Rafael Zamora S.</b>	Vicepresidente
<b>Juan Parra H.</b>	Director
<b>César Valdés M.</b>	Director
<b>Cristian Aninat S.</b>	Director

(Sin directores suplentes)

Los directores de Telefónica Móviles Chile S.A. no reciben remuneración por el desempeño de sus funciones.

Directorio Telefónica Larga Distancia S.A.

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

Comité de Remuneraciones y Compensaciones

- **Funciones:**
  - Revisar, junto a la Administración, los criterios para fijar las retribuciones, compensaciones y planes de beneficios de los empleados de la compañía y proponer al directorio su aprobación.
- **Integrantes:**
  - Marco Colodro H.**
  - José Ramón Valente V.**
  - Patricio Rojas R.**

Comité de Auditoría

- **¿Qué es?**  
Órgano consultivo que presta apoyo a la toma de decisiones para el buen Gobierno Corporativo.
- **Funciones:**
  - Revisar los sistemas de control interno
  - Revisar auditorías internas y externas
  - Revisar Estados Financieros de la compañía
  - Mantener informado al Directorio sobre la cuenta y resultado del funcionamiento del Modelo de Prevención de Delitos (según Ley N° 20.393).
- **Integrantes:**
  - Fernando Bustamante H.**
  - Carlos Díaz V.**
  - Patricio Rojas R.**
  - Benjamín Holmes B.**

El jueves 21 de marzo de 2013 los auditores de Incompliance, entidad autorizada por la Superintendencia de Valores y Seguros, entregó a Telefónica la **Certificación sobre la Adopción e Implementación del Modelo de Prevención de Delitos** establecidos en la Ley N° 20.393.



Más información  
[www.telefonicachile.cl](http://www.telefonicachile.cl)

PRESENTACIÓN

# Equipo de gestión 2013

2.3 - LA13

La mirada del estado actual de la sostenibilidad que Telefónica en Chile incorpora como parte de su negocio, es materializada día a día por los principales ejecutivos de la compañía.

Ellos se encargan de llevar adelante los proyectos que buscan aportar valor a las empresas y a los grupos de interés, en concordancia con las directrices acordadas por el Directorio.



Comité País

→ ¿Qué es?

Con sesiones semanales, Claudio Muñoz encabeza este equipo cuyas funciones principales son analizar y decidir sobre aquellos aspectos del negocio que impactan la reputación de la compañía en Chile, así como debatir y decidir sobre temas estratégicos que van más allá de la operación normal de los negocios. Toma como base de discusión las orientaciones entregadas por el Directorio, la agenda pública y la estrategia de la compañía.

→ Integrantes:

**Claudio Muñoz Z.**  
**Roberto Muñoz L.**  
**Karina Marín Q.**  
**Rafael Zamora S.**  
**Andrés Wallis G.**  
**Juan Parra H.**  
**Cristián Aninat S.**

Comité de Dirección

→ ¿Qué es?

Con una reunión semanal de todos los directores liderada por Roberto Muñoz, este equipo es la máxima instancia de revisión de la estrategia de negocios de la compañía.

→ Funciones:

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







PRESENTACIÓN

# Principios de Actuación (PDA) \_

S02 - S04 - PG10

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

Principio General	¿Qué significa en la práctica?
<div>Honestidad y Confianza</div>	<div>→ Cumplir compromisos</div> <div>→ Proteger la confidencialidad</div> <div>→ Facilitar información</div>
<div>Integridad</div>	<div>→ Solucionar los conflictos de interés</div> <div>→ Comportarse con rectitud</div> <div>→ Actuar con neutralidad política</div>
<div>Derechos Humanos</div>	<div>→ Respetar los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos</div> <div>→ Impulsar la igualdad de oportunidades</div>
<div>Respeto de la Ley</div>	<div>→ Cumplir las legislaciones</div> <div>→ Proporcionar información veraz y oportuna</div> <div>→ Competir de forma íntegra</div>



Cristián Aninat S., Karina Marín Q., Andrés Wallis G., Javier De Miguel D.

## Oficina de Principios de Actuación

→ ¿Qué es?

Este organismo interno vela por el cumplimiento de los PDA en la toma de decisiones de todos los empleados de Telefónica.

→ Miembros:

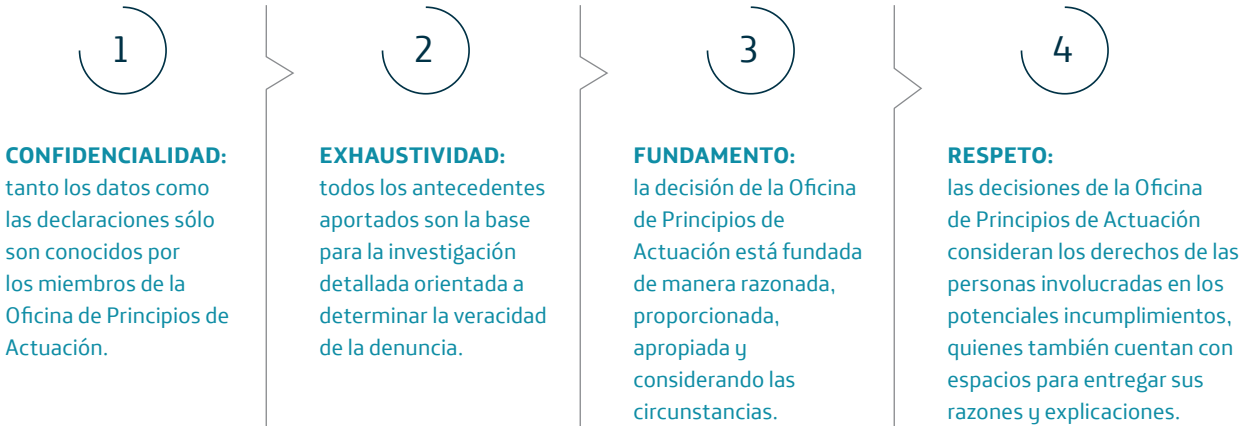
- Karina Marín Q.
- Andrés Wallis G.
- Cristián Aninat S.
- Javier De Miguel Del V.

→ Funciones:

- A través de la formación y aplicación, contribuir a mantener una cultura corporativa inspirada en los Principios de Actuación
- Centralización de consultas y denuncias relacionadas con su cumplimiento, a través de un canal confidencial (corporativo y local).

→ ¿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 Actuación. El proceso de respuesta se basa en cuatro principios:



### Total denuncias 2013: 36

Del total de 36, 17 correspondieron a casos laborales que se derivaron al área de Personas.

PRESENTACIÓN

# Cambios en la regulación y políticas públicas — S05

## ¿Por qué es un tema material? Enfoque que Gestión, DMA

La industria de las telecomunicaciones se ve impactada por las regulaciones propias de nuevos escenarios tecnológicos que cambian vertiginosamente. El desafío para Telefónica es aprovechar las oportunidades y gestionar los riesgos propios del contexto actual.

Durante 2013 los principales cambios que modificaron el actuar de la industria fueron los cargos de acceso móviles y licitación de 4G, entre otros.

Telefónica genera y participa en instancias de diálogo con las autoridades en relación al cambio de normativas, demostrando la relevancia de estar en permanente contacto con la evolución del marco vigente.

## ¿Qué grupos de interés lo mencionaron en la consulta?

En el proceso de construcción de la materialidad, los cambios en la regulación y políticas públicas fueron mencionada por:

- La Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) y a través de la opinión pública, donde se señalan aspectos que posteriormente impactaron en nuevas regulaciones o proyectos.
- Agenda de gobierno en torno a materias de telecomunicaciones.
- A través de los diálogos sostenidos durante 2013 con diversos organismos, como ONG Generación Empresarial, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa), entre otros, señalan que Telefónica tiene la oportunidad de anticiparse a aquellos temas que la legislación busca solucionar.

## ¿Dónde se genera el impacto?

El impacto de las redes, consumidores, emergencias o protección de datos, son algunas de las materias que últimamente han avanzado en la agenda pública y para la compañía es clave estar atentos a cómo anticipar y responder los impactos que puedan tener en la estrategia de Telefónica. Una de las herramientas más importantes para afrontar estas variaciones tiene que ver con el desarrollo de relaciones confiables e íntegras entre la empresa, las autoridades y la sociedad civil.

## ¿Cuál es nuestro objetivo?

Queremos conocer, escuchar y trabajar junto a las autoridades, para alcanzar un mayor grado de eficiencia, transparencia y adelanto frente a la normativa, para anticipar las posibles modificaciones que esto pueda traer a la estrategia de negocios.



RAFAEL ZAMORA S.  
Director de Regulación y Estrategia

## “Somos una empresa comprometida con el desarrollo digital de Chile”

Las tecnologías que hoy más se utilizan ni siquiera eran conocidas hace pocos años. Por ello, la intensidad de esta transformación nos plantea el desafío de responder a nuevos cambios. Del mismo modo, la regulación del sector debe hacerse cargo de los nuevos actores que forman parte de este ecosistema.

### Los últimos años han sido muy activos en cuanto a regulación, ¿Cómo explicas este fenómeno?

“El Estado de Chile, a través de los últimos gobiernos, ha tenido un activo rol en la generación de políticas públicas en materia de telecomunicaciones, con especial foco en el resguardo de los derechos de los consumidores. Telefónica se ha adaptado al nuevo escenario acometiendo las inversiones necesarias para prestar un servicio de mayor excelencia. En ese contexto, la compañía seguirá colaborando en su rol de promotor del crecimiento del país y desarrollo de las personas, aprovechando la experiencia del Grupo Telefónica junto con el conocimiento del mercado local en el que siempre hemos estado presentes”.

### ¿Cómo se explica esa presencia de Telefónica en Chile?

“El rol de Telefónica en la sociedad es muy claro: somos una empresa comprometida con el desarrollo digital del país, facilitamos la vida de las personas y empresas mediante el uso de la tecnología. Esta visión la compartimos respecto a los grandes lineamientos del gobierno en esta materia. La forma en que queremos cumplir ese rol es a través de una estrategia de negocios sostenible que responda a las demandas y necesidades de la ciudadanía”.

### Marco Reglamentario

De acuerdo a la ley, en 2013 comenzaron los estudios para fijar las tarifas de cargos de acceso de Telefónica Móviles Chile S.A. (TMCh) y de Telefónica Chile S.A. (TCh) para el quinquenio 2009 - 2014, cuyos niveles significan, en el caso móvil, una rebaja de 58% (aprox.) para el público en las llamadas fijo a móvil.

También se inició la prestación del servicio LTE 4G a nivel nacional, que permite mayor velocidad de datos que la tecnología 3G. Además, Movistar se adjudicó el bloque de frecuencias "A" en la banda de 700 MHz según el concurso público que llamó la Subtel en octubre de 2013.

- **FIJACIÓN DE TARIFAS DE TELEFONÍA MÓVIL:** el 25 de enero de 2014 se inició la vigencia de las nuevas tarifas de cargos de acceso fijadas por los ministerios de Transportes y Telecomunicaciones (MTT) y de Economía, Fomento y Turismo (MEFT), con anticipación a la toma de razón por parte de la Contraloría. Los niveles de las nuevas tarifas importan una reducción promedio de 75% los cargos de acceso móviles que se pagan entre las compañías para cursar las llamadas. Adicionalmente, desde esa fecha, en cumplimiento de las disposiciones permanentes dictadas por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, se dejó de comercializar planes con precios distintos por las llamadas *on-net* y *off-net* (planes que diferenciaban las comunicaciones que se cursaban en una misma red de aquellas destinadas a otras redes móviles), ni entregar una cantidad diferente de minutos, según si éstos se utilizan para llamadas a usuarios de su misma red o de otras redes móviles.

- **PROCESO DE FIJACIÓN DE TELEFONÍA FIJA:** se realizó el estudio tarifario de TCh estando pendiente, por parte del MTT y MEFT, la dictación del decreto que fija, entre otras, las tarifas de cargos de acceso, adjuntando el Informe de Sustentación y Modelo Tarifario correspondiente. La fecha de entrada en vigencia de las nuevas tarifas del proceso tarifario es el 8 de mayo de 2014. De acuerdo a la ley, Telefónica Chile ha seguido aplicando las tarifas del decreto anterior, las que deberán ser reliquidadas retroactivamente una vez que se publique en el Diario Oficial el nuevo decreto tarifario.
- **INICIO LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE LTE 4G:** con posterioridad a la recepción de obras conforme por parte de Subtel, organismo que dejó constancia que Movistar ha dado fiel, íntegro y oportuno cumplimiento a la ejecución del proyecto comprometido para dar servicio público de transmisión de datos fijo y/o móvil. Se cumplió esta etapa antes del término del plazo de un año comprometido en la adjudicación del bloque C de frecuencias en el sentido de iniciar servicio en todo el territorio nacional.
- **CONCURSO PÚBLICO PARA ADJUDICAR BANDAS DE FRECUENCIAS DE 713-748 Y 768-803 MHZ (BLOQUE A):** mediante Resolución N°758 (7 de marzo de 2014) del MTT, se asignó a TMCh esta concesión de Servicio Público de Transmisión de Datos, de conformidad con el resultado del Informe de Evaluación Final de las propuestas presentadas por las empresas el 13 de enero de 2014.



Más detalles de estas regulaciones  
[www.telefonicachile.cl/inversionistas/pdf/Memoria-TCH-2013.pdf](http://www.telefonicachile.cl/inversionistas/pdf/Memoria-TCH-2013.pdf)

### Multas 2013

EN28 - S04 - S07 - S08 - PR2 - PR9

En este informe se contabilizan las multas pagadas en 2013, categorizadas en su mayoría como:

- Telefónica fue sancionada 43 veces por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) por causas relacionadas al incumplimiento de plazos en la entrega de la información solicitada.

- En cuanto a la Ley del Consumidor, Telefónica recibió 134 multas relativas a cobros y corte de servicios indebidos, además de entrega de servicios defectuosos.
- Respecto a las multas laborales, en la mayoría de éstas se llega a acuerdos entre las partes (transacción notarial, avenimientos, conciliaciones y otros), pero en otras situaciones la Dirección del Trabajo cursa sanciones por anomalías detectadas.

### Nº de multas pagadas 2013

Libre Competencia	→ 0
Subtel	→ 43
Ley Consumidor	→ 134
Laboral Externo	→ 132
Laboral Interno	→ 27
Medio ambiente	→ 0



PRESENTACIÓN

# BE MORE\_

*La tecnología es increíble, mejora la vida de las personas, cambia nuestra manera de comunicarnos, enriquece nuestra manera de disfrutar, jugar y aprender, nos ayuda a relacionarnos, a trabajar; hace más fácil comprar, pagar, en fin, a estar conectados.*

En Telefónica creemos que la tecnología debe estar al alcance de todos, creemos que podemos ayudar a crear un mundo sin límites, en el que podamos compartir los beneficios de la tecnología, en el que podamos hacer más, vivir mejor, SER MÁS\_

La conectividad es sólo el primer paso, ser una empresa de telecomunicaciones digital significa ir más allá: es un reto ayudar a nuestros clientes en su vida digital, es decir, acompañarlos a entender, acceder y disfrutar todas las posibilidades del mundo digital.

Este desafío lo haremos posible aplicando tres actitudes que forman parte de nuestro programa estratégico BE MORE\_:

**DISCOVER:** enfocar todas nuestras actividades en el cliente y descubrir sus nuevas necesidades en el mundo digital.

**DELIVER:** ser ágiles y cumplir nuestra promesa de hacer que la tecnología sea asequible para las personas.

**DISRUPT:** anticiparnos a los cambios y sorprender a nuestros clientes con nuevas soluciones que aporten valor a sus vidas y a sus negocios.

Estas tres actitudes resumen, tanto los actuales comportamientos corporativos y valores de marca, como las expectativas de nuestros grupos de interés.





PRESENTACIÓN

# BE MORE\_ en Chile, nuestro camino \_

1001

*El desafío de Telefónica en Chile es integrar una mirada de sostenibilidad al plan de negocios de la compañía. Roberto Muñoz, gerente general de la operadora, explica la forma como pensamos abordar esta oportunidad.*



ROBERTO MUÑOZ L.  
Gerente general



Es increíble cómo  
la tecnología mejora  
la vida de las personas  
**BE MORE\_**

Desde que llegó a la gerencia general de Telefónica en Chile ha enfocado sus acciones en aquellas claves que permitan responder y anticipar las necesidades de la sociedad y de los clientes en un contexto de permanente cambio.

### ¿Cuál es la base del plan de la compañía?

Para responder esa pregunta lo fundamental es observar cómo se ha modificado la vida de los chilenos en el último tiempo y, sin duda, una de las transformaciones centrales ha sido el explosivo tráfico de datos que vemos a diario en los bolsillos, hogares, emprendimientos y empresas de los clientes y la sociedad en la que estamos inmersos. Como consecuencia, hace ya dos años nos centramos en definir cuáles son las prioridades que nos permitan entregar una oferta que acerque la tecnología a todos.

