



2010
INFORME ANUAL
de Responsabilidad
Corporativa y Sostenibilidad
Telefónica Colombia



Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Colombia y el Mundo

A través de los informes de Responsabilidad Corporativa locales, Telefónica presenta y cuantifica el impacto social, económico y medioambiental de su actividad en los países en los que opera, describiendo las iniciativas y retos que contribuyen al progreso de las comunidades.



*Desde 2009, estos países publican el Informe de RC por separado. Anteriormente, elaboraban de manera conjunta el Informe de RC de Centroamérica.

Los 10 Principios del Pacto Mundial y Telefónica en el Mundo



Principio 1

- Apoyamos plenamente el marco aprobado en 2008 por el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas para una mejor gestión de los desafíos de las empresas y los derechos humanos.
- En materia de seguridad y salud se ha designado un Centro de Competencia Internacional de Seguridad Salud en el Grupo (CCISS), para el asesoramiento proactivo en prevención de riesgos laborales a las diferentes regiones en las que operamos y el despliegue e implantación del Proyecto "Seguridad Salud y Bienestar".
- Fomentamos el buen uso de las tecnologías de la información y comunicación por niños y adolescentes.
- Hemos alcanzado un nivel adecuado y uniforme de protección en los datos de carácter personal en todas nuestras operaciones, con independencia del país donde estamos presentes.



Principio 2

- En Telefónica aseguramos que nuestras empresas no sean cómplices de posibles vulneraciones, de forma directa con nuestros profesionales, clientes y comunidades, o de forma indirecta con nuestros proveedores.
- Trabajamos en simplificar y clarificar la oferta, progresar en la estrategia de multicanalidad –especialmente aprovechando las oportunidades que ofrecen las redes sociales- y trasladar estos avances a la satisfacción del cliente de cada país.
- Colaboramos para solventar los problemas sociales en las comunidades locales donde operamos, aportando capacidades y tecnología. Es de destacar la implicación económica, material y técnica de Telefónica ante las situaciones de emergencia y catástrofes ocurridas durante el 2010 con el objetivo de contribuir a una pronta recuperación de las distintas zonas, intentado que las comunidades puedan recuperar su derecho a unas condiciones de vida digna.
- Trabajamos en la formación de nuestros proveedores, para que éstos puedan conocer nuestra estrategia en gestión responsable en la cadena de suministro, y aprender como fortalecer su cultura de Responsabilidad Corporativa.



Principio 3

- En Telefónica asumimos el compromiso de garantizar que todos los trabajadores –directos e indirectos– puedan tener la posibilidad de formar y afiliarse al sindicato de su elección sin temor a represalias o intimidaciones, de conformidad con la legislación local de cada uno de los países en los que opera y apoyamos el derecho a la negociación colectiva.
- En materia de libertad de asociación, en Telefónica tenemos como referentes nuestros Principios de Actuación, el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales y su Código de Conducta, vigentes entre la *Union Network International* (UNI) y la Compañía. El porcentaje de empleados de Telefónica con condiciones laborales reguladas por convenios colectivos aumentó en más de dos puntos porcentuales en 2010, hasta alcanzar el 75% de la plantilla.
- A través de unos 200 foros paritarios los trabajadores de Telefónica están representados al más alto nivel.
- Informamos puntualmente a través de nuestros canales internos de los acuerdos o cambios organizativos. Asimismo, existen canales de denuncia puestos a disposición de todos los empleados a través de Internet.



Principio 4

- En Telefónica garantizamos la no existencia de trabajo forzado en ninguna de las empresas, ni en ninguno de los países en los que la Compañía tiene operaciones. Este esfuerzo se extiende a nuestros proveedores.
- Potenciamos nuevas formas de trabajo que permitan una mayor flexibilidad a nuestros empleados.
- Todas nuestras empresas adheridas al Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales, han obtenido el Certificado de Auditoría de Prevención de Riesgos Laborales.
- La compensación fija que Telefónica paga a sus empleados está en todos los casos por encima de los salarios mínimos locales. En muchos casos esta retribución fija se complementa con un paquete de beneficios sociales adecuado a los mercados en los que operamos.
- Colaboramos junto con nuestros proveedores para evitar que se produzcan situaciones de servidumbre o trabajo forzoso en nuestra cadena de valor.



Principio 5

- En Telefónica actuamos en tres frentes para contribuir significativamente a la erradicación del trabajo infantil en los países en los que la Compañía opera: a través de la propia regulación interna, a través de la gestión responsable de la cadena de suministro y a través de los programas de acción social Proniño y EducaRed de la Fundación Telefónica.
- Durante 2010 Proniño trabajó con 118 ONGs ejecutoras, se ha intervenido en 5.860 centros educativos y se han instalado 432 aulas de Fundación Telefónica (AFT); se han beneficiado del eje de protección integral 211.349 beneficiarios más 223.988 adicionales beneficiarios de las AFT.
- Se han producido 52,6 millones de visitas al portal global de Educared de Fundación Telefónica y más de 233 millones de páginas consultadas. Más de 142.000 personas fueron formadas en cerca de 2.100 cursos organizados, en los que se han impartido 1,2 millones de horas de formación.



Principio 6

- Nuestro proyecto global de Diversidad es el encargado de convertir internamente este principio en una realidad, principalmente a través de la inclusión de la perspectiva de diversidad en el ciclo de vida del empleado.
- A través de nuestras acciones de sensibilización ponemos a disposición la plataforma de formación *e-learning*, entre los que destaca el curso "Gestión de la diversidad cultural", cuyo principal objetivo es que los empleados aprendan a hacer frente a nuestra realidad multicultural y se adapten a ella en su entorno de trabajo.
- Con el desarrollo de políticas internas aseguramos que la igualdad esté contemplada en todas nuestras políticas de empleo.



Principio 7

- Contribuimos de manera sectorial y global dando respuesta adecuada al cambio climático a través de nuestros productos y servicios.
- En Telefónica, nuestro Sistema de Gestión Ambiental Global es aquel que marca las líneas de acción para una gestión ambiental preventiva y eficiente. Creemos firmemente que podemos reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) globales a través de actividades eficiencia energética interna y sobre todo a través de nuestros productos y servicios a nivel mundial.



Principio 8

- Trabajamos con los equipos locales capacitados y comprometidos con los objetivos medio ambientales y de cambio climático y eficiencia energética. Gestionamos de manera eficiente la responsabilidad ambiental de todas las líneas de negocio.
- Ponemos mayor énfasis en la gestión de residuos en operaciones, así como el control de impacto visual y/o acústico en el despliegue de red. La responsabilidad de reducción GEI y energía la realizamos a través de proyectos globales con miras a cumplir nuestros objetivos globales de reducción al año 2015.



Principio 9

- Identificamos y desarrollamos productos y servicios que generen eficiencia energética y reducción de emisiones de CO2 en nuestros clientes.
- A través de nuestros productos y servicios podemos contribuir a la protección del medio ambiente y sobre todo a fomentar la eficiencia energética por parte de nuestros clientes disminuyendo las emisiones de GEI globales. Esta propuesta de valor de Telefónica es legítima y enfocada a todos los segmentos de nuestro negocio en Europa y América Latina.



Principio 10

- En Telefónica somos conscientes del elevado coste de la corrupción. A medio-largo plazo, las empresas contarán con una fuerte estrategia anticorrupción.
- Contamos con dos comisiones dependientes del Consejo de Administración (la Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa de Telefónica S.A.), además de unidades organizativas específicas.
- Nuestros Principios de Actuación contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, no aceptación de regalos y sobornos, y el principio de neutralidad política. También contamos con normas que introducen principios de control contra el fraude en los procesos con mayor riesgo potencial.

Iniciativas de Telefónica Colombia 2010 y los Principios del Pacto Mundial

Derechos Humanos	Principio 1	Principio 2
	Pág	Pág
	15	22
	27	46
	18	47
	25	46
	16	
	26	
	42	
Estándares Laborales	Principio 3	Principio 4
	Pág	Pág
	20	45
	21	45
	21	45
Medio Ambiente	Principio 5	Principio 6
	Pág	Pág
	31	45
	34	43
	34	45
Anticorrupción	Principio 7	Principio 8
	Pág	Pág
	28	29
	30	30
	42	
Anticorrupción	Principio 9	Principio 10
	Pág	Pág
		Anexo página 7
		Anexo página 5
		Anexo página 5

2010

INFORME ANUAL
de Responsabilidad
Corporativa y Sostenibilidad
Telefónica Colombia

Telefónica

Perfil de Telefónica Colombia

En 2010 realizamos una gestión responsable y transformadora

Nuestra Visión

“Queremos ser la mayor empresa global de comunicación del mundo digital”

Telefónica en Colombia

Telefónica contribuye al progreso y desarrollo de las sociedades en donde hace presencia, a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

- Somos motor de desarrollo tecnológico, económico y social, al aportar cerca del 1,2% al PIB colombiano y movilizar 5,4 billones de pesos en la economía colombiana.
- 12.3 millones de clientes han depositado su confianza en nosotros para suplir sus necesidades de comunicación. Durante 2010 prestamos servicios de telefonía fija a 1.5 millones de clientes, servicios móviles a 10 millones, Internet banda ancha a más de 548.000 y servicios de televisión a más de 205.000 suscriptores.
- Nuestro portafolio de productos y servicios responde a los perfiles de consumo de nuestros clientes, entendiendo sus particularidades y sus necesidades con soluciones integrales de comunicación, que les permiten estar conectados con el mundo.
- Estamos presentes en más del 80% del territorio nacional.
- Más de 21.000 personas trabajan con nosotros y construyen este gran proyecto de comunicación en Colombia.
- Adjudicamos 2.7 billones de pesos a 1.016 proveedores, de los cuales el 84% son empresas locales.
- 19.454 niñas, niños y adolescentes están en un aula de clase, gracias al aporte del programa Proniño, de la Fundación Telefónica, y su compromiso con la educación y la erradicación del trabajo infantil; a través del programa Educared, más de 69.000 personas, entre estudiantes y docentes, cuentan hoy con una oferta formativa de calidad.
- Invertimos más de 838 mil millones de pesos en infraestructura.



Nuestros Principios de Actuación

Nuestras actividades son guiadas por Los Principios de Actuación. Con ellos construimos nuestra reputación, nos hacemos merecedores de la confianza de nuestros grupos de interés y maximizamos el valor de la Compañía, consolidando relaciones a largo plazo con todos aquellos con quienes interactuamos.

- Honestidad y Confianza
- Respeto por la Ley
- Integridad
- Derechos Humanos

Motor de progreso

En 2010 Telefónica movilizó recursos por 5,4 billones de pesos en la economía colombiana, equivalentes al 1,28% del PIB.

A través de las entradas generadas por sus clientes en más de 4,5 billones de pesos, Telefónica gestionó 330 mil millones de pesos en pagos a sus empleados, 828 mil millones a las administraciones públicas y más de 2,7 billones de pesos a sus proveedores. Así mismo, Telefónica, como socio estratégico de la nación, giró al Estado colombiano recursos por más de 412 mil millones de pesos, sin perjuicio de sus demás responsabilidades contributivas y accionarias¹.

Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social en Colombia.



Cifras en miles de millones de pesos colombianos

¹ La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja de Telefónica Colombia y contrastada por el verificador del informe de RC. Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos que producirían modificaciones en su contenido. Dicha información se ha calculado con criterio de pagos, mientras que existe información en las páginas siguientes, que se expone con criterio de devengo contratado. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados de Telefónica Colombia, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

*Telefónica Telecom ha cumplido cabalmente con la responsabilidad adquirida frente al Estado colombiano de garantizar el pago de las pensiones de los funcionarios de la antigua Telecom, a través de los desembolsos de la contraprestación.



ÍNDICE

	Carta de los Presidentes	06
1	Estrategia de Sostenibilidad	10
2	Gestionando los Impactos	14
3	Gestionando las Oportunidades	24
4	Diálogo con Grupos de Interés	36
5	Relaciones Sostenibles	40
6	Tabla de Indicadores	48

Carta de los Presidentes

La construcción de confianza ha sido la base de nuestra transformación

Estimados Amigos:

Es un placer para mí presentarles el Informe de "Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad" de Telefónica, un documento que, ya en su propia denominación, introduce un cambio de notable calado, que tiene que ver con nuestra estrategia en esta materia y con nuestros logros en 2010: por primera vez en 9 años introducimos el concepto "Sostenibilidad" en la denominación del Informe.

El ejercicio de 2010 ha supuesto para nosotros, sin género de dudas, la cuota más alta de resultados en Responsabilidad Corporativa. Para empezar, hemos liderado por segundo año consecutivo, el *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) -el índice de inversión socialmente responsable más importante del mundo- en el denominado supersector de las Telecomunicaciones, que incluye operaciones fijas y móviles. También, la prestigiosa revista *Fortune*, nos ha reconocido como la "Compañía más Admirada" del sector de las telecomunicaciones, entre otros motivos, por liderar el *ranking* de Responsabilidad Corporativa en el sector. Además, Telefónica ha liderado el *Carbon Disclosure Project* (CDP) en nuestro sector; conviene recordar que CDP aglutina a más de 475 inversores que gestionan conjuntamente activos por valor de 36 billones de euros y que recopila información sobre los riesgos y oportunidades identificadas relativas al cambio climático, los planes de reducción de emisiones y la transparencia de las actuaciones corporativas para mitigar el cambio climático. Adicionalmente, la Compañía ha renovado un año más su presencia en el índice de inversión ética FTSE4Good. Y, por último, a estos logros

globales, hay que sumar los numerosos reconocimientos y premios recibidos por todas nuestras operadoras en los diferentes países donde estamos presentes.

