

Telefonica

Informe Integrado Chile 2017

El mañana
lo decidimos hoy





Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Índice

- 03. Mensaje del Gerente General
- 05. Perfil de Telefónica en el mundo
- 07. Propósito y valores de la Compañía
- 08. Perfil y valores de la Compañía
- 09. Estructura societaria en Chile

- 1. Principales magnitudes de la Compañía**
- 11. Magnitudes principales
- 14. Resultados consolidados
- 15. Estado de situación financiera consolidado
- 16. Indicadores no financieros

- 2. Contribución al progreso**
- 18. Contribución al progreso
- 19. Modelo de análisis de impacto
- 20. Impactos de la Red
- 21. Contribución a las haciendas locales

- 3. Gobierno Corporativo**
- 23. ¿Cómo dirigimos nuestra empresa?
- 26. ¿Quiénes dirigen nuestra empresa?
- 28. Comités de directorio
- 29. Funcionamiento
- 30. Equipo de gestión

- 4. Negocio responsable**
- 32. Gobierno de la sostenibilidad e impacto en los ODS
- 33. Estrategia de sostenibilidad de Telefónica en el mundo
- 35. Gestión de la sostenibilidad
- 36. Gestión de nuestros grupos de interés y reputación
- 37. Análisis de materialidad
- 39. Medición y gestión de la reputación
- 40. Modelo de gestión de riesgos
- 42. Ética empresarial y cumplimiento
- 43. Nuestro compromiso ético
- 45. Gestión de la cadena de suministro
- 47. Modelo de negocio responsable
- 48. Herramientas de colaboración, evaluación, verificación y mejora

- 5. Modelo y desarrollo de negocio**
- 50. Tendencias, oportunidades y estrategia
- 54. Despliegue de Red a nivel global
- 57. Transformación digital
- 62. Innovación en Telefónica
- 65. Sostenibilidad de la mano del internet de las cosas
- 67. Telefónica Open Future

- 6. Compromiso con el cliente**
- 69. Nuestro compromiso con los clientes
- 70. Compromiso con nuestros clientes
- 72. Calidad total
- 74. Experiencia digital
- 75. Atención Integral
- 76. Continuidad de negocio
- 78. Confianza Digital

- 7. Compromiso con nuestro equipo**
- 86. Evolución de la plantilla
- 87. Atracción y desarrollo del talento
- 88. Gestión del talento
- 90. Gestión de la diversidad
- 91. Política de diversidad e inclusión
- 92. Igualdad de género
- 94. Libertad de asociación, diálogo y retribución justa
- 95. Clima laboral, conciliación y compromiso
- 97. Seguridad, salud y bienestar laboral

- 8. Compromiso con la sociedad**
- 99. Derechos Humanos
- 101. Inclusión digital
- 108. Fundación Telefónica Chile

- 9. Compromiso con el medio ambiente**
- 114. Medio ambiente
- 115. Estrategia Ambiental de Telefónica en Chile
- 120. Economía circular
- 122. Servicios EcoSmart

- 10. Anexos**
- 125. Acerca de este Informe
- 126. Cómo leer este Informe
- 127. Tablas de cumplimiento GRI
- 136. Compromiso con el Pacto Mundial de naciones Unidas
- 137. Cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.



Mensaje del Gerente General

G4-1



En Chile, parece que ya no hay dos opiniones respecto a nuestro modelo de desarrollo: éste debe ser sostenible y desde Telefónica queremos seguir ofreciendo un camino digital que nos permita alcanzarlo.

Las oportunidades del mundo digital están en el corazón de las demandas que la ciudadanía plantea para el gobierno, sector privado y sociedad civil: inclusión, crecimiento económico, educación, salud y cuidado del medio ambiente, entre otros ejes que impactan directamente en la calidad

de vida de los chilenos, es decir, estamos hablando de una verdadera transformación social que, además, debe ocurrir lo más rápido posible y para todos.

Este es el desafío en el que pensamos cuando tomamos nuestras decisiones de inversión, que sólo durante 2017 superaron los US\$420 millones, cifra que mantuvo la tendencia de los últimos años.

Como Telefónica en Chile sabemos que el mundo digital permite que surjan tantos caminos de desarrollo sostenible como organizaciones y personas tenemos en nuestra sociedad y como compañía también tomamos el nuestro ya en 2004, año en que elaboramos el primer reporte de sostenibilidad. Hoy para nosotros es un motivo de orgullo presentar el Primer Informe Integrado, documento que representa el aprendizaje que hemos tenido en todos estos años: la estrategia de negocio de Telefónica en Chile debe ser sostenible. En este reporte presentamos los ejes de nuestro Plan de Negocio Responsable, nombre con el que denominamos a la forma en que queremos generar impactos positivos para todos nuestros

grupos de interés que, por cierto, no son iguales para todos.

Este nuevo formato de reporte nos permite dar a conocer cuáles son los principales temas en los que impactamos a nuestro entorno, así como también aquellos que tienen una mayor incidencia en el Plan de Negocio Responsable de la Compañía. Cada uno de estos focos cuenta con definiciones concretas e indicadores para medir el desempeño.

En este punto, cabe destacar que este es el primer año en que presentamos los resultados consolidados del negocio móvil y del fijo. Esto se produce luego que, en mayo de 2017, Inversiones Telefónica Móviles Holding S.A. se fusionó por absorción con su subsidiaria Telefónica Móviles Chile S.A., manteniéndose la razón social de ésta última. Por tanto, a contar del 30 de junio de 2017, Telefónica Chile S.A. (negocio fijo) pasó a ser filial de Telefónica Móviles Chile S.A (TMCH). Nuestra empresa opera en uno de los mercados más competitivos del mundo. En este desafiante escenario hemos adaptado nuestra estructura administrativa, los tiempos de planificación y ejecución,

anticipándonos a lo que requieren nuestros clientes para apostar por su permanencia y llegada a la compañía. De la misma forma, hemos venido trabajando en sostener el nivel de crecimiento en los productos con mayor potencial en el mercado masivo y dando el pie de partida a la aceleración de la transformación de la red fija.

No hemos dejado de lado ninguno de los mundos que forman parte del nuevo escenario de la conectividad, y es por eso que hemos venido apostando por los productos con mayor potencial en el mundo empresas, con foco especial en las pequeñas y medianas compañías, que forman un mercado atractivo para nuestro negocio y a la vez, una palanca para el buen desarrollo nacional.

Gracias a todo lo desarrollado y a los esfuerzos en los que se han involucrado todos los colaboradores de la compañía, es que hemos podido alcanzar los resultados que exponemos de manera detallada en este informe. Sin embargo, más allá



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

de los logros, la clara conciencia del esfuerzo que han significado y el análisis de los escenarios futuros, es que mantendremos una estricta disciplina de gastos e inversiones como un sello necesario para garantizar la sostenibilidad de Telefónica. Para este tipo de desafíos necesitamos contar con los mejores talentos de nuestra sociedad, por este motivo, durante 2017 avanzamos concretamente en planes de acción que nos permiten transformarnos en una empresa atractiva para mujeres, personas con discapacidad y jóvenes.

Respecto a nuestro entorno, 2017 fue un año intenso ya que implementamos el Sistema de Gestión Ambiental de la empresa, iniciativa que construimos sobre la base de las prioridades que identificamos: reciclaje, eficiencia energética y Energías Renovables no Convencionales, así como el plan de mitigación de los impactos que generamos. Estos pilares serán la base del gran objetivo 2018 que apunta a certificar a la compañía bajo el estándar ISO14.001.

Esta transformación digital también la hemos proyectado para nuestras empresas proveedoras. Para ellas contamos con un planteamiento

estratégico que nos permite establecer relaciones sostenibles y de beneficio mutuo, vínculo que construimos sobre la base del cumplimiento de estándares de comportamiento ético, social, ambiental y privacidad que también aplicamos en la compañía.

Los desafíos de este nuevo mundo digital están presentes en focos estratégicos de nuestro plan de negocio responsable. Por un lado, la seguridad de la información avanzó en 2017 con un fortalecimiento de la institucionalidad y la cultura interna que hoy nos permite contar con sistemas y colaboradores preparados para actuar con responsabilidad frente a este nuevo frente. A su vez, la confianza digital se incorpora a nuestro Plan de Negocio Responsable como un foco de gestión que nos permitirá sumar a nuestros clientes y a la sociedad, a esta nueva cultura que necesitamos para aprovechar todas las oportunidades de la vida digital.

La innovación también representa uno de los pilares de nuestro Plan de Negocio Responsable, tanto así que la fuerte apuesta que hicimos hace algunos años hoy ya tiene resultados concretos en ingresos y patentes, así como también en una robusta cultura

nacional y de la compañía que permite el desarrollo de nuevos negocios digitales.

Como operación de Telefónica en Chile queremos que todas las tareas de nuestro Plan de Negocio Responsable estén alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como consecuencia, este será el segundo reporte de nuestra empresa que cuenta con una útil guía para conocer dónde y cómo impacta nuestro Plan de Negocio de Responsable en los ODS.

Les agradezco una vez más la confianza que han depositado en nosotros, en cada una de las personas que se desempeña en esta compañía que seguirá marcando la transformación en la industria de la conectividad y comunicación.

Muchas gracias.

Roberto Muñoz Laporte
Gerente General

"Las oportunidades del *mundo digital* están en el *corazón* de las demandas que la *ciudadanía* plantea".

Perfil de Telefónica en el mundo

G4-3 • G4-4 • G4-5 • G4-6 • G4-7 • G4-9

Telefónica S.A. es, a día de hoy, uno de los mayores operadores integrados de telecomunicaciones a nivel mundial por capitalización bursátil y número de clientes integrados. La conectividad es la base de nuestro negocio y además ofrecemos soluciones tecnológicas para acompañar a empresas y particulares en su propia transformación digital.

Telefónica es la marca institucional que representa globalmente a la compañía ante sus empleados, accionistas, instituciones y proveedores.

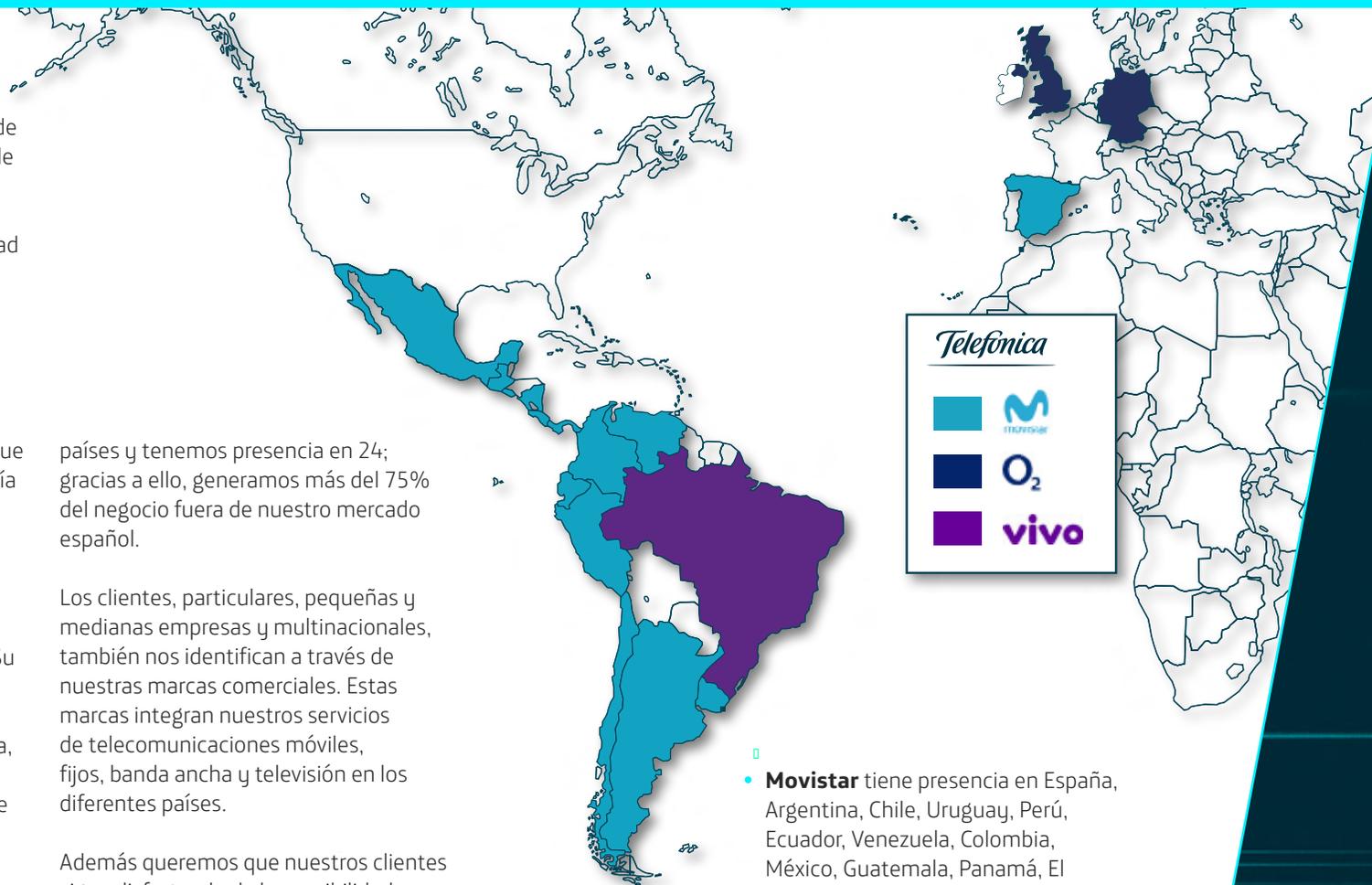
Telefónica S.A es una empresa totalmente privada que cuenta con más de 1.2 millones de accionistas. Su sede central está en Madrid (España) y sus acciones cotizan en las bolsas de Madrid, Londres, Nueva York, Lima, Sao Paulo, Frankfurt y Buenos Aires en las que el 100% de las acciones de Telefónica son de libre circulación.

Somos una de las compañías del sector con mayor carácter internacional: nuestra base de clientes supera los 340 millones de accesos y se distribuye entre España, Reino Unido, Alemania y Latinoamérica. Operamos en 17

países y tenemos presencia en 24; gracias a ello, generamos más del 75% del negocio fuera de nuestro mercado español.

Los clientes, particulares, pequeñas y medianas empresas y multinacionales, también nos identifican a través de nuestras marcas comerciales. Estas marcas integran nuestros servicios de telecomunicaciones móviles, fijos, banda ancha y televisión en los diferentes países.

Además queremos que nuestros clientes sigan disfrutando de las posibilidades de la tecnología por todo el mundo, incluso más allá de los países en los que operamos; para ello, hemos firmado acuerdos con más de 900 operadores en más de 210 destinos.



- **Movistar** tiene presencia en España, Argentina, Chile, Uruguay, Perú, Ecuador, Venezuela, Colombia, México, Guatemala, Panamá, El Salvador, Costa Rica y Nicaragua.
- **O2** opera en Reino Unido y Alemania.
- **Vivo** es nuestra marca en Brasil.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Somos el número 1 de nuestro sector en el Índice de Satisfacción en Clientes en 10 de nuestros 17 mercados.

Adicionalmente, disponemos de varias marcas “especializadas” que se enfocan en actividades concretas:

Wayra es nuestra aceleradora mundial de start-ups, que se ha convertido en pocos años en una de las mayores redes de innovación a escala mundial.

Telefónica dispone de otras marcas de operadora móvil en distintos países; como Tuenti (España, Perú, Ecuador, y Argentina), Giffgaff (UK), o Fonic (Alemania).

Terra ofrece contenidos y servicios de Internet en mercados de habla hispana y portuguesa.

Media Networks es una empresa B2B de la Unidad de Video Latam de Telefónica que presta servicios mayoristas de tv paga e internet satelital, generación de contenidos y venta de publicidad. Atendemos a empresas y operadores de Brasil, México, Chile, Colombia, Argentina, Paraguay, Ecuador, Bolivia, Venezuela, EE.UU., Centroamérica y Perú.

Existen empresas que ofrecen servicios especializados; entre los que se encuentran servicios de marketing dinámico (On the Spot) o de seguridad (ElevenPaths).

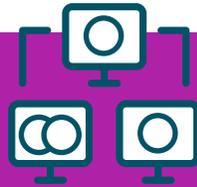
Por último, existen distintas compañías que ofrecen servicios al colectivo de empleados de Telefónica y a la sociedad en general; como Fonditel, Antares, Pléyade o tgestiona.

Hemos registrado más de 600 patentes a nivel mundial.

Cada una de estas marcas tiene un gran valor, especialmente por el número de clientes que confían en ellos y por su reputación en el mercado. Nuestra estrategia es tratar de incrementar la vinculación de cada una de ellas con Telefónica como marca institucional, con el objetivo de crear una familia de marcas.

Sabemos que el único método para convertirnos en una empresa confiable es siendo transparentes con nuestros grupos de interés, para ello, ponemos a disposición de clientes, empleados, proveedores, accionistas y de toda la sociedad nuestra información relativa al impacto social, económico y ambiental de nuestra actividad así como nuestra estrategia, modelo de negocio, así como cualquier dato relevante para ellos.

Propósito y valores de la Compañía



Propósito

Poner la innovación y nuestra experiencia en la comunicación al servicio de las personas y su bienestar para un mundo mejor

Valores

Cada día debemos apostar por ofrecer a nuestros clientes los últimos avances del mercado sin olvidar el valor que para nosotros tiene nuestra experiencia y nuestro conocimiento. En Telefónica, "la vida digital es la vida y la tecnología forma parte esencial del ser humano". Por eso queremos que la tecnología sea un elemento facilitador para la vida de las personas, y por eso nuestro objetivo se basa en promover avances que contribuyan a conseguir que la tecnología impacte de forma positiva en la sociedad y el entorno.

Nuestro entorno ha evolucionado y la digitalización nos abre un mundo de posibilidades que nos facilita ser más eficientes y ecológicos, explorar, estar informados, conocer...

Queremos ser una empresa en la que el cliente, empleado, proveedor, accionista y la sociedad en general puedan confiar.



Integridad

Nuestra integridad implica honestidad y actuar de acuerdo con unos estándares éticos que son innegociables.



Compromiso

La relación que mantenemos con cada uno de nuestros grupos de interés se fundamenta en un compromiso de actuar siempre de forma responsable y cumplir con lo prometido.



Transparencia

Nos comprometemos a que nuestros clientes, empleados, proveedores, accionistas y la sociedad en general, tengan información clara y accesible sobre nuestra estrategia y nuestras actividades y que puedan en todo momento consultar las dudas o preguntas que puedan tener en relación con las mismas.

Nuestros compromisos para lograrlo son:

- Una conexión que pone a las personas por delante de la tecnología e impulsa la capacidad de elección
- Una conexión que ofrece protección y confianza para que las personas se sientan soberanas de su vida digital.
- La conexión como un ecosistema de vida: piensa en las personas y optimiza la vida.

Perfil y valores de la Compañía

Contamos con las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como con una oferta innovadora de servicios digitales y de datos; así nos posicionamos de forma favorable para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes y capturar el crecimiento en nuevos negocios.

Dentro de nuestros principales focos está el ser capaces de apoyar a la sociedad a los desafíos de esta nueva era digital, con lo cual buscamos facilitar las comunicaciones con nuestros productos y servicios de vanguardia en la industria, asegurando la calidad que una empresa como nosotros podemos ofrecer.

Estamos viviendo una transformación acelerada basada en la tecnología de la comunicación. Cada ocho meses se duplica la capacidad de procesamiento de los chips y el número de operaciones por segundo aumenta exponencialmente. Es una auténtica revolución de capacidad de procesamiento y almacenamiento de datos que no parece tener techo.

Chile está situado como uno de los mayores consumidores de datos móviles en el mundo, siendo líder en Latinoamérica en velocidad de internet, lo que desafía enormemente, tanto a la industria como al país en su conjunto.

Queremos ser una **empresa** en la que el cliente, empleado, proveedor, accionista y **la sociedad** en general **pueda confiar.**

¿En qué estamos en Telefónica en Chile?

Acercando la tecnología a los chilenos siendo impulsores de la Revolución:

- Entre los años 2014 y 2017 conectamos en total a 550 localidades aisladas
- En Redes fijas, contamos con el mayor despliegue de Fibra Óptica con más de 460 mil hogares con factibilidad de Fibra Óptica.
- A nivel educacional, por medio del proyecto de Conectividad Colegios (Enlaces) brindamos conectividad a más de 5.200 escuelas a nivel nacional

Uno de nuestro focos es ser capaces de *apoyar a la sociedad* en los desafíos de esta *nueva era digital.*

Estructura societaria en Chile

G4-8 • G4-9 • G4-13

Telefónica en Chile es hoy el principal proveedor en la industria de las telecomunicaciones con los servicios de telefonía fija y móvil, banda ancha y TV digital, bajo la marca Movistar. Con 137 años de historia, Telefónica en Chile aporta con su operación a un país conectado.

NUESTRAS MARCAS

Nos representa frente a:

- Gobierno/Estado
- Organismos de regulación
- Accionistas
- Empleados
- Proveedores
- Sociedad

Permite identificar nuestra oferta comercial de servicios:

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

Para:
• Personas
• Negocios
• Empresas

LAS EMPRESAS

En 2009, Movistar se convirtió en la marca comercial que acoge los productos de las empresas Telefónica Chile S.A. y Telefónica Móviles Chile y Telefónica Empresas Chile S.A.

Estas sociedades trabajan por entregar servicios de telecomunicaciones de excelencia para la conectividad del país, a través de un total de 12,2 millones de accesos.

Telefónica Chile S.A.

- Telefonía fija
- Banda ancha fija
- TV digital.

Telefónica Móviles S.A.

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

Telefónica Empresas Chile S.A.

- Servicios gestionados de WAN y LAN (redes de datos).
- Soluciones digitales Cloud, Internet de las Cosas (Internet of Things, IoT).
- Data Center y soluciones Tecnologías de la Información (TI).

EMPRESAS QUE TAMBIÉN SON PARTE DEL GRUPO TELEFÓNICA EN CHILE

- Telefónica Chile Servicios Corporativos Limitada
- Telefónica Investigación y Desarrollo Chile SpA (TID)
- Telefónica Global Technology S.A. (TGT)
- Pleyade Chile S.A.

En mayo de 2017, Inversiones Telefónica Móviles Holding S.A. se fusionó por absorción con su subsidiaria Telefónica Móviles Chile S.A., manteniéndose la razón social de esta última. Por tanto, a contar del 30 de junio de 2017, Telefónica Chile S.A. (negocio fijo) pasó a ser filial de Telefónica Móviles Chile S.A (TMCH).

FUNDACIÓN TELEFÓNICA

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

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

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

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Principales magnitudes de la compañía

1

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

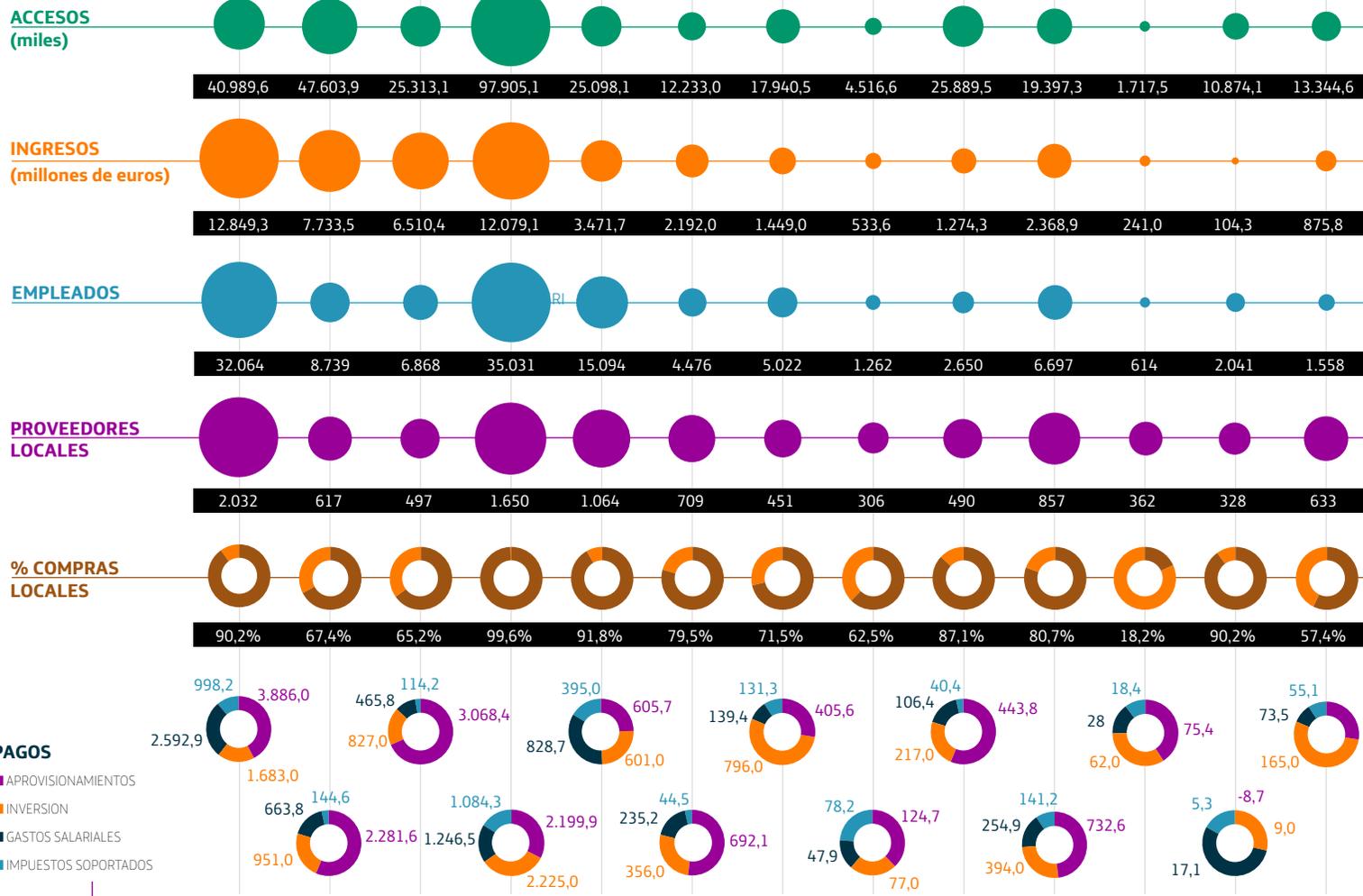
7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Magnitudes principales¹



G4-8 • G4-EC9 • G4-S09

1 Cifras y datos corresponden a criterios de consolidación de información de Telefónica S.A. según su datos de reporte corporativo

Objetivos de Desarrollo Sostenible

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Accesos

El total de accesos de Telefónica en Chile se sitúa en 12,2 millones a diciembre de 2017, destacando la evolución de los clientes de M2M, Banda ancha fija y clientes de TV de pago. Las conexiones 4G, alcanzan 66% del total de conexiones, siendo un 96% de estas provenientes de smartphones.

Al término del año 2017, se estima que el mercado de telefonía móvil habría alcanzado un parque en servicio de 26,6 millones de accesos, mientras que la penetración de telefonía móvil

por cada 100 habitantes llega a un 145%. También se destaca el parque de clientes con servicios 4G estimado sobre los 10 millones en el país.

Los accesos de internet móvil* continúan creciendo, permitiendo acortar la brecha digital en Chile, estimándose que se incrementaron en torno al 17% durante el año 2017, con lo cual la cantidad total de conexiones alcanzaría los 14,3 millones registrando una tasa de 78 conexiones por cada 100 habitantes.

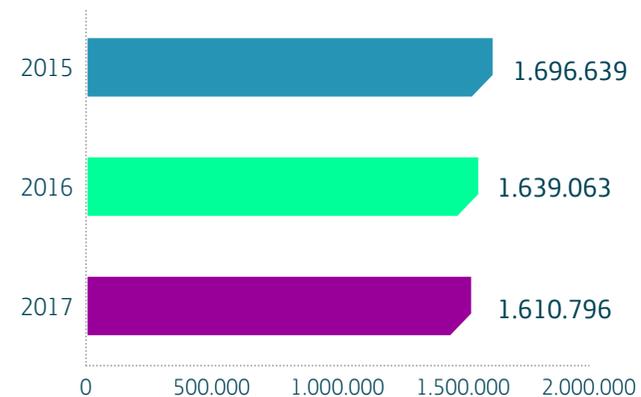
(*). Incluye Internet a través de equipos móviles (NEM), internet inalámbrico a través de dispositivos USB (BAM) y transmisión de datos a través de servidores (M2M)



Cifras en millones de accesos. Considera servicio móvil y fijo.

Ingresos

Al 31 de diciembre de 2017, los ingresos operacionales de Telefónica Móviles Chile ascendieron a Ch\$1.610.796 millones, mostrando una caída de 1,7% en relación al año anterior. Esta caída se produce principalmente por: a) menores ingresos del servicio de telefonía móvil (6,4%), compensados por el aumento de ingresos de comercialización de equipos (37,3%), Internet y banda ancha móvil (47,7%) y b) menores ingresos del servicio de telefonía fija (17,7%), interconexiones (45,0%) y banda ancha fija (0,8%), que fueron parcialmente compensados por el aumento de ingresos de TV (2,1%) y servicios de datos de Empresas (10,6%).



Cifras en millones de pesos. Considera servicio móvil y fijo.

Para mayor información pueden revisar las memorias anuales de las respectivas sociedades en www.telefonicachile.cl

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

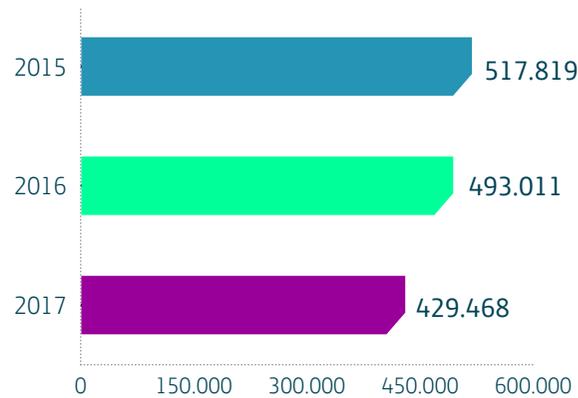
9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Flujo Operacional

Por su parte, los costos operacionales alcanzaron Ch\$1.468.837 millones, mostrando un aumento de 1,4% respecto al cierre de 2016. Este aumento se explica principalmente por el incremento en costos de terminales y otros asociados a mayor actividad comercial.

El resultado operacional de la Compañía ascendió a Ch\$141.960 millones, con un margen operacional de 8,8%. El EBITDA, en tanto, ascendió a Ch\$429.469 millones en el año, alcanzando un margen EBITDA de 26,7%. Al cierre del ejercicio, Telefónica Móviles Chile S.A. registró una utilidad neta (atribuible a la Controladora) de Ch\$199.807 millones.

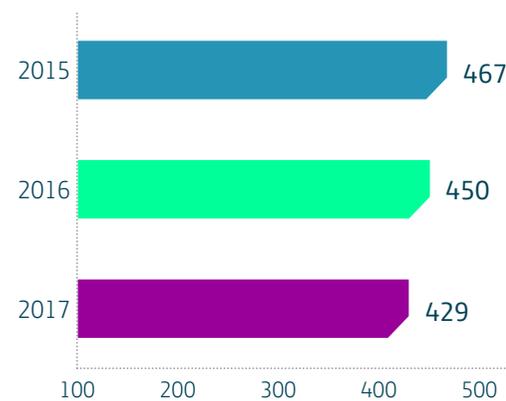


Cifras en millones de pesos. Considera servicio móvil y fijo.

Inversión

En 2017, Telefónica Móviles Chile S.A. destinó US\$429 millones a recursos para inversión, superando los US\$1.300 millones invertidos en el país solo en los últimos 3 años.

Teniendo como foco de la inversión en el desarrollo y el despliegue de LTE para todo el territorio nacional, el objetivo, mejorar la cobertura, calidad y experiencia del cliente, cumpliendo con los objetivos de crecimiento y regulaciones existentes.



Cifras en millones de dólares nominales. Considera servicio móvil y fijo.

G4-EC7

¿En que invertimos?

Ampliación del despliegue de red y mejora de coberturas en zonas LTE, todo en base a aprovechar la infraestructura existente como el aprovechamiento de iniciativas que priorizan y entregan una mejor capacidad, calidad y cobertura de la red móvil

Se finalizó y entregó la ejecución del proyecto regulatorio asociado a la licitación del espectro banda 700MHz impulsada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, SUBTEL. En dicho proyecto, que duró dos años, se desplegaron: 522 estaciones LTE700, se dio acceso a internet a 158 escuelas, cobertura 3G a 366 zonas aisladas del país y dos carreteras del norte grande del país.

Se aceleró el despliegue e inversión en hogares pasados con fibra óptica, mejorando la capacidad y conectividad para los clientes con servicio de alta velocidad.

Crecimiento en Altas Banda Ancha Hogar y disponibilidad de equipamientos de ultra banda ancha y TV de pago. Mantuvimos el foco en una cadena de valor que permita atender las necesidades de una dinámica comercial cambiante.

Potenciar el proyecto Data Center mediante la consolidación de nuevos clientes y servicios de almacenamiento de datos, seguridad de la información y Cloud, dando soluciones concretas a los requerimientos de los clientes del negocio empresas.

Para mayor información pueden revisar las memorias anuales de las respectivas sociedades en www.telefonicachile.cl



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Resultados consolidados

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES	2017 M\$	2016 M\$
Ganancia (pérdida)		
Ingresos de actividades ordinarias	1.598.299.960	1.625.620.910
Otros ingresos	12.495.754	13.442.542
Gastos por beneficios a los empleados	-128.914.317	-127.587.602
Gastos por depreciación y amortización	-287.508.991	-302.604.764
Otros gastos, por naturaleza	-1.052.414.016	-1.018.464.326
Ganancias de actividades operacionales	141.958.390	190.406.760
Ingresos financieros	11.218.637	8.774.572
Costos financieros	-41.250.476	-54.542.401
Diferencias de cambio	-1.691.490	-1.471.936
Resultado por unidades de reajuste	324.498	266.623
Ganancia antes de impuesto	110.559.559	143.433.618
Gasto por impuesto a las ganancias	89.310.461	-45.305.910
Ganancia procedente de operaciones continuadas	199.870.020	98.127.708
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	199.806.804	97.720.628
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	63.216	407.080
Ganancia	199.870.020	98.127.708

ESTADOS DE OTROS RESULTADOS INTEGRALES	2017 M\$	2016 M\$
GANANCIA	199.870.020	98.127.708
Otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del ejercicio, antes de impuestos	1.906.403	-5.228.561
Otro resultado integral que se reclasificará al resultado del ejercicio, antes de impuestos	-5.158.697	-46.977.165
Otros componentes de otro resultado integral, antes de impuestos	-3.252.294	-52.205.726
Total de impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otro resultado integral	426.295	4.859.967
TOTAL OTRO RESULTADO INTEGRAL	-2.825.999	-47.345.759
RESULTADO INTEGRAL TOTAL	197.044.021	50.781.949
RESULTADO INTEGRAL ATRIBUIBLE A:		
Atribuible a los propietarios de la Controladora	197.035.229	50.442.115
Atribuibles a participaciones no controladoras	8.792	339.834
TOTAL RESULTADO DE INGRESOS Y GASTOS INTEGRALES	197.044.021	50.781.949

Para mayor información puede consultar las memorias anuales de Telefónica en Chile
 Memoria Anual Telefónica Chile S.A. 2017
 Memoria Anual Telefónica Móviles Chile S.A. 2017

Ambas disponibles en nuestro sitio corporativo www.telefonicachile.cl

*A contar del 30.06.17, las cifras financieras de Telefónica Móviles Chile S.A. se presentan consolidadas con las de su nueva filial Telefónica Chile S.A. Esto tras producirse la Fusión por absorción de Telefónica Móviles Chile S.A. con su matriz Inversiones Telefónica Móviles Holding S.A., que era también la matriz de Telefónica Chile S.A. Cifras del año 2016 se presentan reconciliadas a efectos comparativos.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Estado de situación financiera consolidado

ACTIVOS	2017 M\$	2016 M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	206.793.908	221.274.945
Otros activos financieros, corrientes	776.868	21.222.612
Otros activos no financieros, corrientes	65.880.486	56.989.206
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar, neto, corrientes	258.940.140	243.664.414
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	20.826.616	131.471.353
Inventarios, corrientes	49.212.817	49.462.283
Activos por impuestos corrientes, corrientes	11.040.372	21.993.673
ACTIVOS CORRIENTES TOTALES	613.471.207	746.078.486
Otros activos financieros, no corrientes	110.462.910	140.840.344
Otros activos no financieros, no corrientes	7.334.487	7.446.384
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar, no corrientes	19.370.390	19.210.095
Activos intangibles distintos de la plusvalía	194.713.920	211.444.367
Plusvalía	504.839.853	504.839.853
Propiedades, planta y equipo	1.265.184.023	1.277.374.224
Activos por impuestos diferidos	129.200.809	8.362.026
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	2.231.106.392	2.169.517.293
TOTAL ACTIVOS	2.844.577.599	2.915.595.779

Para mayor información puede consultar las memorias anuales de Telefónica en Chile Memoria Anual Telefónica Chile S.A. 2017
Memoria Anual Telefónica Móviles Chile S.A. 2017

Ambas disponibles en nuestro sitio corporativo www.telefonicachile.cl

*A contar del 30.06.17, las cifras financieras de Telefónica Móviles Chile S.A. se presentan consolidadas con las de su nueva filial Telefónica Chile S.A. Esto tras producirse la Fusión por absorción de Telefónica Móviles Chile S.A. con su matriz Inversiones Telefónica Móviles Holding S.A., que era también la matriz de Telefónica Chile S.A. Cifras del año 2016 se presentan reconciliadas a efectos comparativos.