### Si la base del plan está en la sociedad, ¿qué prioridades tiene la compañía?

Más que una linealidad preferimos entender este desafío como un sistema

con múltiples variables en que cada una juega un rol clave. En ese sentido, el crecimiento tiene un sentido y no responde a ser el más grande porque sí, sino que a descubrir y satisfacer las necesidades tecnológicas de una sociedad cada vez más digital. Para crecer, en años anteriores Telefónica en Chile venía de inversiones entre US\$ 300 millones y US\$ 500 millones en red. Esta cifra está en torno de los US\$ 900 millones en un año y de US\$ 1.250 millones en 18 meses terminando a fines de 2013. En la misma línea, las magnitudes de esos montos están orientadas a crecer y consolidar nuestra red que permita sostener el tráfico de información. Sólo por Telefónica en 2010 pasaban dos mil *gigabytes* de tráfico al día, durante 2013 fueron 35 mil *gigabytes* y en tres años eso se va a multiplicar por 30.

Otra variable fundamental es el equipo humano de Telefónica en Chile y las empresas proveedoras. Como compañía también estamos trabajando con el mismo foco: de qué manera anticipar y responder a sus necesidades para que todos estemos al servicio de la sociedad. En ese sentido, el

eje de la gestión de nuestro capital humano está orientado a desarrollar el potencial de cada uno y así seguir mejorando la experiencia de servicio de nuestros clientes.

### Has mencionado a la sociedad, pero ¿de qué forma una compañía como Telefónica puede abordar sus desafíos?

Como empresa hemos estudiado los nuevos lineamientos de sostenibilidad y nos identifica los nuevos focos. Es verdad que hablar de la sociedad y sus intereses puede sonar muy general y ese es el primer paso para no gestionarlo, sin embargo, este reporte lo hemos diseñado para que en los ejes que mencioné anteriormente, el lector pueda descubrir específicamente en qué materias centraremos nuestra gestión. En ese sentido, los 16 temas materiales están integrados como parte de la estrategia y es el camino que queremos recorrer para hacer que esta Revolución Digital se pueda desarrollar de manera sostenible.





## 2. Crecimiento \_



- 1 PAULA FIGUEROA A.  
Directora de Marketing

“Necesitamos evolucionar desde una compañía de telecomunicaciones tradicional a una digital”

**¿Cuáles son los nuevos desafíos de una empresa de telecomunicaciones como Movistar y de qué forma los está enfrentando?**

“Hoy estamos viviendo una Revolución Digital que significa un crecimiento en el tráfico de datos como nunca habíamos visto. Para liderar esta profunda transformación necesitamos evolucionar desde una compañía de telecomunicaciones tradicional a una digital, cambio que se traduce en redes que permitan el funcionamiento de los nuevos productos y servicios. En ese contexto, esta revolución la estamos enfrentando con una experiencia de servicio basada en la última tecnología y durante 2013 lanzamos nuestra red 4G, aumentamos el acceso a la TV digital un 18,7% respecto al 2012 y avanzamos en banda ancha por fibra óptica en todos los segmentos”.

- 2 CRISTIAN SCHALSCHA D.  
Director de Ventas

“Queremos que la Revolución Digital Llegue a todos”

**¿Cómo contribuye Telefónica a cerrar la brecha de accesibilidad e inclusión digital?**

“Según el Banco Mundial, los países en desarrollo como Chile pueden elevar su Producto Interno Bruto (PIB) en más de 1,2% por cada 10% de incremento de la penetración de banda ancha. Como Telefónica queremos que la Revolución Digital Llegue a todos, ya sea a través de la cobertura territorial como por la masificación en los diferentes segmentos socioeconómicos. En ese contexto, nuestras metas de crecimiento están orientadas a aumentar la participación de los diferentes servicios de Movistar en la sociedad. Con cada uno tenemos cuotas muy distintas: telefonía fija, 51,8%; banda ancha fija, 39%; telefonía móvil, 38% y 19% con nuestros servicios de televisión, pero queremos avanzar para que cada vez más personas puedan acceder al mundo digital”.

- 3 PEDRO PABLO LASO B.  
Director de Empresas

“Queremos que las empresas encuentren en Movistar un socio tecnológico”

**¿Qué oportunidades tiene una empresa en el mundo digital?**

“Los negocios de nuestros clientes empresas también enfrentan los desafíos de la Revolución Digital. Independientemente de su tamaño, queremos seguir avanzando en diseñar soluciones para que las organizaciones que confían en nosotros encuentren en Movistar un socio tecnológico que les permita generar nuevos negocios, aumentar su productividad, impactar el desarrollo socioeconómico del país e, incluso, proteger el entorno a través de eficiencias de procesos. A nivel empresarial la era digital requiere gestionar su información estratégica, ya sea almacenando, transportando y protegiendo datos o generando soluciones de la internet de las cosas, es decir, aprovechando todas las oportunidades “machine to machine”.



CRECIMIENTO

# Motor de progreso \_

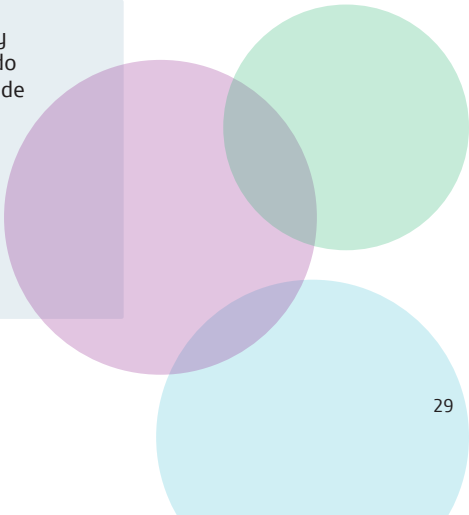
Telefónica quiere contribuir al desarrollo de la sociedad chilena como una empresa sostenible, que impacta positivamente en la vida de las personas. Para enfocar ese desafío, en este capítulo encontrarás las cuatro principales preocupaciones para nuestros grupos de interés y la estrategia de la compañía.<sup>(1)</sup> [Enfoque de gestión, DMA](#)

	¿Por qué es un tema material?	¿Qué grupos de interés lo mencionó?
<b>CRECIMIENTO Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO</b> (pág. 34 y 35)	Porque tanto el crecimiento como el posicionamiento de nuestros productos, servicios y soluciones tecnológicas nos permiten contribuir a digitalizar Chile. Con una inversión de US\$ 611 millones en nuestras redes, la participación en el mercado de Telefónica es de 51,8% en telefonía fija; 39% en banda ancha fija; 38% en telefonía móvil y 19% con televisión.	El equipo directivo destacó el rol que tiene el desarrollo de Telefónica en la Revolución Digital.
<b>ACCESO E INCLUSIÓN</b> (pág. 36 y 37)	Hoy la conectividad es fundamental en nuestras vidas. Las redes de Telefónica permiten conectar a más chilenos, indistintamente de su ubicación geográfica, estrato socioeconómico o habilidades para manejar la tecnología. En este sentido, la alta penetración de nuestros productos y servicios habla de una sólida apuesta económica, técnica y social.	En cada área de la compañía aparece este tema como un compromiso con la mejora continua de los procesos, con la mantención y expansión de nuestra red y con ampliar nuestra oferta de productos y servicios.
<b>INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS</b> (pág. 32 y 33)	La investigación permite identificar nuevas soluciones tecnológicas y oportunidades de negocios.  En este sentido, la innovación tiene la capacidad de transformar y mejorar cualquier proceso interno de una compañía, sobre todo en una empresa digital como Telefónica.	Grupo de diálogo experto en innovación que destaca propiciar nuevas alternativas, tanto internas como externas, con más posibilidades para emprender.  La opinión pública destaca los espacios con los que cuenta Telefónica, tales como: Wayra, Amerigo, y el centro de investigación en Chile junto a Corfo.
<b>E-HEALTH</b> (pág. 31)	Hoy la salud no está disponible para todos los chilenos. La dificultad en el acceso a la atención por lugares geográficos, nuevas oportunidades de conectar a las personas con soluciones médicas a través de las tecnologías de la comunicación.  La salud hoy encuentra en la tecnología posibilidades de una mejora en los tiempos de espera en la atención de pacientes.	En la opinión pública, el tema es abordado desde la necesidad de encontrar una solución que ayude a los centros médicos y hospitales públicos a reducir la congestión en su servicio.

<sup>(1)</sup> Conoce cómo identificamos estos temas en las pág. 12 y 13.



¿Dónde impacta?		El objetivo de Telefónica en Chile	
Alcanzar nuestras metas estratégicas significa generar accesos para más y diversos mercados, crecimiento que impactará en un mejor rendimiento económico. A su vez, un desafío de esta naturaleza también influye en nuestro modelo operacional y cadena de valor.		<ul style="list-style-type: none"><li>• Apoyar la digitalización del país para conectar a cada vez más personas y empresas</li><li>• Mejorar la atención al cliente en nuestras distintas plataformas</li><li>• Aumentar la fidelización de los clientes con una experiencia de servicio diferenciadora.</li></ul>	
En Telefónica, el impacto se genera en la instalación de la red y en los procesos de venta y la posventa.  A nivel de grupos de interés este tema incide en nuestros clientes y también en la conectividad general de la sociedad.		Como compañía históricamente nos hemos propuesto acercar la tecnología a todos los chilenos. En Telefónica creemos que la tecnología está para ayudarnos y nosotros podemos ayudar a la sociedad a aprovechar al máximo sus potencialidades.	
Impacta directamente en la estrategia de la compañía que, a su vez, está estrechamente relacionada con el desarrollo tecnológico de la sociedad. Este impacto se genera a través de nuestro servicio y del desarrollo que podemos generar en los emprendedores digitales.		Como Telefónica estamos enfocados en construir una empresa a la vanguardia tecnológica, con soluciones y oportunidades para nuestros clientes y la sociedad digital.	
Impacta en las experiencias médicas de los pacientes en el país. También puede incidir en la percepción pública de esta necesidad y en las oportunidades de nuevos negocios vinculados a estas soluciones digitales.		Facilitar el acceso a información clara y oportuna para los pacientes, sobre todo en lugares remotos, de difícil acceso o de alta congestión.	







CRECIMIENTO

# Indicadores 2012-2013 1001

Indicadores <sup>(1)</sup>	2012	2013	Variación anual
Accesos telefonía móvil (miles)	9.382	9.858	5%
Parque líneas fijas (miles)	1.743	1.659	-5%
Parque televisión (miles)	424	503	19%
Parque banda ancha <sup>(2)</sup> (miles)	1.356	1.312	-3%
Otros accesos	224	282	26%
Inversión (cifras en mill. pesos CLP)	274.102	320.167	17%
Wayra (cifras en mill. pesos CLP)	276	577	105%

<sup>(1)</sup> Total de accesos 13,6 millones (informado en la Memoria Financiera 2013).  
<sup>(2)</sup> Considera banda ancha fija y banda ancha móvil.

CRECIMIENTO

# Telefónica al servicio de la salud en Chile

TA02

*Contribuir a la transformación del sector, hacia un modelo más conectado y más sostenible es el objetivo de e-Health, área de la compañía enfocada al desarrollo y diseño de soluciones digitales para acortar la brecha de comunicación entre las organizaciones de salud y las personas.*

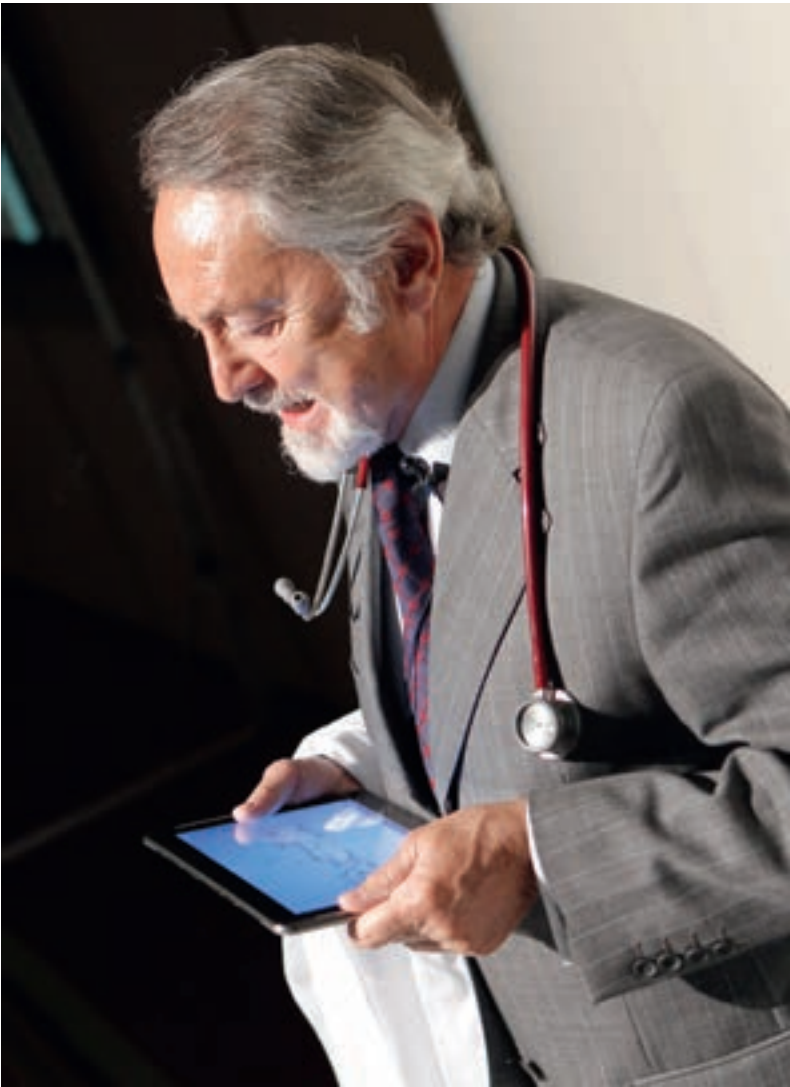
En el marco de e-Health hoy entregamos un apoyo clave a nuestros clientes del rubro, a través del proyecto **Gestión de Demanda Asistencial (GDA)**, servicio que impacta positivamente a la ciudadanía con una mejora sustancial en su calidad de vida, porque permite terminar definitivamente con las listas de espera en los consultorios.

Su objetivo es entregar mayor fluidez y conexión a la comunicación de los centros asistenciales con sus pacientes, permitiéndoles solicitar horas de atención en los servicios de salud a través de un llamado telefónico, en cualquier lugar del país, potenciando la relación multicanal.

Con GDA estamos entregando una mejora tecnológica que apoya la dignidad para las personas al agilizar el sistema de atención en salud. El proyecto se ha implementado en comunas como Los Andes, Calle Larga, San Felipe y Llay-Llay y beneficia a 950 mil usuarios en el país.

Otros servicios de e-Health en los que trabaja Telefónica son:

→ **Imagen en red y Tele-diagnóstico:** posibilita el diagnóstico por imagen y el trabajo colaborativo de los profesionales de la salud.



El compromiso de eliminar las barreras de acceso a la salud está disponible para todas las comunas del país, independiente de su tamaño o cantidad de habitantes.

- **Telemedicina:** permite interactuar con profesionales que se encuentran físicamente distantes, pudiendo realizar sesiones clínicas, compartir historiales, información de pacientes e imágenes en tiempo real.
- **Emergencias - SAMU:** se orienta a replicar experiencias del grupo en manejo de emergencias.
- **Gestión Remota de Pacientes:** permite atender de forma a distancia a pacientes crónicos que se encuentren en fase de rehabilitación, hospitalización y maternidad, llevando el hospital a casa.

Más información





CRECIMIENTO

# SER MÁS\_ una Telco Digital \_

*Para Telefónica la innovación debe ser una prioridad en la agenda nacional. Las capacidades que ya existen en la compañía son la base para consolidarnos como un referente a nivel de Latinoamérica, con la convicción que la innovación es lo que nos permitirá adelantarnos a las necesidades de los clientes, ampliar nuestros márgenes de crecimiento y rentabilización de nuevos negocios.*

### Centro internacional de investigación

Durante 2013, el programa de Atracción de Centros de Excelencia Internacional de la Corporación de Fomento (Corfo), se propuso traer investigación de punta a Chile, de la mano de empresas reconocidas a nivel mundial. Telefónica en Chile instalará un centro enfocado en soluciones de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y en el desarrollo de ciudades inteligentes, iniciativa que contará con un gran número de investigadores chilenos.