Mantener estos logros en 2011 no va a ser sencillo. Superarlos, será tarea titánica. Por eso nos hemos propuesto un profundo proceso de reingeniería de procesos, que abarca desde un nuevo planteamiento estratégico, hasta un nuevo modelo de trabajo. Sólo quien se reinventa cada día puede mantener una posición de liderazgo. Para ello hemos incorporado a nuestro Programa *bravo!* - programa global de transformación de compañía para el periodo 2010-2012- la Sostenibilidad y la Responsabilidad Corporativa como una de las palancas clave del denominado eje cultura. Así, junto con nuestra marca y nuestros profesionales, la responsabilidad corporativa es una palanca necesaria para reforzar nuestra relación con la sociedad. Los avances en esta materia tienen seguimiento tanto en el Consejo de Administración, principal órgano de gobierno de Telefónica, como en el Comité Ejecutivo, principal órgano de dirección.

Además, en el terreno de la gestión interna, hemos vinculado nuestra estrategia en esta materia a la definición que hace el DJSI: "La Sostenibilidad Corporativa es -dice en el índice- un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas, mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social". Esta definición nos está permitiendo no sólo una aproximación conceptual de mayor calado al fenómeno de la Responsabilidad Corporativa,

sino, sobre todo, una mayor vinculación con la estrategia de negocio, tanto en la gestión de riesgos inherentes a nuestra actividad, como a la gestión de oportunidades vinculadas al impacto de nuestros servicios en la sociedad y al denominado *stakeholder engagement*.

Telefónica produce 17 informes de Responsabilidad Corporativa localmente, también verificados externamente. Por este motivo, en 2010 hemos apostado por unirnos a la plataforma *Global Compact Lead*, una iniciativa formada por cerca de 50 compañías multinacionales que busca impulsar el la idea de la Sostenibilidad bajo el impulso de las Naciones Unidas.

Por último, estamos adaptando nuestro modelo interno de gestión con el fin de dar respuesta a estas líneas de trabajo. Trabajar en Sostenibilidad es trabajar de forma horizontal para (y junto) con todas las áreas y a todos los niveles organizativos: corporación, región o país. Asegurando esa "horizontalidad" seremos capaces de alcanzar nuestros retos.

Nuestro reto es grande. Y nuestra ilusión, máxima. Confíemos en poder conseguirlo y poder seguir contando con su confianza.

Atentamente



Presidente de Telefónica, S.A.



Carta de los Presidentes



Queridos Amigos:

Conscientes de nuestro potencial de transformación por estar en una industria que apalanca el crecimiento de los sectores económicos de los países donde hacemos presencia, hemos asumido un compromiso que va más allá de ser sostenibles como empresa. Queremos contribuir al desarrollo de las sociedades y convertirnos en motor de progreso. En la práctica, esto nos lleva a pensar nuestra actividad económica en torno al entendimiento profundo de las expectativas de los grupos con los que interactuamos, y en responder a ellas con una promesa de valor a largo plazo.

Hoy presentamos el quinto Informe de RC, no sólo ratificando nuestro compromiso con la sostenibilidad y los Diez Principios del Pacto Mundial, sino presentando con orgullo los grandes logros que hemos alcanzado.

En 2010, iniciamos la implementación de una estrategia que evoluciona desde todos nuestros frentes de actuación, la manera como hemos venido haciendo las cosas. Hemos diseñado un plan estratégico que nos alinea como Grupo en torno a cuatro pilares: los clientes, las plataformas, la oferta y la cultura. Cuatro frentes de trabajo que nos imponen un reto de cara al futuro, y que queremos construir de la mano con todos y cada uno de ustedes.

Hoy contamos con un modelo de sostenibilidad que nos permite administrarla, gestionarla y medirla, focalizando nuestros esfuerzos en tres grandes bloques: gestionar preventiva y proactivamente los impactos que podemos generar como negocio, potenciar y maximizar las oportunidades que tenemos como empresa de comunicaciones del mundo digital y dialogar de manera permanente con todos nuestros grupos de interés para mejorar nuestra gestión.

Queremos resaltar particularmente “Nuestros Principios de Actuación” como sombrilla que ampara la estrategia de sostenibilidad. Los Principios son una fuente orientadora para generar una cultura de valores, que redunde en la manera como actuamos y como tomamos decisiones, como empleados y como empresa. Asimismo, es la Oficina de Principios de Actuación el órgano de gobierno que impulsa y propende por asegurar una cultura organizacional ética y transparente y que cimiente la base de nuestra reputación y de la confianza que le generamos a nuestros grupos de interés.

En el frente de la administración eficiente de nuestros impactos, identificamos de manera sectorial siete asuntos relacionados con nuestra actividad, que son de gran relevancia para nuestros grupos de interés y para la estrategia de negocio: servicio al cliente, por ser él nuestra razón de ser; responsabilidad con la cadena de suministro, porque entendemos a nuestros proveedores como aliados estratégicos; los derechos humanos, porque hacemos una debida diligencia para no vulnerar los derechos de nuestros grupos de interés; protección al menor

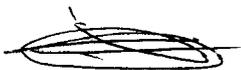
frente a los riesgos de las pantallas y la promoción del uso responsable de la tecnología por parte de ellos; protección de datos de nuestros clientes, empleados y proveedores; integridad, porque es el sello de nuestra cultura organizacional, y retención del talento, porque estamos convencidos de que ser uno de los mejores lugares para trabajar en Colombia nos impone un reto aún mayor, mantenernos.

La gestión de oportunidades nos permite exaltar las bondades de la tecnología en términos de la contribución al desarrollo de la sociedad. En 2010, concentramos nuestros esfuerzos en hacer que más personas pudieran acceder a la tecnología y en suplir sus necesidades de comunicación. Gestionamos recursos del gobierno, expandiendo nuestras redes a territorios alejados y vulnerables, diseñamos productos y servicios para cerrar la brecha económica y creamos diferentes iniciativas de alfabetización digital, para que el conocimiento no sea una barrera de entrada a ella.

Por otra parte, gestionamos eficientemente nuestras operaciones para mitigar los impactos que nuestra labor le puede causar al medio ambiente, pero también para potenciar las TIC como herramientas que ayudan a disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero y a mitigar el cambio climático. En 2010, recertificamos el sistema de gestión ambiental de la operación móvil y certificamos por primera vez a la operación fija con la norma ISO 14.001. Asimismo, lanzamos productos y servicios amigables con el medio ambiente, entre ellos facturas electrónicas y salas de telepresencia para evitar los costos de desplazamiento.

Es muy grato presentarles los avances de nuestra inversión social. Con orgullo podemos decir que preocupados por la protección y la promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes de nuestro país, en 2010, a través de Fundación Telefónica, logramos escolarizar a más de 19 mil niños en todo el país, que se encontraban en situación de trabajo infantil; beneficiamos a más de 60 mil personas con programas de inserción de las TIC en las aulas de clase y logramos que cerca de dos mil empleados de la Organización se sumaran a estas dos causas: erradicación del trabajo infantil y mejorar la calidad de la educación a través de la tecnología.

Finalmente, queremos ratificar nuestra promesa de valor con la sociedad colombiana. El año 2010 ha representado un punto de inflexión en nuestra historia como Compañía; hoy somos una empresa que mira el futuro porque cree en él, y presentar este Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad es una invitación para que construyamos el futuro juntos.



José María Álvarez Pallete
Presidente Telefónica Latinoamérica



Alfonso Gómez Palacio
Presidente Ejecutivo
Telefónica Colombia



01

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

- | | |
|---|----|
| 1 Evolucionamos nuestra estrategia de sostenibilidad: <i>bravo!</i> | 11 |
| 2 Análisis de materialidad | 13 |

Evolucionamos nuestra estrategia de sostenibilidad: *bravo!*

La revolución tecnológica que vivimos obedece a una transformación profunda de los patrones culturales de la sociedad; una sociedad que encuentra en la tecnología una herramienta que no sólo facilita la forma de hacer las cosas, sino que reevalúa la manera de comunicarse porque ha descubierto nuevas formas de interactuar.

En este proceso de transformación y evolución, Telefónica, como operador de comunicaciones, quiere ser protagonista de la historia contribuyendo desde su razón de ser a crear entornos digitales que respondan a las necesidades del consumidor del siglo XXI. Este gran reto que supone evolucionar todo lo que hacemos en función de querer ser la mejor empresa del mundo digital, y sobre el cual Telefónica ha construido cuatro pilares para lograrlo: clientes, oferta, plataformas y cultura.

Los clientes, porque están en el centro de todo lo que hacemos; la oferta, porque es una promesa que respaldamos con una experiencia que sólo ofrecemos a través de nuestros productos y servicios; las plataformas, porque son la apuesta vanguardista que apalanca esta transformación tecnológica, y la cultura, porque es el pilar que soporta, desde la base de lo que somos como equipo, la sostenibilidad de la estrategia.

En este orden de ideas, "Cultura" se convierte en el pilar articulador de la estrategia *bravo!*, promoviendo la creación de valor a largo plazo y la construcción de relaciones de confianza con todos los grupos de interés. A través de la comprensión de la manera como nos comportamos, como tomamos decisiones y los valores que asumimos como equipo, seremos capaces de responder a la promesa de valor que hemos hecho con cada una de las sociedades donde Telefónica opera.

"Cultura", el pilar articulador de la estrategia *bravo!*



Sostenibilidad para todos los grupos de interés

- ▶ Cómo nos comportamos...
- ▶ Cómo tomamos las decisiones...
- ▶ Qué valores asumimos...

▶ **Confianza** para crear **+ Valor**

El plan estratégico de Responsabilidad Corporativa se enmarca dentro del pilar "cultura" del Programa *bravo!*, apalancando la creación de valor desde la gestión y la administración de los activos intangibles de la Organización. La estrategia responde a la articulación de tres frentes de trabajo bajo un único modelo de gobierno que vela por la sostenibilidad y la reputación de la Compañía: Nuestros Principios de Actuación.

Los tres ejes de trabajo (gestión de los impactos, gestión de oportunidades e involucramiento con los grupos de interés), se alinean en torno a la minimización de los impactos negativos y a la maximización de los impactos positivos que Telefónica puede generar en el desarrollo de su operación, con el fin último de salvaguardar la reputación de la Compañía.

La gestión de impactos

Tiene un enfoque preventivo sobre todos aquellos asuntos sectoriales sobre los cuales,

respondiendo a estándares internacionales, tenemos una incidencia directa. Dichos asuntos están enmarcados en los Principios de Actuación de Telefónica y responden a una estructura de proyectos que permite asegurar la debida diligencia en cada uno de ellos. La Oficina de Principios de Actuación, se encarga del desarrollo de políticas, normativas, procedimientos y esquemas de aseguramiento para la prevención de los asuntos identificados. Estos son: protección al menor, protección de datos, derechos humanos, integridad, servicio al cliente, cadena de suministro y retención del talento.

La gestión de oportunidades

Impulsa aquellos asuntos que construyen el capital relacional de Telefónica porque contribuyen directamente al desarrollo de las sociedades donde la Organización opera. Así, la inclusión digital, el compromiso con el cambio climático y el compromiso social canalizado a

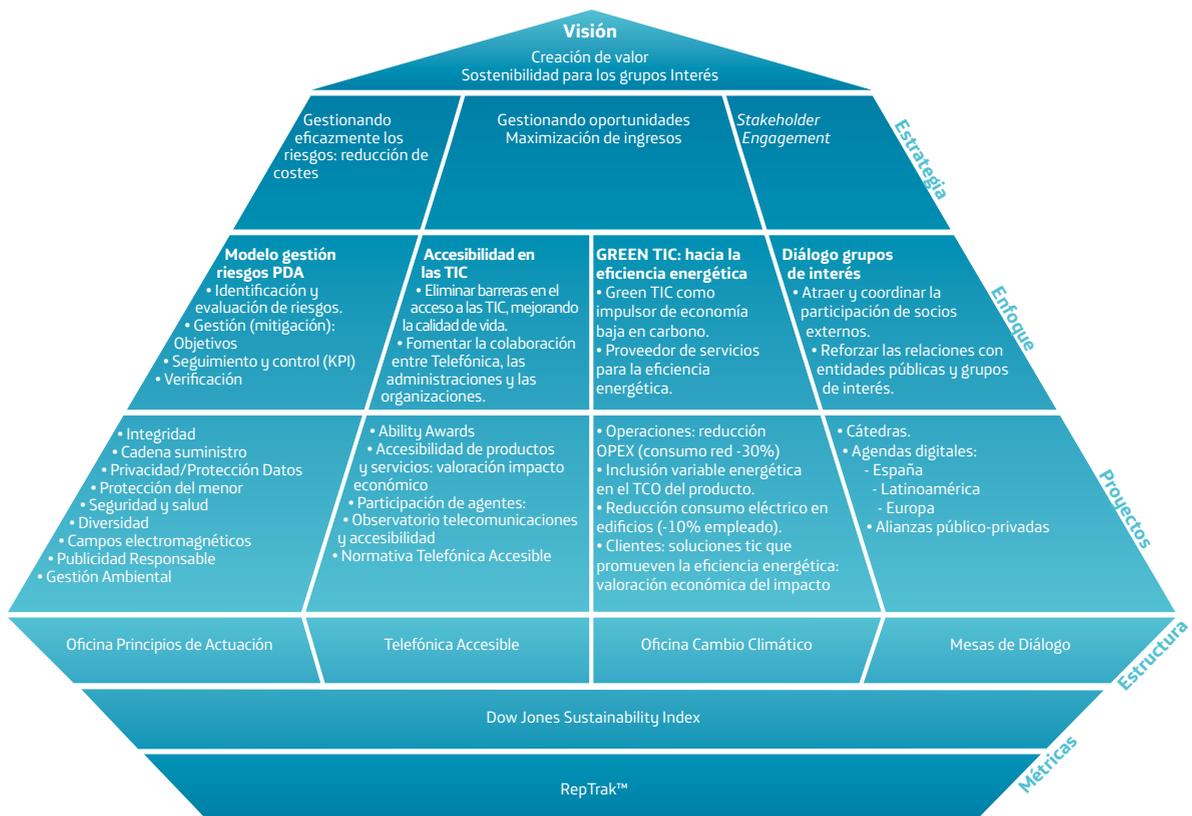
través de la Fundación Telefónica y su respuesta a problemáticas sociales, se constituyen como fuentes de valor y oportunidades para maximizar los impactos positivos.