PASIVOS	2017 M\$	2016 M\$
Otros pasivos financieros, corrientes	14.160.658	79.385.443
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	384.691.746	317.449.042
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	113.523.203	102.270.637
Otras provisiones corrientes	10.387.867	11.036.140
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	21.863.202	23.340.546
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	7.589.974	5.989.507
Otros pasivos no financieros, corrientes	63.760.925	62.819.414
PASIVOS CORRIENTES TOTALES	615.977.575	602.290.729
Otros pasivos financieros, no corrientes	787.644.639	764.153.852
Otras provisiones no corrientes	19.479.651	17.161.751
Pasivos por impuestos diferidos	86.548.566	90.159.443
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	29.653.740	30.769.516
Otros pasivos no financieros, no corrientes	6.978.962	6.213.514
TOTAL DE PASIVOS NO CORRIENTES	930.305.558	908.458.076
TOTAL PASIVOS	1.546.283.133	1.510.748.805

PATRIMONIO	2017 M\$	2016 M\$
Capital emitido	1.257.872.285	1.257.872.279
Ganancias acumuladas	487.027.163	588.963.184
Otras reservas	-453.146.171	-455.942.013
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	1.291.753.277	1.390.893.450
Participaciones no controladoras	6.541.189	13.953.524
PATRIMONIO TOTAL	1.298.294.466	1.404.846.974
TOTAL DE PATRIMONIO Y PASIVOS	2.844.577.599	2.915.595.779



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Indicadores no financieros

G4-EC9 • G4-EN3 • G4-EN4 • G4-EN6 • G4-EN23 • G4-S09

INDICADOR	UNIDAD	2016	2017
Confianza Digital			
Nº de multas por temas de protección de datos	Unidades	0	0
Nº de asistentes a cursos de formación en materia de Privacidad de la Información	Empleados	0	3.596
Nº de asistentes a cursos de formación con Seguridad de la Información y Ciberseguridad	Empleados	0	3.596
Proveedores			
Total de proveedores locales	Unidades	667,0	709,0
Proveedores locales / total de proveedores	Porcentaje	82,1%	84,5%
Total de proveedores adjudicados localmente	Unidades	77,1%	79,6%
Cliente			
Índice de satisfacción del cliente	Puntos sobre 10	7,51	7,41
Ética			
Nº de consultas recibidas y desestimadas	Unidades	10	14
Número de casos confirmados de corrupción	Unidades	0	0
Laborales			
Nº empleados totales al cierre del período	Personas	4.569	4.476
Porcentaje de mujeres en plantilla	Porcentaje	32,3%	31,9%
Empleados menores de 30 años	Personas	340	344
Porcentaje mujeres directivas	Unidades	9%	18%
Nº empleados con discapacidad	Personas	15	16
Porcentaje de empleados con convenio	Porcentaje	82%	89%
Índice de clima laboral total	Porcentaje	89%	86%
Nº de accidentes	Unidades	21	24
Días perdidos por accidentes de trabajo	Unidades	551	754

INDICADOR	UNIDAD	2016	2017
Medioambiente			
Consumo total de energía	MWh	275.658,5	280.233,6
Consumo total de energía por datos	Mwh por Pb	168,0	127,7
Consumo Total de Energía Renovable	MWh	450.857	746.362
Nº de sitios operativos en base a energía renovable	Unidades	79	139
Total consumo de agua	m ³	405.930	497.754
Consumo de agua por empleado	m ³ por empleado	95,0	118,4
Total Residuos generados	Toneladas	501,3	484,3
Equipos reutilizados / Equipos devueltos (Fijo y Móvil)	Porcentaje	71%	83,4%
Total consumo de papel	Toneladas	113,6	98,5
Consumo de papel por empleado	Ton por empleado	0,027	0,023
Total emisiones	tCO ₂ eq	136.057,0	137.399,0
Emisiones totales por datos	tCO ₂ eq por Pb	82,9	62,6

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contribución al progreso

2



Contribución al progreso

G4-DMA • G4-EC8

Somos uno de los motores del progreso económico de las comunidades en las que estamos presentes, tanto por nuestro día a día, como por el impacto de nuestros servicios en las personas y empresas a los que prestamos apoyo. Sin embargo, en Telefónica en Chile consideramos que nuestro aporte a la sociedad va más allá del valor económico que generamos para nuestros clientes y accionistas, y por ello evaluamos y monitorizamos la contribución que generamos en la sociedad, y el impacto que tenemos en nuestro entorno.

Por cada **\$1.000** pesos de **PIB** generado de manera directa, **Telefónica en Chile genera** en el país: **\$1.883**

Por cada **\$1.000** pesos de OIBDA **que genera Telefónica** en Chile en el país, **aportamos** al PIB: **\$4.550**

Impactos sobre PIB

	PESOS	% SOBRE PIB DEL PAÍS
Directo	612.815	0,38%
Indirecto	692.525	0,43%
Inducido	151.376	0,09%
Total	1.456.716	0,90%

*cifras en millones de pesos

Total: Impactos totales generados por la actividad corporativa y los gastos e inversiones que Telefónica ha realizado en los países en los que opera.

Directo: Impactos generados directamente por Telefónica por el desarrollo de su actividad.

Indirecto: Impactos generados por los gastos e inversiones llevados a cabo por Telefónica en toda su cadena de proveedores.

Inducido: Impactos generados por incremento del consumo derivado del aumento de las rentas del trabajo generadas por los empleos directos e indirectos.

Impactos sobre empleo

	OCUPADOS	% SOBRE Nº OCUPADOS EN EL PAÍS
Directo	4.476	0,05%
Indirecto	25.362	0,30%
Inducido	6.456	0,08%
Total	36.294	0,43%

Total: Empleos generados por la actividad corporativa y los gastos e inversiones que Telefónica ha realizado en los países en los que opera.

Directo: Empleados contratados directamente por Telefónica.

Indirecto: Empleos generados en aquellas empresas y sectores receptores de los gastos e inversiones llevados a cabo por Telefónica y por sus respectivos proveedores.

Inducido: Empleos generados en el conjunto de sectores económicos gracias a la actividad económica generada de forma inducida.

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Por cada empleado **contratado** por **Telefónica** en el país, **se generan** adicionales: **7,11 empleos.**

Mensaje del Gerente General

Perfil y variables de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Plan de Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Modelo de análisis de impacto

G4-DMA

Para estimar los impactos de Telefónica en Chile de forma precisa hemos desarrollado un modelo de seguimiento y medición integral que nos ayuda a tomar las decisiones más adecuadas en cada momento, con el objetivo de desarrollar de manera sostenible nuestro negocio a la vez que incrementamos nuestra contribución a la sociedad.

Además, los resultados obtenidos a través de esta doble aproximación nos ayudan a hacer un seguimiento detallado de nuestra contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Este modelo, único en el sector, se basa en un doble enfoque.

Modelo análisis de valor

Este modelo busca evaluar y cuantificar el impacto que el negocio y la empresa tiene, considerando todos los aspectos de la actividad de la Compañía, y los efectos y consecuencias de los mismos.

Basado en un modelo de análisis de valor ESG (Environmental / Social / Governance), realizamos una evaluación y seguimiento de los impactos económicos, medioambientales y sociales, de forma que nos ayuden a comprender cuál es nuestra contribución real y nos permitan capturar oportunidades, crear valor y reducir los riesgos asociados a nuestra actividad empresarial.

Modelo análisis de soluciones y proyectos

En Telefónica en Chile estamos convencidos de que conocer en detalle el impacto que nuestros proyectos y soluciones tienen en la sociedad y el medio ambiente nos permite avanzar y mejorar nuestro negocio, innovar en soluciones que den respuesta a los grandes retos sociales y ambientales, y además de reducir los riesgos que se pudieran derivar de estas soluciones.

Soluciones de IoT, servicios de conectividad, proyectos de eficiencia energética, plataformas de salud, servicios de movilidad, servicios de nube, etc. han sido ya evaluadas



a través de esta metodología. El modelo utilizado ha sido desarrollado expresamente para este objetivo, y se basa en una evolución de los modelos tradicionales de Teoría del Cambio adaptados a las necesidades del sector TIC.

MODELO DE ANÁLISIS DE IMPACTO



Creemos que es perfectamente compatible **crear valor** para una compañía y a la vez asegurar un **impacto** social o medioambiental **positivo**

Impactos de la Red

G4-EC7

Existen numerosos estudios que demuestran que la implantación de la banda ancha tiene un efecto positivo en la inclusión digital y en el crecimiento económico de las comunidades en las que operamos. No solamente impulsa el sector de las telecomunicaciones, sino que el desarrollo de la banda ancha contribuye al incremento de la productividad y de la capacidad competitiva de las empresas locales.

El desarrollo de la banda ancha genera una serie de impactos positivos en la sociedad que van mucho más allá de los puramente cuantitativos y que incluyen, entre otros, un mejor y mayor acceso de los clientes a la información y a la cultura, así como la ampliación de sus opciones de ocio y entretenimiento.

Gracias a las importantes mejoras en la rapidez y automatización de los procesos y en el procesamiento de datos y difusión de la información, se fomenta, de esta forma, la creación de nuevos modelos de negocio.

IMPACTO CAUSADO POR LA BANDA ANCHA (BA) DE TELEFÓNICA COMO PORCENTAJE DEL PIB DE CHILE

Fuente: Análisis PwC, porcentaje del PIB 2015

IMPACTO BA FIJA



IMPACTO BA MÓVIL



IMPACTO TOTAL (FIJA + MÓVIL)



Objetivos de Desarrollo Sostenible



el desarrollo de la banda ancha contribuye al *incremento de la productividad y de la capacidad competitiva* de las empresas locales.

Mensaje del Gerente General

Perfil y variables de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Plan de Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

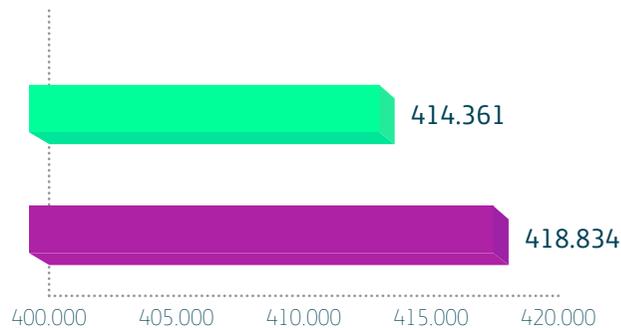
10. Anexos

Contribución a las haciendas locales

En una situación país donde el debate tributario tiene defensores y detractores por las reformas recientes, Telefónica en Chile, así como todas las empresas de la economía tienen un deber que pasa por el cumplimiento de la normativa vigente, frente a lo cual y de manera creciente ha ido aumentando su aporte fiscal debido a estos cambios y a sus respectivos modelos operacionales y de negocio. Llegando a aportar el 2017, casi 418 mil millones de pesos.

Con el objetivo de aumentar la transparencia, hemos desarrollado los Principios de Negocio Responsable en materia de cumplimiento tributario, en base a los cuales nos comprometemos a actuar con honestidad y respeto por la ley en la gestión de los asuntos fiscales.

Telefónica en Chile no creará o adquirirá entidades domiciliadas en ninguna de las jurisdicciones recogidas en el listado de paraísos fiscales reglamentariamente establecidos.



Cifras en millones de pesos.

Impuestos informados en esta memoria integrada de Telefónica Chile 2017 considera los pagos por concepto de recaudación pública que Telefónica en Chile paga al Estado, para lo cual consolida los pagos de IVA, impuestos a la renta, retenciones, patentes, contribuciones, etc.

IMPUESTOS EN 2017

Además de estos impuestos directamente soportados, ingresamos en las arcas públicas, como consecuencia de nuestra actividad y por cuenta de otros contribuyentes, otras cantidades que deben tenerse en cuenta en la contribución tributaria total que realiza la empresa, tales como impuestos indirectos, retenciones a los trabajadores y otras retenciones.

En este contexto y durante el año 2017, nuestra contribución tributaria total ha ascendido a 418.834 millones de pesos, lo que supone el 26% de los ingresos totales de Telefónica en Chile.

El importe en valores absolutos de los impuestos con lo que Telefónica ha contribuido al fisco a través de su rol como empresa pagadora, recaudadora y retenedora en Chile del ejercicio 2017 ha crecido un 1,1% con respecto al ejercicio 2016.

Por cada **100 pesos** de cifra de negocio de la Compañía, **26 pesos** se destinan al **pago de impuestos**

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Gobierno corporativo



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

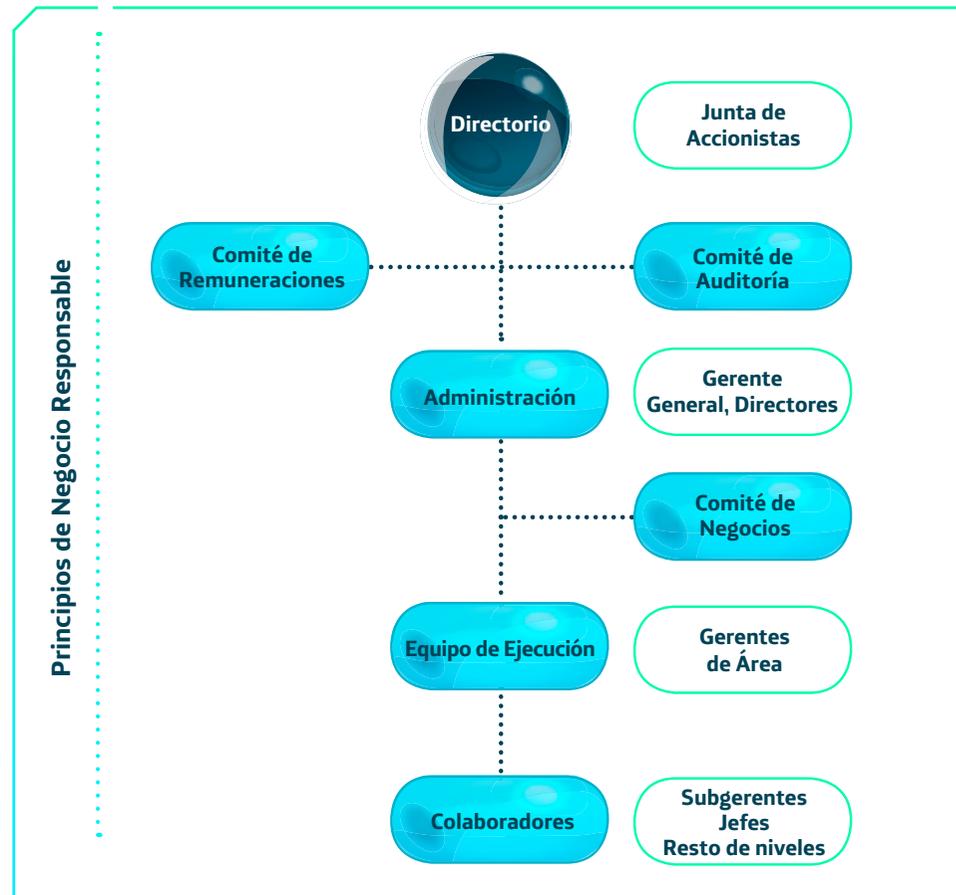
9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

¿Cómo dirigimos nuestra empresa?

G4-46 • G4-47

PARA LLEVAR A CABO LA MISIÓN DE ACERCAR LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS A TODAS LAS PERSONAS A TRAVÉS DE UNA ESTRATEGIA SOSTENIBLE DE NEGOCIOS, TELEFÓNICA EN CHILE CUENTA CON UN EQUIPO HUMANO A CARGO DEL GOBIERNO CORPORATIVO DE LA OPERACIÓN LOCAL.



¿CÓMO SE ELIGEN LOS DIRECTORES?

- Los directores serán elegidos por la Junta de Accionistas, sólo en caso de vacancia de un director titular y de su suplente, el directorio podrá nombrar un reemplazante que no tendrá suplente, manteniéndose tal designación hasta la próxima Junta de Accionistas.
- Los nuevos directores participarán de un programa de orientación que les permita tomar conocimiento rápido y suficiente de la Compañía, así como las reglas de buen gobierno corporativo.
- Para ello, cada vez que asuma un nuevo director, el secretario del directorio le entregará una carpeta con la misión, visión y objetivos estratégicos, estructura, negocios, riesgos, marco jurídico vigente, grupos de interés relevantes para el desarrollo de los negocios, principales obligaciones y deberes, entre otras materias.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

DURACIÓN DEL CARGO DE DIRECTOR

- Los directores ejercerán su cargo durante el plazo de tres años y podrán ser reelegidos indefinidamente.
- La renovación de los directores se hará en su totalidad cada tres años.
- Los directores designados como reemplazantes ejercerán su cargo hasta la próxima junta ordinaria de accionistas.
- Los directores cesarán en el cargo cuando haya transcurrido el período para el que fueron nombrados o cuando así lo acuerde la junta de accionistas.
- Los directores deberán poner su cargo a disposición del directorio en casos de incompatibilidad o prohibición legal y estatutaria previstos.

FUNCIONES DEL DIRECTORIO

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

¿QUÉ DECISIONES TOMA EL DIRECTORIO?

- El Plan estratégico, objetivos de gestión y presupuesto anual.
- Política de gobierno corporativo.
- Política de responsabilidad social corporativa.
- Política de dividendos.
- Política de control y gestión de riesgos.
- Aprobación del nombramiento de un ejecutivo que tenga dependencia directa del presidente o del gerente general.
- La información financiera relevante que la Compañía deba hacer pública periódicamente.
- Aprobar las compensaciones variables anuales a los empleados.
- Aprobar la divulgación de todo hecho o información calificados de esencial o reservado en conformidad a los artículos 9° y 10° de la Ley 18.045 de Mercado de Valores.
- Revisar las operaciones que la sociedad realice con partes relacionadas.
- Reunirse al menos semestralmente con la empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros, sin la presencia de la administración.
Establecer la política corporativa de cumplimiento de las normas de libre competencia.

Los directores deberán poner su **cargo** a disposición del directorio en casos de **incompatibilidad** o prohibición legal y estatutaria previstos.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

ROL DEL DIRECTORIO Y GOBIERNO CORPORATIVO

Para llevar a cabo la misión de acercar las posibilidades tecnológicas a todas las personas a través de una estrategia sostenible de negocios, Telefónica en Chile cuenta con un equipo humano a cargo del gobierno corporativo de la operación local. Este gobierno corporativo tiene la responsabilidad de guiar los caminos de la empresa dentro del contexto de una multinacional con casa matriz ubicada en España y con las condiciones establecidas por la legislación de la operación en Chile.

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

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

Sumado a lo anterior, el directorio de Telefónica Chile S.A. y los ejecutivos principales de la Compañía cuentan con un Reglamento de Funcionamiento que regula su organización y funcionamiento, fija las normas de conducta de sus miembros con el fin de alcanzar el



mayor grado de eficiencia, transparencia y profesionalización posible, y teniendo presente la generación de mayor valor para los accionistas.

Las decisiones que ha tomado, tanto el directorio como el equipo de gestión, han permitido cumplir 138 años de sólido compromiso con el país, con una visión de sostenibilidad como fuente clara de competitividad y progreso, incrementando el valor de marca de Telefónica, así como la diferenciación para nuestros clientes. De esta manera, se garantiza un proyecto empresarial estable y sostenible para la sociedad.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

¿Quiénes dirigen nuestra empresa?

G4-51

LAS EMPRESAS QUE CONFORMAN TELEFÓNICA EN CHILE CUENTAN CON DISTINTOS DIRECTORIOS, CUYOS MIEMBROS SON ELECTOS POR LOS ACCIONISTAS EN CONSIDERACIÓN DE SU TRAYECTORIA Y ESPECIALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA DE LAS TELECOMUNICACIONES. ESTE CUERPO DIRECTIVO LIDERA LA ESTRATEGIA CORPORATIVA.

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

En situaciones especiales, y siempre que se estime conveniente, se convoca a juntas extraordinarias. La Compañía se

preocupa de que los directores cuenten con las habilidades y medios adecuados para la efectiva toma de decisiones en torno a los intereses de las empresas.

Las dietas de los directores de Telefónica Chile a diciembre 2017 son

96 UTM, junto a la de su Vicepresidente (1,5 veces) y Presidente (2 veces). Este directorio debe reunirse al menos una vez al mes.

Directorio Telefónica Chile S.A.

Claudio Muñoz Z.
Presidente

Narcís Serra S.
Vicepresidente

Fernando Bustamante H.
Director

Eduardo Caride
Director

Patricio Rojas R.
Director

Bernardo Quinn
Director suplente

Hernán Cheyre V.
Director suplente

Emilio Gilolmo L.
Director suplente

Carlos Díaz V.
Director suplente

Alfonso Ferrari H.
Director suplente

Este directorio se designó el 27 de marzo de 2018.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Directorio Telefónica Móviles Chile S.A.

Rafael Zamora S.
Presidente

Fernando Saiz M.
Director

Gladys Fuentes E.
Director

Directorio Telefónica Empresas Chile S.A.

Roberto Muñoz L.
Presidente

Rafael Zamora S.
Director

Gladys Fuentes E.
Director

Los directorios de Telefónica Móviles Chile S.A. y Telefónica Empresas Chile S.A. están vigentes desde mayo de 2018.

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

Duración período: tres años, con posible reelección indefinida. A su vez, las sesiones de ambos directorios son semestrales.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Comités del directorio

Los comités son órganos consultivos del directorio y su objetivo es prestar la asesoría necesaria para el buen gobierno corporativo y la toma de decisiones.

- El directorio podrá constituir uno o varios comités, permanentes o provisorios, a los que encomiende el examen y seguimiento de alguna materia de especial relevancia para el buen gobierno de la Compañía.
- El directorio determinará el número de miembros de cada comité y designará los directores que deban integrarlos.
- Cada comité podrá requerir la cooperación de cualquier ejecutivo, quien podrá asistir con voz y sin voto, a las distintas sesiones que celebre el comité.
- Los comités regularán su propio funcionamiento, nombrarán de entre sus miembros a un presidente y a un secretario –que podrá no ser miembro del mismo– y se reunirán previa convocatoria de su respectivo presidente.

- De cada reunión que celebren, se levantará la correspondiente acta. Las actas de los comités estarán a disposición de los miembros del directorio para su consulta.
- De los asuntos tratados por los comités el secretario dará cuenta al directorio a fin de que éste tome conocimiento de dichos asuntos para el ejercicio de sus competencias y tome los acuerdos que corresponda.

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

Al 31 de diciembre 2017, el Comité de Auditoría estaba conformado por los siguientes directores: Fernando Bustamante Huerta, quien lo presidió; Carlos Díaz Vergara y Patricio Rojas Ramos.

Comité de Remuneraciones y Compensaciones:

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



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Funcionamiento

El Directorio de Telefónica en Chile tiene a cargo regular la organización y funcionamiento de la Compañía. Fija normas de conducta de sus miembros con el fin de alcanzar el mayor grado de transparencia y eficiencia para cumplir plenamente con la normativa legal y reglamentaria, teniendo presente la mayor generación de valor para sus accionistas y grupos de interés.

Tal como lo indica la ley, el directorio es el máximo organismo de administración y representación de Telefónica en

Chile en cualquiera de sus actos de disposición y administración de negocios. Siendo su labor, además, la supervisión y control de la gestión ordinaria de los negocios encomendada al equipo ejecutivo.

Los directores cumplen, además, una labor de puente de comunicación entre los accionistas y el equipo directivo, ya sea para la transmisión de solicitudes específicas, como para promover la comunicación adecuada y participativa de éstos en las

decisiones que correspondan. Entre sus principales deberes destacan, diligencia, fidelidad, secreto y lealtad. Dentro de los derechos, obligaciones y responsabilidades del directorio, este tiene como marco normativo directo lo dispuesto en la Ley 18.046 de Sociedades Anónimas y la Ley 18.045 del Mercado de Valores para regular su acción y el quehacer de Telefónica en Chile.

Directorio_

El Directorio es el máximo organismo de administración y representación de Telefónica en Chile.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

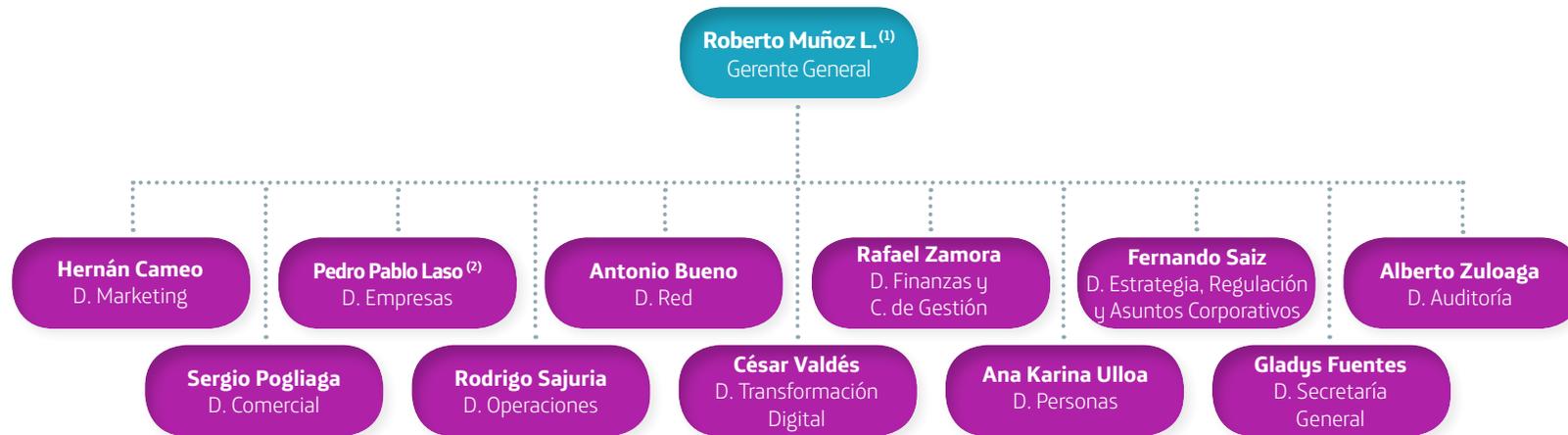
10. Anexos

Equipo de gestión

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 los grupos de interés, en concordancia con las directrices acordadas por el directorio.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA TELEFÓNICA EN CHILE



(1) Gerente General Telefónica Chile S.A.

(1) Gerente General Telefónica Móviles Chile S.A.

(2) Gerente General Telefónica Empresas S.A.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Negocio responsable

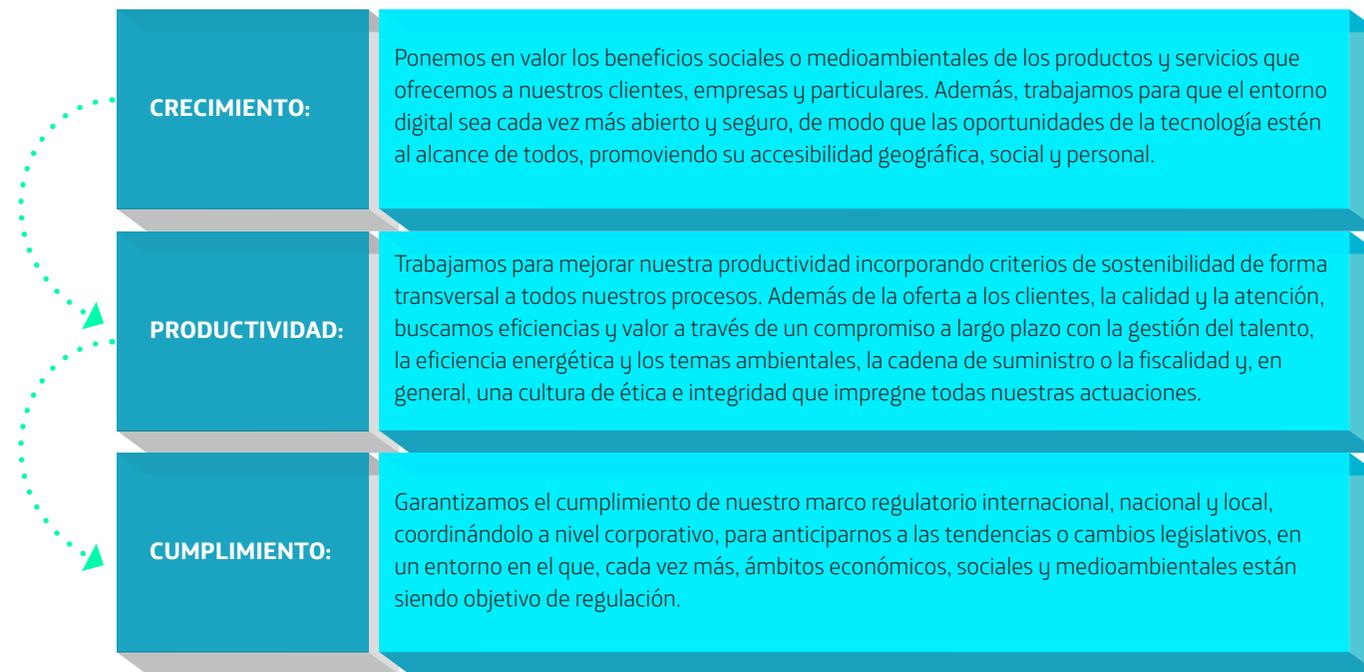
4



Gobierno de la sostenibilidad e impacto en los ODS

G4-2

MODELO DE ACTUACIÓN



Para lograr todo esto, nos basamos en un modelo de actuación estructurado en tres niveles de compromiso y que cubren la totalidad de nuestra cadena de valor.

Además, durante 2017, hemos presentado por segunda vez el estado de avance del Plan de Negocio Responsable de Chile ante la Comisión del Consejo de Regulación y Asuntos Institucionales de Telefónica S. A. organismo interno de la Compañía que tiene como objetivo asegurar que cada una de las operaciones cuente con un plan estructurado de gestión de sostenibilidad basado en el modelo de negocios.

Esa mirada de sostenibilidad asociada a nuestro modelo de negocios contribuye a que nuestro impacto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas sea mayor. Como empresa del sector de telecomunicaciones, nuestro negocio tiene un claro impacto en el Objetivo 9 (Industria, innovación e Infraestructuras), si bien nuestra estrategia como negocio responsable y los proyectos dirigidos a impulsar la sostenibilidad nos permiten tener una repercusión en los otros 16 objetivos, aunque con un impacto más directo en aquellos relacionados con crecimiento económico, educación, acción por el clima, desarrollo de sociedades sostenibles y alianzas estratégicas.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Estrategia de sostenibilidad de Telefónica en el mundo

G4-49 • G4-50

La estrategia e implementación del Negocio Responsable en nuestra Compañía cuenta con los reconocimientos de los más prestigiosos índices y analistas de sostenibilidad globales, como Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Carbon Disclosure Project (CDP), Sustainalytics, Ethibel, MSCI o FTSE4Good.

Además, contamos con el nivel ORO de reconocimiento en la evaluación de desempeño en materia de sostenibilidad realizada por EcoVadis, plataforma colaborativa que permite medir, tanto el propio desempeño en este ámbito, como el de sus proveedores.

CÓMO GOBERNAMOS LA SOSTENIBILIDAD

Nuestro máximo responsable de sostenibilidad es el Consejo de Administración. Por un lado, la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales se encarga de aprobar y hacer el seguimiento del Plan Global de Negocio Responsable y, por otro, se reportan los riesgos a la Comisión de Auditoría y Control. Ambas comisiones se reúnen habitualmente con una periodicidad bimensual.

A nivel ejecutivo, la Dirección Global de Ética Corporativa y Negocio Responsable es la responsable de proponer y coordinar la estrategia de sostenibilidad, reportando

directamente a la Dirección General de Asuntos Públicos y Regulación.

Además, la Oficina de Negocio Responsable es el órgano transversal encargado de la implementación del Plan Global en todas las actividades de la Compañía. Esta Oficina se replica en cada uno de los países, en la práctica totalidad de nuestras operaciones, y está compuesta por las áreas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General, Chief Commercial Development Officer, Compras, Operaciones, Comunicación, Marketing y la Dirección Global de Ética Corporativa y Negocio Responsable.

Con el objetivo de mantener la integridad y transparencia en la gestión de nuestros riesgos también disponemos de unidades organizativas específicas:

- Unidades de auditoría interna en todos los países en los que mantenemos intereses significativos.
- Unidad de inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias.
- Unidad de intervención de pagos en las empresas más importantes.
- Dirección global y unidades locales de sostenibilidad.
- Unidad corporativa de gestión de riesgos



que centraliza y reporta la información de riesgos recibida de las áreas locales de gestión de riesgos, implantadas en las principales operadoras.

- Oficinas de Negocio Responsable en todos los países.
- Unidad global de Cumplimiento, creada en 2016 y dependiendo del Consejo de Administración, tiene como objetivo reforzar y promover la cultura ética en toda la Compañía.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Gestión de la sostenibilidad

En Telefónica en Chile gestionamos la sostenibilidad desde el interior de la compañía, entendiéndola como el mecanismo para crear valor a través de la gestión de los riesgos y oportunidades económicas, sociales y medioambientales que se genera en nuestra actividad y a través de nuestros productos y servicios.

En la actualidad, el Plan Global de Negocio Responsable se centra en siete líneas de trabajo, que cuentan con sus propios objetivos y retos, todos teniendo como eje central los clientes:

- Ética
- Talento y Diversidad

- Medioambiente
- Proveedores
- Privacidad y seguridad de la Información
- Innovación
- Confianza Digital

De este modo, nuestra estrategia de sostenibilidad se basa en una gestión responsable de nuestro negocio, no solo enfocada a gestionar ciertos riesgos, sino también para aprovechar oportunidades, eficiencia y crecimiento sostenible. Esto nos permite contribuir al desarrollo social y económico de la sociedad,

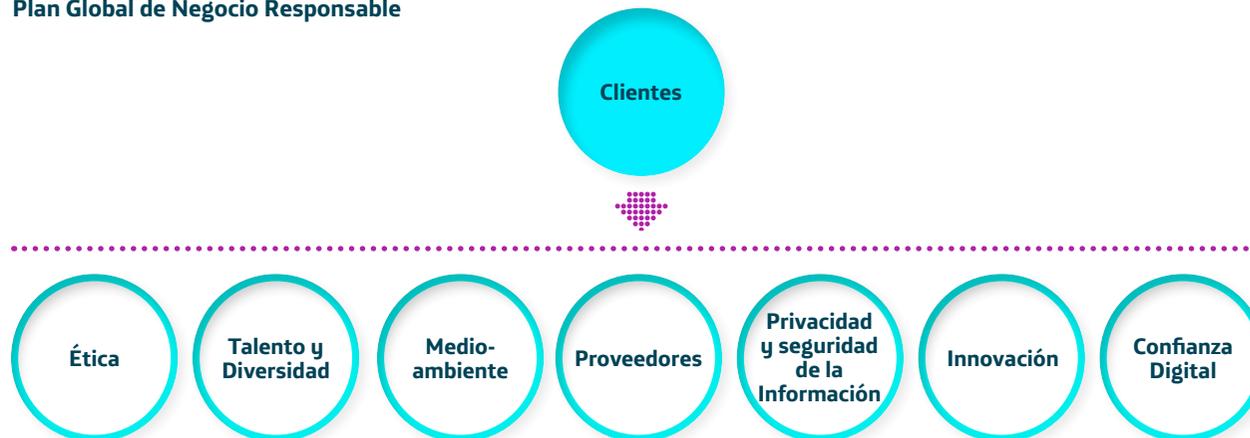
Así, vinculamos los objetivos de negocio responsable con el desarrollo y gestión

del negocio, incorporándolos a procesos y metas, para que pasen a formar parte de nuestra esencia como Compañía.

Este negocio responsable implica una cultura de integridad, compromiso y confianza como principios básicos. Para lograrlo contamos con el Plan Global de Negocio Responsable, aprobado y seguido por nuestra Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales del Consejo de Administración.

