

TELEFÓNICA SE CONVIERTE EN LÍDER DEL *DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX* EN EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES A NIVEL MUNDIAL

- En la dimensión económica, que incluye aspectos de relación con el cliente y gobierno corporativo, la Compañía es considerada la mejor empresa de la industria.
- En este ejercicio, Telefónica es la única empresa española que logra ser líder mundial en un sector de actividad.
- La Compañía ha conseguido una puntuación de 86, lo que supone 28 puntos porcentuales más que la media del sector.
- DJSI identifica al Grupo como la empresa con mejores prácticas en gestión de riesgos; proveedores; inclusión digital; impacto de los servicios de telecomunicaciones; marca; principios de actuación y acción social.

Madrid, 3 de septiembre de 2009. Telefónica se ha convertido en la Compañía líder del sector de telecomunicaciones mundial por criterios de sostenibilidad al encabezar el índice Dow Jones Sustainability (DJSI). En su revisión anual, la agencia de *rating* que evalúa la gestión de la sostenibilidad de las empresas, Sustainable Asset Management (SAM) teniendo en cuenta los aspectos económicos, medioambientales y sociales, ha valorado al Grupo con una puntuación de 86 (81,4 puntos en 2008), lo que supone 28 puntos porcentuales más que la media del sector.

“Telefónica no sólo ve en la gestión sostenible una necesidad sino sobre todo una oportunidad para diferenciarse y aumentar nuestro valor a largo plazo. Ser líderes en sostenibilidad en nuestro sector según DJSI es para nosotros la prueba de que estamos haciendo bien las cosas. De hecho, supone anticipar en dos años la consecución de nuestro objetivo para 2011: encabezar el Dow Jones Sustainability, con un reconocimiento adicional de gran relevancia, ser la mejor compañía en sostenibilidad económica”, explica Luis Abril, secretario general técnico de la Presidencia de Telefónica S.A.

Según Abril, ahora el objetivo es mantener la posición alcanzada: “Formamos parte de este índice, uno de los más exigentes del mundo sino el que más, desde hace seis años, y siempre nos ha servido para ver nuestro progreso e identificar puntos de mejora. Y en ello vamos a seguir, apoyándonos en nuestra estrategia 2009-2011, que incluye tres pilares: sostenibilidad, innovación y transformación”.

Asimismo, Telefónica ha sido reconocida como la empresa con mejores prácticas en siete aspectos clave: gestión de riesgos; la extensión de la Responsabilidad Social Corporativa a los proveedores; reducción de la brecha digital; impacto de los servicios de telecomunicaciones en las sociedades en las que opera el Grupo; gestión de marca; principios de actuación y anticorrupción y acción social.

En la **dimensión económica**, Telefónica ha recibido una valoración de 93 puntos (82 en 2008), lo que representa 31 puntos porcentuales más que la media del sector. La mejora ha llevado al Grupo a convertirse en la mejor empresa de la industria en esta dimensión, que contempla aspectos relativos a la gestión de relación con el cliente; privacidad; gestión de riesgos; gobierno corporativo; principios de actuación y anticorrupción y gestión de marca.

En este sentido, destaca el esfuerzo de Telefónica para garantizar la integridad a través de normativas internas y la formación a los empleados en los Principios de Actuación (hasta 60.219 empleados habían recibido formación en el código ético de Telefónica a 31 de marzo de 2009); la mejora de sus procesos para mejorar la satisfacción del cliente; su estrategia de marca y la implantación en todos los países del Grupo Telefónica de un modelo único de gestión de riesgos así como la inclusión en éste de aspectos relacionados con la sostenibilidad.

En lo que respecta a **medio ambiente**, la valoración ha sido de 73 puntos (71 en 2008), 19 puntos por encima de la media. Esta dimensión contempla aspectos de política ambiental, ecoeficiencia, información ambiental y cambio climático. El avance de Telefónica se ha producido sobre todo gracias a su estrategia para luchar contra el cambio climático, invirtiendo la tendencia negativa del año pasado, con una mejora de 34 puntos porcentuales.

La Oficina de Cambio Climático está permitiendo a Telefónica implementar un modelo de gestión global muy efectivo en la lucha contra el calentamiento global. Esta Oficina cuenta con cinco ejes de actuación liderados por el máximo responsable de cada línea: Operaciones, Proveedores, Empleados, Clientes y Sociedad. “Esto nos permite coordinar e impulsar proyectos en toda la organización de modo transversal con una convicción: el cambio climático es un reto y de ahí nuestro objetivo de reducir un 30% nuestro consumo energético en red para 2015 a través de planes de eficiencia concretos, pero también una oportunidad de negocio ya que podemos ofrecer productos y servicios para convertirnos en el centro de la solución a este tema”, explica Abril.

Por último, en la **dimensión social**, Telefónica ha logrado 86 puntos (85 en 2007), a 29 puntos de la media, teniendo en cuenta la evaluación de indicadores laborales; desempeño en materia de desarrollo del capital humano; retención del talento; inclusión digital; impacto de los servicios de telecomunicaciones; acción social; información social; compromiso con los grupos de interés y responsabilidad en la cadena de suministro.

En esta dimensión, la labor de la Compañía se ha traducido, entre otras cosas, en más de 60 iniciativas de inclusión digital con una inversión superior a 370 millones de euros en 2008; así como más de 1.100 proveedores evaluados en criterios de Responsabilidad Corporativas, un 10% por encima del objetivo planteado.