El involucramiento con los grupos de interés

Es un eje de diálogo permanente y sistemático con los diferentes grupos con los que interactúa la Compañía, y nos permite identificar expectativas, incorporarlas a nuestros planes de acción y medir nuestra capacidad de respuesta en torno al cumplimiento de todos aquellos asuntos que estos grupos esperan que gestionemos.

Para hacer seguimiento a cada uno de los tres frentes de trabajo, contamos con tres indicadores estratégicos: el *Dow Jones Sustainability Index*, y el *FTSE4Good* desde un punto de vista de gestión, y desde un punto de vista reputacional, el *RepTrak™*, índice de reputación medido por el *Reputation Institute*.

Esquema Estratégico de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad



Análisis de materialidad

Telefónica elaboró una matriz de todos aquellos asuntos que son relevantes para los grupos de interés

Como parte de la estrategia de creación de valor, Telefónica elaboró una matriz de todos aquellos asuntos que son relevantes para los grupos de interés, los estándares internacionales de reporte, los requerimientos del *Dow Jones Sustainability Index*, el *FTSE4Good* y el Pacto Mundial; asimismo, se tomaron en cuenta diferentes análisis sectoriales, los respectivos mapas de riesgos de la Compañía, los proyectos desarrollados por la Oficina de Principios de Actuación y las redes sociales.

Estos asuntos han sido priorizados según su incidencia en la estrategia de la Compañía,

medida en cinco grandes indicadores de impacto y su relación con la valoración que le da cada uno de los grupos de interés con los que interactuamos en Telefónica.

Para efectos de la realización de este Informe de Responsabilidad Corporativa, de 36 asuntos identificados se tuvieron en cuenta aquellos priorizados en nivel medio y alto. Los prioritarios fueron distribuidos a lo largo del reporte, respondiendo de manera paralela a la estrategia de sostenibilidad que el Grupo Telefónica se ha fijado para el 2012 y a los principios de inclusividad, exhaustividad y capacidad de respuesta de la norma AA1000 AS.

Criterios de medición

Influencia en Telefónica

Criterio

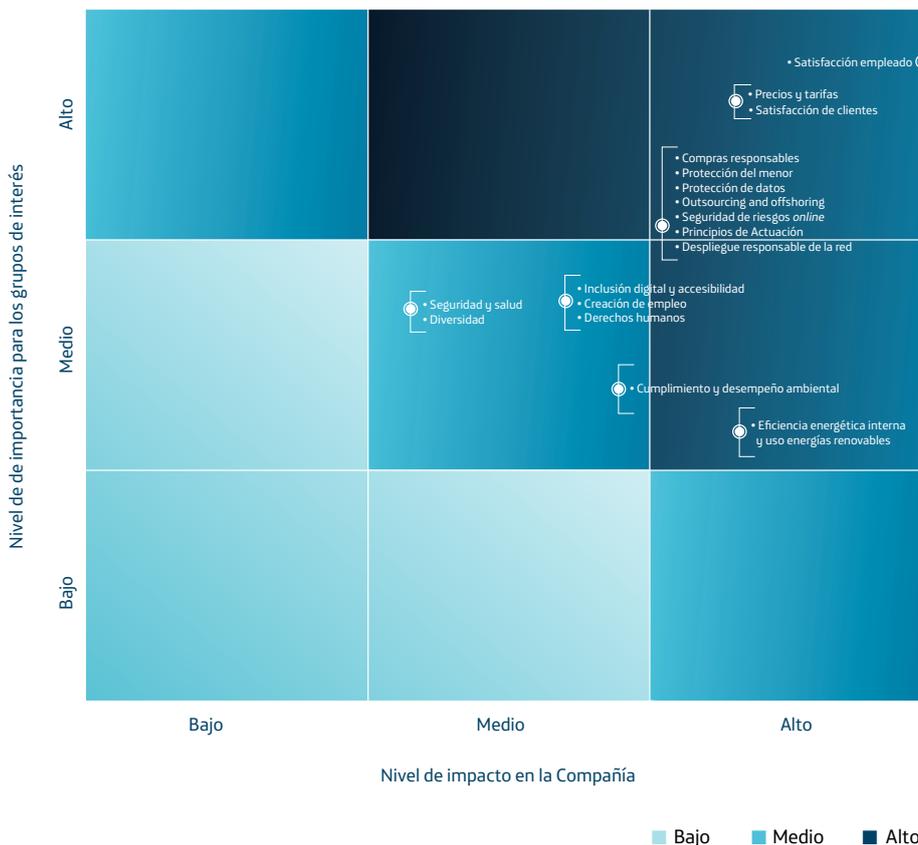
- Satisfacción cliente
- Satisfacción empleado
- Crecimiento
- Eficiencia
- Retorno al accionista

Influencia externa

Criterio

- Empleados / Sindicato
- Asociaciones de consumidores
- ONG / Sociedad
- Organismo regulador
- Gobierno
- Proveedores
- Medios

Matriz de Materialidad





02 GESTIONANDO LOS IMPACTOS

1 Servicio al cliente	15
2 Derechos humanos	16
3 Protección de datos	17
4 Protección al menor	18
5 Retención del talento	20
6 Cadena de suministro	22

Orientamos nuestras acciones hacia nuestros clientes con experiencias innovadoras que responden a sus necesidades de comunicación

Todas las acciones orientadas a hacer del cliente el centro de la Compañía y a generar para los usuarios experiencias innovadoras que respondan a sus necesidades de comunicación, se ven reflejadas en la satisfacción del cliente, en su percepción positiva sobre la oferta de la Compañía y en la confianza que Telefónica Colombia logra generar en cada uno de sus usuarios.

Para medir esta gestión, la Compañía utiliza la metodología del Índice de Satisfacción de Clientes, (ISC); un indicador propio basado en el estándar internacional *The American Customer Satisfaction Index* (ACSI).

En 2010, logramos mantener los ISC de cada operación por encima de los 7 puntos, lo cual significa que en la escala de 1 a 10 que mide la metodología, tanto Movistar como Telefónica Telecom lograron ubicarse en una banda muy cercana sobre la cual los clientes se convierten en *fans* de los productos y servicios que ofrecemos y nos prefieren sobre las demás alternativas del mercado.

En el 2010, tanto en Telefónica Telecom como Movistar el cliente es el centro de nuestro negocio, esto se plasma en los planes estratégicos de las dos operaciones (M8 y 2B) alineados por el Programa *bravo!*.

Principales logros en servicio al cliente

Telefónica Telecom

El proceso de atención al cliente de la Compañía presentó una evolución positiva durante el 2010, como consecuencia de la implementación de acciones enfocadas en dar solución a las solicitudes de los clientes en el primer contacto y en simplificar al máximo el proceso de comunicación del cliente con los diferentes canales de atención de la Empresa. Asimismo, Telefónica Telecom concentró sus esfuerzos en la segmentación de solicitudes

comerciales, ajustando las mismas a responder de manera integral, según el perfil de cada cliente y sus necesidades.

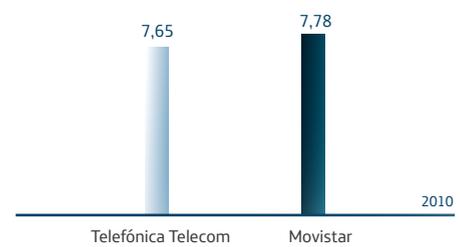
Los diferentes puntos de atención que tiene Telefónica fueron objeto de un rediseño, orientado a ofrecer más alternativas de contacto: se crearon islas especiales para clientes insatisfechos en los puntos presenciales, se ampliaron los canales de retroalimentación vía *online* y se generó una herramienta de medición de satisfacción diaria con el fin de controlar y tomar acciones en tiempo real sobre el proceso. En atención comercial, se logró que el 52% de las peticiones, quejas y reclamos fueran atendidos directamente en las tiendas y centros de atención telefónica de la Compañía.

Movistar

Con el objeto de ofrecer una experiencia cada vez más satisfactoria con los clientes, Movistar logró canalizar el 50% de la atención a clientes a través de los canales de autogestión, implementó un esquema preferencial de atención para clientes pymes y segmentó la base de clientes de las cuentas corporativas con el fin de agilizar los procesos para responder efectivamente a las necesidades de ellos.

Igualmente, Movistar ha venido impulsando el uso del canal *online* para la resolución de inquietudes y solicitudes, esfuerzo que ha llevado a que el nivel de satisfacción del canal alcance un índice de 7,8 puntos para el 2010, en una escala que va de 1 a 10.

Índice de Satisfacción Cliente (ISC)



Puntos de atención

Tanto Telefónica Telecom como Movistar complementaron su estrategia con la apertura de nuevos puntos de venta a nivel nacional. Telefónica Telecom abrió 29 nuevos sitios en centros comerciales y Movistar completó un total de 34 Centros de Experiencia, de los cuales 6 prestan atención de productos de las dos Compañías.

M8
¡Haciendo la diferencia!



Derechos humanos

Reconocemos y respetamos plenamente la dignidad de las personas y los derechos humanos

En Telefónica avanzamos con el modelo de gestión de derechos humanos

Reconociendo plenamente la dignidad humana y los derechos que consagra la Constitución colombiana, el Grupo Telefónica en Colombia diseñó un modelo de gestión de derechos humanos con el ánimo de responder de una manera sistemática a los compromisos asumidos en nuestros Principios de Actuación, relacionados con el respeto por los derechos de nuestros grupos de interés, así como con las oportunidades para contribuir a la creación de condiciones de desarrollo a través de nuestras actividades.

Respondiendo a los estándares internacionales y honrando el compromiso adquirido con el Pacto Mundial y *The Ethical Globalization Institute*, Telefónica Colombia estructuró un plan estratégico para reforzar la incorporación de los asuntos de derechos humanos a los sistemas de gestión de la Compañía. De esta manera, en el 2009 desarrollamos un proceso de análisis que nos permitió identificar los desafíos en derechos humanos de nuestros entornos de operación, así como nuestras fortalezas y debilidades para gestionar los eventuales impactos negativos y positivos de nuestro negocio.

Con base en ese diagnóstico, en el año 2010 se inició un proceso de identificación de oportunidades de mejora en cinco ejes de trabajo, teniendo en cuenta los estándares internacionales de derechos humanos que rigen la materia y que han sido recogidos en los lineamientos guía de Naciones Unidas liderados por el Profesor *Jhon Ruggie*.

1. Eje clientes: referido principalmente a la responsabilidad de nuestros productos y servicios, la protección de datos y el respeto

y la promoción de sus intereses económicos legítimos.

2. Eje empleados y condiciones laborales: referido principalmente a nuestros compromisos relacionados con los derechos consagrados en los ocho convenios fundamentales de la OIT.

3. Eje comunidades: referido a la identificación y gestión de los impactos que nuestros negocios puedan causar en los derechos humanos de las comunidades y al fortalecimiento del diálogo y el relacionamiento en un marco de respeto mutuo y reconocimiento por sus valores culturales.

4. Eje medio ambiente: referido al cumplimiento de las normas nacionales medioambientales y la gestión responsable.

5. Eje cadena de suministro: referido a la transferencia de buenas prácticas a través de esquemas de colaboración con nuestros clientes y proveedores, y el aseguramiento del cumplimiento de nuestros Principios de Actuación relacionados con los derechos humanos.

Igualmente, focalizamos nuestro trabajo en la comprensión exhaustiva de cada uno de los derechos sobre los cuales tenemos una injerencia significativa y en la identificación y priorización de los procesos de la Compañía, que son un instrumento fundamental para asegurar su respeto y contribuir a su promoción. Actualmente se encuentra en desarrollo un plan de acción diseñado para cada uno de nuestros ejes de trabajo, teniendo como meta su implementación en el año 2011.

Para cada uno de los bloques señalados y realizando un ejercicio de gestión interna, focalizamos nuestro plan de acción respondiendo al siguiente modelo de **debida diligencia**:

Compromiso
Declaración pública del compromiso

Política
Directrices que definen el alcance de nuestra actuación

Normativa
Aterrizca la política y define los procesos

Procedimiento
Define el sistema de gestión

Protección de datos

Entendemos y valoramos la información como uno de los activos más preciados de nuestros grupos de interés

Como empresa de comunicaciones del mundo digital, Telefónica entiende la información como uno de los activos más preciados de sus grupos de interés. Trabaja de manera continua por proteger los datos de clientes y empleados y asegurar la privacidad de los mismos. En 2010 se desarrollaron diferentes iniciativas en dos frentes de acción: seguridad de la información e implementación de la Ley *habeas data*.

Seguridad de la información

Para asegurar un tratamiento adecuado de la información que es confiada por parte de sus clientes y empleados, el Grupo Telefónica trabaja en la implementación de la Normativa de Seguridad de la Información, la cual prevé un manejo riguroso de la información según su clasificación (reservada, restringida, de uso interno o pública), en sus diferentes ciclos de vida (generación, distribución, almacenamiento, procesamiento, transporte, consulta y destrucción) y de las infraestructuras que la procesan (sistemas y redes).

Para asegurar un tratamiento confiable de la información, en 2010 se trabajó en la implementación de diferentes controles internos, entre estos:

- Comunicar las obligaciones que tiene todo el personal de Telefónica como usuario y administrador de la información.
- Disponer de mecanismos para tipificar, tratar e intercambiar información, servicios de comercio electrónico y datos de carácter personal.
- Definir nuevos parámetros para la identificación y autenticación de usuarios.
- Crear la política de control de acceso.

- Efectuar copias de respaldo y recuperación de la información.
- Definir los requisitos de seguridad de la red interna y externa.
- Garantizar la continuidad del negocio.