Este Plan marca nuestras prioridades hasta 2020 en tres ámbitos: el cumplimiento y la gestión de riesgos, la productividad responsable y la sostenibilidad como palanca de crecimiento para mejorar nuestro negocio y el mundo.

Plan Global de Negocio Responsable



Trabajamos para que las *comunidades* en las que operamos sean más *prósperas e inclusivas*

Gestión de nuestros grupos de interés y reputación

G4-26

La confianza es un valor cada vez más relevante en nuestra sociedad, que cobra mayor importancia ante los desafíos actuales en los que nos encontramos inmersos, tanto en el ámbito social y ambiental como económico.

Actualmente los niveles de confianza en instituciones (empresas, medios, gobiernos y ONG) se han erosionado. Este fenómeno de pérdida de confianza es generalizado en los diferentes países en que operamos y Chile no es la excepción.

Entendemos que es un desafío pero a la vez una oportunidad para fortalecer el vínculo con nuestros grupos de interés.

Especialmente teniendo en cuenta el contexto actual donde la sociedad demanda que las empresas juguemos un rol que va más allá del desarrollo económico.

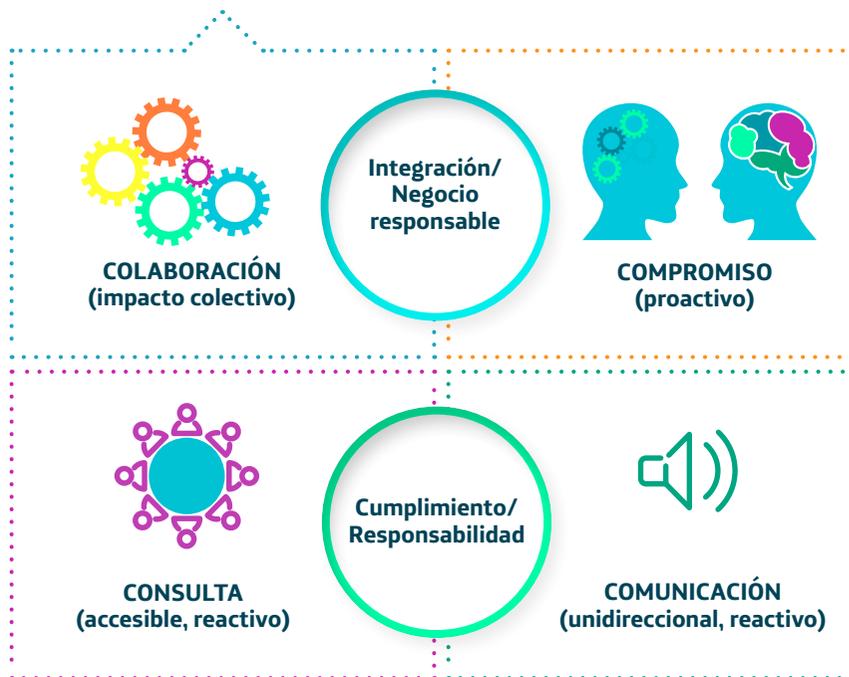
Las claves para reconstruir la confianza se basan en entender y atender las expectativas de nuestros grupos de interés; estar alerta a las tendencias y establecer alianzas que faciliten la toma de medidas que de forma conjunta

generen beneficios y mejoren las condiciones económicas y sociales de las comunidades donde operamos.

Por ello, uno de los pilares del Plan de Negocio Responsable de Chile es un

proceso activo de construcción entre los objetivos de la Compañía y los desafíos que enfrenta nuestro país (ver Materialidad, pág. 37).

Confianza • Proactividad • Compromiso



La sociedad nos demanda que *como empresa* juguemos un rol que va más allá del *desarrollo económico*

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Análisis de materialidad

G4-20 • G4-21 • G4-22 • G4-23 • G4-24 • G4-25 • G4-27

Para poder dar respuesta a estas expectativas de todos nuestros grupos de interés, los objetivos de sostenibilidad económica, social y medioambiental deben ir de la mano de los objetivos de negocio de la propia Compañía, incorporarse a los procesos y metas de las áreas de negocio.

Para desarrollar este desafío, nos centramos en la identificación de los temas más relevantes o "materiales", es decir, aquellos que reflejan los efectos económicos, ambientales y/o sociales significativos en la organización, así como también aquellos que influyen significativamente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

Esta matriz de materialidad es la herramienta que Telefónica en Chile utiliza para determinar los temas más relevantes de nuestra gestión. Analizamos e identificamos las variables endógenas y exógenas que impactan a la organización, al mismo tiempo que a través de la operación de Telefónica en Chile impactan en la sociedad y los distintos grupos de interés.

Al momento de confeccionar este Informe, se tomó el proceso 2016 como referencia y se actualizó de acuerdo al acontecer del nuevo período a reportar. De acuerdo a la planificación del Plan de Negocio Responsable de Chile, durante 2018 nuevamente elaboraremos una Matriz de Materialidad que tenga como objetivo identificar la relación entre los aspectos más relevantes para la Compañía y los que cobran una importancia mayor en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés, tanto corporativos como locales.

El proceso se lleva a cabo a través de nuestro Plan de Negocio Responsable de Telefónica en Chile que organiza nuestros objetivos de gestión de la sostenibilidad de la Compañía a través de nueve ejes. Para esto, ha sido fundamental el nutrir preliminarmente los resultados a través de distintas fuentes de información primarias y secundarias dentro y fuera de la organización, entendiendo la importancia de realizar una práctica de escucha con nuestros distintos grupos de interés.

Para la definición de nuestros temas relevantes para el período 2016-2017 las fuentes consultadas fueron:

- Agenda Digital (Ministerio de Economía)
- Matriz de Riesgos de la Compañía
- Plan Estratégico del Negocio
- Proyectos de Ley
- Normativa vigente
- Encuesta a proveedores
- Encuestas a clientes
- Entrevistas a distintas gerencias de la organización
- Benchmark que incluyó a organizaciones nacionales e internacionales de las telecomunicaciones
- Notas de prensa 2016-2017.

Telefónica en Chile definió a sus grupos de interés prioritarios de acuerdo a la metodología entregada por GRI, sus Principios de Negocio Responsable y según las interacciones e impacto que estos puedan tener en las operaciones de la Compañía.

Se definieron los siguientes:

- Autoridades y entidades reguladoras de la industria
- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Sociedad

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

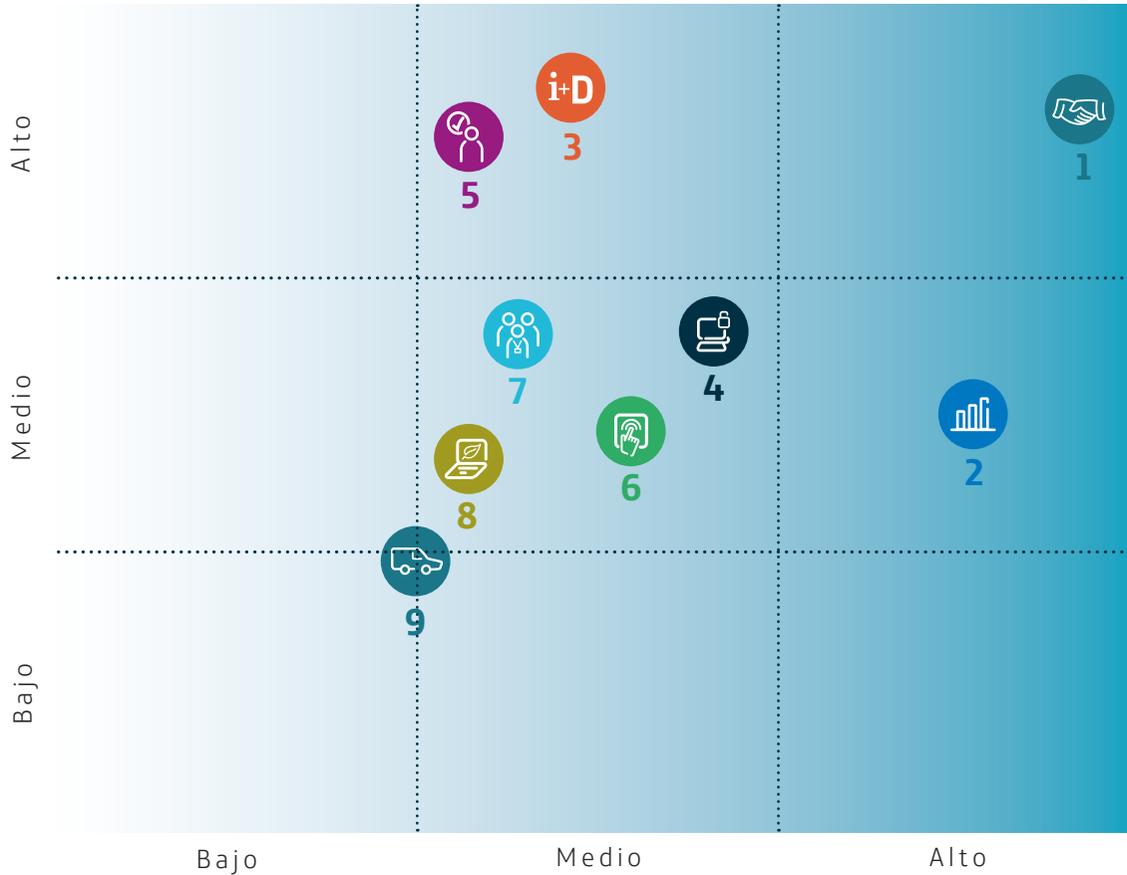
8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

G4-19 • G4-20 • G4-21 • G4-22

IMPACTO PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS



- 1 EXPERIENCIA DE SERVICIO
- 2 CRECIMIENTO ECONÓMICO
- 3 INNOVACIÓN
- 4 SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
- 5 ÉTICA
- 6 CONFIANZA DIGITAL
- 7 TALENTO Y DIVERSIDAD
- 8 MEDIOAMBIENTE
- 9 PROVEEDORES

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Medición y gestión de la reputación

La reputación es un activo clave de las empresas de hoy. Como Telefónica la entendemos como el juicio que de nosotros y de nuestra actividad y actuación en su conjunto, tienen nuestros grupos de interés.

Dada la relevancia de la reputación y su impacto en nuestro negocio, desde 2005, medimos la reputación en Público General, a través del modelo RepTrak, desarrollado por el Reputation Institute. El modelo mide el atractivo emocional de la compañía, a través del indicador RepTrak Pulse, que se construye en base a los valores de estima, admiración, confianza e impresión generada. La reputación no reside en la compañía, sino en cada grupo de interés, por eso la medición de la reputación la hemos ido incorporando de forma gradual en diferentes grupos de interés utilizando el modelo, además de Público General que fue el modelo inicial en, empleados, proveedores y público informado.

Reputación público general

Según la información del modelo Rep Trak, la reputación del sector telecomunicaciones en Chile presenta oportunidades de mejora, dado que

ésta se ubica en niveles medios en comparación con otras marcas de diferentes industrias. Para buscar palancas que permitan entender y accionar estos movimientos, el RepTrak Pulse se completa con una evaluación más racional del desempeño de la compañía, gracias al indicador RepTrak Index. El indicador racional, en el caso de Público General, se construye en base a siete dimensiones: Oferta, Trabajo, Integridad, Liderazgo, Innovación, Ciudadanía y Finanzas.

El Plan de Negocio Responsable también busca, como una consecuencia deseable, que los impactos de los programas en los diferentes focos eleven la reputación de la marca Movistar y, por supuesto, del sector. El fundamento de ese objetivo lo encontramos en los positivos resultados que registra esta herramienta cuando es aplicada a empleados y proveedores.

Reputación entre nuestros empleados

Nuestros empleados juegan un papel clave en la construcción de nuestra reputación, tanto por ser agentes activos de la misma como por actuar de

embajadores con una credibilidad cada vez más creciente ante la sociedad en general.

Desde 2013 medimos la reputación que nuestros empleados tienen de Telefónica en los 17 países en los que estamos presentes. Entre otros aspectos se evaluaron: comportamiento ético, motivación, desarrollo profesional y entorno de trabajo. Es comportamiento ético la que tiene un mayor peso para construir la reputación entre sus empleados.

En esta medición cabe destacar el aumento desde 88,8 puntos en 2014 hasta el registro de 2017 que alcanzó 90,9 puntos.

Reputación entre nuestros proveedores

Al igual que nuestros empleados, los proveedores son clave en la construcción de la reputación de la Compañía, especialmente en un sector donde el contacto directo con nuestros clientes es llevado a cabo en un alto porcentaje por nuestros proveedores aliados. Convencidos de ello, en 2013 iniciamos la medición de nuestra

reputación en este grupo de interés, alineándolo con la encuesta bianual de satisfacción de proveedores.

A nivel global, nuestra reputación sigue mejorando. Desde 2014 se observa una mejora de 7 puntos, alcanzando una puntuación cercana a la excelencia.

Los aspectos que más influyen en la construcción de la reputación en este grupo de interés son Liderazgo y Sostenibilidad.

En Liderazgo se encuentran los dos atributos que más ayudan en la construcción de la reputación y que mejor valoración tienen: "Telefónica es solvente y con potencial de crecimiento" y "Telefónica es una empresa puntera y líder en su sector".

Como áreas de mejora se identifican el cumplimiento de compromisos adquiridos y la coordinación de las áreas implicadas en la compra.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Modelo de gestión de riesgos

Los riesgos son inherentes a todos los negocios y actividades empresariales. Su identificación, así como asegurarlos de forma eficaz, contribuyen a conseguir los objetivos de nuestro negocio y a afianzar el compromiso de la organización con sus accionistas, clientes y otros grupos de interés.

Disponemos de un modelo implantado de forma homogénea, para que los responsables de la Compañía, en su ámbito de actuación, realicen una

oportuna identificación, evaluación, respuesta y seguimiento de los principales riesgos.

A través del modelo integrado de gestión de los riesgos, inspirado en las mejores prácticas, se facilita la priorización y el desarrollo de actuaciones coordinadas frente a los riesgos, tanto desde una perspectiva global del Grupo, como específica en sus principales operaciones. Modelo de Gestión de riesgos.

Telefónica en Chile realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las principales sociedades que componen su Grupo. Para ello, la Compañía cuenta con un Modelo Corporativo de Gestión de Riesgos.

Como características de este Modelo, cabe destacar que se dispone de un mapa de riesgos que permite priorizar los mismos en función de su importancia, así como facilitar su gestión y una respuesta razonable ante los mismos.

PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS



PRIORIZACIÓN Y ACTUACIÓN ANTE LOS RIESGOS



EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Conforme a este Modelo, y basado en las referencias y prácticas reconocidas en gestión de riesgos, se han definido cuatro categorías de riesgos:

- **Negocio:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de cambios en el entorno de negocio, la situación de la competencia y el mercado, cambios en el marco regulatorio o la incertidumbre estratégica.
- **Operacionales:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de los eventos causados por la inadecuación o fallos provenientes de la red y los sistemas informáticos, la seguridad, el servicio al cliente, la cadena de suministro, los recursos humanos, así como la gestión operativa.
- **Financieros:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de movimientos adversos de las variables financieras, y de la incapacidad de la empresa para hacer frente a sus compromisos o hacer líquidos sus activos. Asimismo, se incluyen dentro de esta categoría los riesgos de naturaleza fiscal.
- **Globales:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de eventos que afectan de manera transversal a Telefónica, incluyendo los temas de sostenibilidad y cumplimiento.

Proceso de Gestión de riesgos

El proceso de gestión de riesgos toma como referencia la estrategia y objetivos de la Compañía, como base para la identificación de los principales riesgos que pudieran afectar a dichos objetivos.

Los riesgos son identificados y evaluados por los gestores de cara a priorizar su reporte y seguimiento; pero, especialmente, para determinar la respuesta ante los mismos, generalmente a través de planes de mitigación, o de estrategias para evitar o transferir dichos riesgos.

Identificación de los riesgos

Los riesgos son identificados por los gestores atendiendo, tanto a los factores que los causan, como a los efectos que puedan tener en la consecución de los objetivos.

Consideramos también potenciales riesgos emergentes que eventualmente pudieran tener un impacto adverso en el desempeño futuro; si bien su resultado y horizonte temporal siempre es incierto y difícil de predecir, se trata de anticipar la actuación sobre áreas de relevancia creciente.

Evaluación de los riesgos

El objetivo de la evaluación de riesgos es dar un orden de magnitud o relevancia

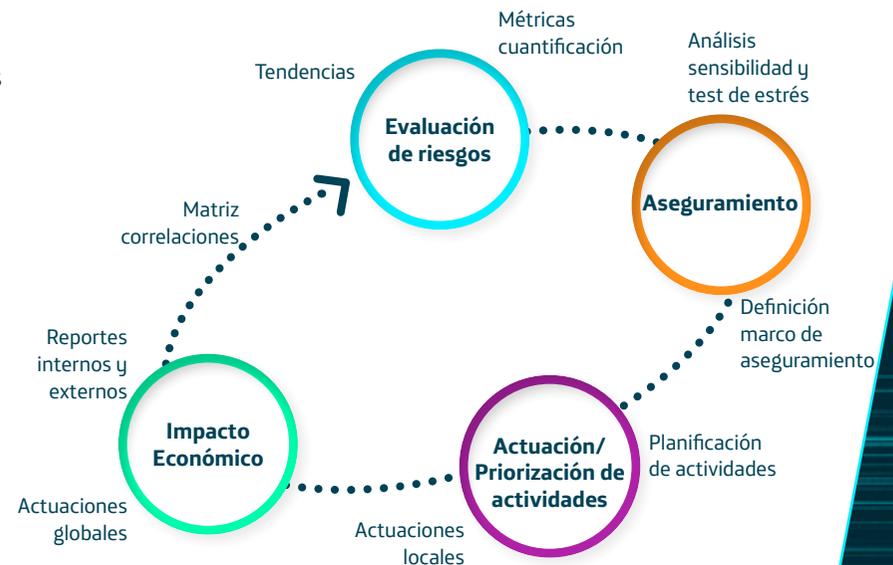
de los mismos, considerando tanto su eventual impacto económico o reputacional como su probabilidad de ocurrencia.

De cara a la evaluación de los riesgos, se consideran factores cualitativos y cuantitativos; a través de técnicas como: el nivel de exposición, escenarios o análisis de sensibilidad ante determinados riesgos. Asimismo, se considera el impacto reputacional de

los riesgos y otros factores adicionales como son la tendencia histórica o las perspectivas sobre la evolución futura de los mismos.

Respuesta y supervisión del riesgo
El Modelo de Gestión de Riesgos contempla la identificación y evaluación de los riesgos, así como el establecimiento de mecanismos de respuesta y seguimiento razonable ante los mismos.

ESQUEMA GENERAL DEL MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS



Ética empresarial y cumplimiento

G4-DMA

LA GESTIÓN ÉTICA PARTE DE NUESTROS PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE, LOS CUALES REFLEJAN LOS COMPROMISOS ÉTICOS Y DE ACTUACIÓN RESPONSABLE FRENTE A LOS DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS.

¿Cómo nos relacionamos con nuestros empleados?

Nuestros empleados, por medio de un canal de denuncias interno, tienen la posibilidad de reportar, de manera anónima o identificándose, cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable, así como de cualquier normativa interna o externa a la que está sujeta Telefónica.



ENFOQUE DE GESTIÓN

¿Por qué es un tema material?



Porque refleja el tipo de Compañía que queremos ser, Los Principios de Negocio Responsable, nos ayudan a construir y mantener relaciones a largo plazo con nuestros grupos de interés, y afectan directamente a nuestra profesionalidad y a nuestra productividad. Además, nos permiten establecer relaciones comerciales duraderas con nuestros socios, que cuentan con principios similares, con el objetivo común de contribuir a que el mundo sea un lugar mejor para vivir.

¿Dónde impacta?



Una gestión ética y responsable, impacta en la confianza de nuestros clientes y empleados, en los compromisos que tenemos y adquirimos como Compañía, con el medio ambiente, la seguridad, la privacidad o la libertad de expresión, en las sociedades donde operamos, a través de una comunicación responsable y un control interno.

El objetivo de Telefónica



En 2017 aprobamos una actualización de los Principios de Negocio Responsable, adaptándonos a las realidades actuales y a la estrategia de la Compañía.

Indicadores

	2016	2017
Nº de consultas recibidas y desestimadas	10	14

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Nuestro compromiso ético

G4-56 • G4-57 • G4-58

En 2017 avanzamos de manera concreta en esta materia, tanto a nivel corporativo, como en nuestra operación local. Si en 2015 creamos una nueva área independiente de Cumplimiento, en 2017 la replicamos en Chile con el objetivo de reforzar y promover la cultura ética, de manera coherente, en todo el Grupo. Esta área de Cumplimiento, busca unificar, reforzar y homogeneizar, tanto a nivel global como local, todos los controles internos que hemos venido desarrollando desde las áreas de Ética Corporativa y Sostenibilidad, Auditoría Interna y Secretaría General, entre otras.

Nuestros compromisos en materia de ética y cumplimiento se manifiestan en:

- Principios de Negocio Responsable.** Reflejan nuestros compromisos éticos y de actuación responsable frente a los distintos grupos de interés y, a la vez, constituyen el código ético que debe regir la actuación de cada uno de nuestros empleados. Estos Principios, a su vez, se materializan en Políticas y Normativas relevantes para diferentes frentes de acción.
- Compromiso con los Derechos Humanos.** Integramos de forma transversal en nuestros procesos operativos este compromiso con los Derechos Humanos (ver en el capítulo 'Cumplimiento de Derechos Humanos' el avance en las líneas de actuación identificadas).

Principios de Negocio Responsable

Los Principios de Negocio Responsable, se aprobaron por el Consejo de Administración en 2006 y a la fecha han experimentado leves cambios, con la finalidad de adaptarlos a las últimas novedades normativas y mejores prácticas empresariales, como por ejemplo un refuerzo en el Principio de Integridad, al incluir un apartado específico en materia de corrupción.

Desde 2016, a nivel corporativo, la compañía trabajó en una actualización importante de los Principios, cuya aprobación y difusión se realizó en 2017. La nueva redacción actualizó los compromisos en materia de privacidad y seguridad, cumplimiento y transparencia fiscal, comunicación responsable y protección de accionistas minoritarios, entre otros. La revisión se llevó a cabo teniendo en cuenta la evolución de nuestra actividad y estrategia, para lo que se han analizado las opiniones de los máximos directivos de la Compañía a nivel global y local, y se ha consultado a nuestros empleados a través de focus groups en diferentes países. Asimismo, se están teniendo en cuenta los estándares internacionales y un benchmark de las mejores prácticas a nivel internacional.

De esta manera, además de recoger todos los compromisos que consideramos que hay que asumir frente a nuestros clientes, accionistas, empleados, proveedores y la sociedad en general, se refuerza aún más la cultura de responsabilidad



y actuación ética que queremos que rijan en todas nuestras operaciones.

Además de la actividad que lleva a cabo el área de Cumplimiento, la Oficina de Negocio Responsable es la encargada de velar por la divulgación e implantación de nuestros Principios de Negocio Responsable.

Durante 2017 hemos continuado con una actividad formativa online, de carácter obligatorio, para todos los empleados del Grupo, con el objetivo de refrescar su conocimiento de los Principios de Negocio Responsable. Al cierre de esta memoria, un total de 101.563 empleados lo han superado, lo que supone un 90,8% del total de la plantilla.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Cultura de Negocio Responsable

El cumplimiento y el comportamiento ético de una compañía dependen en gran medida de la cultura que rigie en la misma y de cómo lo perciben los empleados. Con esto en mente, dedicamos espacio y esfuerzo, tanto en comunicaciones internas, como en cursos de formación a empleados en las temáticas relacionadas con los Principios de Negocio Responsable y el Plan de Negocio Responsable de la Compañía.

En este sentido, durante 2017 se han llevado a cabo diferentes campañas de comunicación internas sobre aspectos tales como: la creación del área de Cumplimiento, la importancia del cumplimiento de las normas o los criterios de aceptabilidad de presentes que puedan intercambiarse en fechas determinadas, entre otras.

Canales de Denuncia y de Comunicación

Todos nuestros empleados tienen la posibilidad de reportar, de manera anónima o identificándose, cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable, o cualquier normativa interna o externa a la que está sujeta Telefónica. Junto con ello, a través del Canal de Negocio Responsable, los trabajadores tienen la posibilidad de consultar o reportar, igualmente de manera anónima o identificándose, cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y de sus políticas asociadas.

Todas las comunicaciones a través de nuestros canales de denuncia y comunicación, se tratan de acuerdo a los principios de respeto, confidencialidad y exhaustividad.

De todas las comunicaciones recibidas, y cuando la situación reportada cuente con la información que permita su análisis, se realiza una oportuna investigación conforme a nuestros procedimientos internos.

Auditoría Interna

Contamos con una serie de comisiones y unidades específicas que supervisan el nivel adecuado de control y transparencia en materia de ética y cumplimiento que tienen como función primordial servir de apoyo en las funciones de supervisión y establecen, entre sus competencias, la supervisión de la eficacia del control interno de la sociedad, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos, incluidos los fiscales. Asimismo, la creación del área de Cumplimiento busca reforzar dichos controles. Así, entre sus funciones, cabe destacar su actividad en el ámbito de prevención y en otros frentes como el seguimiento del cumplimiento normativo, diseño de controles específicos con virtualidad preventiva de posibles incumplimientos y, sobre todo, resolución de consultas sobre la interpretación de las normas.

G4-S04

En este ejercicio se han cerrado **14 investigaciones** resultando **0 procedentes.**

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Gestión de la cadena de suministro

G4-12 • G4-DMA

NOS COMPROMETEMOS A ACTUAR CON RIGOR, OBJETIVIDAD, TRANSPARENCIA Y PROFESIONALISMO EN LA RELACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES. A LA VEZ QUE PROCURAMOS QUE ESTA RELACIÓN GENERE UN COMPROMISO MUTUO CON LA CALIDAD, LA INNOVACIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE FINAL.

¿Cómo nos relacionamos con nuestros grupos de interés?

Mantenemos una relación continua con nuestros proveedores, apoyándonos tanto en nuestros canales online –portal del proveedor–, como en los diferentes encuentros presenciales que organizamos para fomentar una relación de cercanía y compartición de buenas prácticas con cada uno de ellos, a la vez que convertirlos en nuestros aliados para fomentar la sostenibilidad en toda la cadena de valor.



Objetivos de Desarrollo Sostenible



¿Por qué es un tema material?



Una parte muy importante del impacto social y ambiental de las empresas está relacionado directamente con los proveedores, situación aún más relevante para las grandes compañías de los diferentes sectores. Para esto nos enfocamos en analizar y abordar los impactos adversos que provocan nuestras actividades -incluidos proveedores y subcontratas-, intensificando los requerimientos de gestión y reporte relacionado con nuestra cadena de proveedores. Requerimientos exigidos también por nuestros analistas e inversores.

Mecanismo de Reclamación:

Disponemos de canales, tanto internos a través de nuestra Intranet, como externos a través del [Portal del Proveedor](#), donde nuestros grupos de interés pueden comunicar cualquier incumplimiento asociados a nuestra cadena de suministro en relación a los criterios mínimos de negocio responsable de Telefónica y posibles situaciones de conflicto de interés en la relación con nuestros proveedores.

Mantenemos una **relación continua** con nuestros proveedores, apoyándonos tanto **en nuestros canales online**, como en **encuentros presenciales**.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Comunicación Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro.

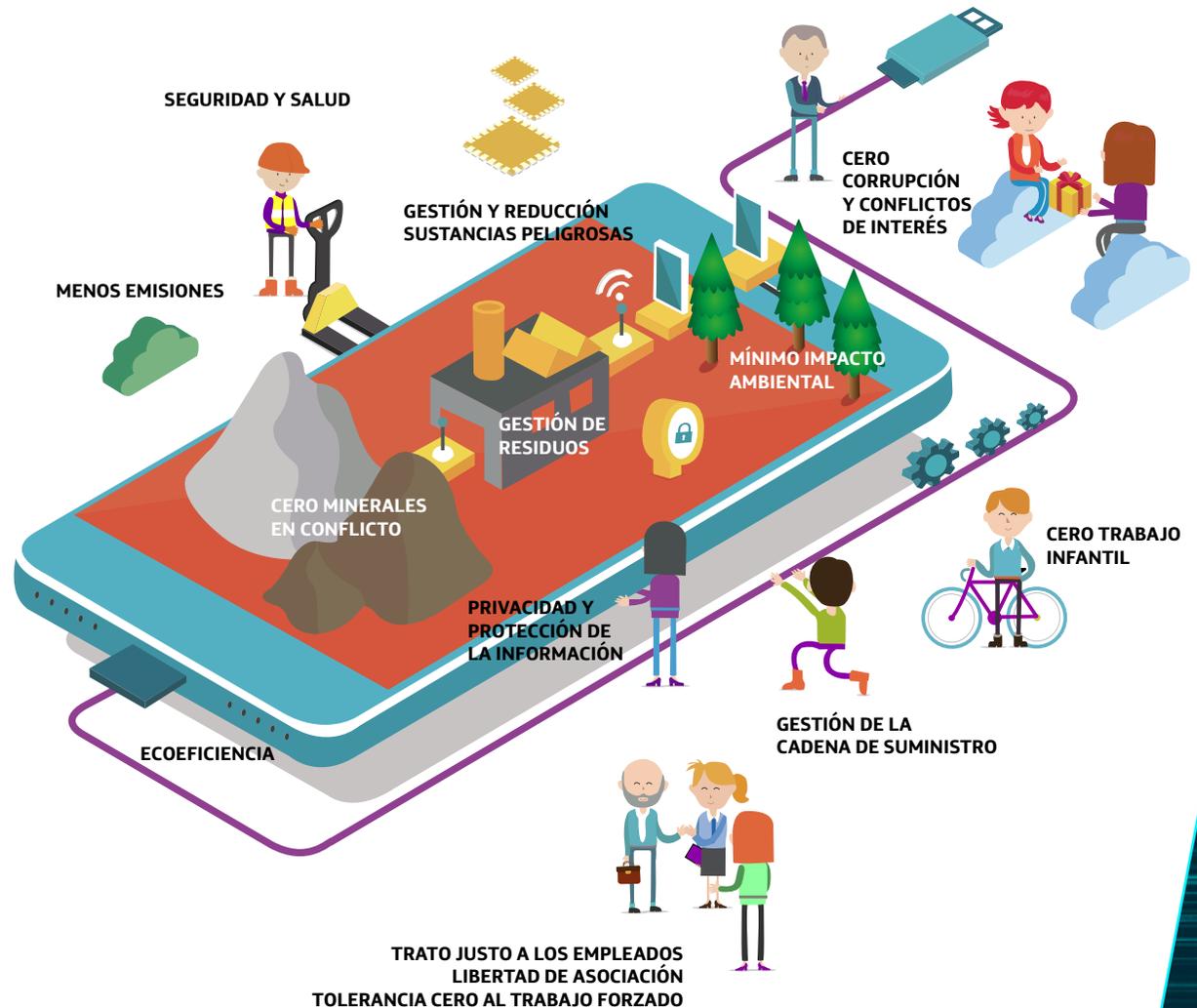
El año pasado, pusimos especial foco en la difusión, tanto interna como externa, de la nueva versión de la Política de sostenibilidad en la cadena de suministro.

Disponibilizamos en la intranet información al respecto en la cual, todos los empleados pueden encontrar información sobre los principales productos o servicios de riesgo por aspectos de sostenibilidad, lo que exigimos a nuestros proveedores, así como los canales que existen para poder consultar o denunciar sobre posibles incumplimientos relacionados con los criterios mínimos.

Durante el 2017 se centró en los ajustes al Modelo de Compras y comunicación interna de Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro, donde se procedió a sensibilizar a todos los empleados de la Compañía a través de un ciclo de charlas en los cuales se explicó a todos los responsables por los contratos vigentes sus responsabilidades en la gestión con los proveedores.

G4-12 • G4-HR10

Criterios mínimos de negocio responsable



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Modelo de negocio responsable

G4-12 • G4-DMA • G4-S10

Desarrollamos nuestro modelo de gestión sostenible de la cadena de suministro en tres niveles:



De acuerdo a nuestros Principios de Negocio Responsable pedimos a todos los proveedores que aseguren el *cumplimiento de los Derechos Humanos y laborales fundamentales*, así como el *respeto* por el *medio ambiente*

GESTIÓN DE RIESGOS

Identificación de riesgos

Para poder gestionar óptimamente nuestra cadena de suministro, ponemos foco en aquellos proveedores más significativos para la Compañía, ya sea por su riesgo o por el impacto que tienen sobre nuestro negocio dado el volumen de adjudicación. Para ello, nos apoyamos en un análisis previo, que durante el pasado año revisamos y actualizamos.

¿Cómo lo hacemos?

La valoración del riesgo se basa en cinco aspectos generales, así como en los correspondientes aspectos de sostenibilidad recogidos en nuestros Criterios Mínimos de Negocio Responsable.

ASPECTOS GENERALES

- Naturaleza de la actividad
- Localización geográfica
- Asociación con la marca
- Visibilidad para los clientes
- Visibilidad para otros grupos de interés externos

ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD

- Privacidad / Protección de Datos
- Condiciones Laborales
- Seguridad y Salud
- Medioambientales
- Derechos Humanos (Trabajo infantil)
- Minerales procedentes de zonas en conflicto



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Herramientas de colaboración, evaluación, verificación y mejora

G4-12 • G4-LA15 • G4-HR10 • G4-HR11 • G4-S10

Prevenir y reducir los posibles impactos negativos derivados de nuestra actividad es otro de los objetivos de nuestro Plan de Negocio Responsable, también aquellos que puedan surgir asociados a nuestros proveedores.

Así, hemos trabajado en mejorar el control de los posibles riesgos asociados a nuestros proveedores críticos. Para ello hemos promovido el uso de las herramientas desde dos áreas directamente vinculadas con los proveedores: la dirección de Personas y la dirección de Compras y Finanzas.

Programa Aliados

Implementamos varias herramientas de mejora continua, en colaboración con nuestros socios y proveedores, que nos ayudan a establecer una gestión sostenible en toda nuestra cadena de valor.

Así, contamos con el Programa Aliados, a través del cual hemos trabajado los últimos ocho años de la mano de nuestros proveedores de servicios en fomentar una cultura de sostenibilidad. Además, nos ha permitido desarrollar mecanismos de detección temprana y prevención de riesgos, a la vez de sensibilizar a los contratistas sobre el cumplimiento de nuestras normas.

El pasado año, se mejoraron los criterios aplicados en los procesos de selección de los proveedores. Esto provocó un ajuste en la base de proveedores críticos gestionados a través del programa.

El modelo de gestión que aplicamos, basado en herramientas globales (como nuestra política de mínimos y el comité de terceros), nos ha permitido

un año más trabajar en diferentes iniciativas según las necesidades detectadas a nivel local. Así, en 2017, destacan:

- Elaboración, formalización y bajada a las diferentes áreas de la compañía, del Instructivo de Gestión de Empresas Aliadas y el rol del Administrador de Contrato.
- Implementación del Sistema de Gestión y Seguridad en el trabajo basado en directrices de la Organización Internacional del Trabajo, OIT.
- Implementación de exigencias de Política Anticorrupción al momento del registro de un nuevo proveedor.
- Difusión Modelo de Compras, con énfasis en Política de Sostenibilidad y Rol Administrador de Contrato.
- Comités de Seguimiento de Riesgo Financiero y Laboral de Proveedores Estratégicos (call center, bucle, infraestructura de red). Durante el año también avanzamos en la incorporación en la plataforma de Compras.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Modelo y desarrollo de negocio

5



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Tendencias, oportunidades y estrategia

G4-2

En la actualidad vivimos una revolución digital que condiciona el desarrollo social y económico del mundo y que está transformando profundamente nuestra forma de vivir, desde cómo nos relacionamos e informamos a cómo trabajamos o accedemos a servicios.

Al mismo tiempo, coincidiendo con esta revolución, en las próximas décadas la humanidad deberá hacer frente a retos sociales y medioambientales globales, como son el crecimiento demográfico y la urbanización, la escasez de recursos y agua o el cambio climático. En este escenario, la tecnología y la innovación juegan un papel fundamental para incrementar la eficiencia, mejorar nuestra calidad de vida y abordar los crecientes desafíos de la humanidad.

Como proveedor de conectividad y servicios innovadores, nosotros también formamos parte de esta revolución, teniendo un protagonismo fundamental en el cambio de aquellos países en los que estamos presentes.

Estrategia y modelo de negocio de Telefónica

Nuestra industria es un facilitador de cambios profundos en la economía, principalmente ligados a la irrupción de la inteligencia artificial. La conectividad de todos los dispositivos está produciendo una explosión de datos que, unidos a la potencia de computación en la nube, se está convirtiendo en un motor de innovación de productos y servicios y de la experiencia cliente.