Este tipo de centros contribuye a hacer de Chile un polo regional de emprendimiento e innovación y da un impulso a la productividad de la economía nacional país.

LA EMPRESA  
MÁS INNOVADORA DE CHILE.

Movistar encabeza el ranking **Most Innovative Companies Chile 2013**, por crear una potente cultura que premia el intraemprendimiento y la contribución de los colaboradores de la compañía.

Este reconocimiento apoya el puesto 34º de Chile en el Ranking Global de la Tecnología de Información del Foro Económico Mundial, posicionando al país como líder en Latinoamérica.

### Wayra

Es una aceleradora de emprendimientos digitales. Su objetivo es promover la innovación y captación de nuevo talento en Chile en torno a nuevas TIC.

En Chile, apoya desde hace dos años a equipos emprendedores con una idea, un diseño o un proyecto de negocio que dé solución a una necesidad en el ámbito de las tecnologías digitales. A través de Wayra, Telefónica aporta con financiamiento, gestión, soporte tecnológico y espacio, además de conectar a redes de emprendedores en innovación y tecnología.

- 19 *start up* forman parte de la historia de Wayra en Chile.
- 10 proyectos seleccionados para prepararse durante 2013.
- 32 mentores apoyaron a los emprendimientos.
- 742 proyectos inscritos en la academia.

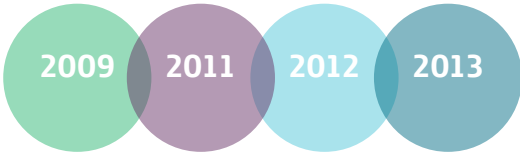


Más  
información



CRECIMIENTO

# Telefónica: una historia de innovación



Para Telefónica en Chile la innovación está en el corazón de nuestro negocio, de esta manera es que desde 2009 comenzamos con el Proyecto Telco Innova a través de diez planes de trabajo en la compañía. Estas iniciativas se construyen enfocándonos en las instancias de capacitación de los trabajadores; gestión de la innovación, con una estrategia y un sistema de gestión; grupo de facilitadores; Comité de Innovación y pilotos.

En 2011 Telco Innova llegó a su fin, habiendo posicionado con éxito los distintos planes de trabajo. Se lanzó ese año el libro “Construyendo una Cultura de Innovación”, que destacó cinco casos de éxito internos.

Un año más tarde, comenzamos la construcción de indicadores para medir la

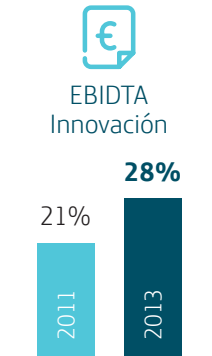
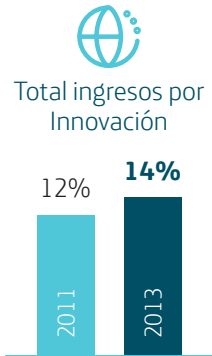
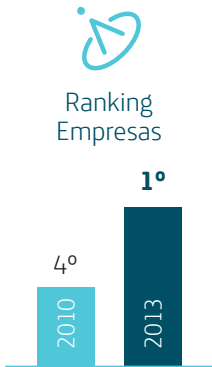
innovación, incluyendo ingresos, margen en innovación, y gasto en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I).

Asimismo, inauguramos la Escuela de Innovación de Telefónica que instruyó a 11 colaboradores. Se coronó este ciclo con una Semana de la Innovación que convocó a 15 talleres y seis charlas.

De esta manera, durante 2013 se siguieron perfeccionando los indicadores de la gestión, agregando eficiencia en innovación y ahorros por gestión. La Escuela de Innovación creció, contando ya con 10 formadores que realizaron 10 talleres, tres *coaching*, cinco debates y 20 historias. Se organizó también el Congreso de Innovación y la charla maestra de Marcial Losada.



Uno de los debates de innovación.



# Una Revolución para los que quieren más

## 4G



### 4ta generación

Esta tecnología permite mejorar la experiencia de navegación de datos móviles del cliente, con una velocidad hasta 10 veces más rápida que 3G.

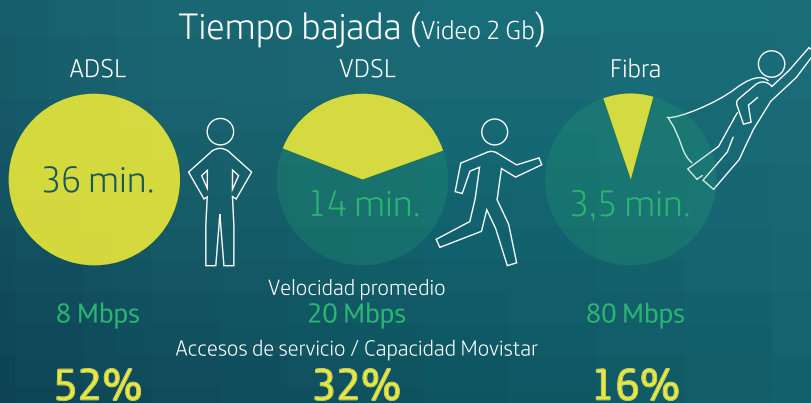


## BAF



### Banda ancha fija

Solo a través de la fibra óptica de Movistar podrás conectar múltiples dispositivos a la red WiFi y a una mejor velocidad de bajada y subida, para jugar, ver videos y todo lo que quieras.



## IPTV

### Internet Protocol Television

Vive hoy en tu hogar la televisión del futuro con el servicio más moderno y de mejor calidad.



#### Zapping instantáneo

Cambia de canal en menos de un segundo.

#### Búsqueda Global Predictiva

Sugiere resultados mientras escribes.

#### VOD

Disfruta un verdadero video club en tu hogar.

#### Multiroom PVR

Comparte tus grabaciones en cualquier televisor de tu hogar con decodificador.

#### Picture in Picture

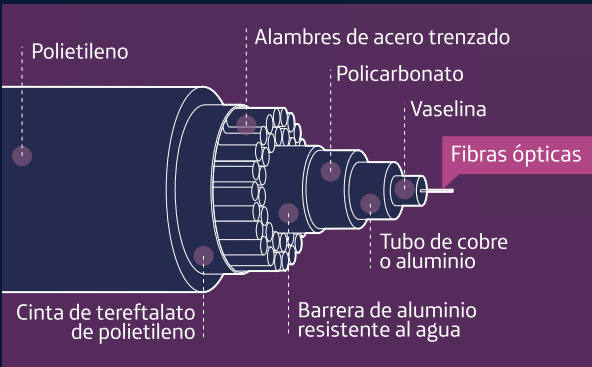
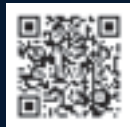
Mira qué están dando en otras señales, sin dejar de ver tu programa favorito.

#### Grabación simultánea

Graba hasta cuatro programas al mismo tiempo.

#### Pausa tu grabación

Pausar un programa grabado en un televisor y continuar viéndolo en otro.



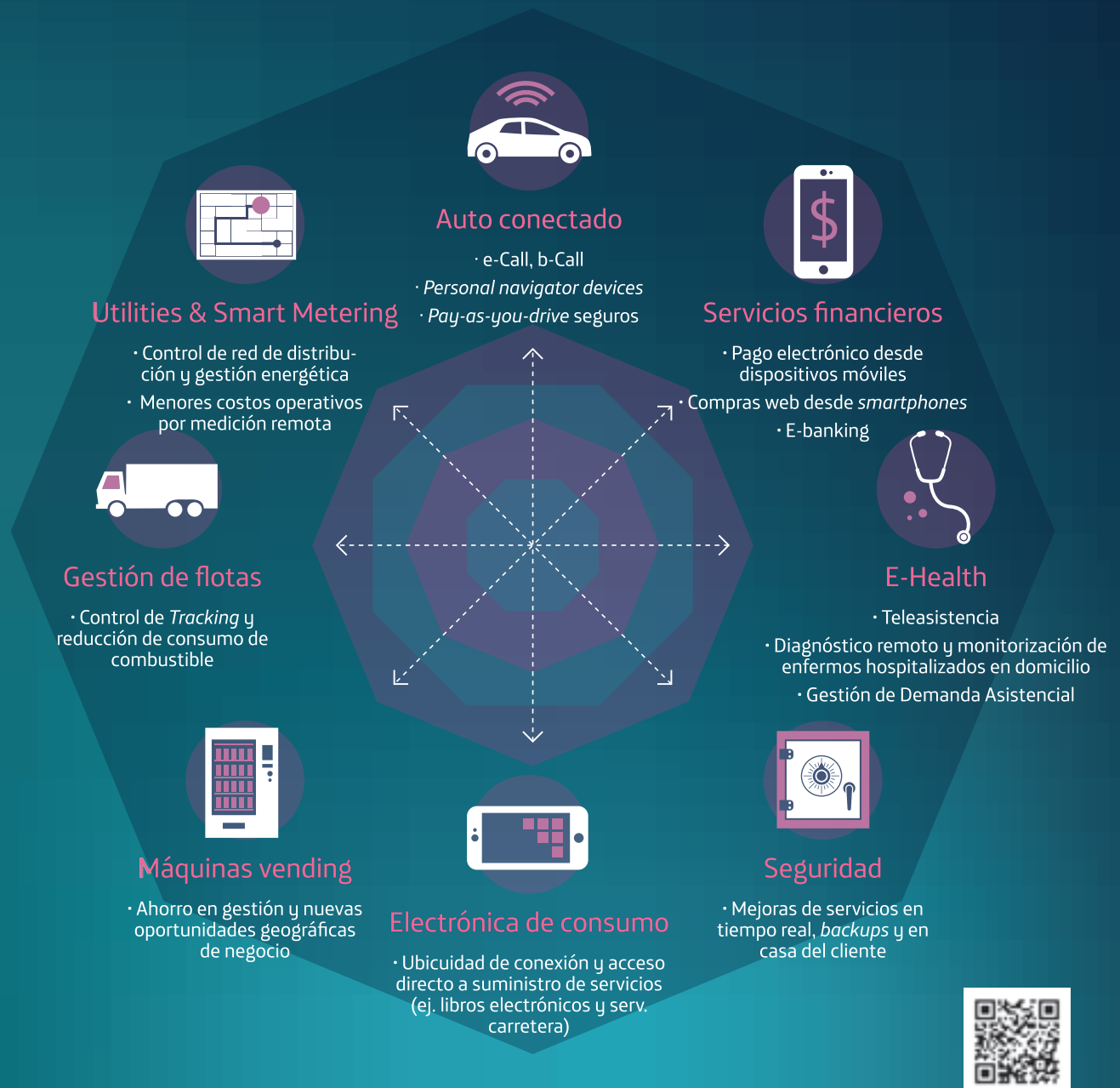
## Fibra

La Fibra óptica es un medio de transmisión físico capaz de brindar velocidades superiores a las de cualquier otro medio (cobre e inalámbricos).



# Un aliado de la sociedad

Telefónica quiere participar activamente con el gobierno, la ciudadanía, las grandes empresas y las pymes enfrentando los retos conjuntamente.



**ADSL:** tecnología asimétrica (velocidad de bajada mayor a la de subida) que permite la transmisión de datos por par de cobre.

**VDSL:** tecnología para una mayor velocidad a través de la simetría en la transmisión de datos (velocidad de bajada igual a la de subida).

## ¿Qué permite?

- Mejor calidad de TV Digital
- Música y video en alta definición
- Múltiples dispositivos en red WiFi
- Descarga de archivos en menos tiempo
- Reducción de pérdida de datos
- Estabilidad de la conexión

## Red mundial



CRECIMIENTO

# ¿Cómo damos acceso e inclusión para todos? —

PA01 - PA02 - PA04 - PA05

*Estamos en un momento clave en la industria, en donde la apertura del mercado digital nos da la oportunidad de llegar con más y mejores productos a todos nuestros clientes, en cualquier lugar. Para Telefónica, el acceso e inclusión es vital para el desarrollo del país y parte de nuestro sello como compañía.*

Telefónica en Chile genera operaciones comerciales y ofertas diferenciadas para todos los estratos socioeconómicos, con un total de 10,5 millones de accesos en los servicios móviles y 3,1 millones de accesos en los servicios fijos distribuidos a lo largo de Chile.

Los productos y servicios que ofrece la compañía son puestos a disposición de todas las personas para lograr una mejora en su calidad de vida, dando garantía no sólo de la conectividad para el país, sino también del desarrollo de las personas en todo lugar.

## ACERCANDO LAS TIC A LA TERCERA EDAD

Durante 2013, Telefónica apoyó al programa “**Chile Mayor Digit@l 2.0**”, actividad impulsada por la Universidad Católica y patrocinada por el Gobierno Regional de la IV Región y la Ilustre Municipalidad de La Serena.

Este programa pretende implementar y capacitar en Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) a los adultos mayores y emprendedores de la ciudad nortina.

## CONECTANDO A TODOS

Según las cifras 2013 entregadas por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), en Chile de cada 100 habitantes, 44,4 tienen acceso a internet, mientras que la banda ancha móvil crece 770% entre los últimos cuatro años. Sin embargo, existen zonas que, por su lejanía o geografía, aún no están conectadas.

Diferente es el caso de **Timaukel**, localidad en que se puso en marcha el proyecto liderado por el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones para dotar a sus vecinos de una red de telefonía e internet móvil en las dos rutas internacionales principales de Tierra del Fuego.

Como Telefónica, nos comprometimos a instalar y operar el servicio público de telefonía móvil (con tecnología GSM), mejorando el acceso y conectividad en esta zona de nuestro país.

## BANDA ANCHA Y SU FUTURO

A nivel mundial, son cada día más los clientes que demandan mejor conectividad, lo que significa ampliar el alcance de la fibra óptica en un corto plazo. De la misma forma, cada vez se hacen más populares los servicios que requieren un mayor ancho de banda tales como televisión por protocolo de internet (IPTV).





CRECIMIENTO

# Telefónica potencia a sus clientes empresa \_

*Como sociedad estamos viviendo una Revolución Digital, en la cual Telefónica es protagonista al acercar la tecnología a sus clientes, ya sea personas o empresas. Acercar el mundo de las soluciones inteligentes a nuestros clientes empresa permite expandirnos como negocio y potenciar el desarrollo de otros. En Telefónica en Chile, contamos con una amplia y atractiva cartera de productos y servicios diseñados para facilitar las operaciones de pequeñas, medianas y grandes empresas.*

En este contexto, Telefónica se convierte en un socio de confianza para sus clientes, ayudándolos a descubrir, entender y sacar el máximo provecho de la tecnología, de manera que potencia la vida de las personas y la productividad de las empresas. Con ese fin, la compañía ha definido tres focos:

- En **salud**, la telemedicina genera un mundo de oportunidades que benefician a los pacientes y nosotros debemos estar preparados para entregar soluciones que dan agilidad al sistema de atención. (Ver pág. 31)
- En **educación**, se implementó el Colegio del Futuro en La Cisterna (IDOP), posteriormente replicada en Punta Arenas. Esta iniciativa permite disminuir la brecha digital que existe en los estudiantes del país.
- En **servicios financieros**, contamos con un portafolio de servicios, entre ellos destaca *cloud check*, que permitirá canjear los cheques sólo a partir de la imagen digital, sin necesidad del documento físico.

## ESTAMOS EN LA NUBE: *CLOUD*

Utilizamos la nube para entregar servicios a los clientes, aprovechando las ventajas de focalizar los recursos en sus negocios, evitar la obsolescencia tecnológica y controlar los costos.

## ¿Y M2M?

En esta línea nosotros contamos con tres familias de productos:

- En primer lugar, la conectividad, que es el uso de nuestras redes.
- Un paso más adelante está la conectividad gestionada, cuya plataforma *smart* permite tener información, monitoreo y control de la *simcard*.
- En un tercer nivel están los productos y servicios como control de flotas, *smart building* (información de edificios), *smart cities* y mucho más.







# 3. Red



GUSTAVO MARAMBIO L.  
 Director de Red

“Tenemos el mismo sueño que el cliente: ofrecer conectividad y servicios con una calidad diferenciadora”

**¿Qué significa una red de calidad para Telefónica?**

“La Revolución Digital que estamos viviendo nos desafía a evolucionar nuestras redes alcanzando una calidad diferencial. Esta tarea significa aumentar la capacidad y cobertura, incrementando la calidad de la experiencia del servicio que entregamos”.

**En esa línea, ¿qué está haciendo Telefónica?**

“El corazón del negocio de Telefónica en Chile es su red y 2013 lo podemos identificar como el año en que nos centramos en esa definición. El primer paso fue invertir US\$611 millones, para duplicar nuestras antenas, la red 4G, crecer con el despliegue de fibra óptica y la mantención de la infraestructura que nos permite ser la mayor empresa de telecomunicaciones de Chile. De esta manera podemos asegurar calidad y continuidad en el servicio que ponemos a disposición de todos los chilenos, así como también hacernos responsables de las tareas que como compañía hemos comprometido con el país”.