Implantación Ley *habeas data*

Para salvaguardar el derecho a la intimidad y *habeas data* y dando continuidad a los planes de formación a todo el personal de atención, en 2010 Telefónica se enfocó en garantizar que las áreas relacionadas con la administración de los datos de clientes conocieran e implementaran el Código de Protección de Datos y la Ley de *Habeas Data*, la cual tiene como objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones, financiera, crediticia, comercial, de servicios y de terceros países.

En 2010 se instruyó a la fuerza de ventas y el *back* comercial, sobre los derechos que tienen los clientes como titulares de la información para conocer, actualizar y rectificar sus datos, y sobre los procedimientos adecuados para la captura y la utilización de los mismos, de manera que, cumpliendo con las obligaciones legales, administran confidencialmente un registro actualizado de los clientes con el único fin de intercambiar información relacionada con la adecuada prestación de los servicios que les proporciona Telefónica. Dicha confidencialidad sólo es revelada por requerimiento judicial, bajo la debida exigencia de un juez de la República y para efectos estrictos de un trámite de investigación.

Nos enfocamos en garantizar la administración de los datos de nuestros clientes

Protección al menor

Ofrecemos opciones de comunicación, contenidos y entretenimiento para los menores

Buscamos la protección de los derechos de los niños frente a los riesgos de las pantallas



Telefónica Colombia asumió un compromiso con el desarrollo de las sociedades donde opera, no sólo porque las telecomunicaciones apalancan el crecimiento y el desarrollo de los países, sino porque la provisión de servicios y productos responden a patrones culturales de consumo que exigen un grado de responsabilidad superior. Para nosotros no es suficiente poner a disposición de nuestros clientes una oferta de tecnología para suplir sus necesidades de comunicación, sino que entendemos que dichos productos y servicios deben cumplir unos estándares mínimos de seguridad para proteger los derechos de nuestros niños, niñas y adolescentes, los cuales en ocasiones pueden verse vulnerados ante la cantidad y la calidad de la información que encuentran en la red.

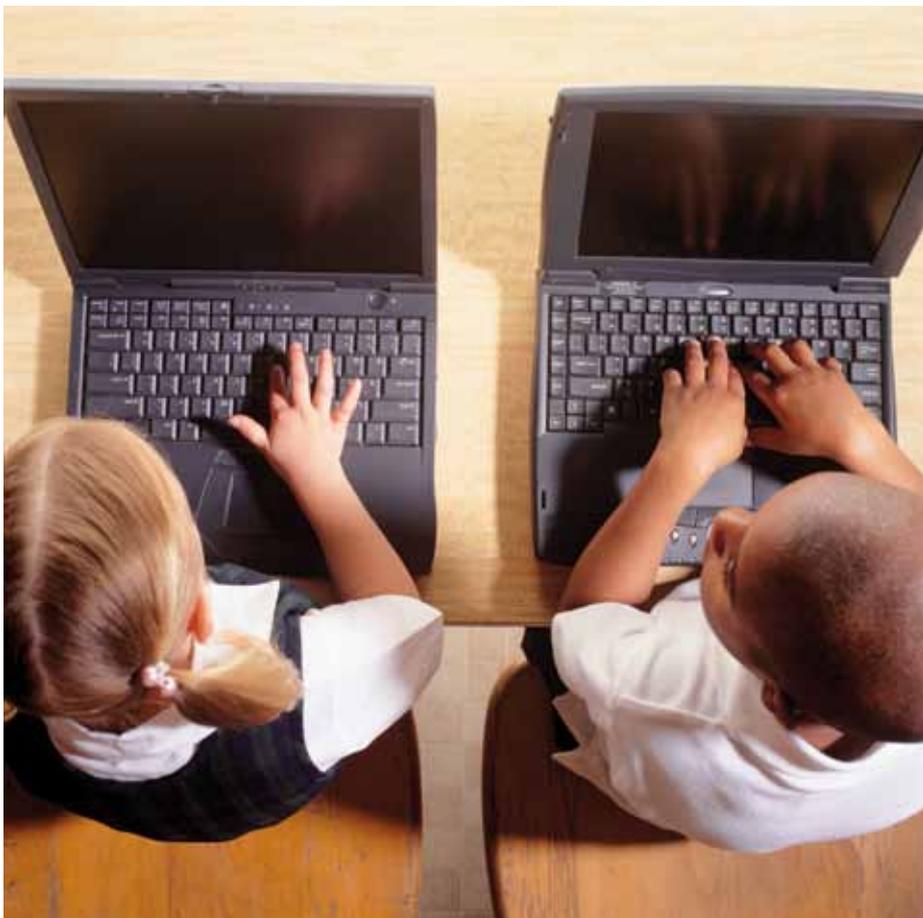
Asumir este compromiso como operadores, no sólo significa emprender iniciativas de autorregulación, sino que también nos impone un reto de colaboración con aquellas organizaciones que tienen la misma preocupación. Por esta razón, en 2010 emprendimos diferentes alianzas en materia de protección al menor con el fin de movilizar a las comunidades educativas y a los ciudadanos en general, en torno al uso adecuado de la tecnología.

Productos y servicios

Telefónica diseñó un portafolio de productos especializados en Internet, telefonía, celulares y televisión, los cuales proporcionan herramientas para que los padres participen activamente en la selección y control de los contenidos a los que tienen acceso los menores.

Para Internet definimos diferentes paquetes comerciales, que van desde la provisión de filtros de contenidos para adultos y centros de seguridad de banda ancha, hasta productos como Aula 365°, que acompaña los procesos educativos de los niños de una manera lúdica. En términos de telefonía fija, disponemos de activaciones parentales para la restricción de información sobre servicios *premium*, como horóscopos, tarot, juegos *online*, entre otros. Con nuestra televisión digital, también hemos dispuesto una parrilla sobre la cual se pueden activar los respectivos controles para no acceder a canales con contenidos para adultos y finalmente, para promover un uso responsable del móvil, los clientes que lo deseen pueden desactivar los servicios que se ofrecen en los portales WAP¹ de la Compañía.

¹ Wireless Application Protocol



Promovemos el uso responsable de la tecnología en niños, niñas y adolescentes

Iniciativas de colaboración

Generaciones Interactivas

Para promover el uso responsable de la tecnología por parte de los niños, niñas y adolescentes, seguimos colaborando con el Foro de Generaciones Interactivas, un proyecto regional auspiciado por Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Interamericana de Universidades, con el ánimo de influir positivamente en el uso que hacen los menores de la tecnología. En el marco de este proyecto, en 2010 realizamos el segundo diagnóstico de tendencias de uso y encuestamos a más de 15.000 niños en todo el territorio nacional. En 2011 presentaremos nuestra segunda publicación, esperando que pueda servir como línea de base para movilizar esta causa.

Fundación Telefónica es actualmente miembro activo de la mesa de nuevas tecnologías que lidera RedPapaz y ha colaborado de manera comprometida con la difusión de la guía "Tus Diez Comportamientos Digitales". Asimismo, esperamos contribuir desde los escenarios públicos y privados en la promoción efectiva del uso responsable de la tecnología por parte de las generaciones futuras.

Internet Sano

Telefónica realiza un filtrado de direcciones de Internet a través de la definición de bases de datos con los dominios Web indicados por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; la clasificación de estas direcciones tiene en cuenta un único archivo de zona que no permite la entrada a las páginas y hace un redireccionamiento a la dirección Web de Internet Sano, página igualmente

administrada por el Ministerio. Cabe aclarar que Telefónica Telecom ofrece adicionalmente el servicio de Filtrado de Contenido Masivo, que cuenta con una estructura que incluye servidores dedicados a esta labor. Este servicio es habilitado para los clientes que así lo soliciten.

Autorregulación

El Grupo Telefónica aprobó la Normativa de Contenidos para Adultos para móviles y fijos, con el fin de regular el tipo de contenidos que la Compañía puede publicar. Esta normativa hace que por defecto todos los contenidos para adultos se ofrezcan bajo demanda (OPT-IN); es decir, que el cliente (mayor de edad) debe manifestar expresamente si desea acceder a este tipo de información.

Retención del talento

Para Telefónica Colombia nuestros colaboradores son el principal activo y merecen una oferta de calidad que responda a sus expectativas.

Reconocemos el valor de cada empleado y generamos incentivos diferenciadores para retener el talento

En Telefónica entendemos el capital humano como uno de los activos intangibles más preciados de la Organización. Para gestionar el talento de todas las personas que trabajan con nosotros, hemos hecho una promesa de valor que históricamente nos ha permitido escalar puestos importantes y convertirnos en uno de los mejores lugares para trabajar en Colombia y en América Latina.

Hemos entendido que la generación de empleo no es suficiente si no generamos un empleo de calidad. Así, el diseñar una oferta de valor para atraer y retener el mejor talento, es una apuesta que hemos hecho en el largo plazo, para no sólo tener empleados comprometidos, sino para contribuir desde la Empresa a que sean seres humanos felices en los demás entornos donde se desenvuelven.

Construyendo el mejor lugar para trabajar

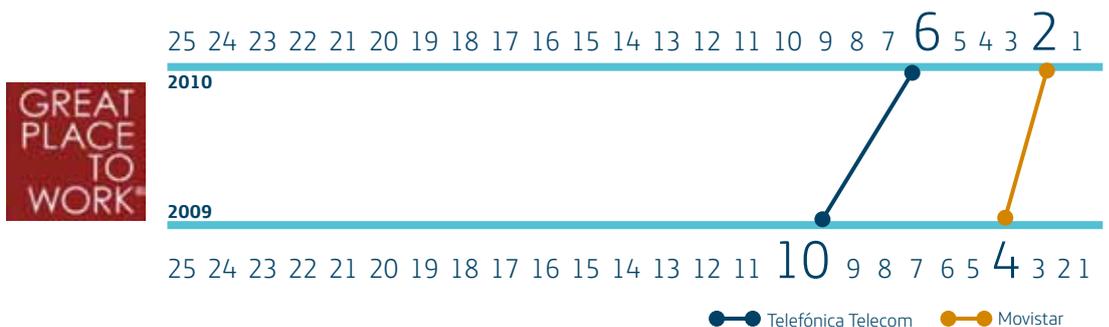
En 2010 esta gestión se vio reflejada en la presencia de Telefónica Telecom y Movistar

en el listado de las 25 mejores empresas para trabajar del *Great Place to Work Institute*.

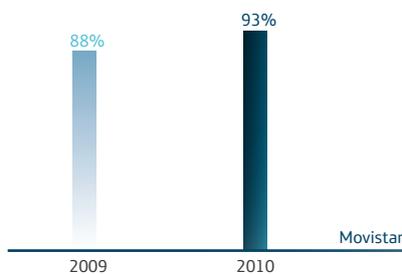
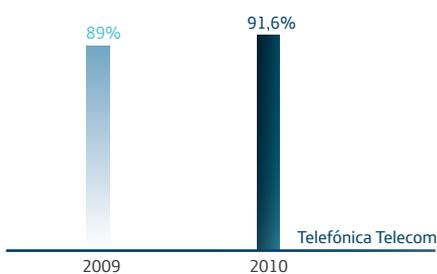
Para Movistar este es un premio a la consistencia en liderazgo, comunicación y reconocimiento, que pone en evidencia la capacidad de la Organización para responder a las expectativas de los colaboradores en busca de un ambiente laboral dinámico, justo y estimulante.

Telefónica Telecom recibe este reconocimiento gracias a la materialización de la misión y la visión de la Compañía en el trabajo diario y las actividades de sus colaboradores, quienes asumen como propias en su vida profesional y personal, las metas y desafíos de la Organización. Telefónica Telecom entrega la mejor experiencia a sus empleados, así como lo explica su Presidente Michael Duncan: "de nada vale tener un grupo motivado y comprometido, si no hay una estrategia de Compañía que permita generar resultados. Pero de nada vale tener proyectos retadores, si no hay sentido de pertenencia" ².

² Tomado de la Revista Dinero edición 25 Empresas mejores para trabajar 2010



Indicador de Compromiso 2010: Índice de Clima Laboral



Cabe destacar adicionalmente, los resultados que arroja el Índice de Satisfacción de los Empleados, el cual es medido mensualmente a través de mediciones de clima organizacional (denominado ahora Indicador de compromiso). Durante el año 2010 alcanzó 91,6 puntos para la operación fija y 93 puntos para la operación móvil, en una escala de 1 a 100. Este indicador de compromiso evalúa la percepción de los empleados en torno a cuatro variables: liderazgo, desarrollo, orgullo y compromiso con el cliente.

Reconocemos y compensamos el talento

Telefónica Colombia ha desarrollado el programa de reconocimiento Un Aplauso Para Ti, una iniciativa que contribuye al mantenimiento de un ambiente laboral positivo y productivo y que permite que todos y cada uno de los empleados pueda reconocer y ser reconocido por los diferentes aportes que hace para el cumplimiento de los objetivos

estratégicos de la Compañía. Un Aplauso Para Ti busca destacar a quienes sean embajadores de las marcas, movilicen a la Organización, piensen y gestionen de forma distinta, sean apasionados, comprometidos y referentes de la cultura Telefónica.

El reconocimiento **cotidiano** destaca el día a día de los empleados, equipos o líderes, valorando y exponiendo las actitudes y comportamientos deseados en la Organización. El reconocimiento **diferencial** exalta de manera rotunda los aportes extraordinarios que los empleados hacen a la Compañía y reconoce a aquellas personas o equipos innovadores que rompen esquemas y barreras, se arriesgan a pensar el negocio de una forma diferente e impactan positivamente en los resultados de la operación.

Asimismo, promovemos un sistema de compensación transparente, el cual es equitativo y competitivo y está regido por tres principios: asegurar la equidad en cargos con similar responsabilidad, garantizar la competitividad para atraer el mejor talento humano requerido, y reconocer el desempeño como criterio para la gestión diferenciada de la compensación.