La explosión de los datos, la velocidad y ubicuidad de la conectividad y las mejoras en la eficiencia de la computación son los principales facilitadores de este cambio. El crecimiento de los datos, producido entre otros motivos por el auge del Internet de las Cosas, se duplica cada dos años. Todo esto, supone un salto sin precedentes en la historia en inteligencia artificial, y por consiguiente, en innovación.

Este nuevo paradigma tecnológico está produciendo un impacto significativo en la economía, que se traduce en una mejora de la productividad, hasta el punto de que las nuevas aplicaciones



de la tecnología podrían desencadenar un nuevo ciclo de crecimiento, además de mejorar la rentabilidad y los retornos de capital. Todo esto, se debe en gran medida a innovaciones en ámbitos como la eficiencia energética, las ciudades inteligentes o la automatización de procesos. Nuevas ventajas competitivas, que supondrán cambios en la competitividad de los sectores y que harán que surjan nuevos competidores en sectores como el de la sanidad, la agricultura, la energía o las finanzas, entre otros. Finalmente, surgirá un nuevo ciclo de innovación derivado de la inteligencia artificial que aportará nuevos servicios transversales que aumentarán la innovación y el valor en todas las industrias.

Nuestra industria es un facilitador de **cambios profundos** en la economía, principalmente ligados a la irrupción de **la inteligencia artificial**.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Esta nueva revolución está creando también nuevos desafíos sociales y de sostenibilidad, por lo que debemos estar preparados para hacerles frente. Desafíos en torno a la privacidad y seguridad de los datos de nuestros clientes, desigualdades sociales derivadas de las nuevas habilidades tecnológicas, tanto entre las personas como entre países, dilemas éticos generados por las nuevas tecnologías como los vehículos autónomos, el uso de los datos o el futuro del empleo con la robotización.

Creemos que estos desafíos pueden ser también una oportunidad para hacer una sociedad digital más sostenible si lo hacemos de acuerdo a nuestros valores. Queremos dar la oportunidad a nuestros clientes de elegir los productos y servicios que le ayuden a mejorar su vida de manera íntegra, transparente y comprometida. Nuestro objetivo es poner la tecnología

al servicio de las personas dando al cliente el control sobre su vida digital. En relación con la desigualdad que pueden generar las nuevas tecnologías, queremos promover y asegurar el acceso a las mismas, dando a nuestros clientes, y a la sociedad en general, la oportunidad de elegir la tecnología más avanzada y los servicios más innovadores de manera segura y de calidad.

La utilización inteligente de los datos puede redundar en importantes beneficios para la sociedad. Así, podemos aplicar la economía de los datos a las pandemias o a la delincuencia, mejorar la eficiencia en sectores como el de transporte o las emergencias en caso de catástrofes, hacer frente a grandes desafíos como son la gestión de las grandes metrópolis o los recursos naturales e incluso, mejorar la gestión de los gobiernos a través de estadísticas y análisis.



Queremos convertirnos en una empresa en tiempo real, automatizada y convergente *gracias a la digitalización de nuestros procesos productivos.*

G4-2

Por último, con relación al empleo, buscamos transformar nuestra manera de trabajar y las habilidades y aptitudes de nuestros empleados gracias al trabajo colaborativo, la flexibilidad laboral y el desarrollo profesional.

Queremos convertirnos en una empresa en tiempo real, automatizada y convergente gracias a la digitalización de nuestros procesos productivos. Para ello, la transformación de los mismos, así como de las políticas y los sistemas, son la piedra angular y un elemento esencial para nuestro futuro. Cada elemento del negocio necesita ser digital, automatizando completamente las operaciones internas y mejorando la experiencia del cliente. Nuestro objetivo también es ser una Compañía cada vez más sostenible, comprometida con los objetivos y metas lanzadas por Naciones Unidas, dado que nuestro negocio y estrategia tienen su profunda repercusión en la contribución de los mismos.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

En Telefónica estamos construyendo una Compañía basada en datos para estar a la vanguardia de esta nueva revolución y, para ello, estamos mejorando cada uno de nuestros activos y combinándolos en un conjunto coherente y al servicio de nuestros clientes, organizado en torno a cuatro plataformas:

4^a plataforma
Inteligencia cognitiva

3^a plataforma
Productos y servicios

2^a plataforma
Inteligencia digital

1^a plataforma
Activos físicos

G4-2

1^a Plataforma: Red y activos físicos

La primera plataforma está compuesta por todos nuestros activos físicos, que generan una gran cantidad de datos en tiempo real. Incluye desde las redes y las estaciones base, hasta las tiendas o los equipos de clientes. Esta plataforma nos hace relevantes y concentra la mayor parte de nuestra inversión.

En Telefónica pensamos que la conectividad ofrece una ventaja diferencial ante el continuo crecimiento del tráfico de datos. Para ello, llevamos a cabo un esfuerzo significativo en liderar el despliegue de los accesos de banda ancha de alta velocidad fija y móvil en los mercados en los que estamos presentes. Del mismo modo, potenciamos una conectividad optimizada conforme a las necesidades de las empresas como elemento clave de nuestra propuesta de valor. De forma complementaria, estamos reenfocando nuestras tiendas físicas para ofrecer una mejor experiencia de cliente en torno a servicios basados en software.



2^a Plataforma: Sistemas de IT

La segunda plataforma está formada por nuestros sistemas de soporte y sistemas comerciales, enlazando los datos generados por la primera plataforma con el componente de negocio. Favorece la digitalización extremo a extremo y permite la conexión del resto de plataformas, habilitándonos como una compañía en tiempo real, automatizada y orientada al cliente.

Para nosotros, el software juega un papel cada vez más importante en las soluciones de conectividad como elemento clave para satisfacer las necesidades de los clientes, incluyendo funcionalidades como la virtualización y los servicios en la nube. Apostamos además por la simplificación y la homogeneización de las infraestructuras tecnológicas de la Compañía como habilitador de nuevas oportunidades de crecimiento.

Adicionalmente, estamos promoviendo la digitalización de nuestros canales y de las interacciones con nuestros clientes, en base a nuevas capacidades multicanal, incluyendo herramientas de autoservicio y canales no vocales, como los chatbots.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

3ª plataforma: Servicios finales para nuestros clientes

La tercera plataforma hace referencia a los productos y servicios que ponemos a disposición de nuestros clientes y que componen una oferta diferencial, personalizada y sencilla que aprovecha la capilaridad de nuestros activos físicos y nuestros sistemas.

En nuestra propuesta hemos adoptado el vídeo como elemento clave para incrementar el valor de la conectividad, combinando ofertas propias y acuerdos con terceros. Por su parte, en el segmento empresas, este papel lo juega el cloud, combinando nuestros propios activos con los de otros agentes. Apostamos por la innovación, poniendo foco en un conjunto específico de servicios digitales (nuevos formatos de vídeo, música, cloud, juegos o seguridad) e invirtiendo en startups para adquirir capacidades digitales más allá de la conectividad.



4ª plataforma: Inteligencia cognitiva alrededor del Big Data

Creemos que los datos serán el habilitador de una nueva compañía, incorporando capacidades cognitivas como base de un nuevo modelo de relación con nuestros clientes.

Nuestra cuarta plataforma es el ecosistema que conecta los datos, los dispositivos, las redes y las personas. Diseñada como la base sobre la que se sustenta nuestra relación de confianza con los clientes, reúne datos internos y externos y permite conexiones seguras entre Telefónica y servicios de terceros que sean relevantes para nuestros usuarios.

Queremos devolver los datos a los clientes para mejorar su experiencia de uso y permitirles, de forma simple y personalizada, interactuar con nuestros productos y servicios y gestionar así, su vida digital. Además, queremos ayudar a las empresas en su transformación hacia negocios basados en los datos. Ponemos a su disposición una manera sencilla de recoger, entender y transformar los datos en mejores decisiones, habilitándoles para traducir un mejor conocimiento de sus clientes en nuevas oportunidades.



Nuestro objetivo es convertirnos en una empresa en tiempo real, automatizada y convergente gracias a la *digitalización de nuestros procesos productivos.*

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Despliegue de Red a nivel global

G4-EC7

La conectividad es uno de los principales motores de la transformación digital. Por ello, queremos que nadie se quede al margen y todas las poblaciones tengan acceso a los beneficios que suponen la vida digital y el desarrollo económico derivado de las nuevas tecnologías.

Nuestros clientes quieren estar siempre conectados, en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo con la máxima calidad y teniendo la mejor experiencia.

Para responder a esta demanda, aprovechamos nuestros activos físicos para construir las redes del futuro, que nos permitan tener una oferta diferenciada.

Organizados bajo nuestra primera plataforma, los activos de Red se están convirtiendo en una fuente clave de conocimiento del cliente. Estos datos nos permiten priorizar el despliegue de nuestras redes según sus necesidades.

NUESTRA CONECTIVIDAD

La conectividad es la base de nuestro negocio, más aún en una era de crecimiento exponencial de aplicaciones, servicios y terminales, en la que la inversión en infraestructuras es clave para que cada día más hogares tengan la oportunidad de acceder al mundo digital.

Nuestros sistemas agregan maneras inteligentes de administrar los activos y nos ayudan a convertirnos en una empresa en tiempo real, eficiente y convergente.

Nuestros clientes desean y esperan la máxima velocidad de acceso, la mayor capacidad de transmisión de información, disponibilidad las 24 horas del día y flexibilidad para acceder desde cualquier dispositivo y lugar.

Por esta razón, desde 2012, hemos invertido 38.000 millones de euros en el desarrollo de nuestras redes fijas y móviles. Además, continuamos trabajando para mejorar la capacidad y cobertura, lo que nos ha permitido un crecimiento exponencial del tráfico, que ha aumentado el 49% en el último año.

Durante el pasado 2016 invertimos casi 9.000 millones de euros, destinando el esfuerzo inversor mayoritariamente en el despliegue de redes ultrarrápidas y de nueva generación.



Objetivos de Desarrollo Sostenible





Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

REDES MÓVILES

Al cierre de 2017, y a cuatro años desde su presentación, el servicio 4G LTE ya suma más de tres millones 25 mil clientes. Con este importante avance le entregamos a nuestros clientes una mayor velocidad de transmisión de datos, tanto de bajada como de subida. Hasta 10 veces más rápido que 3G, una mejor estabilidad en la conexión y mejor experiencia para contenidos de video (HD, streaming), juegos en línea y aplicaciones.

Dados los beneficios que ofrece una experiencia de navegación a la velocidad que permite la tecnología 4G, durante 2017 la Compañía realizó una migración masiva sistémica de planes comerciales de 3G a 4G. Este cambio tecnológico significó para Movistar una actualización importante en la experiencia del servicio móvil, comparable a la de los servicios fijos. Pasando el tráfico por cliente del orden de 2GB en ese entonces, a cerca de 6GB por cliente ahora. Además, permitió que surgieran nuevas alternativas de conexión, tales como el Wifi Móvil 4G.

REDES FIJAS

Si bien Chile cuenta el primer lugar en promedio de velocidad de internet fijo (8,6 Mbps), para Telefónica es fundamental fortalecer nuestra apuesta por ir más allá. Para ello, en el corazón de nuestra estrategia está el despliegue de nuestra red de fibra óptica.

La compañía hoy cuenta con cerca de 500 mil hogares pasados por esta tecnología. Sin embargo, espera que en los próximos cinco años esta cifra se quintuplica.

Gracias a esta tecnología, en 2017 Movistar presentó a sus clientes planes de Banda Ancha Simétrica por Fibra Óptica servicio exclusivo en nuestro país que permitirá a los usuarios contar con alta velocidad, tanto de bajada como de subida.

Con la simetría de velocidades se dará un salto en la experiencia del cliente, viéndose beneficiados aquellos hogares y pequeñas empresas intensivos en el uso de Internet Banda Ancha, con varios dispositivos conectados (smartphones, PC's, tablets y Smart TV) y que le dan un uso variado a la red WiFi donde la carga de contenidos y los juegos en línea tienen un rol importante.

G4-EC7



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos



65.000 km de cable de fibra óptica submarina



44 millones de unidades inmobiliarias pasadas



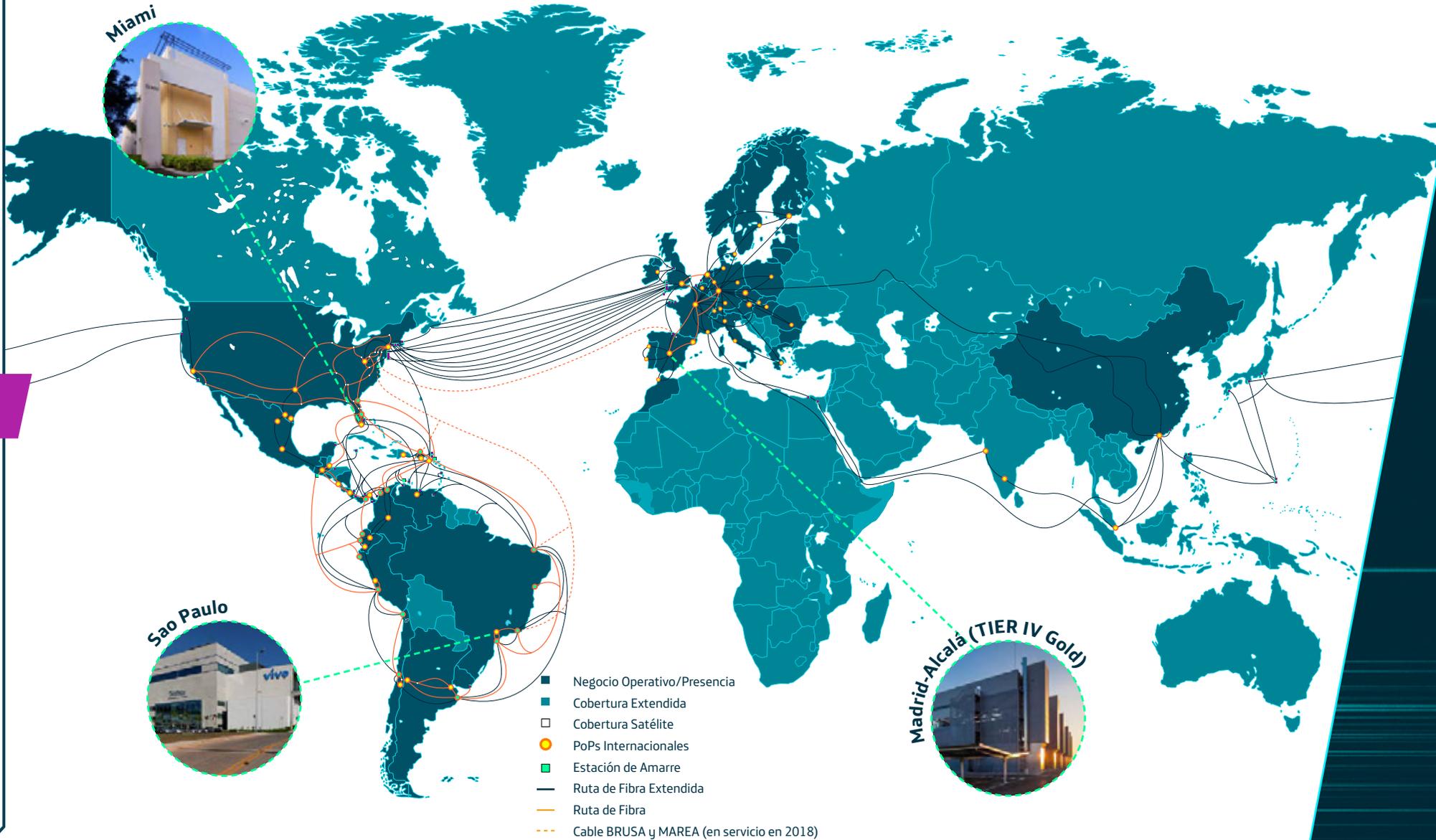
>17.000 estaciones satélite
8 telepuertos satélite



127.711 sitios de cobertura móvil



24 centros de datos



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Transformación digital

Algunos la llaman la cuarta revolución industrial, otros prefieren hablar de revolución del conocimiento, porque va más allá de un descubrimiento como la máquina a vapor, la producción en línea, la electricidad o la informática. La cuarta revolución es ciencia, innovación, big data, comportamiento, es decir, es el conocimiento en todas sus manifestaciones al servicio del sistema económico y social.

Un nuevo paradigma que hará cambiar todo lo que conocemos, la forma como nos relacionamos con los individuos, las empresas, las cosas. Por esta razón, hay países como Alemania que fueron los primeros en establecer la cuarta revolución industrial en la agenda de gobierno como “estrategia de alta tecnología”. Otro caso es el de Estonia, que se propuso ser el país más digital y emprendedor de Europa.

Este espíritu de la digitalización también ha ido permeando en el mundo empresarial, el cual está entendiendo que se está jugando la vigencia en

los próximos cinco años. Porque así como la mayor cadena hotelera del mundo Airbnb no tiene hoteles y la compañía de taxis más grande del mundo no tiene autos, esta nueva forma de hacer negocios puede expandirse rápidamente a otros sectores de la economía, dejando obsoletas a las compañías que no logren interpretar lo que busca hoy el consumidor, sus clientes.

Con la llegada de LUCA (Last Universal Common Ancestor), Telefónica cubrirá las necesidades de Big Data de todo tipo de empresas y organizaciones, transformándose en una pieza clave en la comprensión y extracción del valor en el uso de datos.

Además, pronto otros servicios estarán dentro del portafolio, como son: consultoría Data Science y provisión de infraestructura Big Data–Hadoop para el almacenamiento, gobierno, procesamiento y analítica de grandes volúmenes de datos de cualquier tipo.

“Con la llegada de **LUCA** a Chile esperamos contribuir a la transformación digital de su economía, combinando **nuestra experiencia global** con nuestras capacidades a nivel local”,

Elena Gil,
CEO de LUCA.

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Inicialmente nuestra propuesta se centra en los sectores de retail, banca, transporte, turismo y publicidad, industrias en las que ya somos líderes en los países en que operamos. *Por eso la puesta en marcha de este servicio para las compañías chilenas será un gran aporte.*



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Inteligencia Artificial

Un vehículo que lee el ambiente y reacciona tal como un conductor humano. Pero no solo eso. También es capaz de analizar innumerables fuentes de información en tiempo real que harán los viajes más seguros, más rápidos y eficientes. Esto es Inteligencia Artificial.

Inteligencia Artificial, Big Data, nuevas experiencias digitales, hiperconectividad... todas mega tendencias que cambiaron el mercado para siempre. ¿Cómo nos adaptamos a este nuevo contexto? ¿Qué pasos estamos dando como Compañía para liderar en este escenario cambiante?

Estamos en un momento de disrupción que no solo tiene relación con la tecnología, sino con la forma en que la utilizamos para cambiar la vida de todos. Un cambio de era donde todo es digital. Hay una explosión de la Data disponible en volúmenes que crecen todos los días exponencialmente. Lo que veíamos lejano, hoy es una realidad. Esta es la era de la Hiperconectividad, en la cual fenómenos como Internet de las Cosas nos obligan a implementar redes de alta capacidad.

En esta era digital, la barrera de entrada para los negocios es cero. De hecho, las principales compañías que lideran en el mundo están dedicadas al mundo digital: Google, Apple, Facebook y Amazon. La barrera de lo físico ha caído. Hoy todo es digital.

Estas tres mega tendencias han pavimentado el camino para una cuarta totalmente revolucionaria, la Inteligencia Artificial que hoy ya permite crear modelos de negocio nunca antes vistos.

Este escenario nos pone como desafío de transformarnos en una compañía digital, y esto tiene que ver con el objetivo que tenemos de cuidar nuestro negocio y clientes. Por ello debemos diseñar nuevas experiencias digitales. Para lograrlo establecimos una hoja de ruta que involucrará a todos los equipos y colaboradores de la Compañía, especialmente a los líderes, ya que vamos a intervenir todos los procesos internos que apuntan a mejorar la experiencia digital de nuestros clientes.

En Telefónica en Chile esta inteligencia Artificial al servicio de la experiencia digital de cliente tiene nombre: AURA, con la cual hemos conseguido poner a Telefónica donde debe estar: en la vanguardia del mundo digital y de la tecnología.

Esta Inteligencia Artificial se llama **AURA**, el cual pone a Telefónica a la vanguardia del mundo digital y de la tecnología.

¿Qué contamos en el Mobile World Congress?

Hemos intentado explicar que en Telefónica estamos a la vanguardia de la Comunicación, que anticipamos la inminente llegada de una nueva ola de tecnología que tendrá mayor impacto que la anterior.

Vamos a entrar en la era de la inteligencia cognitiva. Habrá una explosión de tecnología en nuestras redes, una nueva ola de innovación.

Telefónica debe generar una nueva relación con el cliente, con una red inteligente a su servicio. Esa es la Cuarta Plataforma: un nuevo enfoque en nuestra empresa. Tenemos un potencial infinito gracias a nuestras redes.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

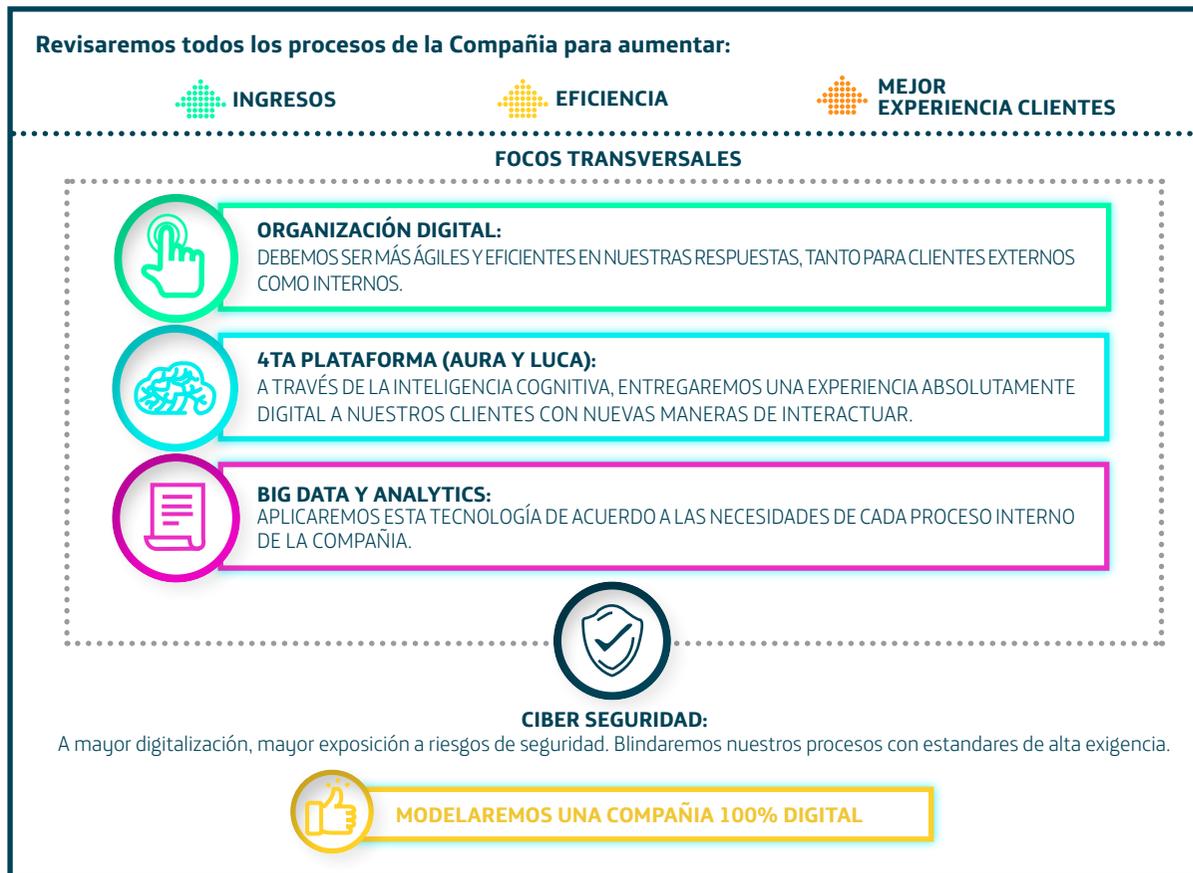
9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Big Data, más que moda, una cuestión de supervivencia

Según un estudio de septiembre del 2014 de Accenture realizado en 19 países y 7 sectores diferentes, las organizaciones se enfrentan a retos como la seguridad, las limitaciones presupuestarias y la falta notable de profesionales con experiencia en Big Data.

Pero las cifras de penetración del uso de datos son preocupantes ya que el 36% de las compañías declara que no ha iniciado proyecto alguno en este sentido, y no tiene previsto hacerlo por el momento.



“Big Data ya está en *nuestras vidas* y ahora llegó el momento de levantar la información e identificar los beneficios de ella, para que así las personas y las empresas puedan gestionar su presente, pero también *planificar su futuro*”,

Pedro Pablo Laso,
director de Empresas de Telefónica Chile.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Soluciones Digitales

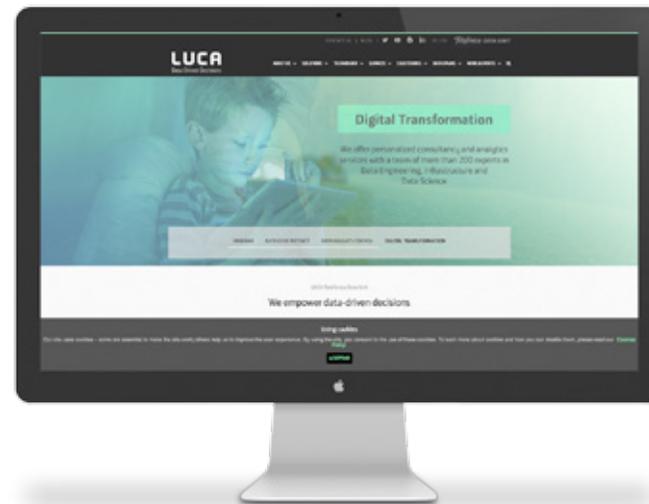
Chile tiene un gran desafío, dar el salto final al desarrollo, y esto viene ligado y relacionado en la forma en que la sociedad, el estado y las empresas dan este salto a un proceso de digitalización que nos permita entregar mayor valor agregado y dejar de ser el país productor de cobre y exportador de materias primas.

Esto nos lleva como compañía a desarrollar nuevas soluciones que van más allá de nuestra parrilla actual de servicios, la cual básicamente se enfoca una oferta del mercado en Servicios Tradicionales (fijo y móvil) los que representan un componente importante de nuestros ingresos. Pero en el nuevo escenario que el país necesita, la importancia de apoyar en los procesos de digitalización, desarrollo de inteligencia cognitiva y nuevas necesidades es que cada vez pondremos más énfasis en los servicios privados y digitales como nuestro motor de crecimiento y ahí vamos a apuntar.

Otro hito clave como una solución para el presente que nos permita formar el futuro y aprovechar el potencial que tenemos como país es el uso del Big Data, que para nosotros es la implementación local de LUCA (<https://www.luca-d3.com>). Esto nos ha exigido replantearnos cómo apoyamos a las industrias y al mercado.

El Centro I+D también ha generado productos y servicios en este ámbito. Por ejemplo, Muvio, que permite hacer estudios web de origen-destino de personas y Geo que permite optimizar el uso de la energía en el mundo de la minería. Estos productos ya fueron lanzados y son el fiel reflejo de como aportar al país a mejorar su forma de hacer las cosas, sus procesos, dar valor agregado adicional y eficientar el uso de los recursos de otras industrias.

Un aspecto clave en la digitalización es la seguridad de la información. Y gracias a nuestros *Data Center*, podemos entregar servicios de Cloud a todo nivel y de forma segura gracias a nuestro *SOC (Service Operation Center)*, el más moderno de Telefónica en Latinoamérica y acá en Chile.



(<https://www.luca-d3.com>)

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Inteligencia Cognitiva

Bajo el nombre de AURA se materializa nuestra apuesta por revolucionar la forma en la que nuestros clientes se relacionan con nosotros. En nuestra vida digital, Aura es el nuevo modelo de relación basado en la confianza, privacidad y la inteligencia artificial ética y responsable, que escucha a los clientes y enriquece su experiencia como usuarios de nuestros servicios.

Aura ofrece una nueva forma de relacionarse entre los consumidores y Telefónica, de modo que, a partir del uso de Aura, podemos llegar a conocer mejor las necesidades y demandas de nuestros clientes. Aporta transparencia en la gestión de los datos y empodera al cliente, ya que le permite conocer qué información almacenan, qué información quieren compartir y, adicionalmente, ofrece nuevos servicios basados en la información disponible y que se genera a través de nuestras plataformas. Con Aura el cliente gana autonomía y capacidad de decisión, de modo que puede escoger qué hace con su información. Además, facilita la relación, respondiendo preguntas, haciendo propuestas proactivas y ayudándoles a descubrir nuevas formas de poner su información a trabajar para su beneficio.

Se puede acceder a Aura a través de diferentes canales (Smartphone, SMS o Messenger, y será accesible a través de otros asistentes).

Las principales características de Aura son:

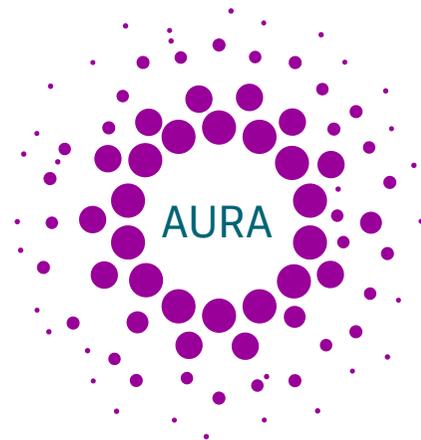
1. Lenguaje natural, hablar a la tecnología. Aprende el lenguaje de la gente para que los clientes no tengan que aprender el lenguaje de las máquinas.
2. Tiene iniciativa y permite ofrecer soluciones que se adaptan a cada cliente.
3. Respuestas personalizadas, porque nuestros clientes son únicos.



Simplificar



Enriquecer



Empoderar



Descubrir

¿Qué es AURA?

Es un cerebro que da poder a nuestras redes, una nueva forma para que los clientes comprendan cómo funcionamos. Todo lo que generamos en nuestra red es de nuestros clientes porque pagan por ello. Ahora pueden interactuar con nuestra red, preguntar y algo se producirá.

Es una integración, un ecosistema que nos permite trabajar con otros servicios como Facebook, Microsoft, etc. Porque vamos a dar a nuestros clientes la posibilidad de hacer más cosas y que sea su decisión. Nuestro objetivo es empoderar a nuestros clientes.

Para eso debemos velar por la seguridad de los datos de los clientes, la transparencia de la información sobre lo que estamos haciendo y, sobre todo, su empoderamiento.

AURA se centra en ayudar a **nuestros clientes** a conseguir más de los **servicios** que ofrecemos.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Innovación en Telefónica

En 2008 fuimos pioneros en Chile en cuanto a innovación corporativa lanzando Movistar Innova. Unos años más tarde, este programa se transformó en Wayra, iniciativa del grupo Telefónica a nivel global para impulsar a emprendedores tecnológicos, que opera en 10 países en Latinoamérica y Europa. Posteriormente, lanzamos en 2014 el programa Telefónica Open Future, donde agrupamos a todas nuestras áreas relacionadas con innovación abierta y emprendimiento: Centros de Crowdfunding, Wayra, Amérigo y nuestro fondo Telefónica Ventures.

En Chile la innovación tiene forma, estructura y organización que permite integrar cada línea de negocio de la compañía en función de las necesidades de la sociedad y los clientes.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD





Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Wayra Chile, el primer vehículo de inversiones en innovación de Telefónica

En 2017, Wayra Chile contribuyó con más de USD 4 millones al EBITDA de la compañía, cifra que proviene de nuevos negocios o de ahorros y eficiencias para Telefónica, desde el mundo digital. Las empresas de su portafolio facturaron más de USD 12 millones el último año.

Wayra es el primer vehículo de inversión de Telefónica en empresas digitales, con presencia en Europa y Latinoamérica, donde cuenta con 11 hubs ubicados en Brasil, Argentina, Colombia, Chile, Perú, México, Venezuela, España (2), UK y Alemania.

Wayra busca invertir en startups que impulsen la transformación de la compañía, a través de soluciones que desde el mundo digital puedan generar ahorros o eficiencias internas para Telefónica o transformarse en nuevos productos para resolver los problemas de negocio de nuestros clientes y también para la vida diaria de las personas. Estas compañías deben tener productos probados y escalables, es decir, que tengan clientes y que puedan replicarse en distintos mercados y para ello, podrían apoyarse en Telefónica a través de su presencia global.

En 2017, *Wayra Chile* contribuyó con más de **USD 4 millones** al **EBITDA** de la *compañía*.

A nivel nacional, Wayra Chile fue una de las primeras iniciativas en su tipo y por el trabajo desarrollado a lo largo de los años, junto a la potencia de las startups, es considerada como uno de los líderes de la innovación y emprendimiento local.

Wayra Chile ha invertido en 42 startups y estas empresas digitales han desarrollado soluciones tecnológicas para industrias y sectores como la agricultura, educación, mercado laboral, construcción y logística, entre otras, destacando que algunas de ellas han iniciado operaciones, además del mercado local, en distintos puntos de Latinoamérica, Estados Unidos, Oceanía, Europa e incluso, en Medio Oriente.

Corporate Venture Capital

Amérigo en Chile está representado por ScaleCapital y es nuestra red de fondos de capital riesgo gestionada con co-inversores público y privados para la financiación y aceleración de empresas tecnológicas consolidadas.

A nivel mundial, Amérigo cuenta con ocho fondos que operan en siete países: España, Alemania, Brasil, Chile, Colombia, Perú y México, con los que se ha invertido en más de 80 startups y se han creado más de 2.000 empleos.

Los emprendedores cuentan con apoyo financiero y la red de oficinas *Wayra*, además de la colaboración que ofrecemos para que los *emprendedores* puedan escalar sus negocios y obtener nuevas rondas de *inversión* y llevar sus empresas al *siguiente nivel*.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Las tecnologías que cambiarán nuestra economía

La digitalización que hemos comentado nos está empujando a avanzar cada vez más rápido y nosotros como empresa estamos lejos de ser la excepción, muy por el contrario, somos y seguiremos siendo responsables de impulsarla y permitirle a través de nuestras soluciones digitales.



La mayor capacidad gráfica de los smartphone, el ancho de banda móvil disponible, los dispositivos visuales cada vez más accesibles han ayudado a catalizar el mundo virtual, permitiéndonos a través de video juegos emular situaciones que llevan a generar en el cerebro las mismas reacciones sensoriales como si físicamente estuviesen pasando esa situación, esto llevado a otra industria, nos permite emular una tienda o una sucursal en forma no presencial. Si le agregamos realidad aumentada, ya no se necesita poseer una tienda o una sucursal para entregar una experiencia sensitiva de cliente que aún no se involucran en el mundo on line al considerarlo de baja percepción, cambiando paradigmas históricos y hábitos de consumo.



La reducción significativa en el costo de los sensores que permiten medir distintas variables físicas, conectados a internet, permiten que las cosas se transformen en inteligentes y conectadas, permitiéndonos un grado de interacción nunca antes vistos, permitiéndonos regular la temperatura de la casa mucho antes de llegar, o escuchar música solicitándolo a un asistente virtual o posibilidades que aun ni siquiera están en el imaginario colectivo.



Todas estas posibilidades aumentan aún más con el uso de la inteligencia cognitiva, en la generación de nuevo conocimiento y aprendizaje a partir de los datos, emulando nuevas capacidades y funcionalidades a softwares que interactúan en tiempo real con las personas y son capaces de entender instrucciones más complejas que las de una programación ahora considerada básica. Estos datos permiten construir modelamientos matemáticos que permiten optimizar y eficientar el rendimiento de cualquier industria. Capacidades cognitivas que se pueden programar y automatizar generando nuevo conocimiento sin la necesidad de interacción humana.



Nuevas capacidades de control, mejoras de las capacidades de procesamiento, entre otros tantos, han aumentado las funcionalidades y disminuido los costos de los robots que son capaces de reemplazar el trabajo en labores simples o de alto riesgo. Si agregamos la inteligencia cognitiva antes mencionada existen aún mucho camino y muchos cambios en torno al impacto que generará esta revolución digital.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Sostenibilidad de la mano del internet de las cosas

G4-EN4

Ahora la agricultura es inteligente y sostenible

En un predio de Vicuña, en la IV Región, se lleva a cabo la primera experiencia público privada de Latinoamérica para incorporar soluciones de IoT en mediana y pequeña agricultura. Esto gracias a un acuerdo de colaboración entre Subtel, INIA y Telefónica I+D, en el que se inauguró el proyecto “Piloto de Agricultura de Precisión”, que busca validar propuestas y nuevas soluciones para mejorar el manejo del riego y dotar de nuevas tecnologías a pequeños y medianos agricultores.

¿En qué consiste este proyecto?