**¿Cuáles son las dificultades de una tarea así?**

“Más que dificultades, el desarrollo de los últimos años de las telecomunicaciones se ha caracterizado por una dinámica que está presente en muchos aspectos. La obsolescencia tecnológica, por ejemplo, es una variable que nos obliga a estar en permanente renovación de nuestros equipos; en la relación con el entorno tenemos que conjugar las demandas de comunidades que, por un lado, nos solicitan que lleguemos con nuestros servicios para estar comunicados, con aquellas que nos plantean un despliegue armónico de las redes. En ese punto, el cumplimiento de la Ley de Antenas nos ha permitido equilibrar ambos intereses. En el marco regulatorio también puedo mencionar la licitación de la banda 700 MHz para LTE, frecuencia que nos permitirá mejorar la calidad de nuestra oferta de servicios”.

“Otra importante adaptación tiene que ver con el elevado costo que hoy tiene la energía en Chile. Sin duda, este aspecto también impacta en nuestra red y nos desafía a innovar tecnológicamente para aumentar la eficiencia energética de los equipos que usamos a diario”.

**¿Qué transformaciones pueden generar estas iniciativas?**

“Las vemos a diario. Si lo pudiera resumir en un concepto, diría conectividad de las personas, la relación permanente que hoy permite, por ejemplo, un *smartphone* es equivalente a tener un sentido más que hoy hace posible una forma de vida totalmente distinta a la forma en que se había desarrollado la humanidad. Las magnitudes de las redes de Telefónica en Chile nos permiten ser un actor relevante en el acceso igualitario e indiscriminado a la sociedad de la información”.



# Despliegue integral

La responsabilidad del desarrollo de las redes de Telefónica se refleja en la importancia que tiene para la conectividad del país y en la forma en que impactan en la sociedad y en el ambiente. Estos efectos se concentran en energía, acceso para las personas y desastres naturales.<sup>(1)</sup> Enfoque de gestión, DMA

	¿Por qué es un tema material?	¿Qué grupos de interés lo mencionó?	¿Dónde impacta?
EFICIENCIA ENERGÉTICA (pág. 46)	Porque para Telefónica operar con eficiencia permite reducir nuestro impacto en el medio ambiente y disminuir los costos propios del consumo energético. En esa línea, también queremos que, a través de nuestros servicios, otros sectores productivos también puedan aminorar su huella en el entorno.	En el grupo de diálogo sobre medio ambiente, instancia que contó con la participación de la Asociación Chilena de Eficiencia Energética.	Este tema tiene un impacto directo dentro y fuera de la organización ya que afecta en las operaciones, en los costos y en el medio ambiente.
IMPACTO EN LAS COMUNIDADES LOCALES (pág. 44 y 45)	Porque para aumentar la conectividad del país, especialmente en las zonas rurales, es necesaria la instalación de antenas.  En ese proceso, es fundamental el diálogo transparente, coordinado y oportuno para asegurar que el despliegue de red reduzca sus impactos visuales e informe oportunamente respecto a los temas de salud.	<ul style="list-style-type: none"><li>Las consideraciones recogidas en la Ley de Antenas, en cuanto a altura de la instalación.</li><li>Opinión pública, a través de numerosas notas de prensa respecto a la impresión que tienen los vecinos de las antenas.</li></ul>	En las comunidades aledañas a las antenas, en los clientes actuales y potenciales, así como en el crecimiento de la compañía.
DESASTRES NATURALES (pág. 47)	Las situaciones de emergencia y desastres naturales son la prueba más compleja para el funcionamiento de una red de telecomunicaciones.  Para Telefónica es clave generar procesos coordinados que se reflejen en una estrategia de contingencia que permita mantener a todos conectados cuando más lo requieren.	<ul style="list-style-type: none"><li>En el grupo de diálogo realizado con especialistas y asesores de emergencia de diversos áreas que plantearon la necesidad de establecer alianzas de trabajo para reaccionar coordinadamente en estas situaciones.</li></ul>	El impacto se produce tanto interna como externamente, pues afecta la continuidad operacional del servicio y, como consecuencia, también en la forma en que la sociedad y los clientes se pueden comunicar en caso de un desastre natural.

<sup>(1)</sup> Conoce cómo identificamos estos temas en las pág. 12 y 13.



El objetivo de  
Telefónica en Chile

Para Telefónica el operar con criterios de eficiencia energética es una de nuestras preocupaciones de cara al 2025, con programas y metas específicos para la reducción del consumo energético en un 20%.

Consolidar nuestra política de relacionamiento y mesas de conversación con las comunidades locales en el plan de despliegue de red.

Establecer funciones y roles que se deben asumir para asegurar la continuidad de nuestras operaciones ante cualquier evento.

# Indicadores 2012-2013

— EN3

Indicadores	2012	2013	Variación anual
Consumo energía (mWh) <sup>(1)</sup>	231.732	279.667	21%
Energía (kWh/ae) <sup>(2)</sup>	25,95	28,51	10%
ISC Funcionamiento móvil (Índice de Satisfacción Cliente)	7,02	6,84	-3%
Retiro cables (metros)	-	2.478.462	s/i
Cobertura poblacional <sup>(3)</sup>	-	89%	s/i

s/i = sin información.

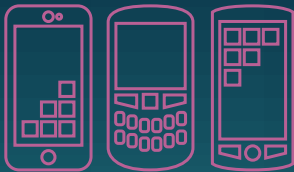
<sup>(1)</sup> MegaWatt hora.

<sup>(2)</sup> Corresponde al total de kWh de nuestra red dividida por el total de accesos equivalentes. Este indicador muestra la eficiencia en el consumo de energía en redes. El dato del resultado 2013 está en proceso de auditoría por lo que cifra indicada es preliminar. Se actualiza cifra 2012.

<sup>(3)</sup> Este cálculo está hecho sobre la base de programas de simulación de cobertura y están sujetos a métodos probabilísticos, por lo tanto, es una estimación. El dato se refiere a la tecnología 3G.



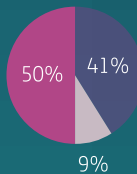
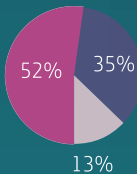
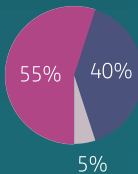
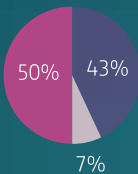
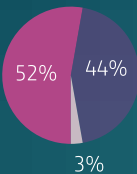
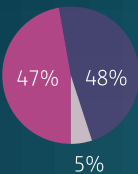
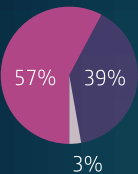
# Cobertura móvil



Telefónica busca poner a disposición de la sociedad sus productos y servicios. Con ese fin, el foco prioritario es la cobertura poblacional móvil en cada una de las regiones del territorio nacional.

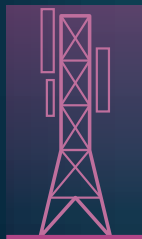
\*Tipos de tecnología

● LTE ● 2G ● 3G



Cobertura 3G

88,3%



XV

Arica y Parinacota

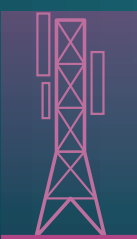
88,4%



I

de Tarapacá

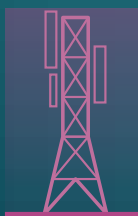
86,3%



II

de Antofagasta

78,4%



III

de Atacama

86%



IV

de Coquimbo

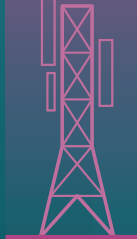
91,7%



V

de Valparaíso

91,8%



RM

Región Metropolitana

# Cobertura fija



Las Naciones Unidas ha calificado el acceso a internet como un Derecho Humano fundamental. Telefónica despliega sus redes para entregar acceso en todos los hogares del país que lo requieran.

Capacidad de conexión

15.237



25.644



43.327



24.056



43.849



140.337

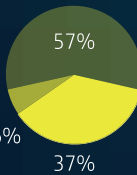
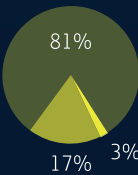


718.572

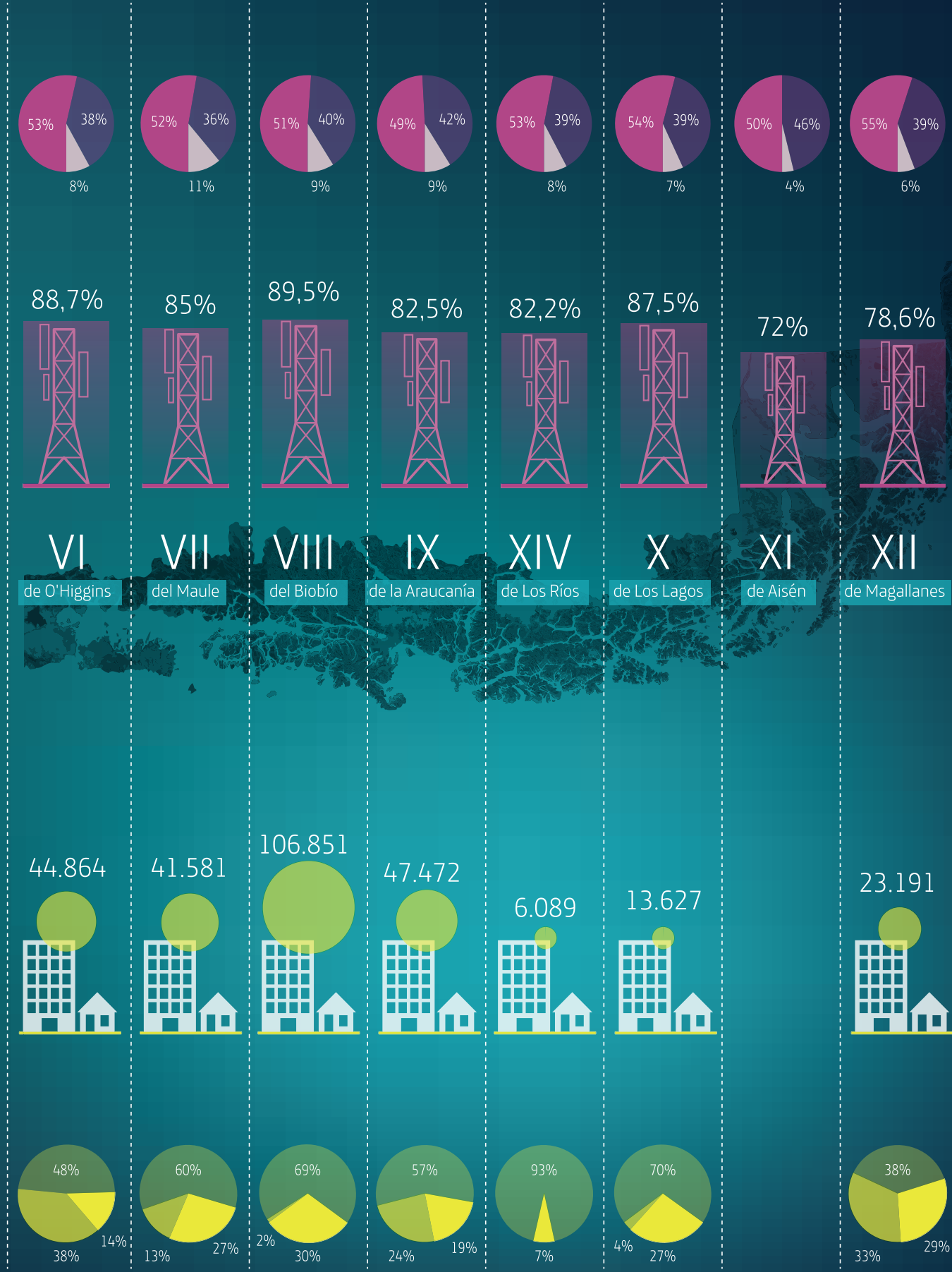


\*Tecnología en proyectos inmobiliarios

● Cobre ● Fibra ● VDSL



\* Cifras decimales en los porcentajes de distribución se aproximan al entero superior para efectos gráficos.





RED

# Despliegue de red y vínculos con las comunidades \_

I007 - S01 - S09 - S010

*La instalación de antenas celulares es necesaria para garantizar la cobertura y la calidad de la red de telefonía móvil en cualquier lugar.*

La Ley 20.599, publicada en junio de 2012, norma la instalación de antenas emisoras y transmisoras de telecomunicaciones, haciendo énfasis en la salud de las personas, la protección de los barrios y la entrega de información a los vecinos. Como parte de ello, se busca evitar y revertir las zonas saturadas de estos elementos, sobre todo en etapa de construcción e instalación.

En este contexto, la búsqueda del consenso social en relación a los proyectos de instalación de antenas, se ha transformado en una de las etapas fundamentales del proceso y la compañía ha asumido un rol activo en la armonización del paisaje urbano. A su vez, esta instancia se ha transformado en un espacio para el fortalecimiento del diálogo y la transparencia entre la empresa, las comunidades y autoridades involucradas para encontrar soluciones que sean de valor compartido para todos los interesados.

Antenas distribuidas a lo largo de todo Chile, permitiendo una cobertura poblacional del 94% en 2G y 89% en 3G. Se encuentran instaladas:



Considerando soluciones indoor.

ENTRE LOS PRINCIPALES PUNTOS QUE ESTABLECE LA LEY 20.599:

- Las antenas podrán instalarse en áreas urbanas y rurales, a una distancia mínima de 50 metros de establecimientos educacionales, salas cuna, jardines infantiles, hospitales, clínicas o consultorios, predios urbanos donde existan torres de alta tensión y hogares de ancianos.
- Con respecto a las torres instaladas que no cumplan con estas condiciones, la empresa responsable tiene 12 meses para reubicarla.
- Los propietarios del predio pueden formular sus observaciones al proyecto de instalación de torre, pudiendo exigir una obra de compensación o una estructura armonizada con el entorno urbano y proponer obras de mejoramiento del espacio público.

RED

# Retiro de cables \_

*Telefónica lleva varios años trabajando por la mejora del aspecto visual de las ciudades gracias al retiro de cables en desuso.*

En 2011, Telefónica inició una mesa técnica para coordinar el retiro de cables en desuso. En vista de la relevancia para la ciudadanía y las experiencias positivas que se generaron, la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) adoptó la iniciativa como un requisito para las empresas involucradas, facultando a los municipios para solicitar este trabajo.

Durante 2013 las comunas beneficiadas fueron:

→ **Región Metropolitana:**

- Santiago
- Puente Alto
- Calera de Tango
- Independencia
- Las Condes
- Lo Barnechea
- Macul
- Maipú
- Melipilla
- Ñuñoa
- San Miguel
- Vitacura.

→ **Regiones:**

- San Pedro de Atacama
- Toconao
- Calama
- Antofagasta
- Valparaíso
- Quilpué.

En total, en 2013 se retiraron 107 toneladas de cables, lo que equivale a 2.478 kilómetros de extensión, siendo más del 70% de este retiro en regiones.



RED

# Despliegue de redes y energía: responsabilidad con el medioambiente

4.11 - TA01 - EN26

*Las redes son el corazón operativo de Telefónica en Chile, cuya envergadura convierte a la eficiencia energética en un tema estratégico. En los últimos años la compañía ha trabajado en la incorporación de criterios de eficiencia en sus redes, así, Telefónica en Chile se esfuerza en hacer que los procesos de la compañía sean sostenibles, minimizando su impacto en el entorno y en las futuras generaciones.*

En los últimos años, Telefónica en Chile ha expandido su red en un 177%, incluyendo sitios 2G, 3G y LTE. Este significativo aumento ha impulsado la búsqueda de la eficiencia energética, por medio de proyectos de energías renovables, tecnologías de consumo eficiente, y controles de consumo (IGreen en Edificio Corporativo). Con estas medidas el incremento en el consumo energético ha alcanzado sólo un 24%, a pesar de haber casi duplicado el tamaño de la red, lo que ha significado un logro con el compromiso de uso eficiente de la energía.

### Proyecto de reducción de costos y cuidado ambiental

Considerando que el consumo de las redes concentra el 94% del gasto de energía de la compañía, trabajar en su eficiencia es fundamental.

Este proyecto apunta a transformar el modelo de gestión energética hacia uno más eficiente que permita entregar sostenibilidad medioambiental y económica para la compañía a través de una diversificación de la matriz energética interna potenciando las Energías Renovables no Convencionales (ERNC), las que se concentran en soluciones de eficiencia energética para sitios técnicos.