Los empleados somos accionistas de Telefónica

El Grupo Telefónica busca esquemas que permitan a los colaboradores hacerse partícipes de los logros que alcanzamos como Empresa. En 2010 se llevó a cabo el Plan Global de Compra de Acciones para Empleados de Telefónica, que brinda la oportunidad de comprar acciones de la Compañía, a través de deducciones directas y mensuales de la nómina. Los empleados pueden invertir el equivalente entre 25 a 100 euros cada mes, durante 12 meses consecutivos, que serán destinados a la compra de acciones. Por cada acción comprada por un empleado, Telefónica le otorgará otra acción gratis, convirtiéndose así en un accionista de una de las compañías más grandes de telecomunicaciones del mundo.

02 6

GESTIONANDO LOS IMPACTOS

Cadena de suministro

Privilegiamos la contratación de proveedores locales y aseguramos una gestión responsable

El Grupo Telefónica se esfuerza por contribuir de manera responsable a mejorar la calidad de vida de las sociedades en donde hace presencia, compromiso que hace extensivo a su cadena de suministro, manteniendo con sus proveedores relaciones de confianza y transparencia y promoviendo entre ellos el cumplimiento de altos estándares de desempeño en materia ética, laboral, medioambiental y de seguridad y salud.

Como marco de referencia para estas relaciones, la Compañía diseñó una Política de Responsabilidad en la cadena de suministro para sus proveedores, la cual está basada en los Principios de Actuación de Telefónica y permite direccionar y estandarizar los procedimientos exigidos a sus contratistas para el cumplimiento de criterios éticos, buenas prácticas laborales y medioambientales.



Acompañamiento a contratistas

En Telefónica entendemos la tercerización de procesos como una manera de hacer más eficiente lo que sabemos hacer: prestar servicios de comunicaciones. No obstante, entendemos a los terceros como unos aliados estratégicos de negocio que nos aportan desde el ejercicio de sus labores, a lograr los objetivos que nos proponemos. Por esta razón, hemos creado un área específica en cada una de las operaciones denominada Gestión de

Esquemas de Aseguramiento

En 2010 logramos incorporar los criterios de Responsabilidad Corporativa en los sistemas de compras y de gestión de Aliados a través de cuatro fases que describen el proceso de la cadena de valor de nuestros contratistas y proveedores.



Aliados. A través de esta estructura hacemos extensivas todas las prácticas laborales, medioambientales y de seguridad y salud con el fin de alinear nuestra visión de sostenibilidad y promover entre ellos comportamientos que respondan a la cultura Telefónica.

Gestión de Aliados

Diseñamos un modelo de gestión de aliados que pretende elevar, tanto los estándares de calidad de los productos y servicios que nos proveen y distribuyen, como fortalecer sus capacidades empresariales para hacerlos más competitivos en el mercado. En esta labor incluimos las siguientes etapas de acompañamiento:

Marco de Gestión de Aliados Telefónica Colombia



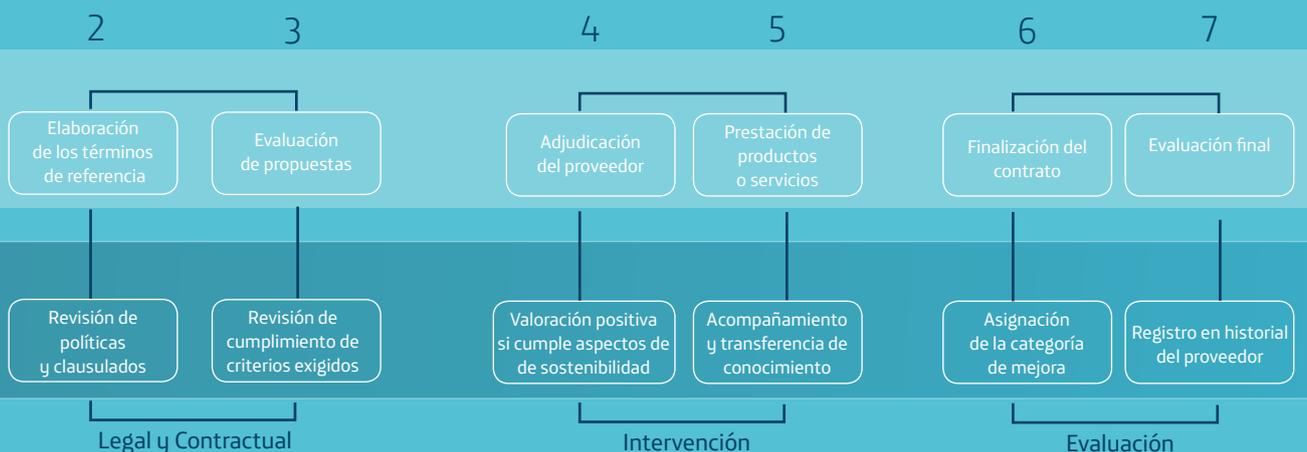
Encuentro de Aliados

Durante 2010, se realizó el primer encuentro con Aliados, espacio en el cual se acordaron cuatro líneas de trabajo conjunto entre la Compañía y sus proveedores:

- 1 **Principios de Actuación**
Acta de compromiso sobre lineamientos y principios éticos
- 2 **Satisfacción empleados**
Modelos para evaluar el clima laboral
- 3 **Cultura cliente**
Plan de trabajo para articular al cliente en el centro de todo
- 4 **Gestión y desarrollo organizacional**
Modelo de organización que promueva la identificación de actividades, conocimientos y habilidades críticas

Cadena de suministro responsable

Un proceso de compras alineado con estándares de responsabilidad



03

GESTIONANDO LAS OPORTUNIDADES

1 Inclusión digital	25
2 Medio ambiente	28
3 Compromiso social	31

Más colombianos conectados con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC)



Ampliamos y actualizamos las redes de telefonía social en todo el país

Convencidos del potencial de transformación que tienen las comunicaciones para el desarrollo del país, entendemos la inclusión digital como todas aquellas iniciativas que permiten que más colombianos, en más lugares y con mejores propuestas puedan acceder a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). Esto nos hace asumir una gran responsabilidad con las comunidades y los colectivos que experimentan obstáculos para acceder a ellas y es por esta razón que en 2010 avanzamos varios proyectos para potenciar lo que sabemos hacer como operador de telecomunicaciones, en procura de que los colombianos, a través de la tecnología puedan suplir sus necesidades de comunicación.

Servicio universal

Con el objetivo de garantizar el servicio universal de telecomunicaciones, entendido como *"aquel que pretende llevar el acceso generalizado a los hogares de los servicios básicos de telecomunicaciones, iniciando con el servicio de telefonía y posteriormente integrando otros servicios a medida que los avances tecnológicos y la disponibilidad de recursos lo permitan"*³, Telefónica Colombia realiza aportes

sociales al Fondo de Comunicaciones del Ministerio de las Tecnologías y la Comunicación (MINTIC), el cual administra estos recursos y asegura la disponibilidad del acceso a las telecomunicaciones de toda la población.

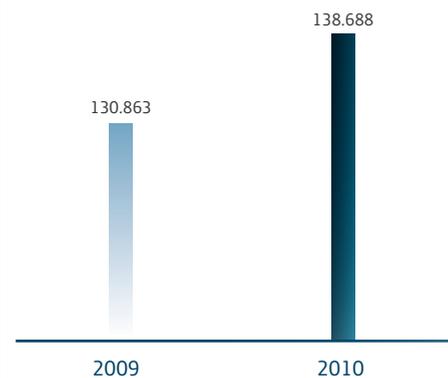
Inclusión geográfica

Conscientes de que la geografía nacional representa un reto para la prestación del servicio de telecomunicaciones en todo el territorio, hemos desarrollado programas de inclusión geográfica que tienen por objetivo extender redes e infraestructura, para lo cual pone a disposición de los colombianos los esfuerzos técnicos, económicos y humanos de la Compañía.

Plan Bianual III

Telefónica Telecom y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, (MINTIC), trabajan conjuntamente con el objetivo de ampliar y actualizar las redes de telefonía social en todo el país. Con el apoyo económico del Fondo de Comunicaciones del Ministerio, durante 2010 se inició la implementación de la tercera fase del Plan Bianual, el cual tiene como propósito dar a conocer las herramientas necesarias para el uso y aplicación de Internet, ampliar la cobertura de banda ancha y reducir la brecha digital en 137 localidades en 24 departamentos del país.

Aportes al Fondo de Comunicaciones



Cifras en millones de pesos

³ Definición según Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia.

Ampliamos en 204% nuestra cobertura móvil 3G



Las TIC para la innovación Campus Party

Con una inversión de de 4.400 millones de pesos, por tercer año consecutivo Telefónica Telecom trajo a Colombia la fiesta de entretenimiento tecnológico y cultural digital más grande del mundo. Más de 85 mil visitantes, 700 horas de conferencia y 86 actividades consolidaron al Campus Party como un referente en temas tecnológicos en Colombia.

Ampliación de la cobertura móvil

En Colombia, Telefónica adelanta desde su llegada al país estrategias que han incrementado la cobertura y la disponibilidad de las redes y plataformas de vanguardia. En 2010 impulsamos iniciativas dirigidas a la ampliación de la cobertura móvil con tecnología 2G y 3G, logrando un incremento con respecto al 2009 de 0.9% en cobertura

de las cabeceras municipales con tecnología 2G y un incremento del 204% en tecnología 3G. Actualmente la red 2G (GSM) llega a 934 cabeceras municipales con una cobertura de 97.980 km² y la tecnología 3G (UMTS) a 450 cabeceras municipales con 17.930 km² de cobertura. A la fecha hemos instalado un total de 2.674 radiobases con tecnología 2G y 1.764 con 3G.

Redes	Cabeceras Municipales	Población de Colombia	Incremento con respecto a 2009	Nuevas radiobases 2010
GSM	934	80.2 %	0.9%	127
UMTS	450	69.7%	204%	932



Principales logros del Programa Empresarios Pymedia

Primeros Pasos 2009

Reunió a 200 pymes y 100 duplas creativas para desarrollar una estrategia de comunicación integral.

La pyme ganadora fue Telecomunicaciones, asesorada por Julián Gallego y Jennifer García de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Alfabetización digital

El uso de la tecnología representa un gran desafío para aquellas poblaciones que no tienen acceso a la misma. A través de diferentes proyectos de alfabetización digital, nos hemos dado cuenta que es tan importante masificar la tecnología para que esté al alcance de todos, como acompañar a estos colectivos para que aprendan a usarla.

Telecentros

Los Telecentros son espacios dotados de Internet con el fin de que las comunidades puedan acceder a la tecnología. Aprovechando los Telecentros asistimos, capacitamos y asesoramos en el uso y aprovechamiento de las TIC en diferentes zonas del país. A la fecha formamos digitalmente a 162.764 personas en 80 localidades a nivel nacional.

Empresarios PYMEDIA

Con el ánimo de promover el uso de la tecnología por parte de las pequeñas y medianas empresas del país, Telefónica Telecom diseñó el proyecto Empresarios Pymedia. En asocio con 13 universidades en 7 ciudades del país, conformó duplas de estudiantes y egresados para que asesoraran a 1.400 pymes colombianas en la construcción de una estrategia de comunicación y posicionamiento utilizando los medios digitales.

El fin último del proyecto es acompañar a las pymes en el uso productivo de las herramientas

digitales con el fin de que puedan fortalecer su imagen, contactar nuevos clientes y ampliar su mercado.

Como retribución a su esfuerzo y colaboración las duplas ganadoras recibieron becas de estudio fuera del país, y las pymes ganadoras recibieron aportes económicos para continuar con su propósito de crecer de manera sostenible de la mano de las nuevas tecnologías.

Inclusión económica

Romper las barreras de la capacidad adquisitiva para poder acceder a la tecnología, es uno de los retos que se ha impuesto el Grupo Telefónica y al cual ha podido responder a través de la bancarización de diferentes colectivos de la sociedad. En convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y en colaboración con la Federación Nacional de Cafeteros y el Banco de Bogotá, se desarrolló la segunda fase del proyecto "Banca Móvil para Caficultores". Este proyecto permite a los asociados de la Federación, titulares de la "cédula cafetera", llevar a cabo transacciones bancarias y comerciales a través del teléfono celular. Incluye poder realizar consultas de saldo y precio del café, consultar abonos, hacer compras y solicitar efectivo en establecimientos autorizados. En 2010 registramos 1.500 caficultores los cuales realizaron más de 47 mil transacciones.

Es Hora de Mostrarse 2010-I

Reunió a 650 pymes en 5 ciudades y a más de 450 estudiantes de 13 universidades del país.

La pyme ganadora fue Distridental, asesorada por María Ancinces y Natalia Manrique de la Universidad Central.

El cliente recibió \$5.000.000 y la dupla creativa 2 becas para el curso *Spring Break Brother* en Argentina.

Ideas para E-volucionar 2010-II

Reunió 750 pymes junto a 13 universidades en 7 ciudades del país.

La pyme ganadora fue Todo Full y la dupla la integraron Carlos González y Alejandro Tibaduiza de la Universidad de Santander.

El cliente recibió \$10.000.000 y la dupla creativa 2 becas para el curso *Summer School* en Argentina.

Medio ambiente

En Telefónica estamos comprometidos con el cuidado y la preservación del medio ambiente

Telefónica cuida y preserva el medio ambiente con el Sistema de Gestión Ambiental



Telefónica Colombia reitera su compromiso con el cuidado y la preservación del medio ambiente con la implementación del Sistema de Gestión Ambiental (SGA). A través de éste se llevan a la práctica acciones ambientales en toda la Organización y se da seguimiento al cumplimiento de estándares ambientales en las operaciones que como empresa de telecomunicaciones brindamos a los usuarios.

Telefónica Telecom

El compromiso con la preservación y el cuidado del medio ambiente nos llevó en 2010 a consolidar la red de 108 guías ambientales a nivel nacional y a crear estrategias ambientales con nuestros aliados. Realizamos 80 auditorías ambientales a contratistas en todo el país y vinculamos el sistema ambiental con los procesos claves de la Compañía. Asimismo, la semana ambiental nos permitió realizar 2.300 capacitaciones relacionadas con la reducción del consumo de energía, papel y residuos.