El piloto considera la instalación y operación de una solución inteligente para la producción agrícola desarrollada por Telefónica I+D, la que permite entregar automáticamente un detallado informe de recomendación de uso eficiente de agua de riego, a través de la conexión a Internet de sensores de humedad de suelo (VWC) y su posterior correlación con datos meteorológicos, mediante un modelo estadístico patentado.

Aporte de Telefónica

Telefónica I+D, a través de su Laboratorio Abierto de Innovación en IoT, pone a disposición del proyecto toda su experiencia en el desarrollo de tecnología y soluciones IoT, incluyendo el desarrollo e instalación de dispositivos de bajo costo capaces de medir variables agronómicas clave, infraestructura de conectividad inalámbrica específica para Internet de las Cosas basada en redes LPWA y el detallado informe automático de recomendación de riego, herramienta clave para la industria agrícola.

Los avances que Telefónica en Chile está alcanzando en materia de *sensorización e Internet de las Cosas*, y cómo se proyecta su aplicabilidad al desarrollo agrícola son claves para la industria, pues ello va en la dirección correcta respecto de cómo debemos prepararnos para la revolución digital en el país. Ahora bien, para que el objetivo de promover una *industria agrícola inteligente* y con mayores perspectivas de desarrollo se cumpla, es crucial el despliegue de infraestructura digital en la ruralidad.

“La tecnología es la herramienta más importante que posee hoy el agricultor para mejorar la calidad y cantidad de producción de su huerto y nos hemos propuesto democratizar el acceso a ella, *desarrollando soluciones* costo eficientes a través de *tecnología IoT* de vanguardia. Transformamos datos del campo en información útil y relevante que le permite al agricultor tomar las decisiones necesarias para maximizar su producción, principalmente gracias a la *optimización* en el uso de recursos críticos como el agua y energía”,

José Ignacio Guerra,
responsable del Laboratorio IoT de Telefónica I+D.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Cifras de interés

Según un informe publicado en 2009 por la FAO se debe aumentar la producción en un 70% para alimentar a 2.300 millones más de personas al año 2050. Para lograr esto es clave incorporar nuevas prácticas que permitan el uso más eficiente de recursos críticos, dentro de los cuales el agua es de vital importancia, ya que el nivel de producción agrícola depende en un 70% de ese factor.

Para hacer frente a esta creciente necesidad, la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIA) y Telefónica Investigación y Desarrollo Chile (Telefónica I+D) firmaron un acuerdo para desarrollar el primer campo de experimentación agrícola público privado en Latinoamérica, instancia que tendrá como objetivo evaluar las capacidades y ventajas de las tecnologías de Internet de las Cosas en esta industria.

Innovación Sostenible

Telefónica en Chile tiene un lineamiento clave en la evaluación de proyectos de innovación sostenible, el cual está dado por marcar una diferencia en el largo plazo y de alto valor para la sociedad, lo que está determinado por tres ejes de acción sobre lo cual buscamos apoyar a emprendedores a marcar esta diferencia y ser mucho más que solo una empresa que busca construir riqueza para sí misma, sino ser capaces de hacer que otras empresas puedan desarrollarse y que ese crecimiento tenga impacto positivo en el mundo y en Chile.

CONECTAR A TODOS

Conectividad y accesibilidad



Sociedades conectadas para que las personas accedan a la comunicación y al mundo digital



Proyectos de conectividad en zonas remotas, comunicaciones portátiles como respuesta ante emergencias o servicios de conectividad accesibles para colectivos con discapacidad son ejemplos.

PROTEGER EL PLANETA

Economía circular: eficiencia y cambio climático



Proteger el planeta y hacer frente a los retos ambientales y al cambio climático



Soluciones de energías renovables, eficiencia energética y economía circular, tanto de aplicación interna como para su comercialización (soluciones Eco-Smart).

CIUDADES SOSTENIBLES



Sociedades Sostenibles para mejorar la calidad de vida de las personas, dando respuesta a cada una de sus necesidades



Soluciones de transporte sostenible, ciudades inteligentes o de desarrollo digital del entorno rural. Soluciones de Smart-Agro o servicios Open Government son algunos ejemplos.

G4-EN4

Impulso de la innovación sostenible

Además de potenciar que todas nuestras áreas de innovación incorporen los principios de sostenibilidad en cada uno de las nuevas soluciones que se desarrollan, para impulsar la Innovación Sostenible desde 2016 hemos desarrollado programas de inversión que pretenden financiar nuevas iniciativas e ideas que, además de generar un impacto positivo en la sociedad o el medio ambiente, sean una clara oportunidad comercial para nosotros.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

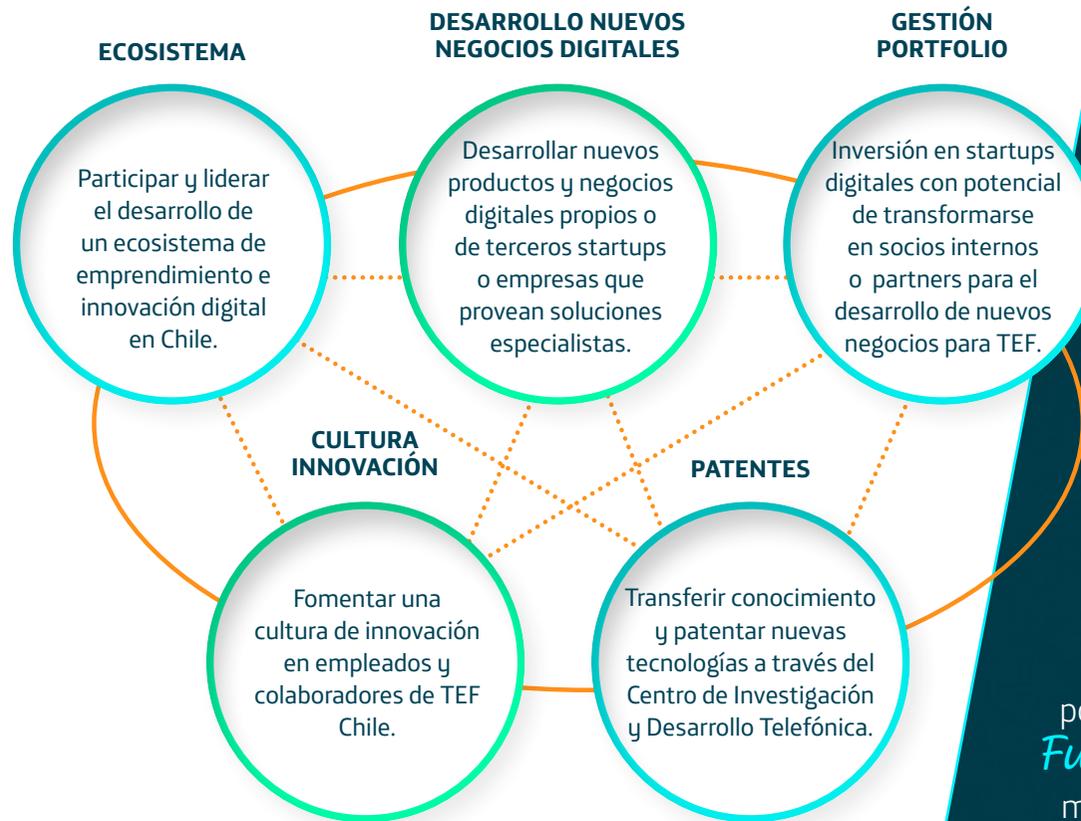
9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Telefónica Open Future

Este programa de innovación abierta es la plataforma a través de la cual nos vinculamos con startups y empresas tecnológicas, buscando atraer talento de emprendedores y partners, para entregar soluciones digitales de alto valor que puedan aportar al desarrollo económico, productivo, social y en todas las áreas que nos sea posible colaborar. En este último punto, también impulsamos alianzas público-privadas y el trabajo conjunto con otras corporaciones y entidades, porque creemos que la colaboración entre actores de distintas industrias y sectores, es esencial para el país. Prueba de ello es que junto a otras grandes corporaciones lanzamos un desafío inédito de innovación colaborativa en Chile y en Latinoamérica llamado Hogar del Futuro, que apunta a construir el hogar en que las familias vivirán en los próximos años, que debe ser inclusivo, asequible, conectado, sustentable y eficiente.

Apostamos por la innovación en proyectos relacionados con nuevas tecnologías como Internet de las Cosas, Inteligencia Artificial y Big Data, entre otras, detectando el talento emprendedor en cualquiera de sus fases de madurez. De la misma forma, trabajamos en fortalecer las iniciativas pymes y de empresas de mayor dimensión a través del impulso, el escalamiento y la inversión.



En el mundo son más de **1.700 startups** las que han sido apoyadas por Telefónica **Open Future**, de las cuales más de **780** han sido invertidas por alguno de los vehículos de inversión de Telefónica y **120** de esas empresas digitales ya tienen una relación comercial directa con la corporación.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Compromiso con el cliente



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Nuestro compromiso con los clientes

G4-DMA

¿Cómo entendemos la Experiencia de Servicio?

Este es, sin duda, nuestro pilar fundamental para asegurar la sostenibilidad de la Compañía y por esto ha sido el principal foco de trabajo en los últimos años. Los positivos resultados de este enfoque se reflejan en la evolución del Índice de Satisfacción de nuestros clientes, que llegó a estar en valores de 6,96 en 2012 y a diciembre del 2017 subió a 7,41, cifra que sólo esperamos seguir incrementando consistentemente a futuro.

ENFOQUE DE GESTIÓN

¿Por qué es un tema material?



Para Telefónica en Chile la gestión de la experiencia de servicio del cliente es el eje central sobre el cual la Compañía basa su estrategia de negocio. Entendemos que los clientes son la clave para nuestra sostenibilidad.

¿Dónde impacta?



De acuerdo a nuestra estrategia de negocios, la experiencia del cliente tiene un impacto transversal en nuestra operación y grupos de interés.

El objetivo de Telefónica



Entregar una experiencia diferenciadora de servicio es la clave para ser protagonistas de la Revolución Digital que estamos viviendo.

Indicadores

	2017
Índice de Satisfacción del Cliente	7,41



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Compromiso con nuestros clientes

G4-DMA

Hoy en día cualquier empresa afirmará que su estrategia está centrada en escuchar y dar respuesta a las exigencias de sus clientes. Cuando se trata del servicio de conectividad y otros servicios digitales de valor añadido, el centrarse en el cliente no es una opción, es una necesidad. Los mercados en los que opera Telefónica son altamente competitivos, y en el entorno digital, las expectativas de nuestros clientes se han multiplicado. Adaptamos nuestra estrategia de cliente a los mercados, pero somos conscientes de la importancia de mantener unos estándares comunes alineados con los valores de integridad, compromiso y transparencia que caracterizan nuestra cultura de compañía.

¿Cómo se trabaja?

La experiencia del cliente se ve afectada por una combinación de múltiples factores y actividades dentro de la Compañía, y se convierte así en uno de los objetivos más transversales a toda la Compañía. La experiencia del cliente, en el caso del servicio móvil por ejemplo, viene influenciada por elementos tan dispares como la cobertura de la Red, la calidad y la velocidad de la conexión, la digitalización de la experiencia, la simplicidad y la transparencia con la que comunicamos las condiciones del servicio en cada momento, la amabilidad y eficacia de nuestros call centers, una gestión efectiva por parte de nuestros proveedores, etc. Requiere una gestión holística de lo que espera el cliente de nosotros y unos incentivos compartidos.

En Telefónica, cada operadora maneja múltiples indicadores a la hora de medir la experiencia cliente (churn, NPS, encuestas de satisfacción de atención al cliente, plazos de respuesta, etc.) pero hay uno que influye en la remuneración de todos los empleados de la Compañía y refleja por lo tanto el carácter relevante y transversal de la experiencia cliente para el Grupo.

Actualmente somos el número 1 de nuestro sector en el ISC en 10 de nuestros 17 mercados.

“El patrimonio de Telefónica, además de la Red es nuestra base de clientes y para subsistir en el largo plazo, debemos cuidarlos con mucha dedicación”.

Roberto Muñoz Laporte
Gerente general Movistar Chile

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

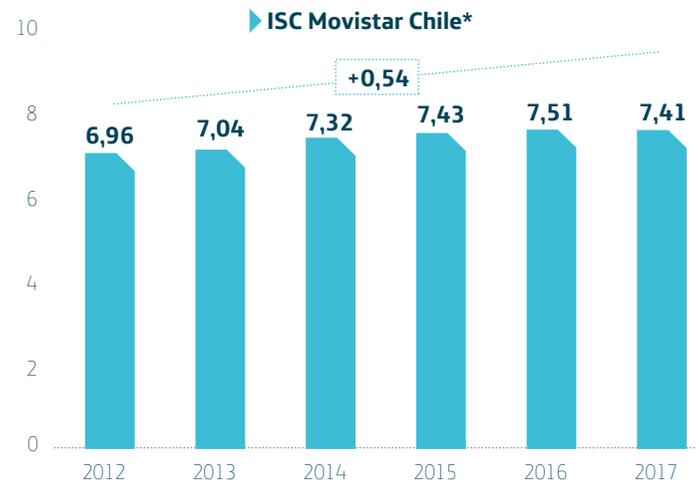
9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Prioridad de gestión

Los planes de calidad o de experiencia cliente es estratégico en nuestro modelo de gestión y por eso son reporte directo en nuestro Comité de Negocios. Además, a nivel Grupo, el Consejo de Administración cuenta con una Comisión específica dedicada a la Calidad que se reúne trimestralmente y revisa la evolución de los planes país y el ISC a nivel global.

Telefónica incorpora a su estrategia cliente un compromiso firme con su derecho de privacidad y de control sobre sus datos. Esta estrategia es dirigida por el Chief Data Officer, a nivel global, que forma parte del Comité Ejecutivo del Grupo.



*Considera escala de ISC de 1 a 10.

En 2015 se estableció que parte de la **remuneración variable** de los empleados del Grupo está **directamente ligado** al grado de **satisfacción** de nuestros **clientes**.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Calidad total

Para que el compromiso con el cliente se pueda materializar en avances concretos, en Movistar contamos con un Plan de Calidad que diseñamos hace seis años y que hoy mantenemos como guía para nuestra gestión. Esta convicción nos ha permitido recorrer un camino para estar más conectados con nuestros clientes, teniendo siempre como foco que la confianza se construye en cada interacción. De esta forma, nuestro Plan de Calidad nos ha permitido identificar procesos críticos, indicadores y el impacto directo en la mejora de la satisfacción y experiencia de nuestros clientes.

Los fundamentos de la sostenibilidad están en el corazón de este Plan de Calidad con elementos como:

- Diálogo y participación con los diferentes grupos de interés.
- Planes de acción prioritarios y focalizados.
- Definición y seguimiento de indicadores.
- Construcción de cultura interna.
- Orientado a la confianza y al vínculo emocional con el cliente.

Con estos elementos estamos apuntando a ir más allá de la satisfacción para que nuestros clientes sean leales a nuestra marca Movistar. Como empresa sabemos que este es un desafío mucho

mayor porque tiene que ver con que los clientes permanezcan con nosotros porque viven buenas experiencias de servicio con nosotros. Nuestro objetivo es que un cliente fiel no piense en la competencia como alternativa.

Claves 2017

Uno de los objetivos principales de 2017 fue la lealtad de nuestra marca, cuya base es que nuestro servicio debe funcionar, es decir, que la continuidad operacional no falle, así como nuestras redes y las soluciones digitales para que estén disponibles en todo momento y lugar.

Un segundo alcance es la capacidad de respuesta al cliente en caso de falla.

Todos los días trabajamos para que los tiempos de respuesta en nuestros call centers y sucursales sean los adecuados, que resolvamos en la primera instancia y que la actitud de nuestra gente tenga un fuerte componente de servicio, siempre con una sonrisa. También lo estamos haciendo con los técnicos en casa del cliente para ser veloces en la solución.

El tercer nivel es el mercado de oferta competitivo para entregar la mejor oferta de productos y servicios de telecomunicaciones, con presencia nacional, calidad de servicio y precios competitivos.

Ciclo de Vida del cliente



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Acompañamos a nuestros clientes de una manera ágil, rápida y eficaz. Para ello, ofrecemos experiencias a través de un programa integrado de mejora operativa constituido en torno al conjunto de interacciones que un cliente tiene con nuestra empresa a lo largo de su ciclo de vida.

Con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes un modelo operativo distintivo donde la tecnología y la explotación de la información marquen la diferencia, trabajamos en un proyecto de transformación completa dirigido a evolucionar la forma en que interactuamos con nuestros clientes B2B, los productos y servicios que ofrecemos y el sistema de coordinación entre las áreas internas.

Este modelo operativo se sustenta en tres pilares:

1. Optimización de los procesos

Definimos e implementamos mejoras en los procesos, los sistemas, las personas, los KPIs y la propia organización.

2. Articulación óptima de las áreas funcionales

Clasificamos y mapeamos las interacciones claves de nuestros clientes, permitiendo la identificación de los puntos relevantes de contacto y, consecuentemente, trabajar en la mejora de los mismos usando la metodología Lean de rediseño de procesos.

3. Digitalizando las interacciones diarias con el cliente

Incorporamos automatismos inteligentes de procesos y proporcionamos inteligencia para facilitar la toma de decisiones. Adicionalmente, estamos trabajando en integrar los puntos de vista del cliente y de la empresa con la finalidad de lograr una experiencia superadora.

Iniciativas como Renacer Digital, la implementación de las Zonas Preferentes, intervenciones en sucursales, Zona Kids Digital entre otras iniciativas, más un plan de calidad robusto y con mejoras considerables han marcado la pauta del equipo de Experiencia Clientes.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Experiencia digital

La digitalización aumenta significativamente la satisfacción de los clientes. Como consecuencia, en Movistar hemos desarrollado una visión que busca lograr una relación emocional con nuestros clientes que sea cada vez más simple y digital. Por esta razón desde hace algunos años estamos trabajando en la relación digital con los clientes y durante 2017 avanzamos en dos frentes:

Atención digital

Desde 2012 hemos experimentado un cambio entre los diferentes canales de atención. Mientras en 2012 el 48% de nuestras interacciones con los clientes era a través del canal online, en 2017 esta cantidad se elevó hasta 73%, disminuyendo así las atenciones vía call center y sucursales.

A su vez, las descargas de nuestra app Mi Movistar se han multiplicado por 20 desde 2014.

Believe:

Este es un programa de transformación del modelo de negocio de la experiencia del cliente, el cual, a través de un cambio tecnológico, incorpora soluciones de clase mundial, con procesos simples, confiables y rentables.

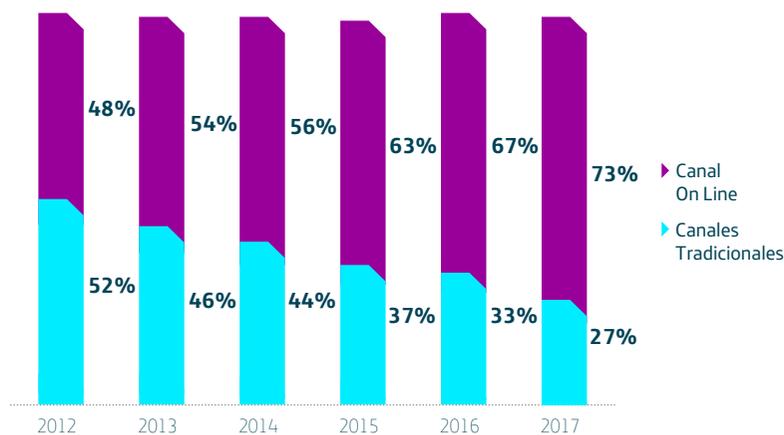
Esta solución nos permite desarrollar una propuesta de valor basada en el cliente, lo que implica conocer sus necesidades para ofrecer un servicio de alta calidad, gracias a la simplificación de nuestros procesos y a la disminución de los procesos de atención.

Believe nos permitirá tener una visión única del cliente, pasando de un servicio de

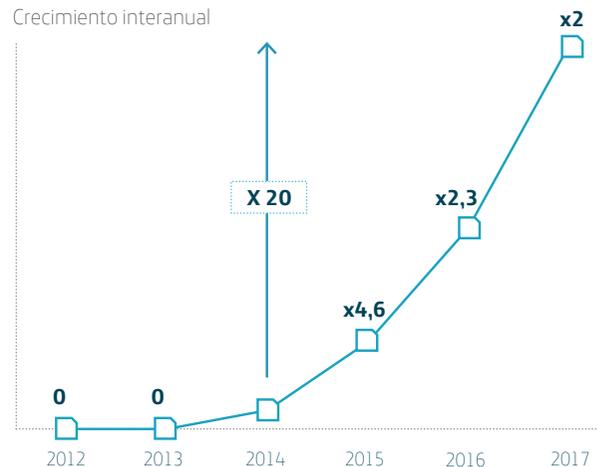
sistemas independientes a uno integrado. Con este nuevo sistema tendremos ventajas como oferta comercial diferenciada de acuerdo al valor que el cliente tiene para nuestra compañía, convergentes y disponibles en tiempo real para responder a los cambios en las condiciones del mercado.

¿Cómo mejoraremos para nuestros clientes? A través de una plataforma única e integrada que permitirá trazabilidad, respuesta rápida y en línea, una oferta ajustada a las necesidades de los clientes a través de un catálogo único, centralizado y homologado para los múltiples canales de atención para personas y empresas.

Mix de Canales de Atención



Descargas de la APP Mi Movistar



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Atención integral

El Chile de hoy nos desafía a buscar nuevas formas de acercarnos a nuestros clientes. Durante 2017 implementamos novedosos proyectos de atención cuya recepción en la sociedad, nos ha demostrado que podemos recorrer juntos el mismo camino:

Movistar accesible: Estamos contigo, estamos con todos

Desde mediados del segundo semestre de 2015 pusimos a disposición de nuestros clientes con algún grado de discapacidad, las sucursales inclusivas. Somos la primera empresa de telecomunicaciones en Chile en tener este tipo de sucursales, las que incorporan atención con intérpretes en lengua de señas (también disponible en Movistar TV), rampas de acceso y módulos reacondicionados para personas en silla de ruedas. Tenemos en funcionamiento 30 sucursales desde la I a la X región, alcanzando las 30 sucursales.

Nuestra atención preferente también se hace cargo de las dificultades que

podieran tener con la tecnología, en términos de accesibilidad y uso. Por esta razón, nuestra página web Movistar.cl ya incluye "Movistar Accesible", un mini sitio especialmente diseñado y adaptado a las necesidades de nuestros usuarios con discapacidad. Para este fin, se incorporan las alternativas de atención para distintas discapacidades: auditiva, visual y motora.

Se añade una función especial de tamaño de texto y color de fondo para adaptar la dimensión y contraste, para que las fuentes sean más claras y legibles para el cliente. Pueden encontrar un catálogo de equipos especiales con características de accesibilidad. Además, podrán conocer la ubicación de nuestras sucursales inclusivas.

En este esfuerzo de la Compañía por dar una atención inclusiva, se concreta la creación de planes especiales de telefonía móvil, un primer plan está orientado para personas con discapacidad visual que otorga beneficios en el consumo de voz. Un segundo plan busca beneficiar a las personas con discapacidad auditiva, con un plan que potencie el uso de datos de internet y un plan mixto que mezcla ambos beneficios para personas que tienen otros tipos de discapacidad.

Store Of The Future

En Valparaíso inauguramos nuestra sucursal más moderna. Como parte del compromiso que tenemos con la descentralización, elegimos la V Región para implementar una novedosa sucursal que aumentará en más de 30% los módulos de servicio disponibles. A su vez, la sucursal también incorpora buzón de reciclaje para desperdicio electrónico que busca ayudar a contribuir con el impacto ambiental en la región.

Sumado al concepto digital que incluye la nueva sucursal, se trata de la primera tienda de la comuna y la tercera a nivel regional en incorporarse al Modelo de Atención Inclusiva de Movistar. A través de la herramienta `Vi-Sor`, los clientes sordos podrán comunicarse con un intérprete en lengua de señas mediante videollamada, facilitando la inclusión y autonomía de todos los usuarios con discapacidad auditiva.

Renacer Digital

Cada día, los adultos mayores o "Babyboomers" se interesan más por aprender a usar la tecnología, pero no siempre tenemos la paciencia suficiente para enseñarles. Es de vital importancia buscar mejorar la calidad de vida de las personas que se interesan por el mundo digital a través de la conexión con sus seres queridos.

Es así como nace Renacer Digital, un taller piloto implantado por el área de Experiencia Clientes en conjunto con el área de Educación y Voluntariado de Fundación Telefónica, quienes desarrollaron los materiales de capacitación orientados para este grupo de personas, pues se posicionan como nuevas formas para mantenerlos ocupados, felices y lo más importante, conectados.

Entre los principales contenidos estuvieron las funciones básicas de accesibilidad en sus teléfonos, como el tamaño de letra y brillo, funciones básicas de WhatsApp, Gmail, YouTube y el navegador Chrome.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Continuidad de negocio

La creciente competitividad, las demandas cada vez más exigentes de los clientes, o los requerimientos regulatorios cada vez más restrictivos, son factores que fuerzan a la organización a demostrar la resistencia de las actividades de negocio a permanecer activas ante cualquier contingencia grave.

Un corte de luz, una inundación, un incendio o un robo han de considerarse amenazas reales que deben ser tratadas de forma preventiva para evitar, en caso de que estas sucedan, que las pérdidas sean tan graves que afecten a la viabilidad del negocio.

Son necesarios procesos, mecanismos y técnicas que mitiguen los riesgos a los que estamos expuestos y garanticen una alta disponibilidad en las operaciones de la Compañía.

El objetivo de nuestro Plan de Continuidad es la gestión preventiva de los riesgos asegurando de esta forma la máxima resistencia posible de las actividades de negocio fundamentales ante cualquier interrupción de cualquiera de sus sistemas.

La asignación eficiente de inversiones en materia de seguridad según nuestro proceso previo de análisis de riesgos permite fijar esfuerzos y presupuestos en las tareas más críticas.

El alcance del plan de continuidad y de los planes de recuperación ante desastres cubre:

Gestión de vulnerabilidades y brechas, tenemos un Security Operation Center que trabaja de forma coordinada para:

Conocer y analizar los riesgos de las potenciales ciberamenazas, como parte de un proceso de inteligencia donde se identifiquen y entiendan las ciberamenazas más relevantes que afectan a la organización, con el objetivo de anticiparse a su acción, evolución y de preservar a la organización global del Grupo de sus potenciales efectos dañinos y mitigar los perjuicios de esos riesgos hasta un nivel aceptable para el negocio.

Monitorizar las vulnerabilidades graves existentes en los activos tecnológicos más críticos de la organización para minimizar el tiempo de exposición de estos activos a los riesgos asociados.

Durante 2017, como Telefónica tuvimos las siguientes emergencias:

Incendios forestales

En enero diversos incendios forestales afectaron a seis regiones del país. Esta emergencia fue muy extensa, tanto en días de duración, como en zonas quemadas. Como Compañía nos enfocamos en mantener nuestros servicios funcionando y garantizar, además, la comunicación de nuestros clientes. El incesante fuego y la falta de energía eléctrica fueron el principal obstáculo para nuestro trabajo, pero pudimos responder a la tarea de mantener la conectividad para nuestros clientes. Adicionalmente, con el objetivo de facilitar la comunicación entre los afectados y sus seres queridos, así como el contacto y estrecha coordinación con organismos de emergencia, es que Telefónica implementó una serie de soluciones comerciales enfocadas en sus clientes tales como la suspensión de las acciones de cobranzas, reposición del servicio a clientes con mora y se han suspendido todo tipo de campañas comerciales.

Lluvia precordillerana Región Metropolitana

Aluviones, ocho rodados, cuatro puentes cortados y problemas en el suministro de agua potable, fueron algunas de las consecuencias que dejó este frente de mal tiempo ocurrido en febrero. A su vez, nuestra red registró cortes de Fibra Óptica en zonas montañosas donde no llegan señales desde ninguna otra antena. El Melocotón, San Gabriel, El Yeso y El Ingenio tuvieron problemas de conectividad.

Gracias a nuestro Plan de Continuidad Operacional pudimos reponer en funcionamiento de nuestras redes para que los vecinos pudieran recuperar los servicios.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Aluvión en el norte

La naturaleza golpeó las regiones de Atacama y Coquimbo, siendo la primera la zona más afectada. En particular en Copiapó, las imágenes en terreno recuerdan la condición en que quedó la ciudad luego del aluvión y desborde de quebradas en el 2015. Sin duda, con efectos lamentables para los habitantes de las ciudades afectadas. En cuanto a la red, el impacto resultó muy distinto al escenario que nos dejó lo recordado en aquella fecha.

En esta oportunidad, las medidas tomadas en 2015 nos dejaron un balance positivo en cuanto a continuidad de servicio fijo. Respecto a la red móvil, esta se vio mayormente impactada por el efecto general de corte de energía en buena parte de la zona.

Nieve en Santiago

Un intenso frente frío sorprendió a la zona central de Chile con una histórica nevazón. Esta particularidad climática desafió a nuestro equipo de Red a mantenerse monitoreando el estado de nuestra infraestructura y de los servicios que entregamos. Más de 100 colaboradores trabajaron para atenuar las interrupciones derivadas de los cortes de energía que produjo el frente climático que afectó desde la V a la VIII Región.

Este Plan Invierno se basó en que los encargados de energía confirmaron las cargas de baterías y aseguraron que los estanques de combustible de los grupos electrógenos estuvieran cargados a su capacidad máxima; se reforzaron los equipos de transmisión, conmutación, red móvil y supervisión, y por último, se coordinó que los edificios corporativos no tuvieran problemas.

Una vez que la Subtel generó la alerta por posibles fallas, el Comité de Crisis comenzó a trabajar para lograr el reestablecimiento total del servicio, y así demostrar una vez más que estamos preparados frente a las grandes crisis.

Villa Santa Lucía

En diciembre un aluvión dejó 11 personas fallecidas y un centenar de afectados en Villa Santa Lucía, a 75 kilómetros al sur de Chaitén. En esta emergencia, una vez más se puso a prueba nuestra rapidez para ayudar a la comunidad, teniendo en cuenta que la conectividad es hoy central para el bienestar de las personas y sus familias.

El objetivo fue reestablecer la conectividad, principalmente en los tres sitios móviles afectados. De igual manera, se habilitó roaming de datos para que los clientes pudieran acceder a conectividad móvil, además de prorrogar el pago a quienes estén en la zona afectada y que presentasen morosidad.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Confianza Digital

G4-DMA

Con 300 horas de video por minuto en youtube, 12 terabytes de twits al día, 1000 millones de comentarios de Facebook diariamente y 55 millones de fotos publicadas en 24 horas, en el mundo producimos 2,5 quintillones de bytes cada día y la cifra sigue aumentando por eso los datos son una variable determinante para cualquier compañía y nosotros como Telefónica en Chile entendemos eso desde la importancia que tiene para todos la administración de esos datos para mejorar procesos, eficientar la toma de decisiones y sobre todo protegerlos.

Lo que buscas en google, el escaneo de tú pasaporte, la lectura de un código de barras, tu historial de compras on line, mensajes de voz, mensajes de texto, un tweet, un like, un comentario una publicación de una foto, todo se traduce a datos.

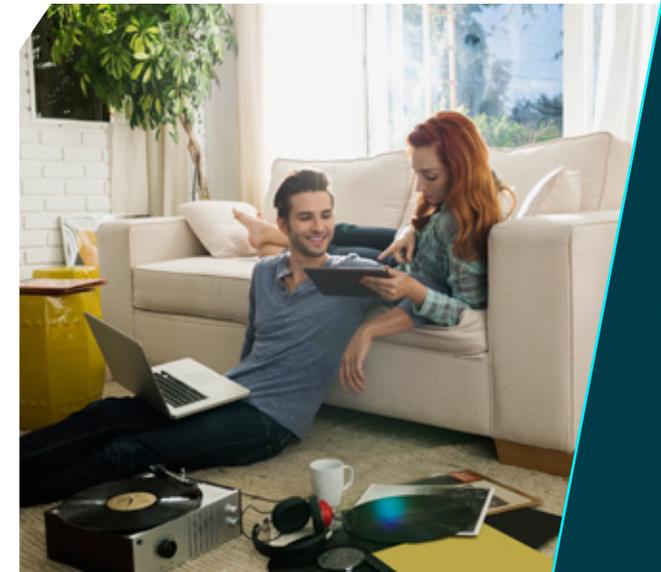
Con la digitalización de la sociedad, el crecimiento de los datos en los últimos años ha sido exponencial. El avance de las redes 4G y prontamente 5G solo hará que esta tendencia se mantenga o incluso aumente,

impactando directamente como el mundo de las telecomunicaciones tiene que evolucionar con igual rapidez para entregar a los clientes un servicio ad hoc a esta tendencia de uso y salvaguardar de manera responsable estos datos que todos producimos.

Ahora la gran pregunta, ¿cómo le damos sentido a estos datos? Con analítica avanzada y es aquí donde el Big Data toma un papel clave para tomar estos datos, agregarlos, clasificarlos, procesarlos y obtener información útil para mejorar la calidad de vida y los servicios. En esta nueva forma de desarrollo de nuevos servicios y el almacenamiento y análisis de estos grandes volúmenes de datos para transformarlos en información relevante es que se construye una necesidad fundamental en esta nueva era digital, el cuidado de estos datos y la protección de la privacidad de la información, conceptos que deben transformarse en un actuar y uso responsable de estos datos que generamos.



Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Seguridad, Calidad y Responsabilidad

Queremos que nuestros clientes se sientan seguros usando nuestros servicios, que confíen en que protegemos sus comunicaciones y sus datos, y que contribuimos a que se haga un uso responsable de la tecnología. Nuestros clientes viven una parte cada vez más importante de su vida a través de la conectividad y los servicios digitales y sabemos que la responsabilidad que asumimos en este ámbito condiciona nuestro éxito a futuro. Así también lo ven nuestros grupos de interés, en particular

inversores y analistas, que consideran la seguridad y la privacidad como una de las temáticas más importantes en nuestro compromiso hacia el cliente.

La confianza digital es un tema que en los últimos años ha despertado un interés creciente entre los reguladores, los grupos de interés especializados y los analistas. Existe además una creciente preocupación en la sociedad sobre potenciales impactos negativos que podría conllevar un uso inadecuado o irresponsable de la tecnología. Ante esta situación, hemos centrado nuestros esfuerzos en tres líneas de actuación:

Cumplimiento de la ley: ante un entorno de presión regulatoria creciente, un proyecto de ley que modifica la actual Ley de Datos Personales, Telefónica en Chile tiene una Gerencia de Compliance que asegura que no tengamos faltas de cumplimiento, gerencia que está soportada por un comité interdisciplinario de privacidad y seguridad de la información que vela por el cumplimiento práctico normativo y de las políticas en esta materia a fin de poder dar seguridad a los clientes y a la sociedad de un uso responsable de sus datos personales.



G4-DMA

Telefónica en Chile tiene un compromiso con los datos de sus clientes, para lo cual tiene un *Data Privacy Officer* cuya función es velar por la *protección* y *privacidad* de los datos.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Transparencia: frente al cliente, y otros grupos que representan sus intereses, hemos hecho un esfuerzo importante de aumentar la transparencia sobre cómo gestionamos la seguridad y la privacidad de su información, aumentando y simplificando la comunicación con el cliente. La confianza digital constituye un elemento importante de nuestra promesa cliente, y es importante que el cliente se dé cuenta de la relevancia que le damos. Durante el 2018 además se realiza el lanzamiento de [DialogandoMovistar.cl](#), plataforma que busca ser un eje de conocimiento, buenas practicas, transparencia y recomendaciones en el uso responsable de internet.

¿Qué es DialogandoMovistar.cl?

Una web que ofrece a toda la sociedad las claves para sacar el máximo provecho a las nuevas tecnologías haciendo un uso de ellas seguro y responsable en todos los ámbitos de su vida: familiar, laboral o escolar y afectivo.

Estas acciones y esfuerzos corresponden a un **compromiso** de Telefónica Chile que busca fortalecer la **confianza digital** de nuestros accionistas, empleados, clientes y proveedores sobre la base del derecho a la **protección** de los **datos** de carácter personal.

DialogandoMovistar.cl es un espacio sobre aquello que ocurre alrededor de la Red relacionado con **sostenibilidad** desde la **tecnología, innovación, entretenimiento, educación**, comportamiento en la red y seguridad y privacidad de la información.



dialogandomovistar.cl tiene por objetivo **sensibilizar y educar** a la sociedad a usar la tecnología de forma **responsable** y obtener todas sus **ventajas**.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

¿Qué puedo encontrar en DialogandoMovistar.cl?

El sitio web aborda asuntos relacionados con la Sostenibilidad (Ecoeficiencia, Economía creativa o Responsabilidad social); Innovación (Internet de las cosas, Nuevas tecnologías y Tendencias digitales; Entretenimiento (películas, series, videojuegos, libros y música); Identidad Digital (menores en la Red, familias conectadas, educación y competencia digital); Comportamiento (ciberbullying, relaciones online, salud, sexualidad y ciudadanía digital); y de Seguridad (contenidos inapropiados, cibercrímenes, derechos de autor, protección en Internet y privacidad).