Telefónica en Chile también está impulsando tecnologías para el desarrollo de *smartcity* y *smartbuilding*, con productos como Gestión de Demanda Asistencia (GDA, detalles en pág. 31) en Telemedicina, la plataforma IGreen (Monitoreo consumo energía) y soluciones digitales de M2M. Así, disponemos de una sólida red para aportar al desarrollo de la sostenibilidad medioambiental.

### Número de sitios de la red



2011



2012



2013

RED

# Plan de actuación ante desastres naturales

*La frecuencia con que el país enfrenta situaciones de emergencia o catástrofe, nos desafía a contar con cursos claros de acción en que la agilidad y precisión de respuesta es clave para mantener a los chilenos conectados cuando más lo necesitan.*

Ante situaciones de emergencia, la continuidad de las telecomunicaciones es fundamental para coordinar la ayuda, reposición de otros servicios básicos y permitir que los afectados se puedan comunicar con sus seres queridos. Con ese objetivo, Telefónica ha desarrollado un Plan de Actuación ante Desastres que se anticipa a la ocurrencia de terremotos, tsunamis y erupciones volcánicas, emergencias que tienen una larga historia de ocurrencia en Chile. Además, prepara a la compañía ante lluvias e incendios.

Su objetivo es determinar las funciones que la organización y sus empleados deben asumir para restituir los servicios, así como las acciones que deben seguir especialistas y ejecutivos de Telefónica en Chile, ante un desastre o crisis que provoque una interrupción significativa en los servicios críticos.

Para su puesta en marcha, cuenta con una estructura orgánica, encabezada por un Grupo de Activación que evalúa la situación, decide y activa el plan de Actuación en las zonas afectadas. Por su parte, los Grupos de Recuperación de Zonas restituyen en terreno los servicios. En este Plan es fundamental el diálogo permanente que establece la compañía con las autoridades encargadas de la gestión de la emergencia.

Antes, durante y después de las emergencias, el plan define las etapas, recursos y mecanismos para reestablecer el servicio en el menor plazo posible. De la misma forma, establece las acciones comerciales para los clientes afectados.

Durante abril, enfrentamos dos desastres en distintas zonas del país, donde tuvimos que ponerlo a prueba.

## 1 DE ABRIL 2014

### Terremoto en Norte Grande

- 46 mil clientes afectados
- Acciones implementadas
  - 500 teléfonos públicos liberados.
  - Se suspendió la cobranza para 16 mil clientes.
  - Recarga gratuita de 50 mensajes de texto para 46 mil clientes prepago sin saldo en la fecha del siniestro.
  - 2.200 clientes con planes de hibernación.
  - Se dispuso de accesos gratuitos de wifi, llamadas nacionales y enchufes para cargar teléfonos en el frente de las sucursales de Movistar en Arica e Iquique.

## 13 DE ABRIL 2014

### Incendio en Valparaíso

- 2.800 clientes afectados
- Acciones implementadas
  - Se liberaron seis teléfonos públicos.
  - 11 mil clientes a los que se suspendió toda acción de cobranza.
  - Hibernación del servicio para 2.700 clientes.
  - Televisión, internet y telefonía gratis en cada albergue.
  - Implementación de una política para clientes con equipos dañados (condonación de deudas y entrega de simcard).



El centro estratégico desde donde la compañía monitorea el funcionamiento de la red en caso de emergencias.

The background of the slide is a teal-colored image of sand dunes. The dunes are rolling and have fine, horizontal ripples on their surface, suggesting a desert landscape. The lighting is soft, creating gentle shadows and highlights on the curves of the dunes.

# 4. Clientes y Sociedad\_





1 SERGIO POGLIAGA  
Director de Clientes

“La tecnología está entre nosotros, nuestra misión es ayudar a nuestros clientes en su uso”

**¿Cómo se traduce la Revolución Digital para los clientes?**

“Hoy se traduce en que nuestros clientes, en todos los instantes, la están utilizando, ya sea para ser más productivos, como para tener más cerca a sus afectos y momentos de entretenimiento en su mundo personal. Por eso nuestro rol es fundamental en brindar el mejor servicio, ofreciendo todas las novedades que le mejoren la vida a nuestros clientes y estando muy atentos para evitar la falla y, si surge, solucionarla de forma rápida y efectiva”.

2 HERNÁN CAMEO  
Director de Operaciones

“En Telefónica nos jugamos la sostenibilidad haciendo bien lo que decimos”

**¿Cómo aporta tu área a los desafíos de gestión del cliente?**

“Desde el punto de vista de creación de valor contamos con una visión integral y simplificada del negocio diseñada a la medida de las necesidades del cliente digital. Internamente, hoy estamos en condiciones de analizar las actividades de la compañía ‘de punta a punta’. En Telefónica en Chile nos jugamos la sostenibilidad haciendo bien lo que decimos, es decir, conectar a los chilenos. En ese sentido, entendemos que la experiencia de los clientes es un riesgo operacional que requiere de un esfuerzo coordinado de todas las áreas de la compañía, ya sea desde el levantamiento de la información que nos permite diseñar un servicio o la forma como instalamos una antena, hasta la capacitación del último empleado de una empresa proveedora”.

3 ANDRÉS WALLIS G.  
Director de Asuntos Corporativos

“Telefónica también puede generar bienestar”

**¿Cómo ves el rol de la empresa privada en la sociedad?**

“En las sociedades actuales las empresas son un factor clave del quehacer y del desarrollo, es casi imposible concebir un país sin la contribución que hace el sector privado, no obstante eso hoy no gozamos de la admiración y confianza que esperamos de los diferentes actores de nuestra comunidad. En ese contexto, creo que el desafío está en cómo una organización como la nuestra ejerce el poder de su capacidad transformadora y Telefónica en Chile puede y debe generar bienestar en la sociedad. Para eso es fundamental ser cada vez más transparente, creer en el diálogo ejercido como una acción profunda de comprender y actuar en consecuencia, lo que se traduce en tomar decisiones transformadoras que benefician a la empresa y a su entorno”.





CLIENTES Y SOCIEDAD

# Experiencia de servicio para un mundo digital \_

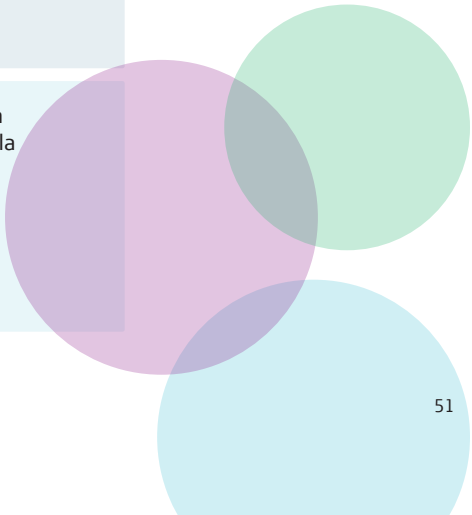
La revolución tecnológica que estamos viviendo es una oportunidad para renovar nuestro compromiso con la atención integral que los clientes y la sociedad esperan de Telefónica en Chile. Estos cinco temas materiales concentran las mayores preocupaciones, tanto para los grupos de interés, como para la estrategia de la compañía. <sup>(1)</sup> [Enfoque de gestión, DMA](#)

	¿Por qué es un tema material?	¿Qué grupos de interés lo mencionó?
EXPERIENCIA DE CLIENTES (pág. 55-57)	Las telecomunicaciones registran uno de los niveles más bajos de satisfacción de clientes, pese a la alta inversión que realiza para mejorar la experiencia de servicio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Los proveedores estratégicos, en los diálogos realizados durante el año</li><li>• En la prensa se aborda desde la insatisfacción de clientes a través de reclamos en el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) y en la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel).</li></ul>
GESTIÓN DE RESIDUOS (pág. 59)	La reutilización, reciclaje y reducción de los residuos es una gran oportunidad para las empresas en Chile de responsabilizarse de los impactos que éstos pueden generar en el entorno.	La prensa y los expertos medioambientales locales ya debaten sobre el ciclo de vida de los productos. A su vez, la regulación internacional también incide en la forma en que Telefónica en Chile aborda esta materia.
SALUD DEL CONSUMIDOR (pág. 58)	Por la preocupación internacional que ha generado un gran número de estudios para establecer si el uso de los teléfonos móviles poseen un potencial riesgo para la salud. Hasta la fecha, ningún efecto adverso para la salud ha sido establecido por la utilización de estos aparatos.	Los medios de comunicación y los informes antes mencionados se han referido sobre el particular.
PRIVACIDAD DE DATOS Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN (pág. 58 y 59)	La acelerada masificación de la tecnología abre posibilidades para que los clientes puedan revelar inadvertidamente información privada o bien realicen operaciones indebidas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• En las mesas de diálogo convocadas por Telefónica integrada por ONG especializadas en la materia</li><li>• Desde la prensa, especialmente sobre la exposición de los niños a la tecnología.</li></ul>
EDUCACIÓN DIGITAL (pág. 60 y 61)	Porque los avances de la tecnología genera sociedades más digitalizadas que son capaces de utilizar la conectividad como herramienta social.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entre otros invitados a los diálogos dedicados a inversión social, como Educación 2020, Servicio Nacional del Menor (Sename) y Puentes Educativos</li><li>• La opinión pública, destaca el impacto positivo de las conexiones realizadas en el marco de las Escuelas del Futuro.</li></ul>

<sup>(1)</sup> Conoce cómo identificamos estos temas en las pág. 12 y 13.



¿Dónde impacta?	El objetivo de Telefónica en Chile
En la decisión de consumo de los clientes insatisfechos. A su vez, tanto empleados como las empresas proveedoras estratégicas también se ven impactadas a través de los nuevos procesos para mejorar el servicio.	Mejorar la satisfacción de nuestros clientes medido en el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC) hasta alcanzar la meta de 7.
En operaciones y en los servicios de posventa de la compañía.  En el entorno impacta en la reducción de chatarra electrónica y en la preocupación de la sociedad.	Reducir el volumen de residuos de equipos de uso masivo, así como de aparatos electrónicos obsoletos, además de papel (bolsas, facturación y oficinas).
A nivel general, este tema impacta en la reputación de Telefónica en la sociedad y de manera más específica en la relación con los clientes y la ciudadanía que desconocen la información sobre telecomunicaciones y salud.	Informar a nuestros clientes, y a la sociedad en general, sobre el cumplimiento de Telefónica en Chile de todas las normativas que establecen límites seguros de radiación de los equipos.
El tema impacta a los clientes y sociedad a través de casos que podrían vulnerar sus derechos.	Contar con una política clara acerca del aporte que podemos realizar en materias de alfabetización de seguridad y responsabilidad parental en la sociedad.
Tanto dentro como fuera de la organización, el impacto es transversal en la medida en que la educación es un aporte directo al desarrollo social a través de la reducción de la brecha digital.	Favorecer el desarrollo de la educación mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).





CLIENTES Y SOCIEDAD

# Indicadores 2012-2013

PA09

Indicadores	2012	2013	Variación anual
ISC (Índice de Satisfacción de Clientes)	6,62	6,71	1%
Resolutividad <sup>(1)</sup>	58%	69%	19%
Reclamos (miles)	2.343	2.718	16%
Indicador Único de Reclamos	2,7	2,3 <sup>(2)</sup>	-15%
Residuos eléctricos y electrónicos (ton)	305,3	182,8	-40%
Mediciones campos electromagnéticos	887	1.208	36%
Educación	0	9.569 seguidores en la cuenta @ayudamovistar.cl 55.092 visitas videos Gurú <sup>(3)</sup>	
Seguridad	Telefónica en Chile está iniciando la gestión de este tema, trabajo que tendrá como resultado indicadores de seguimiento para los grupos de interés.		

<sup>(1)</sup> La resolutividad se refiere a la capacidad de solucionar la necesidad del cliente en el primer contacto en los canales de atención habilitados para ese fin (ver pág. 56 y 57).

<sup>(2)</sup> Cifra según reporte de reclamos informado por Subtel en marzo 2013. Mayor información en QR pág. 55.

<sup>(3)</sup> Estos videos le enseñan a los clientes cómo aprovechar al máximo las oportunidades de los productos y servicios contratados con Movistar.

CLIENTES Y SOCIEDAD

# Agilidad, eficiencia y calidad, un sólido camino \_



CÉSAR VALDÉS M.  
Director de Tecnologías  
de la Información



HERNÁN CAMEO  
Director de Operaciones

“La Revolución Digital necesita respuestas tácticas y estratégicas”

**¿Cómo responde a los desafíos actuales de las telecomunicaciones el área que lideras?**

“Dentro de la organización tenemos a cargo asegurar la disponibilidad de los sistemas, que funcionen a tiempo, con calidad y de acuerdo a las necesidades que nos plantean. Ese trabajo se traduce en entregar el soporte que nos permita atender al cliente de acuerdo a los compromisos adquiridos con ellos y con los organismos reguladores del Estado. En el contexto de una Revolución Digital, las necesidades de hoy simplemente no existían hace algunos meses y ese reto sólo puede ser abordado con un cambio de visión que comenzó en 2013: hoy tenemos que entregar respuestas tácticas para resolver el día a día, pero éstas deben tener una mirada estratégica de mediano y largo plazo, eso requiere acción y reflexión, es decir, tenemos que ser capaces de jugar a ambos niveles para asegurar la sostenibilidad de la compañía”.

**¿En qué cambios podemos encontrar esa nueva mirada?**

“Después de las transformaciones propias de la integración móvil y fija en 2009 llegamos a un punto de mejoras con bajo impacto para el cliente del mundo digital. Los proyectos que hoy estamos implementando nos permitirán responder en tiempo real al cliente y mejorar la calidad de los procesos que impactan directamente en su experiencia de servicio a diario. En una empresa de las magnitudes de Telefónica, una actualización de esta naturaleza significa trabajar con urgencia, pero conscientes de que el resultado lo veremos en el mediano plazo”.

“Queremos que la Revolución Digital llegue a todos”

**En 2013 nace el área que lideras, ¿cuál es su importancia?**

“Nuestro objetivo es estructurar los procesos de la compañía. La nueva realidad de las telecomunicaciones requiere de organizaciones que avancen convencidas de que la simpleza es sinónimo de eficiencia. La primera tarea que enfrentamos fue mirar la forma en que trabajábamos, las áreas protagonistas, las actividades que realizan e incluso, los riesgos de gestión de cada una. El resultado de ese análisis fue la constatación de una gran oportunidad de rediseñarnos para entregar respuestas rápidas y de calidad a las necesidades de los clientes. Como consecuencia, la creación de la dirección de Operaciones responde a la necesidad de coordinación al interior de Telefónica en Chile”.



CLIENTES Y SOCIEDAD

# Más simple, más eficaz para nuestros clientes \_

*La hiper conectividad es muy exigente para Telefónica respecto a la velocidad de respuesta, calidad, disponibilidad de nuevos servicios y simplificación de procesos, todo de cara a nuestros clientes. En 2013 se trabajó intensamente con esas prioridades.*

El permanente desafío de ser más eficientes significó que durante 2013 nos enfocáramos en identificar nuestros procesos, sistematizarlos, reordenarlos, y encontrar todas las oportunidades que nos permitieran avanzar hacia una organización más simple y eficaz.

Como compañía consideramos que estas dos características son claves para una empresa de telecomunicaciones en un mundo digital. En el marco de un proceso más amplio de transformación, nos hemos enfocado en evitar la duplicación de tareas y detectar cuáles de éstas son realizadas manualmente. Siempre orientados a la satisfacción final de nuestros clientes, en Telefónica en Chile integramos los esfuerzos que distintas áreas realizan para simplificar y automatizar procesos, además de priorizar estas iniciativas según la cantidad de veces que ocurren y la cantidad de clientes que se verían beneficiados.

Como consecuencia de este trabajo identificamos un responsable para cada procedimiento, además de seleccionar cuatro puntos: trans-

formación de Tecnologías de la Información (TI); rediseño de nuestros procesos; alcances de tecnología y automatización de actividades. Estos focos nos han permitido disminuir los tiempos de gestión y los reclamos desarrollados durante 2013 impactando positivamente, en la venta y posventa de nuestros servicios a los clientes.

## Transformación cultural para la eficiencia

Un cambio de esta magnitud requiere trabajar con las personas, específicamente con aquellas que forman parte de nuestras empresas proveedoras estratégicas, los Aliados. Ellos son los responsables de una parte importante de la relación con los clientes y, en esa línea, hemos conocido su experiencia en terreno para alinear nuestros procesos.

Esto nos ayudará no sólo a alcanzar nuestras metas como compañía, sino que también ha identificado los recursos necesarios para lograr eficazmente los objetivos.