En diciembre de 2010, el Sistema de Gestión Ambiental de Telefónica Telecom fue certificado bajo el estándar internacional de la norma ISO 14.001 de 2004, para los siguientes procesos: diseño, ingeniería, comercialización, administración, instalación, prestación del servicio de telecomunicaciones y construcción, operación y mantenimiento de servicios de redes a nivel nacional.

Movistar

En 2010 conformamos comités ambientales, que revisan y toman decisiones sobre los impactos ambientales a corto, mediano y largo plazo. En cada área y región en la que operamos fueron seleccionados colaboradores para conformar la red de líderes ambientales y así controlar los impactos ambientales en todo el país. Asimismo fue ratificada la certificación en ISO 14.001 del Sistema de Gestión Ambiental de la Compañía.

Eco-eficiencia

Gestión integral de residuos sólidos y peligrosos

Telefónica Telecom dio a lo largo del año continuidad a las prácticas de reciclaje y reutilización, las cuales han representado resultados y cambios en la cultura de operación de la Organización. El manejo de residuos es desarrollado a través de un contratista que se encarga de desmontar, separar, cargar, movilizar, transportar, tratar, aprovechar y realizar la disposición final de los desechos de la operación y residuos peligrosos en todo el país.

Movistar, con el propósito de reducir la generación de residuos sólidos, desarrolló campañas para concientizar a las comunidades a participar en el reciclaje de terminales (celulares) y accesorios. Entre 2009 y 2010 se lograron recolectar 3.954 equipos y accesorios, evitando así que los clientes den una mala disposición final a estos elementos. Los residuos provenientes del mantenimiento de infraestructura de red (aceites y filtros), se redujeron en 90%.

Consumo de agua

En 2010, Telefónica Colombia redujo el consumo total de agua para todas sus operaciones en más de 51 millones de litros gracias a el uso racional del recurso y manejo sostenible del mismo.

Consumo de papel

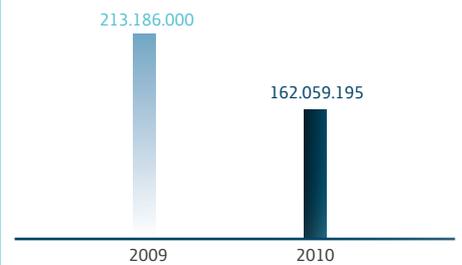
En 2010, Telefónica Colombia registró un consumo de 404.842 kilogramos de papel blanco y facturas y 10.996 kilogramos de papel reciclado, reduciendo en 2% el consumo con respecto a 2009. Nuestro propósito para 2011 es promover el uso racional de papel y disminuir considerablemente su uso.

Consumo de energía

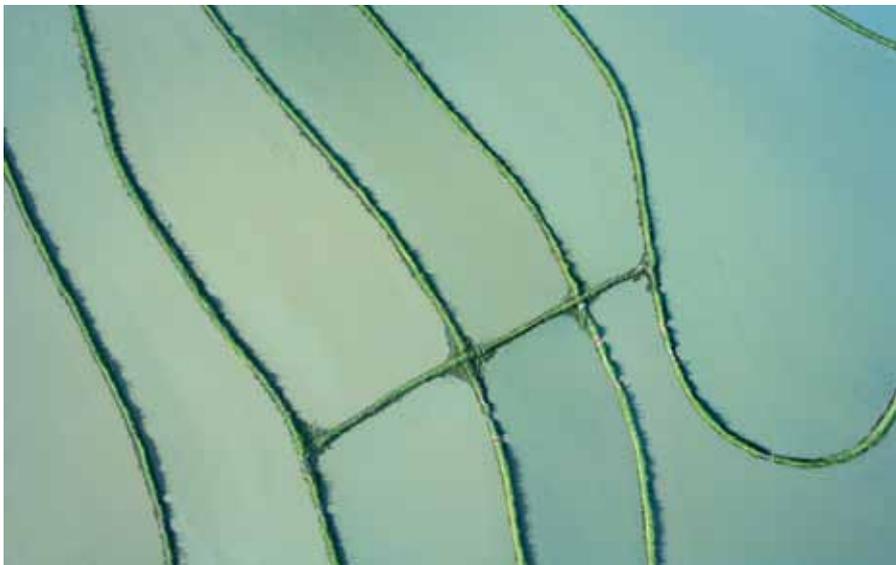
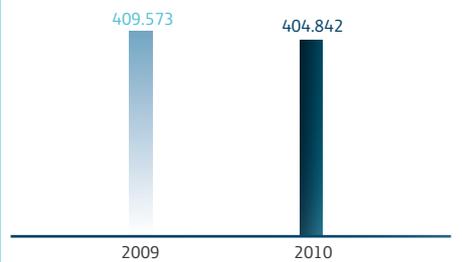
Telefónica Telecom desarrolló un mapa de procesos a través del cual se realiza el registro, monitoreo y seguimiento del consumo de energía de todas sus operaciones en el país, información que permite controlar y asegurar el cumplimiento de la meta de ahorro de la Organización. Los programas y compras de equipos eficientes, apagado de luces, unificación de puntos y uso común de instalaciones con otros operadores promueven la reducción en el consumo energético. En 2009 y 2010 representaron un ahorro total de 2 millones de kilovatios.

En 2010, Movistar llevó a cabo iniciativas que aportan al uso racional de la energía, por medio del análisis de eficiencia energética, el reemplazo de tecnologías eficientes, programas de mantenimiento, reemplazo de luminarias y temporización de sistemas de iluminación. En 2010, el consumo promedio por trabajador directo fue de 31.828 kilovatios, logrando con estas iniciativas la reducción de 3.872 kilovatios por trabajador directo con relación a 2009.

Consumo Total de Agua Telefónica Colombia (en lt)



Consumo total de Papel Blanco (incluido facturas) Telefónica Colombia (en kg)





mitigación del cambio climático a través de las TIC y las acciones compartidas para la reducción de Gases de Efecto Invernadero.

Desde 2006 hemos trabajado para reducir las emisiones internas de GEI (Gases de Efecto Invernadero), haciendo énfasis en actividades de eficiencia energética y reducción de consumo de combustibles en las operaciones en redes fijas y móviles. Asimismo, realizamos una medición rigurosa de las emisiones directas e indirectas de CO₂ verificada por Aenor⁴. Bajo la Oficina de Cambio Climático se realizó una verificación especializada de consumos energéticos y combustibles en el país.

En 2010 Telefónica realizó el primer *Workshop* Global de Energía y Cambio Climático, en Madrid, con el fin de compartir mejores prácticas sobre ahorro y eficiencia energética. Durante el *Workshop* se dio a conocer la reducción del 14% del consumo energético en redes desde 2007 en toda la Compañía, avanzando en el propósito de reducir al 30% el consumo para 2015.

Cambio climático

Telefónica Colombia enmarca sus acciones en favor del medio ambiente dentro de la política global de la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética, que guía las acciones de la Compañía dentro de dos frentes de trabajo: la

Energía y CO ₂ ⁵	Unidades de medida	2009	2010
Alcance 1			
Consumo combustible flotas (diesel y gasolina)	Miles de litros	797	549
Consumo gas natural en operaciones	m ³	5.919	1.625
Consumo gas natural en oficinas	m ³	n/a	330
Consumo diesel en operaciones	Miles de litros	1.943	2.531
Consumo diesel en oficinas	Miles de litros	299	226
Emisiones directas	t CO ₂ eq ⁶	8.204	8.795
Alcance 2			
Consumo eléctrico en oficinas	MWh	30.392	30.695
Consumo eléctrico en edificios de operación	MWh	222.101	224.502
Emisiones indirectas	t CO ₂ eq	37.777	38.181
Alcance 3			
Viajes de trabajo en avión	Unidades	7.138	7.605
Viajes de trabajo en coche	Unidades	n/a	7.625
Otras emisiones indirectas	t CO ₂ eq	1.173	3.344
Emisiones totales	t CO ₂ eq	47.155	50.321
Autogeneración y compra de energía renovable	MWh	2.180	2.180
Emisiones evitadas ⁷	t CO ₂ eq	326	326

⁴ Asociación Española de Normalización y Certificación.

⁵ Inventario basado en ISO14.064 & GHG Protocole

⁶ t CO₂eq = CO₂, CH₄ & N₂O

⁷ Emisiones evitadas gracias a la autogeneración y compra de energía renovable.

Compromiso social

GESTIONANDO LAS OPORTUNIDADES

Proniño apuesta a la protección integral, la articulación de actores y la movilización social como tácticas para proteger a los niños del trabajo infantil



Nuestro compromiso es el desarrollo equitativo de las comunidades

Telefónica canaliza su inversión social a través de la Fundación Telefónica (FT), un compromiso que ha adquirido con las comunidades donde opera con el fin de contribuir a solucionar problemáticas sociales que atañen a los países de Latinoamérica y sobre las cuales tiene un potencial enorme para incidir positivamente en la mejora de la calidad de vida de los públicos que interviene. Con dos ejes de trabajo, erradicación del trabajo infantil y promoción de la calidad de la educación, Fundación Telefónica articula sus esfuerzos en cuatro programas: Proniño, Ecuared, Voluntarios y Debate y Conocimiento.

Erradicación del trabajo infantil Proniño

Mediante la **protección integral**, la cual aporta condiciones básicas de escolarización, con soporte a la familia, el colegio y la comunidad, en 2010 Proniño presentó los siguientes logros:

- Benefició a 19.454 niños en riesgo de trabajo infantil.

- Hizo presencia en 408 escuelas y 98 centros de atención en 41 municipios del territorio nacional.
- Gestionó alianzas estratégicas bajo un modelo de corresponsabilidad con ONG's aliadas, instituciones educativas, gobiernos locales, instancias públicas, empresas privadas y organizaciones de la sociedad civil.

En su apuesta por la **movilización social** contra el trabajo infantil, a través de canales virtuales y alternativos, Proniño emprendió una campaña de articulación de ciudadanos, bajo la consigna "*Aquí estoy contra el trabajo infantil*". Así, aplicando las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como herramientas de socialización y promoción, durante 2010 convocó a los ciudadanos jóvenes, usuarios de redes sociales *online*, para que se informen y participen contra el trabajo infantil, (entre estas: Facebook, Twitter, Youtube y Flickr y la plataforma *online* del III Encuentro Internacional Contra el Trabajo Infantil).

Logros Proniño

Los logros de Proniño son el reflejo del trabajo colaborativo de Fundación Telefónica y las organizaciones aliadas, las cuales día a día recopilan experiencias para la solución de la problemática de trabajo infantil. En 2010, FT, junto con las ONG's colaboradoras de Proniño y a partir de un proceso de construcción conjunta, definió dos prácticas relevantes para fortalecer: la gestión de alianzas y la participación de los menores en los procesos de intervención. Además, realizó capacitaciones presenciales que aportaron herramientas metodológicas para la definición de objetivos en las alianzas y de construcción de mapas de actores asociados al trabajo infantil. En modalidad virtual, los colaboradores colombianos recibieron formación sobre planeación estratégica de proyectos de intervención social.



Aulas Fundación Telefónica (AFT)

Son espacios de conectividad, virtuales y móviles, que se ubican dentro de la escuela. Están centrados en las TIC y acompañados de procesos de apropiación tecnológica que desarrollan competencias curriculares en múltiples áreas del saber y múltiples niveles educativos de manera simultánea. Adicionalmente, Aulas Hospitalarias dispone de recursos tecnológicos para que los niños hospitalizados mantengan comunicación con sus familias –vía correo electrónico y celular–, disfruten de espacios lúdicos y reciban educación en las áreas de nivel básico y medio, con la guía de un educador. Tanto las aulas escolares, como las hospitalarias, son estrategias innovadoras para mejorar la calidad de la enseñanza y ampliar el acceso educativo de los niños.

Articular actores contra el TI

El III Encuentro Internacional Contra el Trabajo Infantil, en sus dimensiones presencial y virtual, movilizó –desde Colombia– una red de trabajo colaborativo entre países, organizaciones y personas y fomentó el intercambio sobre buenas prácticas y la consolidación de compromisos y de alianzas. Este espacio conjuga múltiples experiencias y actores de la sociedad, gobiernos, empresas, ONG's, instituciones educativas, docentes, niños, niñas y jóvenes. En el encuentro se construyó una "Hoja de ruta" que orienta la estrategia de la lucha contra el trabajo infantil en la región latinoamericana.

Informar y formar a las comunidades

Territorios Libres del Trabajo Infantil es una iniciativa de intervención integral que desde 2009 ha formado e informado a los actores de las comunidades productivas donde los niños son trabajadores habituales, transformando la cultura que subyace al trabajo infantil e interviniendo en toda la cadena de valor. En 2010, Territorios Libres informó a 15.709 personas y formó a otras 5.011 en 3 plazas de mercado, asimismo, generó líneas base locales sobre trabajo infantil en Bucaramanga, Neiva e Ibagué.

Las TIC en la educación: Educared

Telefónica genera mayor acceso educativo y pedagogías oportunas e innovadoras, con aprendizajes más entretenidos para las niñas, niños y adolescentes en el aula escolar y en los hospitales, por medio de iniciativas

virtuales, presenciales y de divulgación, de sus proyectos Aulas Fundación Telefónica (AFT) y Aulas Hospitalarias y de sus iniciativas Portal Global Educared, Mundo Robótica, Club de Mensajería, Libro Vivo, Conexión Bicentenario, y el encuentro Campus Party.

En 2010, AFT encaminó su acción a través de tres ejes:

- Un modelo de apropiación tecnológica en la didáctica pedagógica, basado en el desarrollo de competencias digitales por parte de los docentes y en el aula. Este se soporta en la oferta de formación digital y en un docente líder de proceso.
- Un modelo de gestión escolar integral para asegurar la apropiación tecnológica y la continuidad de las acciones: colaborativo y cooperativo, con apoyo de instituciones educativas, entidades de gobierno, docentes y Fundación Telefónica, para integrar las TIC al Proyecto Institucional Educativo –PEI– y a los objetivos curriculares.
- Un modelo de seguimiento y sistematización de resultados, que permita la evaluación de impactos y apoye la creación de nuevas estrategias.