Se trata de un portal de contenidos, en el que la sociedad encontrará opiniones, argumentos y consejos acerca de numerosas temáticas de actualidad como el móvil al conducir, la privacidad en Internet, el ocio digital, la relación de los menores con la tecnología, las nuevas herramientas digitales y oportunidades que se generan entorno a la revolución digital en Chile y el mundo.

Un comité de expertos discutirá y analizará mediante artículos de opinión, reflexiones, resultados de informes y otros textos y contenidos audiovisuales, las cuestiones que más preocupan a la sociedad actualmente como el ciberacoso, la ciberseguridad, la hiperconexión o la basura electrónica, entre otras. A esta iniciativa esperamos sumar durante el año a otras instituciones colaborativamente de manera de robustecer la conversación y diálogo respecto a estas temáticas.

Con esta iniciativa, Movistar quiere promover el buen uso de la tecnología en todos los usuarios, desde los más pequeños, hasta las personas mayores, y conseguir que DialogandoMovistar.cl sea la web de referencia sobre contenidos de uso responsable TIC.



DialogandoMovistar.cl es también un portal accesible para personas con **discapacidad audiovisual y auditiva** y está ya disponible en **portugués y español**, con las adaptaciones locales para algunos países de Latinoamérica.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Privacidad cuando los datos importan

En Nuestro sitio comercial adicionalmente disponibilizamos a nuestros clientes todos los documentos relacionados a resguardar la relación comercial con ellos, entre los cuales se encuentra nuestra política de privacidad además de todos los derechos y deberes en el entorno de las telecomunicaciones y condiciones generales y de obligaciones por parte de Telefónica respecto a datos personales. Todo esto con el fin de lograr construir mayor confianza en un entorno digital cada vez más amplio y complejo.

Vía correo y dirigida a nuestra compañía hemos recibido una consulta/reclamación en temas de protección de datos personales de las cuales, una ha sido resuelta satisfactoriamente.

La Privacidad de los datos es un valor clave en esta revolución digital, para lo cual Telefónica en Chile se apega irrestrictamente a la normativa local vigente y va más allá con los principios de cumplimiento de las políticas globales que son aún más estrictas, en donde las únicas instancias en donde Telefónica Chile comparte datos personales de clientes es según lo que legalmente debe responder.



G4-DMA

Acciones concretas buscan preservar cuatro principios de seguridad de la información



Confidencialidad

Permitimos el acceso a los datos y a nuestros sistemas sólo a aquellas personas debidamente autorizadas.



Integridad

Preservamos la exactitud de la información de los sistemas contra cualquier tipo de alteración, pérdida, o destrucción.



Disponibilidad

Establecemos los mecanismos necesarios para que la información y los sistemas puedan ser utilizados en la forma y tiempo requeridos.



Auditabilidad

Facilitamos que cualquier acción o transacción pueda ser relacionada unívocamente asegurando el cumplimiento de controles clave establecidos en las correspondientes normativas.

Telefónica en Chile tiene el **compromiso** de fortalecer la confianza digital de nuestros accionistas, clientes, empleados, proveedores y sociedad en general sobre la base del derecho a la **protección de los datos** de carácter personal.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Asegurando la privacidad desde el origen

Telefónica en Chile cuenta con un DPO, Data Protection Officer, cuyos objetivos son promover el Comité Local de Privacidad; y de velar por el cumplimiento de la ley local, y de las normativas corporativas (globales y locales) en materia de privacidad.

Comité Local de Privacidad

Este comité interdisciplinario busca dar soporte a la ejecución de las funciones que tiene encomendadas el DPO, así como en la identificación de los riesgos derivados de aquellos productos y servicios que impliquen un tratamiento masivo o sensible de datos personales, el análisis de su impacto y el acuerdo de una respuesta a tales riesgos (ya sea aceptarlos, eliminarlos, compartirlos o disminuirlos). El Comité está integrado, al menos, por los responsables de las áreas: jurídica, de seguridad, de negocio y de asuntos públicos.

Control de contenido: Bloqueo de contenidos con el objetivo de luchar de manera proactiva contra los contenidos de imágenes de abusos sexuales a menores en la red, Telefónica procede al bloqueo de estos materiales siguiendo las pautas y las listas proporcionadas por la Internet Watch Foundation en los siguientes países: Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Nicaragua,

México, Panamá, Perú, UK, Uruguay y Venezuela. Telefónica Colombia, hace lo propio a través de MINTIC y la DIJIN.

¿Qué está ocurriendo en Chile?

El 10 de marzo de 2017, el Gobierno de Chile firmó el proyecto de Ley de Protección de Datos Personales. El proyecto busca modernizar la ley N° 19.628 sobre Protección a la Vida Privada de 1999 y actualizar el marco legal vigente, ante los avances de la tecnología y la necesidad de equilibrar los intereses de las personas con la libre circulación de la información.

Este contexto regulatorio es el reflejo de una realidad en la que la digitalización y el uso de los datos se ha convertido en la base de nuevos modelos de negocio, donde las reglas de juego no están escritas. La responsabilidad que asume cada compañía sobre cómo incorpora los valores y los derechos de las personas a sus propuestas de valor es crítica para que el cliente pueda seguir teniendo confianza en nosotros. No solo debemos incorporar en el diseño de todo servicio que desarrollemos el respeto por los derechos de las personas para evitar cualquier impacto negativo, aunque sea inconsciente, si no también debemos ser cada vez más transparentes y claros hacia el cliente sobre qué datos usamos, con qué fines, y cómo puede el propio cliente autorizar o modificar esta gestión.

G4-PR8

Con el objetivo de comunicar de forma transparente nuestros esfuerzos sobre el derecho a la libertad de expresión en las telecomunicaciones, en materia de interceptaciones legales, acceso a metadatos, bloqueo y filtrado de contenidos y suspensiones geográficas o temporales de servicio, contexto legal en Chile, autoridades competentes y requerimientos recibidos, pueden acceder a nuestro Informe de Transparencia disponible en nuestro sitio web corporativo. Link: <https://www.telefonica.com/es/web/negocio-responsable/informe-de-transparencia-en-las-comunicaciones>

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Seguridad de la Información

Ciberseguridad, tan rápido como evoluciona la tecnología y sus sistemas de seguridad, evolucionan las formas de vulnerarlas.

Los ataques a las empresas intentando son una constante en el mundo de la tecnología y en esta nueva era digital, por eso la forma de gestionar la seguridad digital de los datos tiene que ir varios pasos adelante para resguardar de la mejor forma posible la seguridad de los datos de los clientes y de la sociedad en general.

Para esto Telefónica en Chile sigue los lineamientos de su Política Global de Seguridad que tiene la finalidad de preservar los activos de la Compañía y proteger sus intereses y objetivos estratégicos, tanto en su organización vertical (incluyendo sus unidades de negocio) como en su dimensión transversal (aplicable a sus tres plataformas):

- Infraestructura y Activos de Red
- Tecnologías de la Información
- Productos y Servicios

Líneas de actuación Gestión de Calidad

Para garantizar que los datos de nuestros clientes y de nuestros servicios se mantienen a salvo y seguros, se ha

desarrollado un plan de actualización y publicación de la normativa y los reglamentos de seguridad basados en el framework corporativo de seguridad de la compañía a nivel global, mapeada y compatible con el estándar ISO/IEC 27001.

Con el fin de alcanzar los objetivos de control dados por esta Normativa y por el Plan Estratégico de seguridad, se han establecido un conjunto adecuado de controles, los que se implementan, supervisan y mejoran de forma continua.

Wanacry El 12 mayo de 2017 se produjo un ciberataque "ransomware" internacional que afectó a más de 150 países e innumerables empresas y organismos públicos. En el caso de Telefónica en Chile, esto no afectó ni comprometió en modo alguno la red

de telecomunicaciones, los servicios asociados o los datos personales de nuestros clientes. Telefonica Chile aplicó sus protocolos de respuesta ante ciberataques definidos para este tipo de amenazas, operando en base a lo estipulado, ya que son probados permanentemente para su mejora continua.

De igual forma la **seguridad** ha de contribuir a preservar la **confidencialidad**, **integridad** y **disponibilidad** de los datos de los clientes (que confluyen en el concepto de cuarta plataforma).

Transformación Digital y la Seguridad.

La Seguridad es una de las bases fundamentales para la transformación digital de las compañías, en Telefónica Chile no es la excepción y estamos trabajando con todas las herramientas de seguridad que empujan los 6 pilares mencionados, contribuyendo a que la transformación digital de la Compañía sea además segura.

Pilares de la seguridad de la información



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos



Compromiso con nuestro equipo

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Evolución de la plantilla

G4-10 • G4-LA13

Al terminar 2017 contábamos con un equipo de 4.160 empleados de Telefónica en Chile, cantidad que no representa una variación significativa respecto al ejercicio anterior.

La diversidad es un aspecto muy relevante para nosotros, ya que enriquece la cultura de la Compañía y nos acerca más a nuestros clientes y la sociedad en general. En la actualidad, contamos con 133 empleados de más de 15 nacionalidades, mientras que en lo referente a diversidad de género, un 33% de nuestros profesionales en 2017 eran mujeres.

Respecto a los convenios colectivos, en 2017 el 89,05% de nuestros empleados cuenta con convenio colectivo negociado (sindicalizado), lo que supone un aumento con respecto al año anterior el cual se explica por el cumplimiento de la nueva legislación laboral vigente en Chile. En este punto cabe destacar que la Compañía ya contaba con un alto índice de sindicalización (76% en 2016, muy superior a la media nacional de ese año, que alcanzaba un 15%).

CARGO	TOTAL	MUJERES	HOMBRES
Gerente General	1	0	1
Directores	11	2	9
Gerentes	53	9	44
Subgerentes	143	33	110
Jefe y supervisores	351	97	254
Colaboradores	3.601	1.214	2.387

+6 Fundación Telefónica

+42 Telefónica I+D

DISTRIBUCIÓN ETARIA COMPAÑÍA	TOTAL	MUJERES	HOMBRES
Menores de 30 años	313	132	181
Entre 30 y 39 años	1.000	440	560
Entre 40 y 49 años	1.547	545	1.002
Entre 50 y 59 años	1.072	216	856
Entre 60 y más	228	22	206

ANTIGÜEDAD COMPAÑÍA	TOTAL	MUJERES	HOMBRES
Menos de 3 años	622	245	377
Entre 3 y 6 años	401	143	258
Entre 6 y 9 años	291	141	150
Entre 9 y 12 años	914	386	528
Más de 12 años	1.932	440	1.492

SUELDO BRUTO BASE PROMEDIO	
Ejecutivos	0,91
Subgerentes	0,98
Jefaturas	0,89
Profesionales	0,91
Administrativos	0,98

Relación sueldo mujeres sobre hombres.

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Atracción y desarrollo del talento

Transformación Digital: perfiles profesionales

La transformación necesita visión de futuro, anticipación, y esto es lo que nos ha llevado a desplegar el proyecto de talento Perfil para la Transformación Digital. La iniciativa tiene como objetivo la identificación de las competencias necesarias para liderar el cambio y así mantener nuestra posición competitiva en el mercado en los próximos años.

El Perfil para la Transformación Digital nos ha permitido identificar cuáles son estas capacidades diferenciales para tener éxito en entornos de disrupción tecnológica:

Capacidad de aprendizaje, crucial en entornos de cambios, esencial para reinventarse continuamente. Significa poder aprender y poder hacerlo de forma diferente, por medio de la experiencia, y a la velocidad del negocio. Y poder aplicar estos aprendizajes en situaciones nuevas.

Competencias de transformación, que permiten navegar con éxito el cambio constante, es decir, identificar aquellas competencias con mayor impacto en el liderazgo transformador.

Amplitud y profundidad de experiencias digitales, que resultan clave para mantener la posición competitiva, maximizando su impacto en el negocio y mejorando la experiencia de cliente.

Por nuestros clientes, somos más digitales

Porque somos parte fundamental del proceso de Transformación Digital que vive nuestra Compañía, las Gerencias de Experiencia Clientes y la Gerencia de Desarrollo Organizacional y Comunicaciones Internas con el apoyo de Universitas Telefónica han implementado un modelo de formación permanente, que permite capacitar a los líderes encargados de la atención de nuestros clientes en los distintos canales.

En octubre marcamos un importante hito en este modelo de formación: certificar los primeros 500 líderes, en el curso de Liderazgo para tu gestión del cambio,

a través de la plataforma web Miriadax, donde han adquirido herramientas clave, que les permitirá liderar y gestionar el cambio de sus equipos de trabajo, con el fin de garantizar una adecuada atención a nuestros clientes.

Dentro de este proceso, pronto comenzaremos con un nuevo curso, para nuestros proveedores. Habilidades y Competencias a través del Coaching Personal, el cual les entregará nuevas herramientas para el logro de objetivos a través de la toma de decisiones, además de mejorar el rendimiento y la calidad de vida.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Gestión del talento

G4-LA10

En un sector tan marcado por la transformación digital como es el de las tecnologías de la comunicación, la atracción y retención del talento es uno de los asuntos más materiales para nuestra sostenibilidad y rentabilidad. Por ello, ofrecemos una carrera profesional cuyo objetivo es, por un lado, tratar de cumplir con las inquietudes y aspiraciones de nuestros profesionales y, por otro, alinearse con los retos, a medio y largo plazo, de nuestra Compañía.

Queremos ser un buen lugar para trabajar, donde nuestros profesionales se sientan valorados, incentivados y puedan potenciar su formación y desarrollo.

Como parte relevante de este proyecto, estamos apostando por atraer talento procedente de la nueva generación de nativos digitales, imprescindibles para un sector tan dinámico como el nuestro. Así, en 2017, el 8% de nuestros empleados era menor de 30 años.

Nuestra política de Recursos Humanos es que todos los empleados reciban evaluaciones regulares del desempeño

y de desarrollo profesional. Del mismo modo, el pasado año continuamos impulsando programas globales y locales de desarrollo del talento que contribuyen al desarrollo profesional de nuestros equipos, para mejorar la implementación de la estrategia de Compañía, en sus distintos niveles y segmentos, desde los jóvenes a los directivos y fomentando la diversidad de la plantilla:

Global Young Leaders Programme: programa de desarrollo, con una duración de 2 años, que tiene como objetivos desarrollar capacidades digitales, transformacionales y de liderazgo entre los mejores profesionales jóvenes. En 2017 lanzamos la segunda edición, a la que también accedieron empleados chilenos tras un riguroso proceso de selección.

Talentum: iniciativa que aglutina todas las propuestas relacionadas con el desarrollo del talento y la empleabilidad de nuestra Compañía. Este programa contiene distintos tipos de becas y ayudas, para diferentes edades, desde el colegio hasta el primer empleo.

Entre ellas, destacan Talentum Mood, Talentum Startups, Talentum Universities y Talentum Schools.

Women In Leadership: en un programa de desarrollo que tiene como objetivo potenciar el liderazgo de las mujeres dentro de la Compañía. Mejorar el soporte al colectivo de mujeres de alto potencial de la capa directiva y pre-directiva de la Compañía.

- Establecer un marco de aceleración de carrera.
- Desarrollar las capacidades, confianza y seguridad necesarias para ser líderes de influencia en un entorno global.
- Construir una red de apoyo mutuo entre mujeres de alto potencial de la Compañía.

Rotaciones Internacionales: gracias a este programa global nuestros empleados pueden tener una experiencia internacional y multifuncional en otras empresas del grupo. Durante 2017 empleados chilenos también pudieron vivir esta valiosa oportunidad.

En **2017**
el **8%** de los
empleados de
Telefónica era menor
de **30 años.**



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Formación

Un aspecto fundamental para una buena gestión del talento en una empresa como la nuestra es la formación continua de los empleados. Por ello, articulamos esto a través de:

Formación presencial: en 2017, Universitas Telefónica, nuestra universidad corporativa, capacitó en su campus de Barcelona a 31 ejecutivos chilenos gracias a nuestros programas presenciales de liderazgo y estrategia focalizados en la transformación digital.

Formación online: articulada a través de programas de e-learning, entre los que destaca también el uso de aulas virtuales y el aprendizaje a través de MOOC.

Además, hay que destacar que, a partir de enero de 2016 todos los empleados tienen un acceso único a cualquier proceso de formación, a través de la nube, desde cualquier dispositivo, y en cualquier lugar, para que puedan formarse y aprender de forma continua.

Capacitación

En 2017, nuestro énfasis ha sido desarrollar y perfeccionar competencias, tanto del capital humano interno, como del de nuestras empresas aliadas, con foco en apoyar de forma ágil a la estrategia del negocio para cumplir los desafíos actuales y futuros. Se destaca la consolidación del modelo de Escuelas Digitales Comerciales y Técnicas, llegando a toda la primera línea de atención –venta, post venta y técnicos de todos los canales de atención- con alrededor de 400 contenidos de corta duración y formatos didácticos, tales como cápsulas, videos, simuladores sociales y formatos diseñados de forma flexible para adaptarse a las necesidades de los usuarios.

En el ámbito de la capacitación interna, se reforzaron las conductas de legado y cumplimiento, a través de cursos desplegados en versiones actualizadas a todo el plantel. Como una palanca de apoyo a la estrategia compañía [Elegimos todo], se desarrolló la nueva versión del Ecosistema de Aprendizaje Online Cultura de Servicio, abordando temas como el Perfil Transformador Digital, Cultura de Servicio y Productos Digitales.

En el ámbito de la Gestión del Cambio, se apoyó desde la formación, al proyecto de Transformación de Recursos Humanos, que tuvo como hitos 2017 el lanzamiento del módulo de Empleado Central en Success Factors el Centro de Atención al Empleado. En lo que se refiere al programa de meritocracia, se continuó con el ciclo de conferencias para las personas con mejor contribución y seguimos avanzando en el desarrollo de competencias para el desempeño diario de cada función específica.

En la creciente necesidad de incrementar considerablemente nuestra dotación de técnicos en terreno y haciéndonos cargo de una problemática país respecto de la calidad de la educación Técnico Profesional, este año mantuvimos los programas de formación dual a través de los liceos técnico-profesionales a lo largo del país, e incorporamos la formación de técnicos en colaboración con el mundo académico, a través del Instituto Duoc UC. La principal característica del programa dual es aprender haciendo, donde nuestra empresa adopta un rol formativo, acompañando a los alumnos en su aprendizaje, por nuestros propios técnicos expertos.

G4-LA10

En **2017**,
Universitas Telefónica, nuestra universidad corporativa, **capacitó** en su campus de Barcelona a **31** ejecutivos.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Gestión de la diversidad

G4-DMA

TENEMOS LA CONVICCIÓN DE QUE LAS EMPRESAS SON EL REFLEJO DE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN ELLA. ASÍ, PARA NOSOTROS LA GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD ES UNA PALANCA CLAVE EN LA DIGITALIZACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

¿Cómo entendemos la diversidad?

Creemos que es una fuente de talento y por tanto la vivimos como un elemento competitivo que nos permite acercarnos a una sociedad diversa y cambiante. La diversidad fomenta la empatía y la innovación, y como tal genera valor para nuestra Compañía.



ENFOQUE DE GESTIÓN

¿Por qué es un tema material?



La diversidad es una importante fuente de talento, que nos permite impulsar la inclusión e innovación que son líneas estratégicas dentro de nuestra Compañía. Buscamos atraer y desarrollar el potencial de los mejores profesionales.

¿Dónde impacta?



En una atención mejor y más personalizada hacia nuestros clientes, además repercute en la cultura de Compañía, así como en nuestros proveedores y colaboradores.

El objetivo de Telefónica



Garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción de talento diverso. Reducir la brecha de mujeres que ocupan puestos de responsabilidad, atraer talento joven y avanzar en el desarrollo de buenas prácticas para la consecución de estos objetivos.

Indicadores

	2016	2017
% mujeres	33%	33%
% jóvenes menores de 30 años	8%	8%

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Política de diversidad e inclusión

Política de diversidad

Entendemos la diversidad como una fuente de talento dentro de nuestra Compañía y como un elemento competitivo que nos permite acercarnos a una sociedad diversa y cambiante. Fomentamos de esta forma la empatía y la innovación, a la vez que generamos valor para la Compañía e impacta de forma positiva en nuestros resultados.

En este sentido, nuestra apuesta por la diversidad es transversal a toda la organización y constituye un eje estratégico de nuestro Plan de Negocio Responsable.

Para establecer y regular los principios dentro del Grupo Telefónica que garanticen la igualdad de oportunidades y la diversidad, nuestro Consejo de Administración aprobó en 2016 una **Política Global de Diversidad**

e **Inclusión**, cuyo objetivo es asegurar el trato no discriminatorio, justo e imparcial en todos los ámbitos de nuestra organización. Aseguramos así una gestión sin prejuicios asociados a la nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, capacidades físicas o responsabilidades familiares.



Todas nuestras actuaciones se basan en nuestros: **Principios de Negocio Responsable**



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Igualdad de género

Queremos promover la diversidad como un componente clave para la gestión del talento en todos los mercados en que estamos presentes. En este sentido, el Consejo de Diversidad ha planteado la igualdad de género como un eje de actuación prioritario en nuestro plan de diversidad. Por ello, hemos diseñado un plan de trabajo a medio y largo plazo dirigido a reducir la brecha entre mujeres y hombres que ocupan puestos de responsabilidad y garantizar la igualdad de oportunidades, así como la atracción de talento en los procesos de selección. En este sentido, se ha fijado un objetivo concreto: alcanzar para el 2020 el 30% de mujeres en puestos directivos.

Destaca, además, una nueva edición del programa "Women in Leadership" de aceleración de carrera profesional e incremento de visibilidad para las mujeres con mayor potencial de liderazgo. La iniciativa, incluye elementos de formación en liderazgo, competencias digitales, mentorización y networking.

Iniciativa Paridad de Género Chile

La Iniciativa de Paridad de Género (IPG) Chile, es una alianza público-privada, promovida por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Foro Económico Mundial, que tiene como propósito reducir la brecha de género y aumentar la participación económica y el progreso de las mujeres en el mercado laboral en nuestro país.

La IPG –lanzada oficialmente en la Moneda, en diciembre de 2016- creará caminos para que la economía chilena capture los beneficios que traen los altos niveles de acceso a la educación, y así alcanzar una adecuada y plena participación de las mujeres en los mercados, potenciando, de este modo, el crecimiento.

La iniciativa implementará 10 medidas para reducir las brechas económicas de género, apuntando al cumplimiento de 3 objetivos estratégicos:

- Aumentar la participación laboral femenina.
- Visibilizar y reducir las brechas salariales de género.
- Disminuir las barreras al ascenso femenino y aumentar su presencia en altos cargos.

Para la implementación de la IPG se ha creado un Grupo de Liderazgo, conformado por empresarios/as, altos representantes de gobierno y de la sociedad civil, que se han comprometido a colaborar en la dirección de esta iniciativa y así asegurar la sustentabilidad de la misma. La Secretaría Ejecutiva de esta instancia ha sido encargada por el BID y el WEF a ComunidadMujer, organización independiente y transversal que promueve los derechos de las mujeres y aporta a la generación de políticas públicas para una mayor igualdad y equidad en la educación, en lo laboral y en lo político.

Juntos actuarán sobre las políticas públicas a corto y mediano plazo, tomando en cuenta los contextos políticos y económicos para la viabilidad de los avances, e impulsarán el diálogo entre sectores y acciones conjuntas, para cerrar las brechas económicas de género que mide el Foro cada año a través del Índice Global de Brechas de Género.

En el grupo de liderazgo de esta iniciativa, Telefónica participa en la co-presidencia y también en el grupo técnico de trabajo, con la responsabilidad de coordinar los esfuerzos del sector privado, ámbito donde la IPG alcanzó un total de 110 empresas diferentes empresas y organizaciones que han suscrito esta iniciativa.

Durante el 2017
4 mujeres
que participaron de
"Women in Leadership".

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

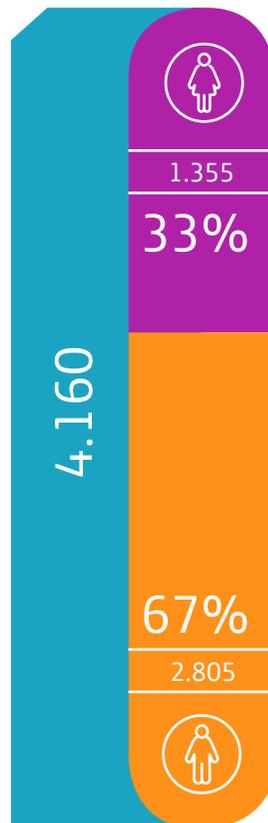
8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Diversidad en Cifras

Distribución de hombres y mujeres en la plantilla total



Principales Indicadores

	2016	2017
Mujeres en plantilla	33%	33%
Mujeres en puestos directivos ⁽¹⁾	19,1%	20,5%
Mujeres en el Directorio	1	1
Nº de nacionalidades en plantilla	15	15
Personas con discapacidad en plantilla ⁽²⁾	-	6
Porcentaje de menores de 30 años ⁽³⁾	19,9%	19,1%
Porcentaje de mujeres menores de 30 años ⁽³⁾	3%	3%

(1) Alcance se refiere a cargos de gerencia general, directores y gerentes, total: 65.

(2) De acuerdo a las nuevas exigencias de la Ley N°20.422

(3) Porcentaje sobre el total de menores de 30 años en plantilla.

En la actualidad, contamos con 133 empleados de 15 nacionalidades diferentes. En lo referente a diversidad de género, el total de mujeres profesionales asciende a un 33% del total, situándose un 20,5% en puestos directivos. Esta diversidad fortalece nuestra cultura y nos permite posicionarnos como una empresa global y competitiva.

G4-LA12



De todos nuestros empleados menores de 30 años, **el 3% son mujeres.**

Mensaje del
Gerente General

Perfil y valores
de la compañía

1. Principales
magnitudes de
la compañía

2. Contribución
al progreso

3. Gobierno
corporativo

4. Negocio
responsable

5. Modelo y
desarrollo de
negocio

6. Compromiso
con el cliente

7. Compromiso
con nuestro
equipo

8. Compromiso
con la sociedad

9. Compromiso
con el medio
ambiente

10. Anexos

Libertad de asociación, diálogo social y retribución justa

G4-11 • G-52 •
G4-DMA

En virtud del acuerdo alcanzado con Unión Network International (UNI) estamos comprometidos con las normas fundamentales de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) sobre el trabajo, que se refiere principalmente a la libertad de sindicación y el derecho a la negociación colectiva.

Este acuerdo, renovado a finales de 2014, se mantiene vigente y tiene en cuenta la evolución en materia de responsabilidad empresarial según lo establecido en los Principios Rectores para Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas, que aclaran que las empresas deben respetarlos en todas sus operaciones. En el marco del mismo, la dirección de Recursos Humanos del Grupo mantuvo un encuentro anual con la UNI en enero de 2016 en Chile.

Al 31 de diciembre de 2017, el 89,05% de nuestros colaboradores estaban sindicalizados. Durante este período se llevaron a cabo 4 negociaciones colectivas, las que involucraron a siete sindicatos y a 846 trabajadores. Cabe destacar que tres de esas negociaciones se llevaron a cabo bajo las normas establecidas en la llamada reforma laboral, concluyendo de manera exitosa

para las partes mediante la suscripción de los Convenios Colectivos respectivos.

Con fecha 28 de julio de 2017, todos los sindicatos vigentes en la Compañía, representados por la mayoría absoluta de sus dirigentes, suscribieron con Telefónica Chile Servicios Corporativos Ltda. el Acta de Acuerdo, mediante la cual se calificaron, de común acuerdo, los Servicios Mínimos y Equipos de Emergencia, en conformidad a lo establecido en los artículos 359 y siguientes del Código del Trabajo.

Por otra parte, Telefónica en Chile fue reconocida en la más reciente entrega de los premios Sergio May Colvin, organizado por Caja Los Andes. Este premio destaca a las compañías comprometidas con el desarrollo de buenas prácticas laborales.

Así también, por su destacado desempeño en la práctica "Relaciones de Confianza", iniciativa que promueve un empleo pleno, Telefónica en Chile fue distinguida por Red Pacto Global Chile (ONU) – Universidad Andrés Bello como la empresa con mejores prácticas en el área de Relaciones Laborales. El reconocimiento fue entregado en la

presentación de la séptima versión del estudio "Sistema de Integración de los Principios de Pacto Global" (SIPP), por Margarita Ducci, Directora Ejecutiva de Red Pacto Global Chile, y Eliel Hasson, Jefe de Asesores y Asuntos Internacionales del Ministerio de Trabajo y Previsión Social. El Estudio SIPP 2017 analizó el desempeño de 44 empresas en materia de sostenibilidad, considerando indicadores transversales de gestión y de la Global Reporting Initiative (GRI).

Retribución justa

Dentro de nuestros Principios de Negocio Responsable recogemos el compromiso que tenemos con los empleados, garantizando una compensación justa y adecuada al mercado laboral en el que desarrollamos nuestras operaciones. Aseguramos que nuestras políticas y prácticas de compensación garantizan la igualdad salarial y de oportunidades entre hombres y mujeres.

Nuestra política de retribuciones tiene como objetivo atraer, retener y motivar a los profesionales para que, entre todos, podamos afrontar los retos de la transformación del sector que está teniendo lugar.

Al 31 de diciembre
de 2017,
el 89%
de nuestros
colaboradores estaban
sindicalizados.

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Clima laboral, conciliación y compromiso

Un aspecto muy relevante para la atracción y retención del talento es fomentar un buen entorno de trabajo. Alinear expectativas y conocer los problemas son claves para mantener a nuestros profesionales motivados y es esencial para conseguir un alto compromiso y un excelente servicio para nuestros clientes.

Para conseguir todo esto, desarrollamos un constante y continuo diálogo con nuestros empleados mediante distintos canales y realizamos un estudio anual de

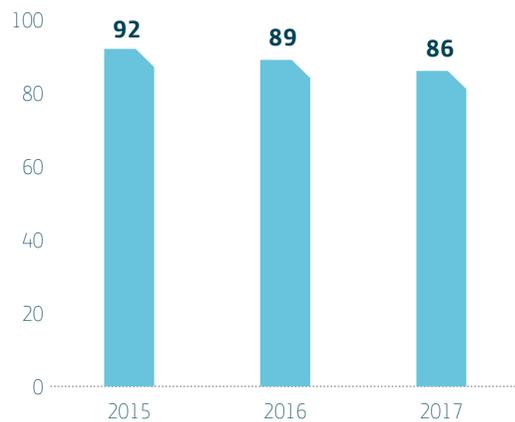
clima laboral sobre el que nos marcamos objetivos. En esta encuesta aplicamos criterios cuantitativos y cualitativos, medibles y gestionables para identificar la evolución y los objetivos en las distintas categorías de preparación, motivación y recursos de nuestros trabajadores.

Durante 2017, en nuestro estudio de clima y compromiso de Chile participaron un total 3.478 profesionales obteniendo un índice de compromiso de 86 sobre 100.

En el análisis de esta encuesta, destacan como fortalezas lo siguiente:

- "El entorno de trabajo de Telefónica me motiva para tratar de dar siempre lo mejor de mí".
- "Recomiendo mi empresa como un buen lugar para trabajar a personas cercanas a mí".
- "No tengo grandes barreras para hacer bien mi trabajo".

Encuesta Clima y Compromiso



Buenas Prácticas

Gente de Valor

Un año más hemos lanzado el programa global anual de reconocimiento "Gente de Valor".

Se trata de una iniciativa que tiene como objetivo impulsar una cultura de meritocracia a través del reconocimiento personal de líderes entre los empleados y propios compañeros. En este programa se da una gran visibilidad a aquellas personas que destacan, tanto por su contribución diferencial como por sus comportamientos alineados a los valores de compañía. También

se reconoce también al Voluntario o contribuidor social del año.

La campaña entre empleados reportó un total de 74.000 reconocimientos a través de nuestra plataforma interna de Success Factors.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Conciliación

Impulsamos la búsqueda de nuevas fórmulas de trabajo que permitan a nuestros empleados tener una mejor conciliación entre su vida profesional y personal, buscando flexibilizar los tiempos y facilitar la adopción de nuevas fórmulas de trabajo.

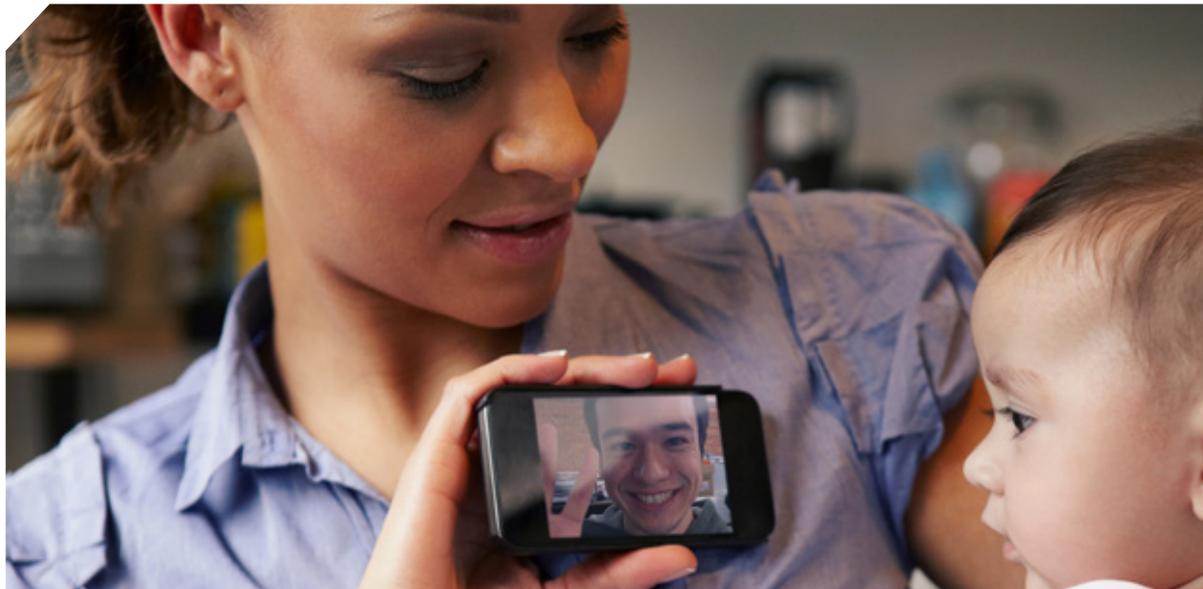
Además de esto, llevamos a cabo un conjunto de medidas y disposiciones de flexibilización laboral, servicios y beneficios adaptados a sus necesidades.

En materia de jornada y horarios, un amplio porcentaje de la plantilla disfruta de jornadas más breves en los meses de verano, fomentando las nuevas formas de trabajo flexible que permiten las nuevas tecnologías.

Buenas Prácticas

Happy day

Como ya es tradicional para los niños de nuestros colaboradores, en diciembre realizamos el Happy Day Visita de I@s niñ@s 2017, día que tiñó de alegría y sonrisas el Edificio Corporativo. Disfraces, juegos, adornos de Navidad y mucha buena onda inundaron los pisos de la Torre, demostrando una vez más que todos somos protagonistas del desafío de construir un buen clima laboral.



Valoramos la *diversidad* de nuestros empleados y fomentamos el *equilibrio entre su vida personal y familiar* como clave para el desarrollo de nuestro negocio.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Seguridad, salud y bienestar laboral

G4-LA5 • G4-LA6

La seguridad, salud y bienestar constituyen para nosotros una de las principales líneas de actuación. Llevamos su implantación a través de un sistema de gestión de prevención de riesgos laborales que garantiza la integración de la seguridad y salud con criterios prevencionistas en nuestros procesos y servicios.

El órgano de gestión es la Gerencia de Relaciones Laborales (perteneciente a la Dirección de Personas) unidad que coordina las actuaciones en materia de prevención y salud laboral.

Seguridad Física de los Empleados

La información que obtenemos del control de accesos físicos nos permite gestionar planes de evacuación eficientes, en tiempo real, con los equipos de emergencia y el personal afectado, movilizandolos recursos necesarios para garantizar su integridad.

Programa 'Feel Good'

Durante 2017 hemos llevado a cabo distintas campañas de promoción de la salud. Así, dentro del programa "Feel Good", que se desarrolla mediante cuatro ejes fundamentales: actividad

física, nutrición, salud y persona; hemos puesto en marcha diversas iniciativas para fomentar hábitos saludables de los empleados. Además, se han puesto en marcha salas de bienestar, con espacios para la actividad física y charlas sobre salud para los empleados.

También hemos fomentado la concienciación de la vacunación como un acto responsable de la propia persona con su entorno y la sociedad; realizando, de forma paralela a la campaña, charlas informativas a los empleados.

Comités Paritarios

El modelo de seguridad y salud establecido en las diferentes regiones en las que estamos presentes, muestra una alta representatividad y participación de los trabajadores en los aspectos de seguridad y salud a través de los correspondientes Comités de Seguridad y Salud, en todas nuestras regiones.