CLIENTES Y SOCIEDAD

# La mejor experiencia para nuestros clientes

PR5 - PA03

La estrategia de Telefónica en Chile tiene como objetivo central la satisfacción del cliente, que cada vez más valora un servicio simple y eficaz.

La complejidad del servicio de telecomunicaciones se basa en una interacción permanente que, por un lado, requiere que seamos capaces de responder cuando somos requeridos por nuestros clientes, pero también nos desafía a anticipar y a explorar nuevas alternativas para sorprenderlos más allá de sus expectativas.

En 2013 la compañía experimentó una leve mejora en el ISC que, si bien no es el objetivo planteado, representa un valioso punto de inflexión respecto a la tendencia a la baja de este indicador desde 2010.

### FALLA 0, UN PROYECTO INTEGRAL

El elemento central del servicio de una empresa de telecomunicaciones es que el servicio siempre funcione. Claudio López, gerente de Gestión de Redes y Servicios, explica, "la colaboración entre los distintos equipos de la compañía ha sido el elemento central de esta baja. El trabajo estuvo orientado a detectar en conjunto la causa de la falla, conocer su impacto en los clientes, para luego focalizar y agilizar atenciones".

### Evolución histórica Índice de Satisfacción del Cliente (ISC)



El ISC se construye sobre la base de encuestas a los clientes. Esta medición registra cómo ha sido la experiencia de nuestro servicio.

Para mantener y acelerar esta recuperación, durante 2013 se trabajó intensamente en:

- Flexibilización de políticas de atención de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Aumentar la autonomía para resolver las solicitudes en el primer contacto.
- Mejorar la disponibilidad de la información en nuestras diferentes plataformas.
- Potenciar las habilidades de nuestros ejecutivos para empatizar con el cliente (Cultura Movistar).

### ¿Qué buscamos con estas medidas?

- Continuar avanzando hacia un modelo de gestión homologado en todos los puntos de contacto con el cliente.
- Comprender y comunicarnos con el cliente para satisfacer sus necesidades.

### Reclamos<sup>(1)</sup>

Durante 2013 la compañía registró una disminución en el reporte elaborado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) y el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Si bien el indicador reportado a la Subsecretaría de Telecomunicaciones registró un alza de 16% respecto al período anterior, este aumento se debe mirar en conjunto con el indicador único de reclamos informado por la Subtel el cual hace referencia a la cantidad de reclamos por cada 10 mil clientes en el cual Movistar sí registro una baja del 15%.



Corresponden a los reclamos informados a la Subtel, aislando reclamos relacionados con otras compañías.



<sup>(1)</sup> Informe Subtel de calidad y estadísticas sectoriales 2013.



CLIENTES Y SOCIEDAD

# Instalación y reparación

*Una parte fundamental de la atención a nuestros clientes es a través de los servicios en sus hogares o lugares de trabajo. En esta tarea, las empresas Aliadas (proveedores estratégicos) tienen un rol protagónico.*

Telefonía, televisión e internet llegan a través de nuestras redes hasta los lugares que los clientes necesitan. Con el fin de mejorar el estándar de servicio, en 2013 se realizaron importantes modificaciones a los contratos que mantenemos con las empresas Aliadas especializadas.

Este nuevo contrato apunta al desarrollo y mantención de redes fijas (fibra óptica y cobre), donde se incluyen los servicios de atención al cliente. Uno de los elementos centrales es la entrega de premios por menor número de reclamos. Ello nos permitirá entregar mayor estabilidad en la disponibilidad de los servicios, y nos obliga a realizar instalaciones de mejor calidad.

### Multicanalidad: más formas de comunicarnos

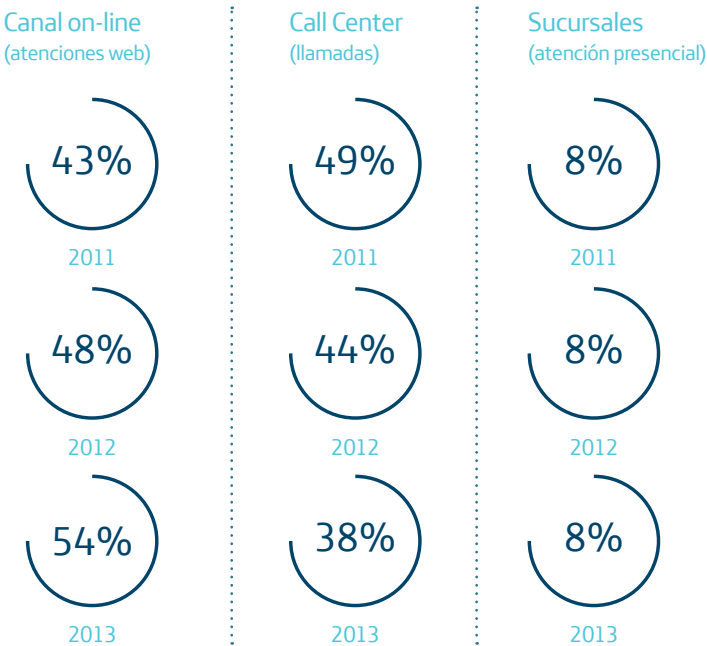
La Revolución Digital multiplica las oportunidades que tenemos de relacionarnos con nuestros clientes y también la capacidad de resolver sus requerimientos.

#### Canal on-line

La principal iniciativa de Telefónica en Chile es consolidar el uso del sitio web y las redes sociales, por ello buscamos que cada vez más clientes resuelvan sus necesidades en [www.movistar.cl](http://www.movistar.cl). Este canal permite ahorrar tiempo al evitar llamar nuestros call center o visitar las sucursales. Cabe destacar que nuestro sitio ha sido calificado como el mejor de telecomunicaciones de Chile (estudio especializado, TBUit realizado en 2012).



### Mix de canalidad



CLIENTES Y SOCIEDAD

# Call center \_

Durante 2013 continuó el profundo trabajo de transformación de este canal de contacto con nuestros clientes. Una de las principales iniciativas fue la modificación de los perfiles de los ejecutivos de atención para contar con más y mejores especialistas que nos permitan optimizar la calidad del servicio, especialmente en un ámbito digital.

En este contexto, la iniciativa de Capacitación Comercial se orientó a estandarizar los procesos de selección, formación y práctica de los ejecutivos, a través de cursos especializados en procedimientos de atención y herramientas para gestionar los nuevos productos y servicios. Estas medidas se han traducido en:

- Accesibilidad para los clientes
- Productividad de los ejecutivos
- Cumplimiento de los tiempos de atención programados.

## ¿QUÉ ES LA CERTIFICACIÓN COPC?

Esta norma internacional es un estándar para alcanzar las mejores prácticas que nos permitan lograr la satisfacción final del cliente. Se trata de un completo marco para la gestión de personas, procesos y desempeño de operaciones. Durante 2013 se implementó en el 100% de los call center de la organización, con positivos resultados en la atención de los clientes y también en productividad.

## Sucursales

Las sucursales son un punto clave de contacto con el cliente. Para favorecer la cohesión y el buen clima laboral, durante 2013 reorganizamos a los equipos de estas sucursales de acuerdo a si son colaboradores de Telefónica en Chile o de empresas de apoyo a la atención de nuestros clientes. Esta iniciativa forma parte de un renovado modelo de atención de ejecutivos en sucursales que implica nuevas métricas de gestión y estándares de productividad y eficiencia del canal.





CLIENTES Y SOCIEDAD

# Salud y emisiones electromagnéticas —

PR1 - I004 - I005 - I006

*Tanto las antenas como los equipos móviles de Telefónica cumplen con las exigencias chilenas, una de las más restrictivas del mundo.*

Las emisiones electromagnéticas son una combinación de campos eléctricos y magnéticos que se propagan para transportar energía. La Organización Mundial de la Salud (OMS) determinó que, eventualmente, podrían poner en riesgo la salud de los usuarios. Cabe destacar que estas radiaciones están catalogadas en el grupo 2B, junto a otros elementos posiblemente cancerígenos como el café o el talco.

### Antenas

La regulación chilena establece rangos muy estrictos de acuerdo al entorno humano y natural, con las áreas sensibles (fijadas por la reciente Ley de Antenas) como lugares donde deben ser aún más bajas. Con una inversión de US\$371 mil, en 2013

se realizaron 1.208 mediciones en distintos puntos de la red. Todas estuvieron dentro de la norma local que, a su vez, es una de las más estrictas de la OCDE.

### Equipos

Antes de ingresar al país, cada uno de los teléfonos móviles es testeado e identificado con un sello que certifica el cumplimiento de la norma.

La comercialización de ellos debe cumplir con la regulación definida para los servicios y equipos de telecomunicaciones emisores de ondas electromagnéticas (N403/2008). El máximo de emisiones permitido según la normativa es de 100  $\mu\text{W}/\text{cm}^2$ .

Más información



# Privacidad de datos y seguridad de la información —

PR8

Parte de las responsabilidades con nuestros clientes, es ofrecerles privacidad y seguridad respecto del manejo de sus datos. La actual masificación de la tecnología puede generar clientes desinformados de los productos que utiliza. La amplia gama de *cyber* servicios abre ventanas para que los clientes realicen operaciones indebidas sin conocimiento del alcance de estas actividades.

En Telefónica, velamos por la seguridad de la información protegiendo al sistema y a los usuarios de las amenazas de *cyber* terrorismo (*hackers*) y fraudes. Nuestras principales

CLIENTES Y SOCIEDAD

# Residuos electrónicos

— EN22

*El cuidado ambiental se ha posicionado como una tendencia de gran relevancia para los clientes y la sociedad en general, frente a lo cual las principales empresas de telecomunicaciones han puesto en marcha iniciativas de recolección y reciclaje de equipos en desuso. Telefónica no se ha quedado atrás en esta materia y ha implementado acciones para los clientes con equipos fijos y móviles.*

**Equipos de red móvil:** Telefónica en Chile recibe los equipos de los clientes que solicitan un recambio o requieren asistencia técnica. Dependiendo de las condiciones, éstos se recuperan o se ponen en venta por partes.

**Equipos de red fija:** la empresa centraliza los equipos en desuso a través de los canales de venta y empresas de instalación de servicios, los que son remozados y recuperados para ser puestos en operación nuevamente. De lo contrario, son derivados a la empresa de reciclaje Midas.

Con la ayuda de estas medidas, Telefónica está disminuyendo y gestionando los residuos que genera su operación, beneficiando a la empresa y la sociedad.

Además, la empresa se encarga de la gestión de residuos industriales, que incluyen cables, postes, fibra óptica, carretes, baterías, torres, cabinas y carros utilizados en diversas operaciones. Estos son derivados a Midas, que se ocupa de la disposición final.

Residuos gestionados de aparatos eléctricos y electrónicos



ASOCIACIÓN CON MIDAS:

Empresa que se encarga de nuestros residuos de planta a nivel nacional y de su trazabilidad. Garantiza la información de las actividades de retiro, tratamiento y disposición final de los aparatos.

preocupaciones en materias de seguridad de datos, están concentradas en tres ámbitos prioritarios:

- ➔ Nivel de encriptación
- ➔ Venta de banda ancha
- ➔ Responsabilidad parental.

Durante diciembre 2013 participamos de la Feria de Seguridad “Security Day” en conjunto con la Fundación QueVeo, en donde planteamos los temas de acoso por internet, *cyber grooming* y *cyber bullying*, como elementos que deben hacer parte de la educación que reciban nuestros clientes,

para estar prevenidos en cualquier situación y contribuir a la alfabetización digital del país.

Privacidad de los clientes

La información personal está asegurada por un compromiso de confidencialidad firmado por los empleados. A nivel de ventas siempre se somete a verificación la titularidad de quien contrata un servicio. Las bases de datos de los clientes son utilizadas exclusivamente por personal de la compañía y bajo ninguna circunstancia se permite su venta o traspaso.



CLIENTES Y SOCIEDAD

# La tecnología al servicio de la educación

PA11 - SO1

*Nuestra compañía busca potenciar la educación digital para sus clientes y la innovación educativa a través del uso de las tecnologías. Telefónica en Chile es reconocida por la implementación de programas alineados con los desafíos del país, como la brecha digital y la educación, dando un lugar especial a la formación técnica en el campo de las telecomunicaciones.*

### Gurú Movistar

“La tecnología está hecha para ayudarte, nosotros te ayudamos con la tecnología”. Para Telefónica este compromiso nos desafía a poner a disposición de nuestros clientes los conocimientos y habilidades de un equipo de expertos para ayudarles con el mundo digital. Toda la información que los usuarios necesitan para sacar el máximo provecho a servicios, smartphones y Club Movistar, pueden encontrarla en:



**[www.facebook.com/MovistarChile/Guru](http://www.facebook.com/MovistarChile/Guru)**

Si tienes preguntas, conversa con nuestro gurú en la Comunidad Movistar Chile en Facebook.



**[www.youtube.com/movistarchile](http://www.youtube.com/movistarchile)**

Aprende con los Gurús Movistar, suscríbete a todas las novedades en tecnología y nuestros eventos en nuestro canal oficial y no te pierdas todo lo que tenemos para ti.



**@AyudaMovistarCL**

Síguenos en Twitter y resuelve tus dudas y consultas. Escríbenos de lunes a domingo entre 08:00 y 00:00 horas.

### Colegios del Futuro

Tras la primera experiencia en implementación de Colegios del Futuro en La Cisterna, en 2013 se replicó en la Escuela Hernando de Magallanes, en Punta Arenas. Como parte de la iniciativa “Conectividad para la educación” del gobierno. Colegios del Futuro busca modernizar la enseñanza en el país, aplicando tecnologías en las aulas y en la administración de los establecimientos.

Esto significa la habilitación de salas hiperconectadas, controles de acceso con seguridad biométrica y un moderno registro de asistencia. En Punta Arenas, además se implementó el sistema Kinect, una herramienta de inclusión para los 75 alumnos con discapacidad.

Más información





Fundación Telefónica forma parte central del aporte de la compañía a la educación digital a través de:

**Aulas Fundación Telefónica:** integran el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la sala de clases a través de un modelo sostenible de acompañamiento diseñado para transferir el conocimiento.

- Más de 16 mil alumnos y 642 docentes
- 850 horas de formación presencial en formato de taller
- 28 escuelas en Iquique, La Serena, Santiago, Osorno, Puerto Montt y Punta Arenas.

**Taller de herramientas tecnológicas:** orientado a estudiantes de 3° y 4° año de educación media de establecimientos educacionales en alianza con Fe y Alegría. Este proyecto instala competencias, habilidades y destrezas técnicas en el uso de herramientas de productividad, cubriendo a 225 alumnos.

**Formación técnico profesional para el siglo XXI:** fortalece la especialidad de telecomunicaciones en Liceos Técnico Profesionales, desarrollando competencias específicas, ajustadas a la demanda del mercado. Durante 18 meses se traspasan competencias y conocimientos a la comunidad educativa de los liceos beneficiarios.

**Puentes educativos:** contribuye a mejorar la calidad del aprendizaje de niños y niñas

de 5° y 6° básico de escuelas municipales vulnerables de Chile. Con ese fin, usa recursos educativos digitales, internet móvil, una estrategia pedagógica centrada en el alumno y la capacitación entre docentes, todo a través de videos educativos descargados y proyectados desde un celular.

- 660 profesores y cerca de 22 mil estudiantes beneficiarios
- 210 escuelas de las regiones de Coquimbo, Metropolitana, Araucanía, Los Lagos y Biobío.

### Alianza con el Ministerio de Educación (Mineduc) para potenciar la educación técnica

La educación técnico profesional es la salida rápida al mercado laboral para los alumnos de sectores más vulnerables. Sin embargo, uno de cada dos estudiantes no se titula.

Para revertir esta situación, Mineduc inició un programa multisectorial, que incluye convenios con empresas y fundaciones, con el objetivo de aumentar la vinculación entre los liceos técnicos y la industria.

Fundación Telefónica se sumó a este programa apoyando a dos colegios con la especialidad de telecomunicaciones quienes hoy cuentan con nueva tecnología en la sala de clases; nuevas mallas curriculares, que están siendo actualizadas entre la fundación y los propios liceos; y pasantías de los estudiantes en la compañía.

#### RECONOCIDOS POR NUESTRO COMPROMISO

En 2013 el Consejo Mundial de Educación entregó la Orden al Mérito a nuestro presidente Claudio Muñoz Z., por el constante aporte al desarrollo de Telefónica a la educación en Chile.