Por su parte, en 2010, el programa Aulas Hospitalarias inició un registro de información para el reconocimiento de la situación de los niños hospitalizados beneficiarios, el cual aporta al diseño de un modelo educativo hospitalario y da lineamientos para la formación de los maestros especializados.

Durante el año 2010, Educared invirtió esfuerzos y recursos en la formación *online* y presencial de docentes, educandos y padres de familia. Así, busca no sólo alfabetizar a las personas sobre cómo hacer uso de los equipos tecnológicos, sino

también ayudar a los docentes en el ejercicio de clases didácticas y efectivas. En 2010, Educared formó a 14.227 maestros a través de 211.243 horas de formación; asimismo benefició a 55.580 niños en AFT en colegios y hospitales.

Telefónica inserta las TIC en el aula escolar y en los hospitales

Educared. Iniciativas para el Fomento de las TIC en la Educación

Movilización en redes sociales	Por medio del portal <i>Web</i> y redes sociales como Facebook y Twitter, Educared divulga saberes sobre el uso de las TIC en la educación.
Mundo Robótica	Mundo Robótica fomenta una comunidad virtual, un proyecto curricular transversal y un kit con herramientas para el aprendizaje de la robótica en la escuela. Así, impulsa un escenario de aprendizaje tecnológico, donde los participantes, estudiantes y docentes enriquecen el proceso educativo.
Club de Mensajería	Ofrece a los miembros de las comunidades educativas, principalmente docentes, mensajes de texto gratuitos en sus celulares. Fomenta el uso de la tecnología de la comunicación como espacio de información sobre la cultura, la tecnología y la educación.
Libro Vivo	Es una propuesta <i>online</i> , interactiva y de construcción colectiva, en la que múltiples participantes escriben de forma conjunta una o varias historias.
Conexión Bicentenario	Convoca a las instituciones educativas a concursar con proyectos virtuales en torno a los 200 años de la nación colombiana, apoyando la divulgación e investigación de la historia.
Boletín Educared	Divulga las principales actividades y aprendizajes de Educared, con el fin de darlos a conocer a los docentes y miembros de las comunidades educativas donde tiene incidencia.
Foro de profesores innovadores	A través de esta herramienta, los maestros aportan en foros y temas de conversación para la construcción de redes y saberes.
Campus Party	La participación de FT en este encuentro en torno a la tecnología contribuye a la conjugación de múltiples actores de las comunidades educativas y de medios <i>online</i> y en actividades relacionadas con formación docente, Robótica, Conexión Bicentenario, Libro Vivo, arte y tecnología.



Aulas Hospitalarias

En 2010, ante la necesidad de movilizar la misión de aulas hospitalarias como un tema de interés público, Educared acompañó el desarrollo de políticas y normativas que aseguran el derecho a la educación entre los niños hospitalizados, contribuyendo así a la creación del Acuerdo 453 de 24 de noviembre de 2010, "que crea el servicio de apoyo pedagógico escolar para niños, niñas y jóvenes hospitalizados e incapacitados en la red adscrita a la Secretaría Distrital de Salud".



Voluntarios Telefónica

Desde su vocación por el bienestar de las comunidades más vulnerables y con el objetivo de trascender a través de experiencias de interacción con su entorno, los Voluntarios Telefónica se vinculan a los programas de Educared y Proniño, invirtiendo competencias, tiempo y recursos en pro de la calidad educativa y el bienestar de los niños, niñas y adolescentes involucrados en el trabajo infantil. En su labor, cuentan con el apoyo de ONG's aliadas locales, líderes voluntarios y comités de voluntarios, que fortalecen la comunicación permanente y la interacción con las comunidades.

De manera destacada, en 2010 el Programa vinculó a 1.739 voluntarios y realizó las

siguientes acciones de comunicación promoción y evaluación:

- Sensibilizó a los directivos de Telefónica Colombia en cuanto al manejo de permisos y tiempos de los voluntarios.
- Dinamizó una estrategia de comunicación y promoción para fomentar el voluntariado e incrementar la visibilidad a nivel interno de los voluntarios y de los líderes voluntarios, incentivándolos y reconociéndolos como promotores de la acción social de Telefónica.
- Fortaleció la sistematización y el registro de información sobre las donaciones (por tipo, negocio, regional, ciudad, entre otros).

Nuestro compromiso social con los damnificados del invierno



Ola invernal

Durante 2010, Telefónica conformó el Comité de Crisis como una acción oportuna para hacer frente a la crítica situación invernal que azotó a las poblaciones colombianas. Ésta afectó a cerca de 2.200 personas del programa Proniño de Fundación Telefónica y a empleados y contratistas de Telefónica en Colombia. El comité desarrolló las siguientes acciones:

- Infraestructura de red e inmobiliaria: atención a las alertas en infraestructura física, previniendo riesgos en el servicio.
- Comunidades: atención a las necesidades de las poblaciones y sus gobiernos.
- Colaboradores: apoyo solidario a los aliados afectados en el país.
- Comunidad Proniño afectada: apoyo solidario a las familias del Programa Proniño de la Fundación Telefónica.
- Facturación: mecanismos de facturación basados en descuentos, suspensión y congelación de saldos debido a tiempos fuera de servicio, para 88 municipios y 51.888 clientes, con un impacto mensual estimado de 1.650 millones de pesos.
- Comunicación: estrategia de comunicación permanente con las comunidades a nivel central, de distritos y gerencias locales,

orientada a identificar oportunamente posibles impactos para Telefónica, a causa de la ola invernal.

- Canales de atención: información y formación dirigida a los clientes.
- Financiero y seguros: generación de un modelo para el seguimiento y consolidación de las inversiones en la atención, prevención y corrección de los riesgos e impactos, durante la crisis invernal.

En razón a su alto compromiso social, Telefónica Colombia y sus operaciones Telefónica Telecom y Movistar se unieron a Colombia Humanitaria con el aporte de una donación de 3.000 millones de pesos, dirigida a beneficiar a los colombianos damnificados por las fuertes lluvias, las inundaciones y derrumbes y 1.500 millones de pesos para ser administrados por Fundación Telefónica.

Además, a través de una campaña solidaria, los colaboradores de la compañía realizaron significativas donaciones de cerca de 70 millones de pesos, junto con donaciones en especie no valoradas.

Asimismo, la Compañía, con ayuda de sus colaboradores, realizó acciones directas para la atención de afectaciones, que cubrieron cerca de 150 incidentes asociados a la ola invernal.

En busca de una acción social integral, sostenible e innovadora, Fundación Telefónica Colombia ha emprendido un proceso de análisis y comunicación de sus impactos en el contexto de la erradicación del trabajo infantil y la contribución de las TIC a la calidad educativa en el país. Para mayor conocimiento acerca de su filosofía, sus aprendizajes y sus impactos, Telefónica le invita a consultar el "Informe Anual de Fundación Telefónica Colombia 2010".

Proniño 2010

Indicador	Unidad	2009	2010
Centros educativos intervenidos	Unidades	311	408
Centros de atención	Unidades	100	98
Municipios	Unidades	39	41
ONG's aliadas	Unidades	11	10
Beneficiarios directos	Personas	17.652	19.454
Personas informadas en los Territorios Libres de Trabajo Infantil	Personas	NA	15.709
Personas capacitadas en los Territorios Libres de Trabajo Infantil	Personas	NA	5.011
Porcentaje de retención escolar	Porcentaje	95%	97%
Porcentaje de promoción al siguiente grado	Porcentaje	87%	84%
Porcentaje de asistencia regular a clases	Porcentaje	88%	98%
Porcentaje retiro del trabajo infantil	Porcentaje	44%	36%
Porcentaje de reducción de jornada laboral en 25% o más	Porcentaje	45%	46%

EducaRed

Indicador	Unidad	2009	2010
Total Aulas Fundación Telefónica (AFT) en Instituciones Educativas (IE)	Unidades	25	40
Aulas Fundación Telefónica en hospitales	Unidades	7	7
BENEFICIARIOS DIRECTOS			
Niños beneficiarios de AFT en IE	Personas	31.331	51.617
Beneficiarios de AFT en hospitales	Personas	5.857	3.963
Docentes formados	Personas	5.424	14.227
Total	personas	42.612	69.807

Voluntarios Telefónica Colombia

Indicador	Unidad	Cantidad
Total horas donadas	No. Horas	9.029
Total actividades realizadas	Unidades	422
Total dinero recaudado y donado (Niños Proniño y campaña navideña)	Pesos COP	\$ 300.840.013
Total voluntarios	personas	1.739
Voluntarios Activos	Porcentaje	65%
Voluntarios que aportan tiempo	Porcentaje	72%
Voluntarios que aportan dinero	Porcentaje	22%
Voluntarios que aportan tiempo y dinero	Porcentaje	6%
Total voluntarios sobre planta de trabajadores Telefónica Colombia	Porcentaje	34%

Debate y Conocimiento

Indicador	Cantidad
No. total de publicaciones desarrolladas	2
No. total de eventos desarrollados	1

Voluntarios Telefónica*. Iniciativas realizadas en 2010



Día Internacional del Voluntariado Telefónica (DIVT)

Iniciativa mundial que motiva y vincula a los voluntarios. Durante un día entero los voluntarios desarrollaron actividades ambientales, lúdicas, deportivas, recreativas y artísticas.

Primer Concurso de Proyectos Sociales

Concurso de iniciativas sociales, que impulsa la participación proactiva. En razón a las necesidades del programa Proniño, el concurso en 2010 convocó proyectos para la mejora de instituciones educativas.

Vacaciones Solidarias

Iniciativa que promueve la cooperación internacional y la eliminación del trabajo infantil en Latinoamérica, mediante acciones locales y la contribución de voluntarios Telefónica de diversos países. En 2010, aportó a la *Institución Educativa San Francisco Javier*, en Santa Marta, con un centro de medios escolar y la mejora en infraestructura.

Campaña de Navidad

Recauda fondos dirigidos a donar kits escolares. Debido a la coyuntura crítica por el invierno en Colombia, la campaña de 2010 se orientó a los damnificados de inundaciones y deslizamientos en las ciudades donde Proniño hace presencia.

* Desde 2008, **Suma Social Consultores** administra el Programa, acercando a los voluntarios con las comunidades beneficiarias a nivel nacional.



04 DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

1 Diálogo con Grupos de Interés | 37

Diálogo con Grupos de Interés

Capturamos las expectativas de nuestros grupos de interés a través del diálogo



Telefónica Colombia se relaciona con sus grupos de interés de forma permanente

Relacionamiento diferencial

Los diálogos con los grupos de interés nos permiten fortalecer las relaciones, promover una conducta empresarial de conversación transparente y reconocer los intereses de otros grupos. Este relacionamiento implica asumir la responsabilidad indelegable por nuestra gestión y conlleva implícitamente la capacidad de rendir cuentas, socializar y visibilizar nuestras acciones, al igual que escuchar y responder frente a las expectativas de nuestros grupos de interés.

Dialogar con los grupos de interés es el pilar de una empresa incluyente, desde una perspectiva responsable y transformadora. Hoy la empresa se relaciona de manera directa con sus grupos

como la mejor alternativa para fomentar las condiciones que hacen posible sus actividades, permite evaluar algunos riesgos, gestionar nuevos impactos y aumentar la competitividad. Con esto logra:

1. Profundizar el entendimiento de los asuntos relevantes.
2. Mejorar la gestión de sus impactos.
3. Posibilitar el aprendizaje continuo.
4. Incrementar la transparencia y la credibilidad.
5. Aumentar su capacidad de responder a las expectativas de sus grupos.

Telefónica, a partir de los diálogos, logra construir significados y sentidos compartidos, desarrollar habilidades comunicativas en su interacción con otros públicos y promover la reputación corporativa. Dialogar de forma permanente con los grupos de interés implica la construcción de unas formas de interacción sinérgica entre Telefónica y sus públicos internos y externos, a partir del reconocimiento a la información como un bien público.

La información recogida en estas consultas es clasificada por lineamientos específicos de acción, los cuales se cruzan con los temas del direccionamiento estratégico, acción que permite priorizar los asuntos y diseñar planes de acción, en función de la influencia que pueden tener en la reputación de la Compañía y del impacto que puedan generar en la estrategia de negocio.



Capacidad de respuesta

Para cada asunto seleccionado como prioritario se constató la incidencia del mismo en el sistema de gestión de derechos humanos, con el objetivo de mostrar a las áreas directamente relacionadas, las implicaciones de cada tema y expectativas en materia de sostenibilidad.

En este mismo sentido se evidenció la presencia de cada asunto en los indicadores más utilizados para medir la gestión de la sostenibilidad (GRI, AA1000, ISO26000) y en las estrategias de Responsabilidad Corporativa del Grupo.

Un ejercicio de análisis sectorial sobre el asunto analizado, proporcionó además elementos adicionales para el diseño de la estrategia de acción por parte del área directamente relacionada. Este proceso constituye el principal insumo de la capacidad de respuesta de Telefónica frente a los intereses de sus audiencias y logra el propósito corporativo de involucrar a todos sus miembros en la gestión de la sostenibilidad, incorporando las expectativas de sus grupos de interés a su estrategia de negocio.

Asuntos Relevantes 2010

1

Derechos humanos

2

Retención de talento

3

Integridad

4

Inclusión digital

5

Servicio al cliente

Los diálogos realizados en 2010 permitieron involucrar de una forma más activa a las diferentes áreas de la Compañía, haciéndolas partícipes del ejercicio desde su fase de preparación, contando con sus aportes en la definición de los puntos orientadores para el diálogo, en la selección de los grupos de interés

y en la construcción de las estrategias para dar respuesta a las expectativas capturadas en los ejercicios realizados. Para este año, la Compañía centró sus esfuerzos en la realización de diálogos con tres de sus grupos de interés: clientes, proveedores y empleados.