Estos Comités nos permiten la puesta en práctica y consolidación de los objetivos establecidos en materia de seguridad y salud, mediante un continuo análisis y seguimiento de la actividad preventiva programada.

En 2017 contábamos con 24 comités paritarios que representaban a más del 98% de los empleados de nuestra operación.

Indicadores

Entre las actividades profesionales que se realizan dentro de nuestra Compañía no se percibe una especial incidencia o un riesgo elevado de determinadas enfermedades.

Información de accidentabilidad

	NÚMERO DE ACCIDENTES	NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES	DÍAS PERDIDOS POR ACCIDENTES DE TRABAJO	DÍAS PERDIDOS POR CUALQUIER TIPO DE INCAPACIDAD
2016	21	0	551	42.265
2017	24	0	754	53.668



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

8

Compromiso con la Sociedad



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Derechos Humanos

Nuestro Compromiso

El respeto por los Derechos Humanos constituye uno de los pilares de nuestros Principios de Negocio Responsable y se refleja en compromiso explícito que publicamos en 2013 conforme a los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas.

Nuestro enfoque se basa en cinco componentes básicos que cubren la esfera de influencia de la Compañía: nuestra gente, nuestra tecnología, nuestros proveedores, nuestro rol en las comunidades y nuestro rol para el cambio mediante la participación y alianza con los grupos interés.

Nuestra debida Diligencia en Materia de Derechos Humanos

En 2012 realizamos una evaluación sobre nuestros potenciales impactos en los Derechos Humanos, siguiendo las directrices de los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas. La evaluación se llevó a cabo en 16 países e identificó 15 temas.



Nuestro modelo de debida diligencia se ha construido siguiendo el siguiente modelo de gestión:

1. Integrar en nuestras políticas y procesos a nivel corporativo y local nuestro compromiso con los Derechos Humanos.
2. Evaluación de los impactos en los Derechos Humanos en cada uno de nuestros mercados.
3. Adaptación del actual mecanismo de quejas en el que se incluyan todos los aspectos de Derechos Humanos evaluados.
4. Compromiso continuo con todos los grupos de interés para unir esfuerzos de colaboración que aborden los riesgos de la industria y creen soluciones innovadoras que permitan aprovechar las oportunidades.
5. Monitorear e informar de los avances y desafíos tanto a nivel global como local.
6. Actualizar nuestra matriz de impacto en Derechos Humanos para adaptarla a la realidad del sector, a nuestra estrategia y al contexto donde operamos.

Objetivos de Desarrollo Sostenible





Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Hemos venido avanzando en la implementación de este modelo en todos los países donde operamos. Como parte del ejercicio de monitoreo hemos entendido que los cambios actuales en la industria digital y la definición de la nueva estrategia del Grupo Telefónica implicaban una revisión de la primera evaluación de impacto.

Estamos al borde de una nueva era: robótica, inteligencia artificial y automatización... van a dar forma al futuro. Los servicios digitales, la hiperconectividad, el uso correcto del big data y la inteligencia artificial cambiarán el mercado en el que estamos compitiendo y tendrán un impacto en la vida de todas las personas. Es importante que seamos conscientes de los potenciales impactos que estos desarrollos pueden tener en los Derechos Humanos y que tengamos implantados planes de trabajo para mitigar estos impactos.

Como parte de nuestra debida diligencia, en 2016 iniciamos una actualización de nuestra evaluación de impacto en Derechos Humanos realizada en 2013.

Buscamos comprender los impactos potenciales derivados de nuestra estrategia, de las nuevas actividades del Grupo, y de un entorno digital en constante cambio, tomando como punto de partida los resultados de la evaluación anterior y siguiendo un marco metodológico cuyo punto de referencia son los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

Para poder determinar y diferenciar los distintos niveles de conexión e influencia en los impactos potenciales a los Derechos Humanos se definieron 5 áreas de análisis (empleados, cadena de suministro, actividades de negocio, actividades de expansión corporativa y asuntos transversales) y posibles impactos asociados a cada uno.

En esta primera fase se han identificado 23 asuntos de Derechos Humanos:

Asuntos Internos



- Desigualdad de condiciones laborales entre diversos países, cargos y trabajadores internos de la Compañía vs. externalización.
- Discriminación y diversidad.
- Garantía del Libre ejercicio de la libertad sindical.
- Reestructuración de funciones organizativas.

Proveedores



- Impactos relacionados con minería en conflicto.
- Condiciones justas, equitativas, satisfactorias y respetuosas de los derechos laborales de los trabajadores tercerizados.
- Impactos ambientales relacionados con reciclaje de chatarra electrónica.

Clientes



- Brecha digital: pleno acceso a los servicios de telecomunicaciones.
- Imposición de cargas contractuales excesivas y cobros adicionales en virtud de cláusulas abusivas.
- Publicidad subliminal, engañosa, agresiva y discriminatoria.
- Seguridad de productos y servicios soportados en la Red.
- Neutralidad y respeto del derecho de libertad de expresión en la divulgación de información en la Red.
- Divulgación de información suficiente y transparente sobre mecanismos de recolección y tratamiento de los datos.
- Posibles usos ilegítimos o no autorizados de los datos.

- Generación de modelos cognitivos utilizando datos de los clientes y de la operación.
- Uso adecuado, proporcionado y legítimo de la tecnología.
- Impactos en comunidades por mantenimiento, construcción y desarrollo de infraestructuras.
- Calidad y estabilidad de redes de telecomunicación.

Negocios Corporativos



- Aseguramiento de la debida diligencia en Derechos Humanos en operaciones de M&A, Joint ventures, alianzas y acuerdos de transferencia de tecnología.

Transversales



- Corrupción y soborno.
- Responsabilidad Fiscal.
- Impactos sobre los derechos de los niños como sujetos especiales de protección y atención.
- Impactos asociados a tecnologías emergentes.

Nuestro enfoque en Derechos Humanos *se basa en componentes básicos* para nosotros: *empleados, tecnología, proveedores y nuestro rol dentro de la sociedad.*

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Inclusión digital

DESARROLLAMOS SOLUCIONES INNOVADORAS Y SOSTENIBLES QUE APORTAN VALOR A LAS SOCIEDADES EN LAS QUE OPERAMOS Y NOS PERMITEN LLEVAR LA CONECTIVIDAD E INTERNET A TODAS LA PERSONAS, INDEPENDIEMENTE DE SU UBICACIÓN, SITUACIÓN ECONÓMICA O DISCAPACIDAD.

¿Cómo garantizamos la inclusión digital?

Más allá del esfuerzo de inversión en despliegue de Red, a través de la innovación tecnológica y los nuevos modelos de negocio desarrollamos soluciones de conectividad asequibles y accesibles, para garantizar que todas las personas acceden a las ventajas de la transformación digital.



ENFOQUE DE GESTIÓN

¿Por qué es un tema material?



El acceso a redes de banda ancha de alta velocidad es la base del desarrollo de la economía digital. En este sentido, como proveedor de conectividad, Telefónica tiene el objetivo de llegar cada vez a más personas y juega, por tanto, un papel fundamental como catalizador de la transformación digital.

¿Dónde impacta?



Impacta directamente en las personas que se encuentran excluidas de los potenciales beneficios que ofrece la revolución digital a través de los servicios de conectividad. También permite responder de una manera más eficiente a situaciones de emergencia y desastres naturales.

El objetivo de Telefónica



Queremos incrementar la inversión en nuevos proyectos e iniciativas de innovación sostenible, haciendo especial foco en conectar a los no conectados y llevar Internet a zonas rurales. Del mismo modo, seguir incorporando la accesibilidad como un elemento natural, a la vez que vamos extendiendo las buenas prácticas que conseguimos en nuestras distintas operaciones.

Indicadores Globales

	2016	2017
Inversión en Servicio Universal (millones de euros)	324	343
Penetración de smartphones	48,5%	49,5%

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Con la revolución digital estamos viviendo un gran desarrollo social y económico en el que la tecnología nos abre las puertas a un mundo de información y conocimiento. La conectividad es, por tanto, el gran aliado que nos permite garantizar el acceso a la vida digital, con la mejor tecnología y sin dejar a nadie atrás.

La inclusión digital, que puede ser definida como la expansión de la conectividad global y la adopción de servicios de Internet, está demostrado que puede traer beneficios sociales y económicos, además de tener un gran potencial para ayudar a reducir la pobreza, mejorar infraestructuras o ampliar la oferta de acceso a servicios como salud, educación o servicios financieros, entre otros.

En la última década, gracias a la inversión en despliegue de Red y a los nuevos modelos de negocio, hemos sido capaces de extender la cobertura de nuestros servicios y reducir la brecha digital de forma acelerada (para más información, ver capítulo 'Despliegue de Red').

Sin embargo, a pesar de todos estos avances todavía, a día de hoy, existen barreras a la inclusión digital, dejando a aquellas comunidades que no están conectadas o están desatendidas, correr el riesgo de quedar aún más rezagadas, además de perder una oportunidad de crecimiento y desarrollo en estos sectores de la población.

Por ello, creemos que la solución para conseguir reducir esta brecha debe ser integral e involucrar tanto a empresas privadas como a autoridades y administraciones públicas. Será este uno de los principales retos a los que nos enfrentaremos en los próximos años y para conseguirlo, hemos comenzado ya a trabajar en los siguientes frentes que nos ayudarán a progresar en las comunidades en las que operamos:

Despliegue de red en zonas remotas

Asegurando el acceso a la tecnología gracias al despliegue de nuestra red en regiones o zonas geográficas de difícil acceso.

Respuesta ante emergencias:

Desarrollando políticas y soluciones que nos permitan actuar de una forma eficaz en respuesta a desastres o catástrofes naturales, llevando nuestros servicios de comunicaciones a la población y equipos de emergencia y actuando en nuestras infraestructuras para garantizar la continuidad del servicio.

Educación digital y Desarrollo de contenido local:

Mediante programas de educación que aumentan la adopción y uso de Internet y la eliminación de barreras de conocimiento sobre los servicios digitales. Además, impulsamos el desarrollo de contenidos que sean relevantes para nuestros clientes.

Accesibilidad:

Garantizando la accesibilidad de nuestras soluciones para todos los colectivos y personas que padezcan algún tipo de discapacidad.

La **conectividad** es el gran aliado que nos permite **garantizar el acceso a la vida digital**.

Inclusión digital



Asequibilidad:

Desarrollando nuevos modelos de negocio que permitan a todos los segmentos de la población acceder a nuestros productos y servicios, independientemente de sus recursos económicos.

Innovación Sostenible:

Desarrollando nuevas soluciones innovadoras que busquen tener un impacto social y/o medioambiental positivo y generar valor en el largo plazo para nuestra Compañía.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Conectividad y Red en Zonas remotas

Además del despliegue de Red y la inversión en infraestructura que llevamos a cabo, se realizan proyectos específicos que buscan llevar la conectividad a zonas remotas y rurales mediante modelos de negocio innovadores que garanticen un retorno de la inversión realizada.

Parte de la población chilena todavía no tiene acceso a redes de banda ancha móvil y estas soluciones tienen como objetivo lograr que todas las personas puedan acceder a la comunicación y al mundo digital. Creemos que Internet y las comunicaciones móviles tienen el potencial de impactar positivamente en la transformación de la vida de las personas ofreciendo beneficios en un gran número de áreas como salud, educación, servicios financieros, transporte o agricultura, entre otras.

Proyecto técnico de servicio público

Telefónica en Chile finalizó el despliegue del proyecto LTE 700 MHz (520 sitios) comprometido en el concurso de espectro, cuyo plazo final de implementación era el 14 de septiembre de 2017.

Asimismo, el 30 de octubre, concluyó el despliegue de las 366 localidades, 158 escuelas y dos rutas comprometidas en el marco de las Contraprestaciones asociadas al Concurso.

De esta manera, Telefónica cumplió, dentro de los plazos otorgados, el 100% del proyecto comprometido del concurso público 700 MHz.



Buenas Prácticas

Modelos como la compartición de infraestructuras de red, uso de nuevos espectros de frecuencia o soluciones de virtualización de red, están permitiendo reducir la inversión necesaria para el despliegue con lo que se facilita llegar a nuevas zonas y con ello que más personas puedan acceder a servicios de comunicación. Para más información, consulte el capítulo 'Despliegue de Red'.

Los habitantes de las localidades camiónas de Francia y Quistagama dejarán en el pasado los problemas para comunicarse, gracias al servicio de voz e internet móvil habilitado por la compañía Movistar en la zona. Desde octubre, la Compañía inauguró el despliegue de conectividad, que además contempla Internet Banda Ancha para las escuelas de las localidades beneficiadas.

Este hito de conectividad abarca a un total de 10 comunidades rurales en la Región de Tarapacá como Pachica, Coscaya, Sibaya o Parca, entre otras, las cuales ya podrán contar con servicio móvil de telefonía y datos vía 3G. Por medio de este esfuerzo, Telefónica está acortando las brechas digitales y potenciando el desarrollo de los habitantes de zonas aisladas, dando cumplimiento a nuestro compromiso por llevar conectividad a todo el país.

En la localidad de Francia, sus más de 200 habitantes hasta el año pasado no contaban con acceso a Internet. De hecho, los vecinos del poblado debían subir hacia a un cerro tan sólo para efectuar una llamada. Pero hoy gracias a la conectividad esta realidad ha cambiado.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Emergencias

Contar con tecnología punta, segura y eficiente marca la diferencia en momentos de emergencias, pues permite optimizar la coordinación de las acciones de rescate y logística, actuar en tiempo real y hacer frente de forma más eficiente a los retos de seguridad que se presentan después de una catástrofe. Y es que, cada día más, la tecnología y las telecomunicaciones son un elemento clave para las situaciones de emergencia, mejorando su gestión y aumentando la rapidez.

Somos conscientes de la importancia de nuestras redes y del potencial de los servicios innovadores que ofrecemos para abordar de forma más eficiente los crecientes retos sociales y medioambientales.

En caso de desastres, la respuesta es en primer lugar responsabilidad de los gobiernos. Por ello, impulsamos la colaboración con estos y con organizaciones humanitarias con el objetivo de fortalecer las estrategias de respuesta. Nuestra política de actuación en estos casos se focaliza en la organización y ejecución de un despliegue puntual de tecnología de telecomunicaciones que ayude y soporte los esfuerzos de preparación y respuesta ante situaciones de emergencia.

Política de Actuación

La clave para una respuesta rápida y eficaz por parte de los equipos de emergencia frente a situaciones catastróficas se basa en una buena gestión de las redes y servicios de telecomunicaciones. Además de establecer los Planes de Continuidad, necesarios para garantizar la prestación normal de servicios a nuestros clientes, en todos los países donde operamos incluimos acciones concretas para completar así la ayuda humanitaria:

- Preparamos simulacros con el objetivo de construir, mejorar y mantener actualizados los procesos, planes de acción, capacidades y prioridades en respuesta conjunta.
- Establecemos un código básico de ayuda humanitaria en coordinación con los reguladores nacionales para ordenar la participación de las empresas públicas y privadas.
- Soportamos el acceso a nuestros servicios móviles durante la emergencia, proporcionando acceso simplificado y gratuito a las comunicaciones vitales hasta el punto de reactivar servicios suspendidos o dados de baja.

En abril la GSMA (asociación mundial que agrupa a 800 compañías de telecomunicaciones), Red Pacto Global (ONU), Movistar Chile y otros operadores móviles del país, firmaron en la sede de la CEPAL la Carta de Conectividad Humanitaria de la GSMA. Esto como parte de la campaña #NosImportaChile y también como compromiso de la industria Telco con los "Objetivos de Desarrollo Sostenible" (ODS) de Naciones Unidas.

La iniciativa conjunta es apoyada también por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), y ya cuenta con más de 108 operadores

móviles firmantes, cubriendo más de 77 países.

Según la GSMA, uno de los objetivos más relevantes de la Carta es "fortalecer el acceso a la comunicación e información para aquellos afectados por situaciones de emergencias, ayudando a reducir la pérdida de vidas y contribuir positivamente a la respuesta humanitaria". Además, los otros participantes de la firma resaltaron los avances en el país, como el Sistema de Alerta de Emergencia (SAE) y las acciones para que –pese a las emergencias– se refuerce la autonomía de la red.

Educación Digital y Desarrollo de Contenido Local

A pesar de que las tasas de alfabetización básicas son cada vez mayores, todavía en algunos sectores de la población persiste una brecha de alfabetización y aptitudes digitales que dificultan el acceso y uso de muchos productos y servicios que ofrece Internet.

La alfabetización digital se define no solo como el conjunto de aptitudes que permiten al usuario acceder a Internet, sino también como aquellas aptitudes que le permiten navegar por sitios web y evaluar y crear información a través de dispositivos digitales.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Por ello, conscientes de la importancia de la educación digital, a través de nuestra Fundación, hemos desarrollado programas en todos los países en los que operamos que tienen el objetivo de impulsar el conocimiento de las herramientas digitales, o haciendo uso de las mismas para garantizar una educación de calidad. Para más información, consulte el capítulo 'Acción social y cultural'.

Servicio Asequible

Dentro de nuestro objetivo de poder conectar a las personas, sabemos que es muy importante que los servicios que ofrecemos sean asequibles para la población, sin importar el estrato social al que pertenezcan.

La adopción de banda ancha fija y, especialmente móvil, ha mejorado de manera significativa durante la última década. Sin embargo, a pesar de estos avances, todavía existen sectores de la población que no pueden acceder debido a razones fundamentalmente económicas. Aun teniendo en cuenta la importante reducción de tarifas de telecomunicaciones registrada en los últimos años en la base de la pirámide sociodemográfica de la región, es tan reducido que estos avances no permiten superar la barrera económica.

En este sentido, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) también destacan el

potencial de Internet en cuanto al bienestar social y económico. Del mismo modo, en el caso de las pequeñas empresas y los emprendedores poder acceder a servicios de telecomunicaciones asequibles les ayuda a impulsar y desarrollar sus negocios.

El prepago móvil, una oferta diferenciada de banda ancha y los paquetes de servicios para pequeñas empresas y emprendedores, son herramientas clave para incrementar la penetración en los sectores de la población de menores ingresos.

Oferta diferenciada y adaptada

En el mercado móvil, así como en lo referente al acceso a Internet, la competencia, la innovación tecnológica y comercial, y la inversión privada han permitido que millones de personas accedan a los servicios de telecomunicaciones. Ofrecer una gama flexible de planes es clave para llegar a todos los segmentos de la población, ya que de esta forma nuestros clientes pueden decidir a qué acceder basándose en su propia demanda y en lo que pueden pagar.

El acceso a Internet, tanto por banda ancha fija, como a través de los teléfonos inteligentes, son la principal herramienta que influye de forma determinante en la asequibilidad de nuestros servicios.

	2016	2017
Accesos voz móvil	8.486.767	8.366.627
Accesos Banda Ancha inalámbrica	237.774	280.448
Accesos M2M	369.369	280.448
Líneas fijas en servicio	1.398.465	1.318.980
Accesos Banda Ancha Fija	1.091.013	1.108.980
Clientes TV de pago	660.498	683.970

Buenas Prácticas

Renacer Digital: Cuando enseñas, algo cambia

Cada día, los adultos mayores o "Babyboomers" se interesan más por aprender a usar la tecnología, pero no siempre tenemos la paciencia suficiente para enseñarles. Es de vital importancia buscar mejorar la calidad de vida de las personas que se interesan por el mundo digital a través de la conexión con sus seres queridos.

Renacer Digital es una iniciativa implantado por el área de Experiencia Clientes en conjunto con el área de Educación y Voluntariado de Fundación Telefónica, quienes desarrollaron los materiales de capacitación orientados para este grupo de personas, pues se posicionan como nuevas formas para mantenerlos ocupados, felices y lo más importante, conectados.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Accesibilidad

Queremos ser una Compañía plenamente accesible y contribuir activamente a la igualdad de oportunidades, tanto de las personas con discapacidad como de los más mayores. Nuestro objetivo es que todos los productos y servicios que ofrecemos sean accesibles para cualquier cliente. Estamos convencidos de que apostar por productos y servicios accesibles supone para nosotros una oportunidad de negocio que nos permite desarrollar este mercado y posicionarnos como una Compañía de referencia en el ámbito de la discapacidad.

La colaboración con el gobierno de Chile y también con organizaciones de la sociedad civil referentes en el ámbito de la discapacidad nos ayuda a entender las necesidades de este colectivo y a transmitir las internamente para que todas las áreas de nuestra Compañía puedan incorporar en su día a día los criterios de accesibilidad.

De esta forma, nuestra estrategia y esfuerzo se centra principalmente en dos frentes:

- Nuestros clientes y las sociedades en que nos encontramos, pues creemos que el acceso al mundo digital es fundamental para mejorar la vida de las personas. Además, en algunos casos, como para las personas con discapacidad, la tecnología supone una herramienta clave para su día a día. Para nosotros, la accesibilidad es un compromiso y, por ello, queremos ofrecer productos y servicios innovadores y accesibles que permitan disfrutar de

todos los beneficios que suponen las tecnologías de la información y la comunicación.

- La propia Compañía cuenta con políticas de inclusión laboral dentro de nuestra apuesta por la diversidad como fuente de talento. Consideramos que las personas con capacidades diferentes nos enriquecen a todos.

Durante 2017 hemos avanzado en distintas líneas de trabajo, entre las que destacan:

- Páginas Web Accesibles: Hemos trabajado para evaluar y mejorar la accesibilidad de nuestras páginas web según el estándar WCAG (pautas de accesibilidad para el contenido web).
- Terminales Accesibles: No queremos limitarnos a ofrecer servicios específicos para estos colectivos, sino que pretendemos hacer más accesibles cada uno de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes, de forma que sean útiles para todos los usuarios.
- Instalaciones Accesibles: Uno de nuestros principales objetivos es garantizar un entorno laboral accesible y ofrecer igualdad de oportunidades para todos los colectivos que forman parte de nuestro equipo. Para ello, debemos disponer de unas instalaciones en las que cualquier persona que nos visite pueda moverse con autonomía y sin dificultad.
- Tiendas Accesibles: En línea con las mejoras que siempre buscamos en todas nuestras áreas hemos lanzado distintos proyectos de tiendas accesibles.



Queremos ser una *Compañía plenamente accesible* y contribuir activamente a la *igualdad de oportunidades*.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Innovación sostenible

Creemos que algunos de los grandes retos a los que se enfrenta el mundo en la actualidad pueden convertirse en una oportunidad que nos permita, a través de la innovación, impactar de forma positiva en la sociedad y el medio ambiente, además de garantizar un desarrollo sostenible de nuestro negocio.

Por esta razón, desde 2016 hemos impulsado el concepto de "Innovación Sostenible" como aquella innovación cuyo objetivo principal es abordar un desafío social o medioambiental, generando a su vez retorno económico para el negocio. Nuestro objetivo es que esta innovación esté plenamente integrada en los procesos y ciclo de vida de las soluciones que ofrecemos, como una parte intrínseca de nuestro modelo de innovación (ver capítulo 'Innovación').

Entendemos que las nuevas tecnologías digitales son una herramienta fundamental en la transformación social y económica, por lo que estamos convencidos de que a través de la innovación sostenible podemos crear un futuro donde las sociedades y la protección del medioambiente sean una de las prioridades de nuestro negocio. Para ello hemos impulsado dos grandes áreas de trabajo.

CONECTAR A TODOS

Conectividad y accesibilidad



- Conectividad
- Acción climática
- Ciudades sostenibles

PROTEGER EL PLANETA

Economía circular: eficiencia y cambio climático



- Acción climática
- Biodiversidad y recursos naturales

CIUDADES SOSTENIBLES



- Ciudades sostenibles
- Emergencias
- Nueva economía
- Instituciones y Gobiernos



Evaluar y Potenciar las soluciones comerciales **“sostenibles”**

Dentro de nuestro portfolio de **soluciones digitales** se ha seleccionado un grupo de productos y servicios que tienen un claro impacto positivo ya sea en la sociedad o en el **medio ambiente**.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Fundación Telefónica Chile

CADA AÑO EN FUNDACIÓN TELEFÓNICA CHILE, QUEREMOS IR UN PASO MÁS ALLÁ EN NUESTRO COMPROMISO CON LA SOCIEDAD EN LA QUE ESTAMOS INMERSOS. EL MODELO DE ACCIÓN QUE NOS GUÍA ES EL ACOMPAÑAMIENTO Y EMPODERAMIENTO DE AQUELLOS SECTORES QUE NO TIENEN ACCESO A FORMACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS, ESTO LO REALIZAMOS POR MEDIO DE TRES LÍNEAS DE EJECUCIÓN: EDUCACIÓN, CULTURA DIGITAL Y VOLUNTARIADO.

Educación



Acciones 2016-2017



Apostamos por la Educación Digital e Innovación Educativa en el Aula, como el principal impulsor para acortar la brecha digital, que sentará las bases para un crecimiento sostenible de los países. Conscientes de esta misión desarrollamos programas que impulsan el uso de herramientas digitales.

En los últimos 15 años contribuimos a sensibilizar y movilizar una Política Pública en materia de Erradicación de Trabajo Infantil, restituyendo el derecho de los Niños, Niñas y Adolescentes (NNA) a través de su mantenimiento en el sistema escolar. En la actualidad, buscamos colaborar en la creación de una Política Pública, que instale el recurso educativo de la programación en la formación de niños, niñas, y adolescentes de los colegios de Chile.

(Más información en documentos descargables sobre Erradicación de Trabajo Infantil y Educación e Innovación en www.fundaciontelefonica.cl)

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Proyecto ProFuturo



Programa internacional de formación que busca mejorar las oportunidades de niños y niñas en entornos vulnerables a través de una educación digital innovadora y de calidad.

Contribuye a la adquisición de competencias de niños y niñas, a través de la tecnología y el empoderamiento de los docentes, para la aplicación de metodologías innovadoras en la enseñanza.

Proyecto a **3 años**.
 Preparación e **implementación** (2017).
 Acompañamiento y **seguimiento** (2018).
Evaluación, transferencia y **despliegue** (2019).

Retos 2018

- Despliegue del Programa ProFuturo en 50 colegios.
- Capacitar a 1.000 profesores en rutas on line y otras guiadas.
- Inducción de docentes por medio de la plataforma "Creando Código".

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Proyectos 2017

Durante el 2017 llevamos a cabo iniciativas en tecnología educativa en contextos con menos acceso, impartiendo **1.138.661** horas de formación en Educación Digital, beneficiando niños, niñas, y adolescentes, desde Arica a Punta Arenas. También, promovimos prácticas pedagógicas dirigidas a los docentes, por medio de metodologías para el Siglo XXI como son las rutas de formación on line gratuitas y otras guiadas, entre las que encontramos: Ruta de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), Ruta Innovación, Ruta de Programación. y la web de Scolartic. Aportamos en la incorporación curricular de las TIC en el sistema educativo nacional, llegando a formar a **3.437** profesores, de los cuales **135** eran estudiantes de docencia. Nuestra preocupación ahora es mejorar las oportunidades y experiencias escolares alineadas a las necesidades y habilidades requeridas para un **Mundo Digital**, por medio del programa formativo **ProFuturo**.



30 Colegios en formación con ProFuturo.
20 VI Región, **8** RM,
1 en Punta Arenas XII Región y **1** en Canela IV Región.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Cultura Digital



Cultura Digital

Cada año queremos ir un paso más allá en nuestro *Compromiso con la Sociedad*, esto también lo hacemos desde un rol activo dentro de la *Revolución Digital* en la que estamos inmersos. Para ello, contamos con el Espacio Fundación Telefónica Chile, donde de manera gratuita y permanente, los asistentes pueden ser espectadores de proyectos de *Cultura Digital*, los que expresan nuevas ideas, tendencias y avances a nivel tecnológico, permitiendo observar otras realidades, debatir, evolucionar y aprender.



Aula Digital de Espacio Fundación Telefónica.

8.942 beneficiados
1.534 horas de capacitaciones.

Innovación Educativa

Durante todo el año, apostamos por introducir al mundo de la *Cultura Digital* a estudiantes de enseñanza básica, media, universitarios, docentes y público en general, aportando en la expansión de sus capacidades intelectuales y cognitivas. Esto lo ejecutamos a través del *Modelo Educativo* creado por Fundación Telefónica en 2014, en base al cual se diseña un *Programa Educativo* para cada una de las exposiciones con diferentes capacitaciones y talleres, que comienzan en el Espacio y que concluyen en general en el aula digital, fomentando con ello el uso de las tecnologías y comunicación (TIC).

www.espacio.fundaciontelefonica.cl/
Avda. Providencia 127, Chile.

EXPOSICIONES 2017



"Odiseas Humanas"



"World Press Photo"



"Arte al Límite"

El 2017 en Espacio Fundación Telefónica, nos visitaron **138.322 personas.**

Retos 2018

- Renovaremos nuestra exposición permanente "Paseo por la Historia de las Telecomunicaciones", proyectando su evolución al 2050.
- Recibiremos en Espacio Fundación, la nueva versión del concurso de fotoperiodismo más importante del mundo, World Press Photo.
- Celebraremos el 40° Aniversario del Concurso del Concurso FOTOPRENSA-Salón Nacional de Fotoperiodismo.
- Inauguraremos el "Espacio Audiovisual", el cual tendrá una propuesta visual innovadora todos los días del año.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Voluntariado Telefónica Chile

Voluntarios Telefónica canaliza y promueve la acción social y digital de sus colaboradores que quieran aportar sus conocimientos, tiempo e ilusión en beneficio de la sociedad. Además, promovemos que en donde exista un colaborador de Telefónica, pueda haber un Voluntario movilizándose en iniciativas que respondan a las necesidades de la comunidad en las que se puedan canalizar los valores del Grupo Telefónica.



Retos 2018

- Vacaciones Solidarias Internacionales Pro-Futuro.
- Integrar Voluntarios al Proyecto Conecta Empleo.
- Desarrollar Talleres de Seguridad Digital para niñas, niños y jóvenes con cruce curricular.
- Crearemos actividades que generarán una oferta continua de acciones.

*web oferta de actividades: www.voluntarios.telefonica.com/cl

Durante 2017 con el *Voluntariado Telefónica Chile*, contribuimos al desarrollo local, comunitario y la inclusión digital de colectivos con brechas sociales por medio de 55 iniciativas. Las cuales ejecutamos a través de los siguientes proyectos: Renacer Digital / Día Internacional del Voluntariado/Cuéntanos tus ideas/ Emergencias y Catástrofes/Vacaciones Solidarias Internacionales (VSI), Centro Comunitario Digital, Jornada de Integración Niños de Haití, El proyecto un Sueño Azul, entre otros.

#Centro Comunitario Digital, este proyecto se enmarcó dentro del Voluntariado de Emergencias y Catástrofes. Consistió en apoyar a las familias del sur del Chile, especialmente a la comunidad de Hualqui en la VIII región. Tras los incendios forestales Fundación Telefónica, construyó un "Centro Comunitario Digital". Esta iniciativa contó con el apoyo de voluntarios nacionales en el mes abril e internacionales, durante agosto.



1.517

Voluntarios Activos.



6.942

Beneficiarios de Actividades del Voluntariado.



19.825

Horas del Voluntariado.

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Voluntariado Nacional

Renacer Digital



#VOLUNTARIADO INTERNACIONAL, Vacaciones Solidarias Internacionales (VSI) en Hualqui, Concepción. Voluntarios de países como Brasil, Inglaterra, Ecuador, España, Perú, Argentina, entre otros, se sumaron a la construcción del "Centro Comunitario Digital" de Hualqui. Además, apoyaron a los voluntarios chilenos a concluir

la transformación de la *Escuela San José de la Palma de Hualqui*, de esta forma la pintaron, remodelaron el patio de juegos y crearon puntos limpios para fomentar el reciclaje. Además, trabajaron con la plataforma weclass, acortando la brecha digital, formando a los primeros voluntarios en el *proyecto Pro Futuro*.

El **Voluntariado Digital**, lo desarrollamos por medio del Proyecto **Renacer Digital**, el cual nace con el apoyo de la "Gerencia de Experiencia de Clientes de Telefónica". Además, generó gran interés en la prensa nacional. El objetivo de este programa fue acercar la tecnología a los Adultos Mayores, promoviendo la capacitación en el uso y configuración del Smartphone, enfocado principalmente en la utilización de Whatsapp. Junto con el empoderamiento de los voluntarios en la aplicación de metodologías innovadoras.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Compromiso con el medio ambiente



Medio ambiente

G4-DMA

¿Cómo gestionamos el medio ambiente?

Contamos con una estrategia ambiental con la que queremos contribuir al crecimiento de Telefónica en Chile y nuestros clientes con una preocupación por nuestros impactos medioambientales. Internamente trabajamos para que nuestro impacto en el medio ambiente sea cada día menor. A través de la Digitalización acompañamos a nuestros clientes en los grandes retos ambientales a los que nos enfrentamos.



¿Por qué es un tema material?



Al igual que el resto de empresas y la sociedad en su conjunto, nos enfrentamos a importantes retos ambientales, Chile es un país con latente riesgo hídrico y con potencial solarímetro de nivel mundial, acompañado a un promedio de consumo y generación de residuo alto, y con el factor del cambio climático, identificado como uno de los mayores factores de riesgo a nivel mundial. El medio ambiente es por tanto primordial para nuestros grupos de interés y para la sostenibilidad de nuestro negocio, esto sumado a cambios normativos que incrementarán las exigencias de las empresas a hacerse cargo de sus residuos de manera integral. Tenemos además un impacto relevante en esta materia, principalmente positivo por las crecientes oportunidades ligadas que la Digitalización tiene en esta materia.

Objetivo General



Queremos formar parte de las empresas líderes que promueven un crecimiento verde, con una visión a medio y largo plazo, a través de nuestros objetivos de Energía y Cambio Climático, de la gestión ambiental, y del aumento de nuestros servicios EcoSmart.

Políticas



Telefónica posee una Estrategia ambiental, fruto de la Política Ambiental y la Política de Energía que marca la hoja de ruta para que la compañía avance hacia una economía verde.

¿Qué hacemos?

Telefónica en Chile tiene un Plan energías renovables; Programa eficiencia energética; Inició su proceso de certificación ISO 14001, potenciar el proceso digitalización y un programa de gestión residuos.

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Estrategia Ambiental de Telefónica en Chile

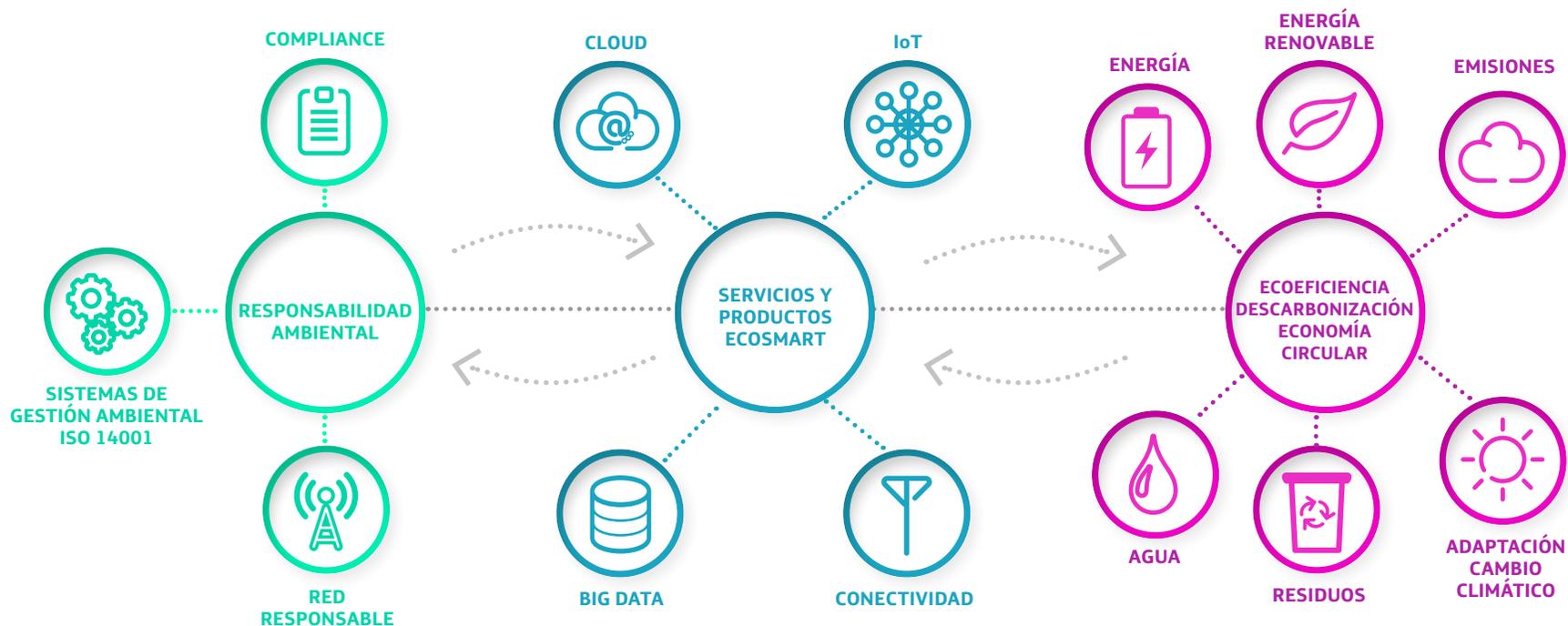
G4-DMA

Telefónica en Chile tiene su estrategia medioambiental definida en tres ejes de trabajo relacionados a la ecoeficiencia y economía circular, servicios y productos Smart y responsabilidad ambiental, de manera de poder abordar los aspectos internos y de gestión propia al mismo tiempo de colaborar con otras instituciones para que puedan ser igual de eficientes en el uso de sus recursos.