# 5. Cultura de Servicio \_



**1 KARINA MARÍN Q.**  
Directora de Personas

“La base del nuevo modelo de gestión es la calidad en la ejecución, la responsabilidad personal y la satisfacción de nuestros clientes”

**¿Qué necesita un equipo humano para adaptarse a una revolución tan radical como la digital?**

“Un cambio como el que ha experimentado nuestra sociedad y la industria de las telecomunicaciones debe ir acompañado del desafío al que nos enfrentamos los colaboradores de transformar nuestra manera de trabajar. En 2013 nos embarcamos en esa tarea con una fuerte reformulación de los compromisos y el desarrollo de los colaboradores, pero sobre todo, en la responsabilidad, que la entendemos como la base del nuevo modelo de gestión. En ese sentido, las transformaciones que impulsamos en 2013 apuntan a la responsabilidad en los diferentes roles que tiene una persona en Telefónica en Chile, donde una es de la compañía con la sociedad, otra es la del líder con su grupo de trabajo y, finalmente, la de cada empleado con sus tareas asignadas”.

**2 SERGIO POGLIAGA**  
Director de Clientes

“La cultura de servicio es clave para los desafíos del mundo digital”

**¿Qué importancia tienen las personas en la experiencia de servicio de los clientes?**

“Estamos convencidos de que las personas hacen la diferencia; las tecnologías son imitables, pero la cultura de servicio de nuestro equipo es diferencial y para nosotros esto forma parte fundamental de cómo queremos ser como organización. Nuestro trabajo diario, tanto con los empleados internos como los que trabajan en las empresas Aliadas, es transformarnos en profesionales con un conocimiento profundo del servicio, nuestro lema tiene que ser ‘te ayudamos con la tecnología’ y esto se debe dar en cada interacción con nuestros clientes”.

**3 CRISTIAN SCHALSCHA D.**  
Director de Ventas

“El diálogo con los proveedores le da estabilidad al negocio”

**En una relación comercial, ¿qué rol juegan las empresas Aliadas?**

“Para mí es fundamental que le crean a Telefónica y esa es la base de la forma en que me relaciono con los proveedores encargados de las ventas. Dada la dinámica de este negocio tenemos que conversar a diario y, si bien interactuamos con empresas de diferentes tamaños, nos basamos en el respeto a las personas que ahí trabajan. Esta visión es consecuencia del pragmatismo de los negocios, si no sé qué está pasando en su dinámica diaria y mis Aliados tampoco conocen la realidad y objetivos de la compañía, sencillamente no vendemos. A su vez, el camino de la transparencia permite anticipar riesgos y reaccionar a los cambios, de esa forma el diálogo con los proveedores le da estabilidad al negocio ya que permite construir relaciones de largo plazo”.





CULTURA DE SERVICIO

# La riqueza de nuestras personas \_

Las personas que a diario hacen posible los servicios de telecomunicaciones de Telefónica representan un capital estratégico para el desarrollo de nuestra estrategia empresarial. Estos son tres temas centrales detectados en nuestra matriz de materialidad.<sup>(1)</sup> [Enfoque de gestión, DMA](#)

	¿Por qué es un tema material?	¿Qué grupos de interés lo mencionó?	¿Dónde impacta?
<b>GESTIÓN DE PERSONAS</b> (pág. 66 a 68)	La actual cultura de los empleados de Telefónica se basa en la calidad de la ejecución y en la responsabilidad personal, cambio que ha requerido de la adaptación de las personas y sistemas involucrados.	<ul style="list-style-type: none"><li>• La opinión pública, que valora la gestión de Personas en Telefónica, así como su proceso de adaptación a la nueva cultura interna</li><li>• El reconocimiento como “un buen lugar para madres y padres que trabajan”</li><li>• La conciliación del trabajo y vida personal aparece dentro de los diálogos que la organización sostuvo con los empleados.</li></ul>	En los empleados y sus jefaturas, así como en los clientes, quienes se ven impactados por las dinámicas de trabajo de los colaboradores.
<b>RELACIÓN CON SINDICATOS</b> (pág. 69)	El diálogo de la administración con las 24 organizaciones sindicales de Telefónica es fundamental para cumplir con los objetivos que se propone la empresa.	Los sindicatos en las mesas de diálogo desarrolladas con ellos, instancia en la que plantearon la necesidad de una relación más comunicativa con un mayor énfasis en la participación.	A nivel de relaciones, entre los representantes de la administración y dirigentes sindicales. El impacto se produce en los sindicatos y sus afiliados.
<b>EVALUACIÓN Y TRASPASO DE PRÁCTICAS A EMPRESAS ALIADAS</b> (pág. 71 a 73)	Telefónica identifica a sus proveedores estratégicos como empresas Aliadas por la relevancia que tienen en la relación con el cliente.  Con ellos es fundamental compartir una cultura de servicio y un concepto de marca.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Las empresas Aliadas, en una jornada de diálogo en que se refirieron a la necesidad de trabajar más en conjunto</li><li>• Encuestas de satisfacción de proveedores</li><li>• Opinión pública, principalmente como consecuencia del caso de fraude detectado en un call center denunciado por el programa Contacto.</li></ul>	En los empleados de las empresas Aliadas, quienes impactarán en la calidad de servicio que reciben los clientes.

<sup>(1)</sup> Conoce cómo identificamos estos temas en las pág. 12 y 13.







El objetivo de  
Telefónica en Chile

Mejorar los indicadores de las encuestas de clima laboral y xQ global. En esta última 2013 alcanzó el 72% y la meta 2015 es 82%.

Desarrollar relaciones basadas en transparencia, confianza y en la cooperación mutua.

- Traspasar la cultura de Telefónica en Chile para contribuir a mejorar el clima de nuestras empresas Aliadas y así mejorar el servicio a los clientes.
- Disminuir el plazo de pago a proveedores.

# Indicadores 2012-2013

Indicadores	2012	2013	Variación anual
Índice de Clima Colaboradores (ICC) liderazgo	84%	89%	6%
ICC compañía	92%	92%	0%
Sindicalización <i>Pág. 69</i>	70%	72%	3%
Índice de Satisfacción Clientes (ISC) atención empresas Aliadas	6,4	6,5	0%



CULTURA DE SERVICIO

# Simple y responsables, las claves para un mundo digital \_

*El cliente de hoy nos exige una nueva e integrada mirada de nuestras operaciones y equipos humanos.*

Las telecomunicaciones probablemente es uno de los sectores de la economía en que la constante innovación tecnológica y avances de la ciencia se reflejan con mayor intensidad. En ese contexto, Telefónica trabaja desde 2012 en la actualización de su modelo de gestión sobre la base de dos ejes.

→ **Estructura ágil:**

con un nuevo modelo de gestión que involucra estructuras y procesos, se identifica el aporte que cada persona realiza con un foco específico. Con esta visión queremos garantizar que las personas adecuadas, en los lugares correctos, facilitan la toma de decisiones y la fluidez de los procesos.

→ **Organización más responsable:**

adicionalmente repensamos la gestión de las personas para una cultura de ejecución y responsabilidad personal. El énfasis ha estado puesto en el compromiso y la responsabilidad que cada uno de los trabajadores asumen al tener un rol y un cargo en la empresa.

Una estructura ágil

El entorno nos desafió a diseñar procesos "punta a punta", cuyo resultado es una gestión diferencial que valora los diferentes desempeños de la organización. La rotación de 9,6% (neto) de la plantilla 2013 respecto a 2012, se explica por renuncias voluntarias, desvinculaciones, transferencia entre empresas del grupo e incorporaciones.

**Organización orientada al cliente y con excelencia en la ejecución:** corresponde a una iniciativa de cambio cultural que se basa en el Modelo de Gestión de Personas que promueve en los colaboradores internos y los Aliados compromiso, actitud y calidad frente al cliente. Se organizaron cuatro mesas de trabajo:



Generar una cultura en torno al cliente y entrar en contacto con sus necesidades, acercando a los colaboradores a la primera línea.



Plasmar la Cultura *BE MORE\_* en cada etapa del colaborador dentro de la compañía.



Mejorar la calidad de la ejecución de la compañía con el fin de cumplir los resultados, mediante la gestión de los indicadores de la encuesta xQ.



Transmitir a los colaboradores la importancia de trabajar en equipo y comprometerse como agentes permanentes en la construcción de la cultura *BE MORE\_*

CULTURA DE SERVICIO

# El termómetro de la ejecución

2.10

En 2013 enfatizamos la capacidad de ejecución y la responsabilidad personal en cada una de las tareas que nos propusimos, para lo cual se implementó la medición xQ. Esta metodología indica el nivel de efectividad de nuestros colaboradores al momento de emprender y terminar una tarea, consultando por dimensiones como claridad, compromiso y rendición de cuentas.

El logro de estos resultados refleja una gestión transversal de líderes y equipos, que por medio de planes de acción co-construidos y medidas concretas han abordado, de manera asertiva, las necesidades específicas de cada área.

## Clima laboral: satisfacción y orgullo sostenido

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las buenas relaciones pueden mejorar las condiciones laborales, variables que, finalmente, se traducen en un empleo con un clima sano y en un mejor desempeño económico.

La prioridad que Telefónica en Chile le ha dado a su clima laboral se ha traducido en varios años entre las mejores cinco empresas en los ranking Great Place To Work y Mejores Empresas para Madres y Padres que Trabajan (segundo lugar en 2013), además de nuevamente clasificar como finalistas en el premio Carlos Vial Espantoso.

La compañía consideró ir por un nuevo desafío: avanzar en medir el impacto de nuestra ejecución. Esta decisión significó postergar su participación en GPTW en su versión 2013, para retomarlo en 2014, manteniendo las mediciones de clima con la Encuesta de Clima Corporativo (ICC), que en 2013 reveló que continuamos consolidando nuestro clima laboral.

### Resultados Encuesta xQ



### Encuesta de Clima Corporativo



<sup>(1)</sup> Contestada por 68% de los colaboradores.

<sup>(2)</sup> Contestada por 84,2% de los colaboradores.



CULTURA DE SERVICIO

# Diversidad



Cifras 2013  
LA1 - LA3 - LA13 - LA14 - EC5



## Retribución salarial

Renta mínima: 2,2 veces superior al sueldo mínimo nacional.

Desde hace cinco años la compañía acogió una postura social de tener un salario ético por encima del establecido por la ley, así se definió un monto de 450 mil como posición mínima de entrada.

Sueldo promedio	Razón <sup>(1)</sup>
Gerentes	0,89
Subgerentes	0,97
Profesionales	0,91
Técnicos / Administrativos	1,03

<sup>(1)</sup> Relación entre el salario promedio que reciben las mujeres y el que reciben los hombres.

## ¿Cómo se definen nuestras rentas?

Los Principios de Actuación establecen a la justicia como un elemento central, que se refleja a través de equidad interna, mérito y competitividad externa.

## Diversidad de colaboradores, diversidad de beneficios

Uno de los propósitos de Telefónica en Chile es capitalizar la diversidad para que todos experimenten una cultura basada en el respeto y en el equilibrio entre la vida personal y el trabajo, con beneficios monetarios (descuentos, bonos, préstamos, cuidado familiar y becas, entre otros) y no monetarios (programa UNO y Comunidad Feliz).

### Personas con discapacidad

El Consejo Consultivo de Telefónica en esta materia, reúne a 15 colaboradores en esta situación, con el fin de construir confianzas, escuchar, integrar y mejorar las condiciones laborales. En 2013 realizó una consulta sobre mejoras de espacios y se abocaron a la sensibilización cultural del tema.





CULTURA DE SERVICIO

# Diálogo con sindicatos

HR5 - LA4

*Para Telefónica en Chile, el diálogo con los trabajadores fortalece la cohesión y el entendimiento entorno a un proyecto común para mejorar, de esta manera, la relación entre la empresa y sus colaboradores.*

Durante 2013 la compañía y sus sindicatos mantuvieron su compromiso con el diálogo y el fortalecimiento de una relación constructiva y colaborativa a través de múltiples instancias de trabajo.

Un 72% <sup>(1)</sup> de los trabajadores de Telefónica en Chile están afiliados a alguno de los 24 <sup>(2)</sup> sindicatos en existencia en todo el país. Con ellos, la compañía sostiene actualmente diez convenios colectivos, tres de los cuales fueron gestionados y firmados durante 2013.

En los últimos años, los sindicatos han levantado preocupaciones en torno a la relación y comunicación con la administración de la compañía y consultas con respecto a la participación en la toma de

decisiones. Resulta clave, en este contexto, mantener una comunicación fluida con los dirigentes invitándolos a ser parte de la transformación de Telefónica en Chile.

## Consejo Consultivo

Como parte del proceso iniciado en 2012, en enero de 2013 el Consejo Consultivo de Sindicatos se reunió con el objetivo de diseñar la agenda de trabajo para el año. Con la presencia del gerente general, Roberto Muñoz, tanto la administración como los representantes de los trabajadores establecieron una programación de aquellos temas prioritarios para las reuniones que alcanzaron un total de 17 sesiones.

<sup>(1)</sup> Considera: Telefónica Chile, Fundación Telefónica, TGT y T-Gestiona.  
<sup>(2)</sup> De los 24 sindicatos, 21 tienen convenio colectivo vigente.



CULTURA DE SERVICIO

# Formación para la responsabilidad y excelencia — LA11

*La gestión del talento de los colaboradores es un elemento central para contar con profesionales con las capacidades que exige la Revolución Digital.*

En Chile son las personas. Para que éstas puedan desarrollar el máximo potencial de sus capacidades, la compañía está trabajando en una cultura organizacional de excelencia, ya sea en el desempeño del cargo, como en las competencias individuales. De esta forma, buscamos asegurar una atención de excelencia para nuestros clientes y así el cumplimiento de los objetivos del negocio.

## Roles claros

En Telefónica, cada parte de la organización cumple un rol bien definido:

- **La compañía:** es responsable de generar instancias de capacitación orientadas a mejorar el desempeño organizacional y facilitar el crecimiento profesional y personal de los colaboradores.
- **Los colaboradores:** se responsabilizan de su propio aprendizaje y desarrollo, deben estar permanentemente actualizados en sus conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos para enfrentar los acelerados cambios de la organización y la industria.
- **Los líderes:** encargados de que al interior de su equipo de trabajo existan las competencias requeridas para el éxito del proceso de negocio, identificando, entrenando y dando las facilidades para que los colaboradores puedan participar de las actividades de capacitación y desarrollo.

## Opciones de capacitación

De acuerdo al Ciclo de Desarrollo de las Personas, las capacitaciones se ordenan en:

- **Corporativa:** son obligatorios para todos los empleados y corresponden a necesidades estratégicas como regulación, cultura organizacional y requerimientos del negocio.
- **Funcional:** aborda herramientas específicas de las diferentes áreas de negocio y son producto del proceso de Detección de Necesidades de Capacitación (DNC).
- **Be More\_:** apuntan a cubrir brechas o potenciar aspectos relacionados con la estrategia de cambio cultural por medio de las conductas corporativas Discover, Disrupt y Deliver.
- **Becas de Perfeccionamiento:** buscan potenciar el desarrollo profesional de los colaboradores con desempeño destacado, a través del financiamiento compartido en programas de pregrados y posgrados.

En paralelo, la compañía ha llevado a cabo la tarea de potenciar la sinergia y la rendición de cuentas entre los trabajadores con talleres de responsabilidad personal y calidad en la ejecución.

CULTURA DE SERVICIO

# Más cerca de nuestros Aliados \_

*El modelo de negocio de Telefónica en Chile requiere que parte de nuestras empresas proveedoras sean Aliados en la relación que tenemos con los clientes.*

El camino que ha elegido la compañía se basa en que el punto final de contacto con el cliente tiene a nuestras empresas Aliadas como protagonistas. La Revolución Digital requiere de organizaciones especializadas en las últimas tecnologías y que, a su vez, cuenten con personas altamente calificadas para esas tareas.

Para Telefónica en Chile es fundamental construir espacios que nos permitan alinear criterios y prácticas con todos los involucrados para asegurarles a nuestros clientes un servicio de calidad. Parte de ese trabajo es sumarlos al cambio cultural que estamos desarrollando, con ellos hemos revisado los procesos de los Aliados en terreno y también hemos

establecidos instancias de diálogo para conocer sus experiencias, preocupaciones y conocimientos que nos han permitido diseñar mejores protocolos de atención. En ese contexto, cabe destacar que hoy, desde las áreas que se comunican diariamente con los Aliados, se realizan reuniones periódicas de buenas prácticas laborales y orientación estratégica del negocio.

### Alineados con la Estrategia Global

A nivel corporativo, Telefónica ha diseñado un modelo para la Sostenibilidad en la Cadena de Suministro, que considera la construcción de relaciones estratégicas con proveedores para la entrega de productos y servicios óptimos de cara al cliente.



CULTURA DE SERVICIO

# Más trabajo conjunto, mejor calidad de servicio —

*Con los Principios de Actuación como base, el establecimiento de normas y prácticas que transparenten, alineen y agilicen el trabajo de los Aliados nos permiten asegurar que el trabajo de los Aliados se desarrolle bajo los mejores estándares de servicio.*

En 2013 se realizaron importantes avances en distintas áreas de contacto con proveedores. Muchas áreas de Telefónica en Chile requieren apoyo técnico de empleados externos. Para ellos, este año se puso en marcha la tarea de llevar estas necesidades a un lenguaje común entre la empresa y sus proveedores a través de contratos especializados para cada caso que mejoran la comunicación y la relación comercial.

También se monitoreó más de cerca el flujo operativo de los contratos, cubriendo puntos como precios y multas. Parte fundamental de ello está en el proceso de facturación y pago, permitiéndoles a ellos asegurar su propia sostenibilidad.

Por último, bajo la implementación de la norma COPC (ver pág. 57) se mejoraron los procesos de capacitación de proveedores. Como resultado, hoy los cursos consideran un examen de aprobación, mientras que las formaciones, en general, elevaron su nivel de rigurosidad en la entrega y evaluación.

### Principales líneas de trabajo durante el 2013

- **Modelo de gobierno:** trabajo del Comité de Aliados que significó la creación y ejecución de la Comunidad de RR.HH. de empresas Aliadas.
- **Prevención de riesgos y salud ocupacional:** con auditorías realizadas a todas las empresas Aliadas.
- **Recursos Humanos:** auditorías de ciclo básico de RR.HH. e implementación de encuestas de clima laboral.

### NORMA SOBRE RESPONSABILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Tiene como objetivo garantizar que la prestación de productos y servicios por parte de los proveedores de la compañía no infrinja lo establecido en los Principios de Actuación (PDA). Además de prevenir posibles riesgos reputacionales derivados de malas prácticas, el objetivo es contribuir a la sostenibilidad de los proveedores. La estrategia se basa en la integración de criterios éticos y de sostenibilidad en el proceso de Compras.

### NORMA DE CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS A PROVEEDORES SOCIALES

El Grupo Telefónica ha querido canalizar su rol y capacidad de pago como comprador, para fomentar la integración social de las personas en riesgo de exclusión social, impulsando la contratación de bienes y servicios a entidades sociales que trabajan para fomentar la inclusión al mercado de trabajo de estas personas. Los mecanismos para hacerlo posible, se describen en esta norma.

# Nuestra Cadena de Valor

Una parte fundamental del impacto que tiene Telefónica en Chile en la sociedad es su cadena de valor formada por 1.213 proveedores adjudicatarios a diciembre de 2013, de los cuales 968 fueron adjudicados durante 2013 (\*) (83% nacionales y 17% extranjeros).

## Colaboradores

Son todas aquellas empresas que realizan actividades que se rigen por la Ley de Subcontratación.



## Igualdad y transparencia

De acuerdo a nuestros Principios de Actuación, promovemos la competencia siempre que sea posible, garantizando la transparencia e igualdad de oportunidades para todos los proveedores que envíen ofertas.

Identificación de actividades

Petición de ofertas

Negociación

Mesa de compras

Comunicación

Todas las áreas de compras participan desde que se detecta la necesidad de compra.

Trato equitativo e igualdad de oportunidades para los oferentes que cumplen el perfil definido.

Modalidades utilizadas:  
- Rondas de negociación  
- Subastas

Adjudicación por unanimidad entre las áreas implicadas.

Se comunica a los proveedores oferentes si han resultado o no adjudicados.

(\*) Adjudicados: proveedores que se incorporaron o renovaron servicios durante el año calendario indicado. Adjudicatarios: proveedores vigentes durante 2013.



# 6. Información Complementaria \_



# Índice de contenidos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI) — 3.12

La siguiente tabla muestra una versión resumida de los indicadores de la Iniciativa Global de Reportes (GRI) contenidos en el presente reporte impreso. La versión completa del Índice, incluida la respuesta a todos los indicadores de la GRI, se encuentra en la versión digital de este reporte, disponible en el sitio web de Telefónica en Chile: [www.telefoniacachile.cl](http://www.telefoniacachile.cl) y [www.movistar.cl](http://www.movistar.cl).

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
1.1	Declaración de apoyo continuo al Pacto Global	Declaración del presidente o gerente general	4
1.2		Principales impactos, riesgos y oportunidades	5
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
2.1	Requisito no específico de una CoP.	Nombre de la organización	14
2.2		Principales marcas, productos y servicios	14
2.3		Estructura operativa	14
2.4		Localización sede principal	6
2.5		Países en los que opera	10
2.6	Es relevante como información de contexto.	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	14
2.7		Mercados servidos	14
2.8		Dimensiones de la organización	14
2.9		Cambios significativos en el período	14
2.10		Premios y distinciones obtenidos	67
PARÁMETROS DEL REPORTE			
PERFIL DEL REPORTE			
3.1	Requisito no específico de una CoP.	Período cubierto por la memoria	6
3.2		Fecha de la memoria más reciente	6
3.3		Ciclo de presentación de memorias	6
3.4		Punto de contacto en relación a la memoria	6
ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE			
3.5	Requisito no específico de una CoP.	Definición de contenidos	12
3.6		Cobertura de la memoria	6
3.7		Límites al alcance de la memoria	6
3.8		Tratamiento de información de filiales y otros	6
3.9		Técnicas de medición de datos	6
3.10		Efecto reexpresiones de memorias anteriores	6
3.11		Cambios significativos en el alcance	6
ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI			
3.12	Requisito no específico de una CoP.	Índice de contenidos GRI	75
VERIFICACIÓN			
3.13	Requisito no específico de una CoP.	Revisión	6
GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS			
GOBIERNO			
4.1	Principios 1 - 10	Estructura de gobierno	16
4.2		Presidente del directorio en cargos directivos	16
4.3		Nº de miembros del directorio independientes	16
4.4		Mecanismos de comunicación con el directorio	16
4.5		Vínculo entre remuneraciones y desempeño	16

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
4.6	Principios 1 - 10	Procedimientos para evitar conflictos de interés	16
4.7		Capacitación y experiencia de directores	16
4.8		Misión, valores y principios	3
4.9		Supervisión de gestión de desempeño y riesgos	16
4.10		Evaluación de desempeño de directores	16
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS			
4.11	Principio 7	Principio de precaución	46
4.12	Principios 1 - 10	Principios o programas suscritos	14
4.13		Principales asociaciones a las que pertenece	14
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.14	Distribución de la CoP entre los grupos de interés de la empresa.	Relación con grupos de interés (GI)	12
4.15		Base para selección de GI	12
4.16		Enfoque utilizado para la inclusión de GI	12
4.17		Principales preocupaciones de los GI	12
CATEGORÍA ECONÓMICA			
DMA	Principios 1,4,6,7	Enfoque de gestión desempeño económico	28
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
EC1	Requisito no específico de una CoP.	Valor económico generado y distribuido	No material
EC2	Principio 7	Consecuencias financieras debido al cambio climático	No material
EC3	Requisito no específico de una CoP.	Cobertura de obligaciones debido a programas sociales	No material
EC4		Ayudas financieras recibidas de gobiernos	No material
PRESENCIA EN EL MERCADO			
EC5	Principio 1	Rango entre salario inicial estándar y salario mínimo	68
EC6	Requisito no...	Gasto en proveedores locales	No material
EC7	Principio 6	Procedimientos para la contratación local	No material
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO			
EC8	Requisito no específico de una CoP.	Inversiones en infraestructura y servicios de beneficio público	No material
EC9		Impactos económicos indirectos	No material
CATEGORÍA MEDIO AMBIENTAL			
DMA	Principios 7,8 y 9	Enfoque de Gestión Desempeño Ambiental	40
MATERIALES			
EN1	Principio 8	Materiales utilizados	No material
EN2	Principios 8 y 9	Materiales valorizados	No material
ENERGÍA			
EN3	Principio 8	Consumo directo de energía	41
EN4		Consumo indirecto de energía	No material
EN5	Principios 8 y 9	Ahorro de energía	No material
EN6	Principios 8 y 9	Productos y servicios eficientes en consumo de energía	No material
EN7		Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	No material
EN8	Principio 8	Captación total de agua por fuentes	No material
EN9		Fuentes de agua afectadas por la captación	No material
EN10	Principios 8 y 9	Porcentaje de agua reciclada y reutilizada	No material

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
BIODIVERSIDAD			
EN11	Principio 8	Descripción de terrenos y su valor de biodiversidad	No material
EN12		Descripción de impactos en la biodiversidad	No material
EN13		Hábitats protegidos o restaurados.	No material
EN14		Gestión de impactos sobre la biodiversidad	No material
EN15		Especies en áreas afectadas por las operaciones	No material
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS			
EN16	Principio 8	Emisiones gases efecto invernadero (GEI)	No material
EN17		Otras emisiones indirectas de GEI	No material
EN18	Principios 7,8, 9	Iniciativas para reducir las emisiones de GEI	No material
EN19	Principio 8	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono	No material
EN20		Otras emisiones significativas al aire	No material
EN21		Vertimiento total de aguas residuales	No material
EN22		Peso de residuos gestionados	59
EN23		Derrames accidentales más significativos	No material
EN24		Residuos peligrosos transportados	No material
EN25		Recursos y hábitats afectados por vertidos de agua	No material
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
EN26	Principios 7,8 y 9	Mitigación de impactos ambientales de productos	46
EN27	Principios 8 y 9	Porcentaje de productos recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	No material
EN28	Principio 8	Multas y sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	23
TRANSPORTE			
EN29	Principio 8	Impactos ambientales significativos del transporte de productos	No material
GENERAL			
EN30	Principios 7,8, 9	Gastos e inversiones ambientales	No material
CATEGORÍA PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO			
DMA	Principios 1,3,6	Enfoque de gestión laboral	64
EMPLEO			
LA1	Requisito no específico de una CoP.	Trabajadores por tipo de empleo, contrato y región	68
LA2	Principio 6	Empleados y rotación media por sexo y región	No material
LA3	Requisito no específico de una CoP.	Beneficios sociales para los empleados	68
LA15		Retorno después del permiso de maternidad y paternidad	No material
RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES			
LA4	Principios 1 y 3	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	69
LA5	Principio 3	Periodo de preaviso de cambios organizativos	No material
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
LA6	Principio 1	Trabajadores representados en comités de seguridad y salud	No material
LA7		Ausentismo, días perdidos y víctimas mortales	No material
LA8		Programas formación en prevención de riesgos	No material
LA9		Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	No material
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN			
LA10	Requisito no específico de una CoP.	Horas de formación al año por empleado	No material
LA11		Programas de fomento a la empleabilidad	70
LA12		Empleados que reciben evaluaciones de desempeño	No material

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
LA13	Principios 1 y 6	Composición de órganos gobierno corporativo/plantilla	68
IGUAL REMUNERACIÓN DE HOMBRES Y MUJERES			
LA14	Principios 1 y 6	Relación entre salario base de hombres y mujeres	68
CATEGORÍA DERECHOS HUMANOS			
DMA	Principios 1 y 6	Enfoque de gestión Derechos Humanos	64
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO			
HR1	Principios 1 a 6	Cláusulas de DD.HH. en acuerdos de inversión	No material
HR2		Análisis de DD.HH. en contratistas	No material
HR3		Formación de los empleados sobre DD.HH.	No material
NO DISCRIMINACIÓN			
HR4	Principios 1, 2 y 6	Incidentes de discriminación medidas adoptadas	No material
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS			
HR5	Principios 1, 2 y 3	Libertad de asociación y convenios colectivos	69
TRABAJO INFANTIL			
HR6	Principios 1,2 y 5	Explotación infantil	No material
TRABAJO FORZADOS			
HR7	Principios 1,2 y 4	Trabajos forzados	No material
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
HR8	Principios 1 y 2	Personal de seguridad formado en DD.HH.	No material
DERECHOS INDÍGENAS			
HR9	Principios 1 y 2	Derechos indígenas	No material
EVALUACIÓN			
HR10	Requisito no...	Operaciones con análisis en DD.HH.	No material
REMEDIACIÓN			
HR11	Requisito no...	Quejas relacionadas con DD.HH.	No material
CATEGORÍA SOCIEDAD			
DMA	Principio 10	Enfoque de gestión de desempeño de sociedad	22
COMUNIDAD LOCAL			
SO1	Requisito no específico de una CoP.	Impacto de las operaciones en las comunidades	44
SO9		Operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales	44
SO10		Mitigación de impactos negativos en comunidades locales	44
CORRUPCIÓN			
SO2	Principio 10	Riesgos de corrupción en unidades del negocio	20
SO3		Porcentaje de empleados formados en anticorrupción	No material
SO4		Medidas adoptadas ante incidentes de corrupción	23
POLÍTICA PÚBLICA			
SO5	Principio 10	Posición en políticas públicas	22
SO6		Aportaciones financieras a partidos políticos	No material
COMPETENCIA DESLEAL			
SO7	Requisito no específico de una CoP.	Causas por prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	23
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
SO8	Requisito no específico de una CoP.	Sanciones y multas por incumplimiento de leyes	23

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
CATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO			
DMA	Principios 1 y 8	Enfoque de gestión responsabilidad del producto	50
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE			
PR1	Principio 1	Impactos en salud y seguridad del cliente	58
PR2		Incidentes por incumplimiento en relación a salud y la seguridad del cliente	23
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
PR3	Principio 8	Etiquetado de los productos y servicios	No material
PR4		Incumplimientos en relación al etiquetado de los productos y servicios	No material
PR5	Requisito no	Prácticas de satisfacción del cliente	55
COMUNICACIONES DE MARKETING			
PR6	Requisito no específico de una CoP.	Cumplimiento o adhesión a leyes, estándares y códigos de marketing	No material
PR7		Incidentes de incumplimiento de las regulaciones relativas a marketing	No material
PRIVACIDAD DEL CLIENTE			
PR8	Principio 1	Reclamaciones relativas a protección de datos de los clientes	58
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
PR9	Requisito no específico de una CoP.	Multas significativas a la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	23

SUPLEMENTO DE TELECOMUNICACIONES

OPERACIONES INTERNAS			
I001		Inversión en infraestructura de redes de telecomunicaciones	25, 30
I002		Costos de proveer servicio universal	No material
I003		Prácticas de salud y seguridad de instalación de personal	No material
I004	Requisito no específico de una CoP.	Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de teléfonos	58
I005		Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de estaciones	58
I006		Prácticas respecto de tasa específica de absorción de teléfonos	58
I007		Prácticas en ubicación de antenas	44
I008		Número y porcentaje de emplazamientos que comparten y aprovechan estructura	No material
ACCESO A SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES			
PA01		Acceso a lugares remotos y de escasa densidad	36
PA02		Superación de barreras para el acceso y uso de telecomunicaciones	36
PA03		Disponibilidad y confiabilidad de los servicios	55
PA04		Disponibilidad y cobertura de productos y servicios	36
PA05	Requisito no específico de una CoP.	Productos y servicios utilizados por sectores de bajos ingresos	36
PA06		Programas para mantener servicio en situaciones de emergencias y desastres	47
PA07		Manejo de derechos humanos en el acceso y uso de servicios	No material
PA08		Comunicación pública de asuntos EMF	No material

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
PA09		Programas en investigación de campos magnéticos	52
PA10	Requisito no específico de una CoP.	Iniciativas para asegurar la claridad y cambios de tarifas	No material
PA11		Información a clientes para uso responsable de productos	60
APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS			
TA01		Eficiencia de los recursos usados en los productos y servicios	46
TA02		Productos y aplicaciones que pueden reemplazar objetos físicos	31
TA03	Requisito no específico de una CoP.	Potencial de ahorro y escala de productos anteriores	No material
TA04		Estimación del efecto rebote anteriores de los productos	No material
TA05		Prácticas de resguardo de la propiedad intelectual	No material



## **Telefónica en Chile Informe de Sostenibilidad Corporativa 2013**

El presente informe está disponible en el  
sitio web de Telefónica en Chile en Internet:  
[www.telefonicachile.cl](http://www.telefonicachile.cl)

### **Dirección**

Dirección de Asuntos Corporativos Telefónica en Chile  
Gerencia de Responsabilidad Corporativa

### **Desarrollo de Contenidos**

Gestión Social

### **Diseño y Producción**

Loreto Cammas Diseño

### **Colaboración Infografías**

Juan Pablo Bravo

### **Impresión**

Quad/Graphics

### **Fecha de edición**

Agosto 2014

**Para cualquier comentario  
sobre este Informe, por favor, dirigirse a:**  
[maximiliano.echeverria@telefonica.com](mailto:maximiliano.echeverria@telefonica.com)  
[felipe.floresr@telefonica.com](mailto:felipe.floresr@telefonica.com)



Certificado PEFC

Este papel proviene  
de bosques manejados  
de forma sustentable  
y fuentes controladas.

PEFC/24-31-900

[www.pefc.org](http://www.pefc.org)

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