Energía y agua:

Chile es uno de los países con potencial solarímetro más alto en el mundo, con una zona rica en energía eólica y geotérmica, que en los últimos años ha desarrollado la industria de las energías renovables a gran nivel, este proceso implica llevar y con una creciente necesidad de eficientar tanto este recurso como el recurso hídrico para desarrollar las dos principales sectores productivos del país, la minería y la agroindustria.

Estos mercados requiere coordinar sus recursos energéticos e hídricos frente a lo cual las soluciones digitales y la transformación de las empresas hacia una manera distinta, eficiente, controlada, instantánea, estructurada e inteligente es clave para mantener el desarrollo socioeconómico del país, esta transformación tiene un pilar clave en la digitalización y sensorización de sus procesos.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Digitalización y consumo responsable

Lo incipiente de la industria del big data, la inteligencia artificial y su aplicación en casos prácticos en el país es la gran brecha que pueden tener los sectores productivos para aprovechar las tecnologías disponibles para ser más eficientes y eficaces en su gestión, de manera de que estas eficiencias se traduzcan en una minimización directa en su impacto en consumo energético e hídrico.

La atomización de las empresas, genera poca escalabilidad y minimiza la posibilidad de generar economías de escalas en los sectores productivos, la integración de los procesos de distintas empresas desde la utilización de recursos y maximización de la productividad es una necesidad que puede ser resuelta desde el big data con la tecnología como soporte principal.

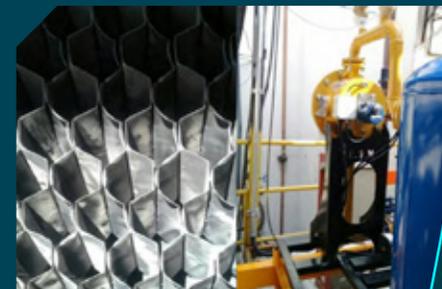
Darle inteligencia a los procesos, maximizar los resultados, eficientar el uso de la energía y el agua

La *digitalización* transforma las industrias para volverlas más *eficientes* en el *consumo de recursos*.

a través de soluciones digitales basadas en big data e inteligencia cognitiva que permita transformar todos los datos de los procesos productivos en información útil y en tiempo real para la toma de decisiones que mejore las industrias actuales y les asegure sostenibilidad en el mercado nacional y les permita escalar y expandirse a otros mercados. Es una forma de colaborar de Telefónica en Chile a través de soluciones digitales que permitan transformar la matriz productiva del país y ayudar a que otros generen más valor en sus negocios.

El ecosistema de innovación del cual Telefónica Chile es parte a través de Open Future además permite poner a disposición de estos sectores productivos soluciones de otras start up construyendo vínculos y colaboración entre empresas de distintos rubros que se complementen y potencien para un mutuo crecimiento.

Sistema de Tratamiento de Agua - Torres de Enfriamiento Telefónica Chile. A través de un proceso de electrólisis, la instalación del sistema de tratamiento evita el uso de químicos, disminuyendo así los costos operacionales asociados. Gracias al aumento en la recirculación de agua de enfriamiento, se produce un ahorro importante en el consumo de agua en la operación. Disminución de un 70% del agua purgada, ahorros anuales de USD 86.989 en Opex de mantenimiento.



Telefónica tiene el *compromiso* y el plan para transformar su *matriz energética* al 100% de *energías limpias* al 2030.

G4-EN3

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

G4-EN3

¿QUÉ HEMOS HECHO?



Soluciones IoT y ser la 1era Telco con sello de energías renovables.

- Somos la 1era telco en obtener una certificación de uso de energías renovables.
- Desarrollo de GEO (gestor eficiencia operacional). Permite monitorear variables eléctricas de interés mediante una interfaz intuitiva.
- Desarrollo Optimal Crop. Recopila datos de sensores de humedad del suelo y de clima en tiempo real, con el objetivo de gestionar de forma más eficiente el agua y el uso de energía asociada.
- Plan de transformación la matriz energética de Telefónica al 100% de energías limpias al 2030.
- +170 emplazamientos con autogeneración de energías renovables no convencionales en todo el país.

Proyectos de Eficiencia Energética



Iluminación:

Reemplazo de luminarias fluorescentes a tecnología LED e instalación de sensores de presencia.



PSF (Power Saving Features):

Activación de funcionalidades de ahorro energético en periodos de bajo tráfico.



Cooling:

Actualización tecnológica de equipos de refrigeración e instalación de free cooling.



Power:

Actualización tecnológica de equipos de fuerza y sustitución de rectificadores de baja eficiencia.



Transformación de la Red:

Apagados de equipos Legacy, Upgrades de Redes y Optimización de emplazamientos.



Autogeneración renovable:

Implementación de sistemas renovables para autoconsumo y disminución de consumo de combustible.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

G4-14 • G4-EN23

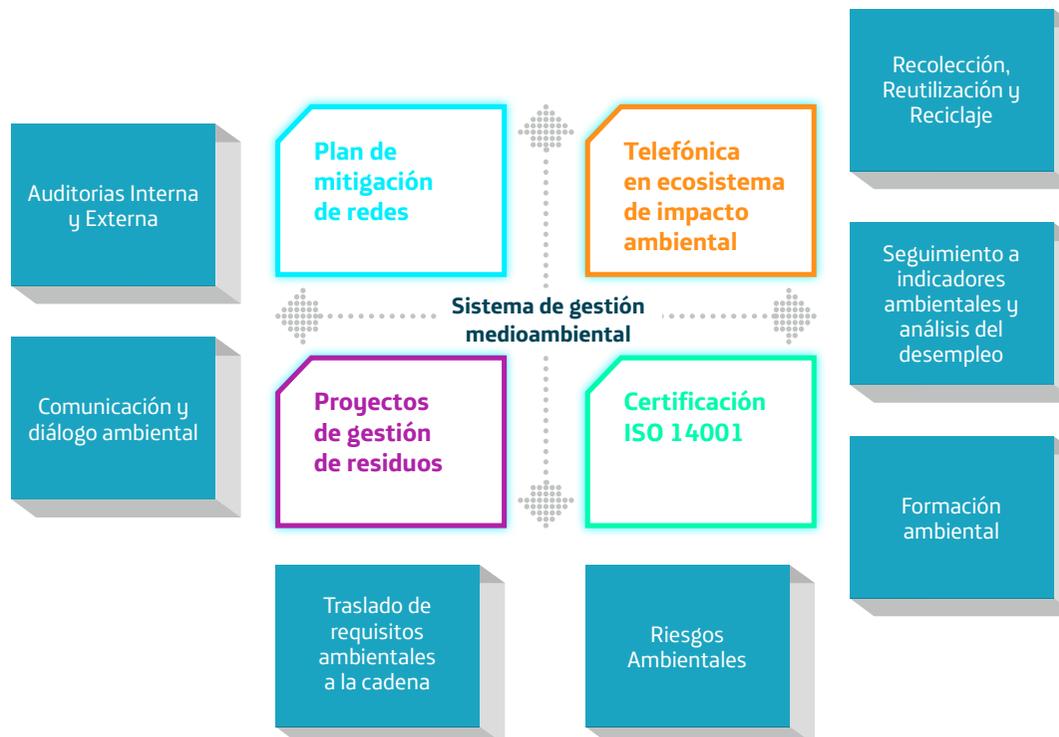
Gestión responsable en nuestro día a día

La sociedad está frente a un cambio de paradigma en la gestión medioambiental, donde un pilar clave para mejorar nuestra calidad de vida y minimizar el cambio climático es la gestión responsable de los residuos y como industria de telecomunicaciones debemos y necesitamos hacernos cargo de nuestros impactos y colaborar en los impactos de otras industrias desde la digitalización de los procesos que permita una minimización de los residuos.

Junto con esto y de manera aún más específica es necesario la articulación de distintos sectores

productivos en un entorno colaborativo es clave, en los residuos electrónicos como país no tenemos una estructura que permita un pleno cumplimiento pleno de la nueva normativa, para lo cual debemos empezar de 0 a co-construir los sistemas de recolección, valorización y disposición final.

Siendo este un tema práctico y operativo de nuestra organización, hemos definido focos de trabajo específico para asegurar el cumplimiento de nuestros compromisos medioambientales.



¿QUÉ HEMOS HECHO?



- Construcción y despliegue de un programa nacional de reúso, recolección y reciclaje.
- Desarrollar la colaboración entre empresas y startups en torno al reciclo y gestión de residuos.
- Ciclo de charlas de educación digital y medioambiental en distintos colegios de Santiago.
- Consolidación e integración de los procesos que generan residuos y gestión de estos en cada punto.
- Implementamos la iniciativa Eco Rating, un sello que informa a nuestros clientes del impacto ambiental y social de los móviles.
- Lanzamos una plataforma para la digitalización de la gestión de los residuos de la compañía.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Desafíos

La industria de la tecnología en Chile tiene como gran desafío la competitividad de los gestores de residuos electrónicos, la construcción y posterior integración de los modelos de gestión que hagan sostenible el manejo de estos residuos en el país y antes de esto la disminución de residuos generados a través de la construcción de una cultura digital que permita minimizar el consumo de recursos.

Para cerrar las brechas que nos presentan estos desafíos es que consideramos el uso de la tecnología como un factor de impacto positivo en el medioambiente a través de incentivar el uso responsable de recursos desde la transformación digital de otras industrias que las torne más eficientes en la disminución de residuos y tratamiento de estos.

Telefónica tiene no solo una amplia experiencia y participación histórica en el proceso democratización de las tecnologías y las telecomunicaciones en el país, sino que un conocimiento internacional en países donde las normativas en torno a gestión de residuos y su aplicación lleva años implementada, con esto la digitalización de los procesos permite una disminución de residuos clave en las empresas y el estado, además comprometernos a generar los espacios, articular conexiones e impulsar instancias de colaboración y co-construcción que se necesitan para fortalecer el ecosistema de gestión de residuos con especial foco en residuos eléctricos y electrónicos y que se desarrollen poniendo la tecnología disponible al alcance de todos los actores que somos parte de este cambio y sus impactos.

G4-EN23

OPORTUNIDADES DEL CAMBIO CLIMÁTICO



Riesgos Ambientales

Los riesgos ambientales y de cambio climático de Telefónica en Chile se controlan y gestionan bajo el modelo global de gestión de riesgos de la compañía. Los aspectos ambientales de Telefónica tienen su mayor foco de riesgo en la alta dispersión geográfica de las infraestructuras, lo que se controla a través de una gestión ambiental basada en procesos uniformes y a ser certificados conforme a la ISO 14001.

En cuanto a los riesgos derivados del cambio climático son los físicos los que pueden tener un mayor impacto en la compañía, el riesgo además aumenta en horizontes temporales mayores,

en concreto los derivados de eventos climáticos extremos, terremotos, aluviones, incendios forestales y el aumento de temperatura, que puede incidir en mayores necesidades de refrigeración. Para el control de este segundo riesgo la compañía cuenta con un programa de eficiencia energética global y un plan de energías renovables. En cuanto a los eventos climático extremos, Telefónica en Chile cuenta con programas para aumentar la resiliencia de su red y mejorar la capacidad de adaptación al cambio climático de manera que se mitiguen los riesgos derivados de esta materia, considerando los mismos en el diseño y operación de la red. Además, la compañía cuenta con planes de continuidad de negocio ante estos eventos en las geografías que lo requieren.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Economía circular

G4-EN27

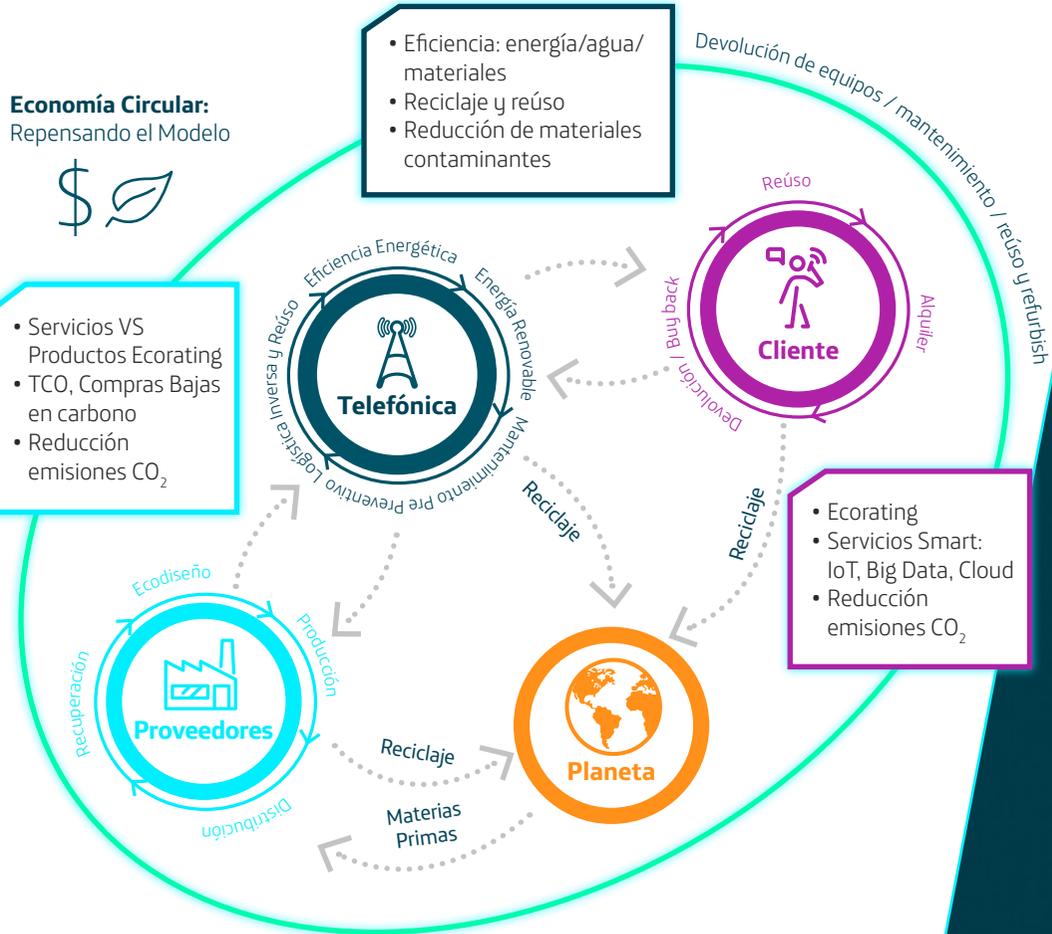
La Economía Circular propone una solución a la sostenibilidad ambiental del modelo económico imperante aplicando la recuperación y renovación de materiales y energía de forma cíclica, tal y como ocurre en la naturaleza. Este concepto no sólo revoluciona los paradigmas convencionales, sino que también proporciona retos y oportunidades para el IoT y el Big Data, ya que es necesaria una sociedad hiperconectada para lograrla.

Integramos esta filosofía a lo largo de todo el ciclo de vida de nuestra empresa, desde las compras a la provisión de servicios a nuestros clientes. Ponemos foco en optimizar el consumo de recursos y promover que los bienes usados vuelvan al ciclo productivo. Estas iniciativas se centran principalmente en los procesos de Red y cliente, los mayores demandantes de materiales y recursos, pero siempre de la mano de nuestros Proveedores, aliados fundamentales en esta transición hacia la economía circular. Promovemos el reúso y el reciclaje, la compra de equipos cada vez más eficientes, el Ecorating, y nuevos modelos de negocio, como el Modelo ESaaS (Energy Savings as a Service).

Economía Circular: Repensando el Modelo

- Servicios VS Productos Ecorating
- TCO, Compras Bajas en carbono
- Reducción emisiones CO₂

- Eficiencia: energía/agua/materiales
- Reciclaje y reúso
- Reducción de materiales contaminantes



Principios de la economía circular en Telefónica

Materiales y recursos renovables y ecoeficientes

Compartir y reutilizar

Ecoeficiencia y ecodiseño, menos residuos

Cierre del círculo, reciclaje

Virtualización, desmaterialización

Innovación

Nuevos modelos de negocio/servicios



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

El Ecorating es un sello que evalúa el impacto ambiental de todo el proceso de producción, uso y eliminación de los teléfonos móviles. La metodología, desarrollada junto con otras operadoras como Orange, y la ONG británica Forum for the Future, atiende a criterios como el análisis de la vida útil, o indicadores como el calentamiento global y el agotamiento de materias primas. En el análisis también se incluye la puntuación de las políticas corporativas y criterios de cuidado medioambiental de los fabricantes.

En 2017, hemos conseguido que el 71% de nuestro portafolio esté reportando ya el Ecorating. La nota media de los dispositivos catalogados dentro del ranking se encuentra en torno a 3,2. Hasta la fecha informamos sobre el Ecorating de nuestros terminales en España, Brasil, Alemania, Reino Unido, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador y Perú.

La extensión de la vida útil de los productos y la recuperación de materiales, son pilares principales de la Economía Circular.

Implementamos la iniciativa *Eco Rating*, un sello que informa a nuestros clientes del *impacto ambiental* y social de los *móviles*.

Campos Electromagnéticos

En Telefónica en Chile siempre nos preocupa todo lo que la ciencia pueda vislumbrar sobre posibles efectos en la salud y, por supuesto, siempre hemos sido transparentes con nuestros empleados y la sociedad en general.

Cumplimos los límites y exigencias normativas nacionales e internacionales todas las mediciones que hemos efectuado en nuestras estaciones base siempre han estado por debajo de los niveles reconocidos por las principales organizaciones de estandarización y normalización del mundo como la UIT (International Union of Telecommunication), la ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) entre otras. En la mayoría de los países en los que operamos estas medidas son auditadas y están a disposición del público. Además, todos los terminales y equipos que ofrecen nuestro servicio cumplen los estándares internacionales que establecen el parámetro SAR (Specific Absorption Rate). Parámetro establecido por los organismos reguladores y diversas agencias de salud debidamente facultadas para este propósito.

G4-EN7 • G4-EN27 •
G4-DMA • G4-PR1

En el 2017, hemos conseguido que **el 71%** de nuestro portafolio esté reportando ya el Ecorating.

ECORATING
Un ejemplo de referencia que busca la *circularidad* en dispositivos *móviles*.

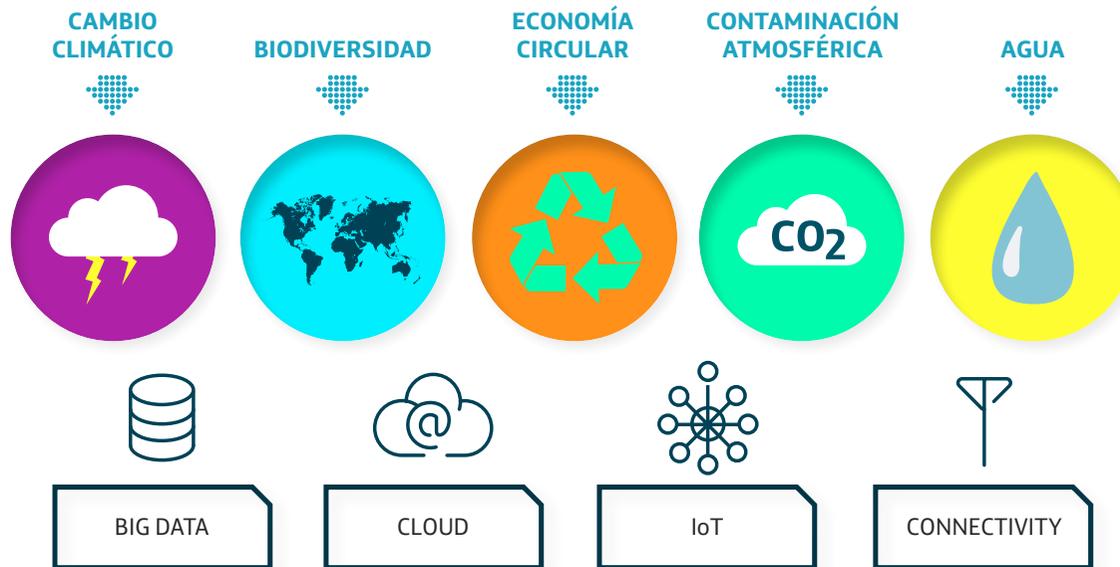
Servicios EcoSmart

G4-EN27

La digitalización es un factor determinante para superar los retos ambientales que afectan a la sociedad. En el proceso de transformación que están sufriendo economías y sociedades a través de las nuevas tecnologías hay una oportunidad única para encontrar soluciones a los grandes desafíos ambientales; eficiencia energética, cambio climático, escasez de agua, economía circular, contaminación y pérdida de biodiversidad.

Servicios digitales

Pero nuestra apuesta por la revolución digital nos lleva a ir más allá, y desarrollamos servicios basados en Internet de las Cosas (Internet of Things, IoT), el Cloud o el Big Data, que están ya ofreciendo soluciones concretas a retos ambientales. Estos servicios permiten a nuestros clientes hacer un uso más eficiente de recursos como la energía y el agua; mejorar la planificación del tráfico y la calidad del aire; reducir las emisiones de gases de efecto invernadero; o mejorar la respuesta ante incendios o una catástrofe climática.



Desarrollamos servicios basados en Internet de las Cosas (*Internet of Things, IoT*), el *Cloud* o el *Big Data*, que están ya ofreciendo *soluciones concretas* a retos ambientales.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

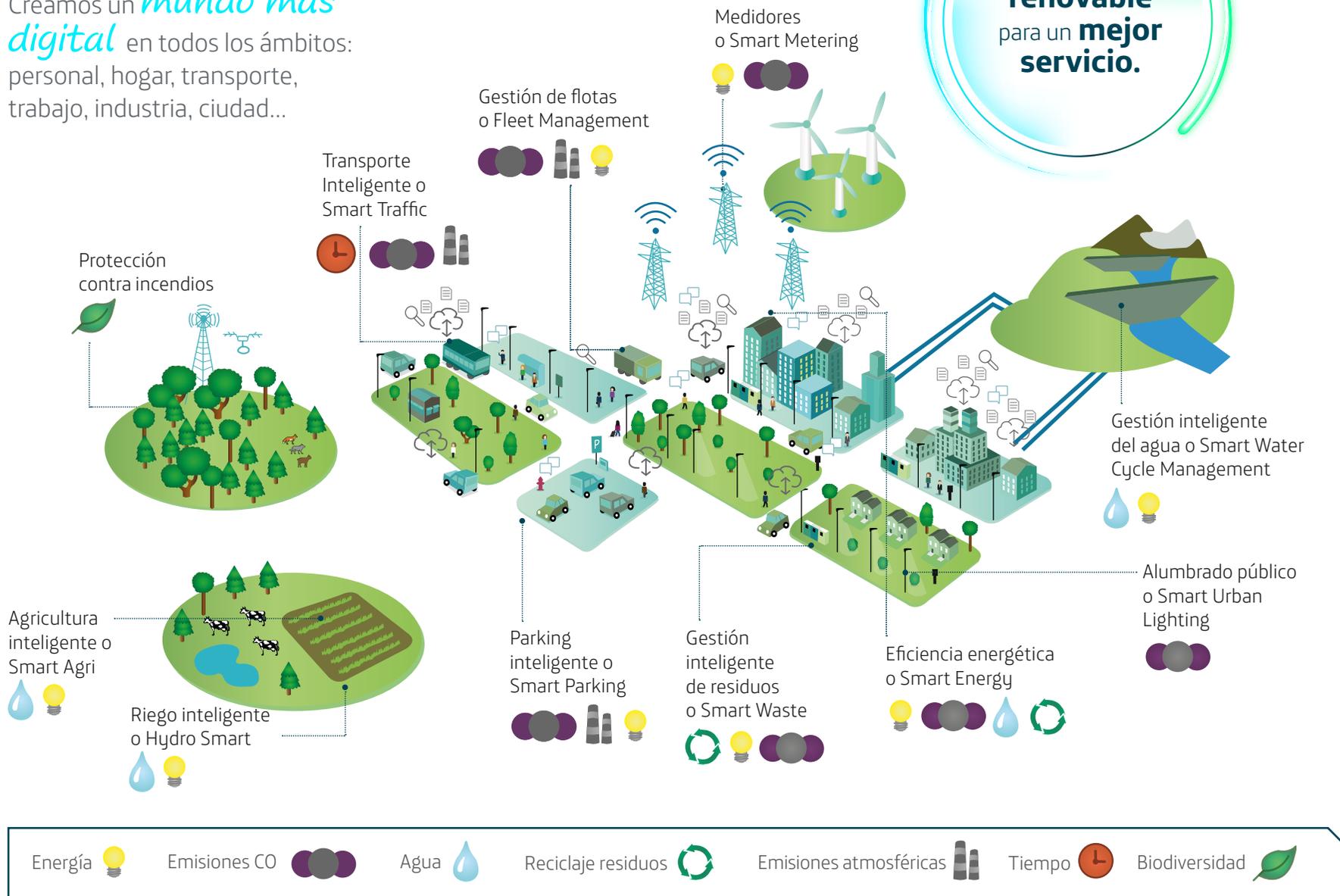
8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Servicios EcoSmart

Creamos un *mundo más digital* en todos los ámbitos: personal, hogar, transporte, trabajo, industria, ciudad...



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

10

Anexos



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Acerca de este Informe

G4-18 • G4-48

Nuestro 14º Informe de Sostenibilidad es un documento que por primera vez elaboramos como Informe Integrado para dar cuenta del desempeño de Telefónica en Chile durante 2017, comunicando los principales resultados asociados al desempeño económico, ambiental, social y estructura organizacional de nuestra Compañía.

Esta versión se centra en los hitos de la gestión y resultados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017, considerando las empresas Telefónica Chile S.A. y Telefónica Móviles Chile S.A., es decir, las operaciones fija y móvil. Adicionalmente, este trabajo de reporte incluye aspectos relevantes de Telefónica S. A., debidamente indicados.

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

Así, los principios de reporte establecidos por GRI se utilizaron para definir la participación de los grupos de

interés, el contexto de sostenibilidad, la materialidad y el proceso de validación. En consecuencia, los contenidos de este Informe están definidos de acuerdo a los temas materiales, es decir, aquellos aspectos de nuestra gestión relevantes para la Compañía o para nuestros grupos de interés.

Los indicadores reportados incluyeron también mediciones propias de nuestra Compañía, las cuales están en concordancia con los temas relevantes en la gestión de la empresa, lo que hace de este documento un insumo, tanto para quienes quieren conocer cómo fueron las operaciones de Telefónica en Chile durante 2017, como para la gestión interna de la Compañía.

El Informe de Sostenibilidad Corporativa 2017 fue elaborado por la dirección de Planificación Estratégica, Regulación y Asuntos Corporativos a través de la gerencia de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad, desde donde se impulsó la participación e incorporación de las opiniones de las distintas áreas de la Compañía, así como la recolección de los resultados de su gestión.

Contáctanos

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

Francisco Ceresuela M.
Gerente de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad
francisco.ceresuela@telefonica.com

Maximiliano Echeverría Del C.
Coordinador de Sostenibilidad
maximiliano.echeverria@telefonica.com

Felipe Flores R.
Coordinador de Sostenibilidad
felipe.floresr@telefonica.com

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

Cómo leer este Informe

G4-18

Nuestro 14^{vo} Informe de Sostenibilidad, primero como versión Integrada, ha sido elaborado sobre la base de la Estrategia de Negocio Responsable de la Compañía.

En Grupo Telefónica en Chile entendemos que la base de la sostenibilidad de nuestro negocio es el plan estratégico "Elegimos Todo", de esta forma, podremos poner la tecnología al alcance de todos. Para determinar cuáles son aquellos asuntos que significan oportunidades o riesgos para nuestra estrategia, en este Informe reportamos nueve temas materiales, que dan cuenta de los aspectos que tienen un impacto directo en nuestros grupos de interés y en el desempeño de la Compañía. En las páginas 37 y 38 se da cuenta del proceso de determinación de éstos.

Este Informe contiene los temas materiales de nuestra operación:

- Principales magnitudes
- Contribución al progreso
- Gobierno corporativo

- Plan de Negocio Responsable
- Modelo y desarrollo de negocio
- Compromiso con el cliente
- Compromiso con nuestro equipo
- Compromiso con la sociedad
- Compromiso con el medio ambiente
- Anexos.

Cada uno cuenta con la misma estructura para entregar la información necesaria a nuestros grupos de interés:

- Enfoques de gestión (DMA, Disclosure on Management Approach, por sus siglas en inglés). En cada capítulo presentamos por qué cada uno de estos temas es identificado como material, la explicación de qué impactos tienen en la Compañía, de qué forma gestionamos el asunto reportado y cuáles son los indicadores que utilizamos
- Desarrollo detallado de cada uno de los temas.

En este Informe se utilizan conceptos destinados a facilitar y ampliar la información presentada tales como:

- **DMA:** Enfoques de gestión
- **Indicadores de Gestión GRI**
- **ODS:** Indica la presencia de uno o más Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas.
- **PG:** Indica el contenido más relevante del informe relacionado al número del principio del Pacto Global.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Tablas de cumplimiento GRI

ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4

Opción exhaustiva de conformidad con la Guía G4

Contenidos básicos generales			
Contenidos básicos generales	Página	Comentarios	
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1	3		Declaración del responsable principal.
G4-2	32 y 50		Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3	5		Nombre de la organización.
G4-4	5		Marcas, productos y servicios más importantes.
G4-5	5		Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.
G4-6	5		Países en los que opera la organización.
G4-7	5 y 9		Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.
G4-8	9 y 11		Mercados a los que sirve la Compañía.
G4-9	5		Tamaño de la organización.
G4-10	86		Número de empleados por contrato laboral, región y sexo.
G4-11	94		Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.
G4-12	45, 46, 47 y 48		Cadena de suministro de la organización.
G4-13	9		Cambio significativo que haya tenido lugar durante el período.
PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS			
G4-14	118		Tratamiento del Principio de Precaución.
G4-15	136 y 137		Iniciativas externas que la organización ha adoptado o suscrito.
G4-16	N/A		Listado de las asociaciones a las que la organización pertenece.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos generales			
Contenidos básicos generales	Página	Comentarios	
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-18	125 y 126		Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.
G4-19	38		Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.
G4-20	37 y 38		Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.
G4-21	37 y 38		Límite de cada aspecto material fuera de la organización.
G4-22	37 y 38		Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.
G4-23	37		Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	37		Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.
G4-25	37		En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.
G4-26	36		Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.
G4-27	37		Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y evaluación hecha por la organización.
G4-46	23		Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.
G4-47	23		Con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.
G4-48	125		Cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización.
G4-49	34		Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.
G4-50	34		Naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos generales			
Contenidos básicos generales	Página	Comentarios	
G4-51	26		Políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.
G4-52	94		Procesos para determinar la remuneración.
G4-53	S/I		Cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución.
G4-54	S/I		Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla.
G4-55	S/I		Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla.
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	43		Valores, principios, estándares y normas de la organización.
G4-57	43		Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización.
G4-58	43		Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos específicos			
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Comentarios	
CATEGORÍA: ECONOMÍA			
CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS *			
G4-DMA	18 y 19		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EC7	13, 20, 54, 55 y 56		Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.
G4-EC8	18		Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN			
G4-DMA	45		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EC9	11 y 16		Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE			
ENERGÍA			
G4-DMA	114 y 115		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EN3	16, 116 y 117		Consumo energético interno.
G4-EN4	16, 65 y 66		Consumo energético externo.
G4-EN5	N/A		Intensidad energética.
G4-EN6	16		Reducción del consumo energético.
G4-EN7	121		Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios
G4-EN20	S/I	En proceso de obtención	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.
G4-EN21	N/A	Las emisiones de este tipo de contaminantes no son significativas de nuestra actividad	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.

*Cifra de impuesto 2016 diferente a la reportada en la versión impresa del Informe de Sostenibilidad 2016 consecuencia de un error en la suma de las cantidades para la construcción de ese documento.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos específicos			
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Comentarios	
EFLUENTES Y RESIDUOS			
G4-DMA	114		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EN22		El vertido de aguas en Telefónica es sanitario y se vierte a los sistemas de saneamiento municipales	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.
G4-EN23	16, 118 y 119		Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.
G4-EN24			Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.
G4-EN25	N/A		Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.
G4-EN26		El vertido de aguas en Telefónica es sanitario y se vierte a los sistemas de saneamiento municipales	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de los masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
G4-DMA	115, 69 y 70		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EN27	120, 121, 122 y 123		Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.
G4-EN28	S/I		Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL			
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
G4-DMA	N/A		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA5	97		Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos específicos			
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Comentarios	
G4-LA6	97		Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.
G4-LA7	S/I		Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.
G4-LA8	S/I		Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN			
G4-DMA	N/A		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA9	S/I		Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.
G4-LA10	88 y 89		Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.
G4-LA11	S/I		Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
G4-DMA	90		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA12	93		Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.
IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES			
G4-DMA	90		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA13	86		Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos específicos			
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Comentarios	
EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES			
G4-DMA	45		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA14	S/I		Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.
G4-LA15	48		Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.
SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS			
INVERSIÓN			
G4-DMA	99		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR1	S/I		Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
G4-HR2	S/I		Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.
NO DISCRIMINACIÓN			
G4-DMA	100		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR3	N/A		Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA			
G4-DMA	94		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR4	N/A		Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos específicos			
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Comentarios	
TRABAJO FORZOSO			
G4-DMA	N/A		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR6	N/A		Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.
EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS			
G4-DMA	45 y 47		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR10	46 y 48		Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.
G4-HR11	48		Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD			
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN			
G4-DMA	42		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-S03	S/I		Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.
G4-S04	44		Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.
G4-S05	N/A		Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.
EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES			
G4-DMA	45		Información sobre el enfoque de gestión
G4-S09	11 y 16	No se ofrecen porcentajes sino las cantidades totales	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social
G4-S10	47 y 48		Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas



Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Contenidos básicos específicos			
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Comentarios	
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES			
G4-DMA	121		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-PR1	121		Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.
G4-PR2	N/A		Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES			
G4-DMA	78, 79 y 82		Información sobre el enfoque de gestión.
G4-PR8	83		Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

Compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas



Network Spain
WE SUPPORT

G4-15

CAPÍTULOS			
Derechos Humanos	Principio 1	Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Derechos Humanos
	Principio 2	Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.	Derechos Humanos
	Principio 3	Las Empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Líbertad de asociación, diálogo y retribución justa
Estándares laborales	Principio 4	Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Gestión de la cadena de Suministro
	Principio 5	Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	Gestión de la cadena de Suministro
	Principio 6	Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	Gestión de la Diversidad

CAPÍTULOS			
Medio ambiente	Principio 7	Las Empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Medio ambiente
	Principio 8	Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	Sustentabilidad de la mano del internet de las cosas medio ambiente
	Principio 9	Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Servicios EcoSmart
Anticorrupción	Principio 10	Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	Ética empresarial y cumplimiento



Cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible

G4-15

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

10. Anexos

<ul style="list-style-type: none"> Magnitudes Principales Contribución al progreso 	
<ul style="list-style-type: none"> Medio ambiente 	
<ul style="list-style-type: none"> Impacto de la Red 	
<ul style="list-style-type: none"> Ética empresarial y Cumplimiento 	
<ul style="list-style-type: none"> Gestión de nuestros grupos de interés y reputación 	
<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la cadena de suministro 	
<ul style="list-style-type: none"> Despliegue de Red 	
<ul style="list-style-type: none"> Transformación digital 	



<ul style="list-style-type: none"> Innovación 	
<ul style="list-style-type: none"> Confianza digital 	
<ul style="list-style-type: none"> Evolución de la plantilla 	
<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la diversidad 	

Mensaje del Gerente General

Perfil y valores de la compañía

1. Principales magnitudes de la compañía

2. Contribución al progreso

3. Gobierno corporativo

4. Negocio responsable

5. Modelo y desarrollo de negocio

6. Compromiso con el cliente

7. Compromiso con nuestro equipo

8. Compromiso con la sociedad

9. Compromiso con el medio ambiente

<ul style="list-style-type: none"> Libertad de asociación, diálogo social y retribución justa 	
<ul style="list-style-type: none"> Derechos Humanos 	
<ul style="list-style-type: none"> Inclusión digital 	
<ul style="list-style-type: none"> Acción social y cultural 	
<ul style="list-style-type: none"> Medio ambiente 	