Con este propósito, se convocó a clientes empresariales y clientes pymes de las operaciones fija y móvil para indagar por las percepciones y expectativas de estos grupos de interés, frente a los temas agrupados en la categoría servicio al cliente.

Se hicieron mesas de diálogo con los proveedores estratégicos de las ciudades de Bogotá, Barranquilla y Cali para fortalecer la gestión empresarial, socializar la política de la cadena de suministro responsable e identificar mejores canales de comunicaciones.

En asocio con la Fundación Telefónica se realizó una jornada de diálogo dedicada a los temas de la categoría inclusión digital, ejercicio al cual se convocó a expertos en alfabetización digital, conectividad, redes sociales y negocios inclusivos basados en TIC, así como a líderes de experiencias de aplicación de las tecnologías

de la información y las comunicaciones como solución a situaciones cotidianas.

Se realizaron dos ejercicios de diálogo con los empleados, tomando como asunto material la retención del talento. Adicionalmente, se realizó otro diálogo sobre derechos humanos en el que se socializó el sistema de gestión correspondiente.

Todos los diálogos estuvieron dirigidos por puntos orientadores, formulados a los participantes en forma de pregunta, los cuales nos permitieron conocer sus expectativas e intereses frente a aspectos muy específicos del asunto analizado e identificar elementos que contribuirán a la mejora permanente de la gestión.

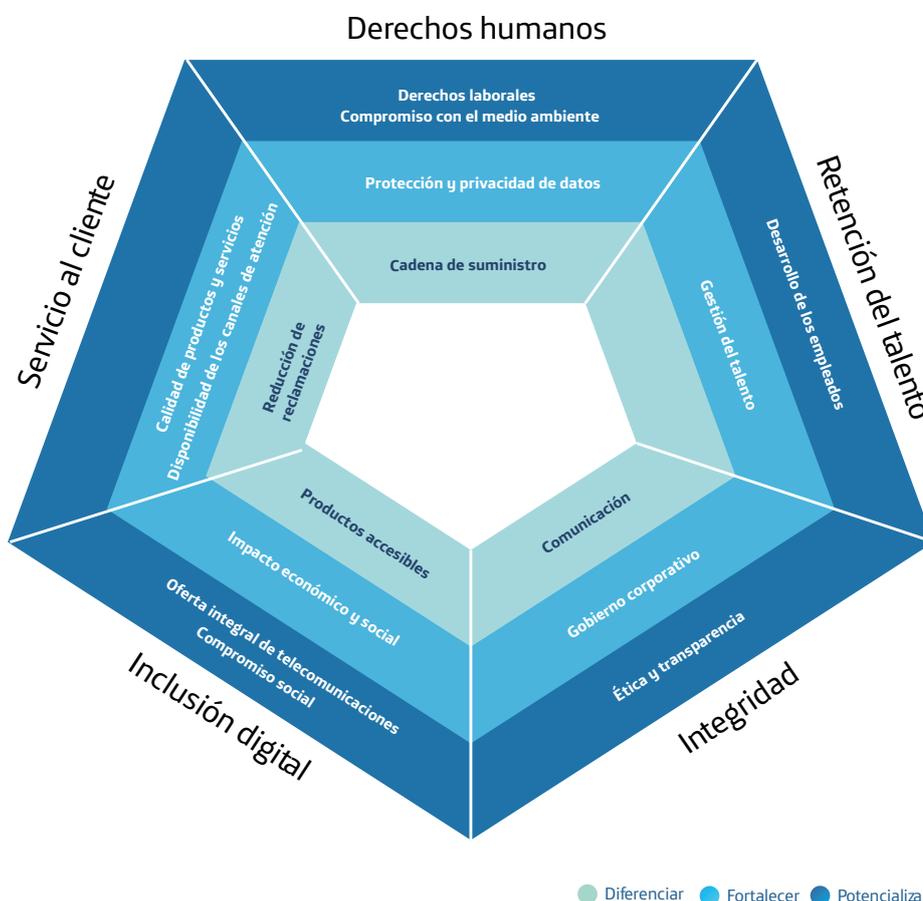
Como resultado del proceso de diálogo se re clasifican los asuntos obtenidos en tres grandes líneas de acción, que son realizados por parte de la Compañía en Colombia:

Lineamientos específicos de acción

- **Diferenciar:** esta categoría agrupa los asuntos en los cuales la percepción del desempeño de Telefónica es estándar y no constituye un factor diferencial frente a otras organizaciones. Estos asuntos son importantes para los grupos de interés, sin ser de relevancia máxima.

- **Fortalecer:** incluye aquellos asuntos que los asistentes perciben como muy importantes y de alto desarrollo en el sector, mientras que califican el desempeño de la Compañía como estándar.

- **Potencializar:** hacen parte de esta categoría los asuntos cuya calificación en importancia y desempeño fue alta, evidenciando una ventaja sobre otras organizaciones del sector.





05 RELACIONES SOSTENIBLES

1	Con nuestros clientes	41
2	Con nuestros profesionales	43
3	Con nuestros proveedores	46

1 Con nuestros clientes

Nuestros clientes son el centro de todo lo que hacemos



El plan estratégico *bravo!*, implementado globalmente por el Grupo Telefónica desde 2010, busca enfocar nuestras acciones poniendo al cliente en el centro de todo. Nuestro reto para brindar un servicio de calidad, y por el cual trabajamos día a día, implica contar con nuevas y mejores plataformas y ofrecer una alternativa de comunicación integral que responda a las expectativas de comunicación de los clientes.

Nuestros clientes en cifras

Trabajamos por la excelencia técnica, por ofrecer modelos de negocio de vanguardia, construir

valores de marca y generar una experiencia que sea consistente con estos valores para nuestros clientes. Gracias a este trabajo cerramos el 2010 con 12,3 millones de clientes, cifra que representa un incremento del 11% con respecto al año anterior.

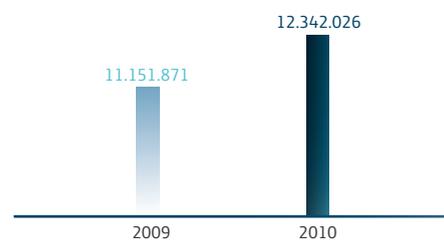
Movistar

En 2010, la experiencia diseñada por Movistar fortaleció su oferta de beneficios para los clientes, tanto en modalidad pospago como en prepago, y le permitió cerrar el año con 10.004.521 de usuarios, cifra que representa un incremento del 11,6% en el total de clientes con respecto a 2009 y un 32% en el número de usuarios en pospago.

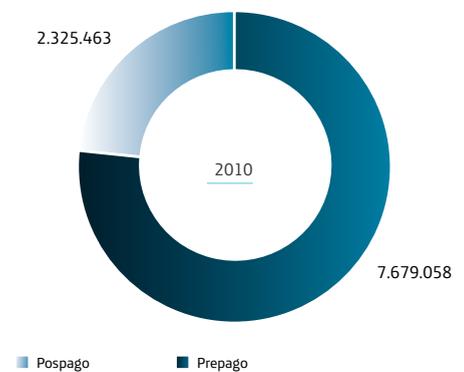
05

RELACIONES SOSTENIBLES

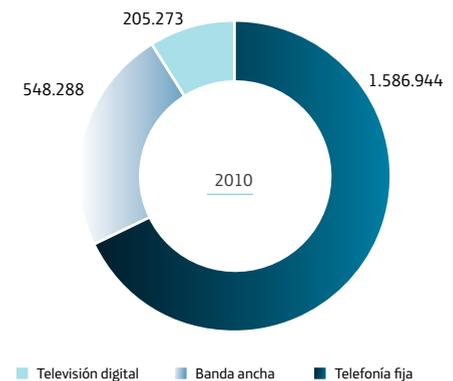
Total Clientes Telefónica Colombia



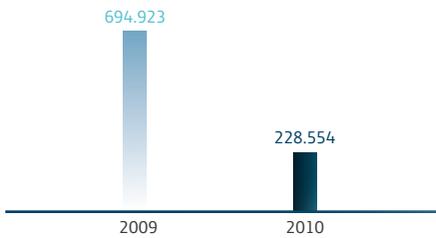
Total Clientes Movistar



Total Clientes Telefónica Telecom



Número Total de Reclamaciones Movistar y Telefónica Telecom



Telefónica Telecom

En 2010, Telefónica Telecom, gracias a la implementación de nuevas plataformas y procesos orientados a mejorar la red y los sistemas de información, suministró servicios de telefonía fija a 1.586.944 clientes y de banda ancha a 545.288 suscriptores. La cobertura de voz fija se mantiene en más de 900 municipios, mientras que la de Internet llega a más de 200 localidades en todo el país, incrementando el número de usuarios en un 30% con respecto a 2009. Por su parte, el servicio de televisión llegó a 205.273 clientes, con un incremento del 61,3%.

Facturación

La factura es un canal de comunicación invaluable con el usuario, a través del cual se fortalece el vínculo entre los clientes y la Compañía en el intercambio de información. Con el objetivo de fomentar la interacción a través de esta herramienta, las empresas del Grupo Telefónica en Colombia han implementado estrategias y mejoras con el fin de convertirlo en una herramienta de contacto positivo con el cliente.

En 2010 transformamos el formato de la factura de Telefónica Telecom con el objetivo de mejorar la comprensión de la misma por parte del cliente a través de una exposición en mayor detalle de sus gastos, de los productos contratados, así como información

complementaria. Estos factores impactan y se reflejan como mejora en el ISC (Índice de Satisfacción de Cliente). En 2010 más de 84 mil clientes escogieron factura electrónica, el equivalente al 4% del total de facturas.

Gracias al trabajo en equipo con áreas de tecnología y soporte técnico, en Movistar desarrollamos estrategias para mejorar cada una de las fases del proceso de facturación enmarcado en el proyecto "excelencia en facturación". Igualmente, optimizamos el proceso de distribución de facturas alcanzando un 97% de efectividad en la entrega, acción que contribuyó a obtener la recertificación de la ISO 9.001. En 2010, 209.517 clientes escogieron factura electrónica, lo que equivale al 11,59% del total de facturas emitidas.

Reclamos por facturación

Durante 2010 trabajamos en dar respuesta a solicitudes de los clientes en el menor tiempo posible. Por esta razón, Telefónica Telecom estructuró acciones de acuerdo con la tipología del contacto, implementó estrategias de diferenciación y fortaleció así el canal *online*. Por su parte, Movistar logró ser el operador de telecomunicaciones en Colombia con menos reclamos por millón de clientes, al reducir el tiempo de respuesta en las reclamaciones escritas, pasando de un promedio de 772 en 2009 a 276 en 2010, según la Superintendencia de Industria y Comercio.

Con nuestros profesionales

El plan estratégico *bravo!*, implementado globalmente por el Grupo Telefónica, ha significado un cambio cultural al interior de la Compañía



La confianza es el valor central del Grupo Telefónica y se logra sólo mediante relaciones caracterizadas por el respeto. Los empleados y colaboradores de la Compañía, como eje principal de sus actividades, encuentran en Telefónica Colombia un aliado en su desarrollo profesional y personal, que potencializa sus capacidades y competencias para mejorar sus habilidades y promueve su bienestar en un ambiente de comunicación y diálogo constante.

Un sólo equipo

Los lineamientos definidos en *bravo!*, plan estratégico del Grupo Telefónica para todas sus operaciones, enmarcan la construcción de una cultura que busca empleados comprometidos y motivados, que trabajan en equipo, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes y alineados con los objetivos de negocio.

Para lograr este propósito, hemos puesto en marcha el proyecto global *Vive la Experiencia*, el cual expresa la nueva propuesta de valor que hacemos a nuestros colaboradores y que a través de ocho competencias busca contar con empleados satisfechos y orgullosos de pertenecer al equipo Telefónica.

La promesa de Telefónica para sus empleados se ha transformado en una experiencia que incentiva la necesidad de construir nuevas cosas, de ser creativos y de imaginar propuestas y soluciones en entornos complejos, y que tiene dispuestos espacios para que los colaboradores se expresen y puedan proponer ideas que aunque parezcan arriesgadas puedan impactar positivamente en los resultados de la Organización y en la satisfacción de los clientes. Los comportamientos que enmarcan este nuevo proyecto, que no son nuevos para la Compañía, la guiarán en su propósito de construir una cultura que fortalezca las relaciones entre empleados, clientes, sociedad y demás grupos de interés.

Nuestros profesionales en cifras

Telefónica Colombia, comprometida con el desarrollo sostenible del país y el bienestar de los colombianos, generó en 2010 más de 21.000 empleos, 4.925 directos y 16.864 indirectos, para los cuales ofrece oportunidades de desarrollo personal y profesional, con esquemas de compensación, reconocimiento y bienestar. La Compañía promueve un trabajo en equipo que facilita la confrontación de nuevas y diferentes formas de pensamiento y valora la diversidad y los aportes tanto de hombres como de mujeres a los resultados de la Organización.

Generamos en 2010 más de 21.000 empleos

Empresa*	Telefónica Telecom		Movistar	
	2009	2010	2009	2010
Año				
Empleados directos** (unidades)	2.164	2.845	1.698	2.080
Empleados indirectos (unidades)	8.917	10.880	8.057	5.984

* Para el año 2010 no se incluye Atento ni Terra en los indicadores de empleados.

** Las cifras incluyen becarios y temporales.

Brindamos la oportunidad a los empleados de aspirar a nuevos cargos por medio de convocatorias internas

	2009	2010*
Participación hombres y mujeres		
Mujeres	49%	29%
Hombres	51%	71%
Distribución de mujeres por perfil		
Directivos	14	12
Número de personas con discapacidad	14	3

* Para el año 2010 no se incluye Atento ni Terra en los indicadores de empleados.

Formación y gestión del talento

La gestión del talento humano, como uno de los pilares de la estrategia de la Compañía, es la base de la construcción de relaciones de confianza con nuestros empleados y se caracteriza por el fortalecimiento del liderazgo, la comunicación, el bienestar, el desarrollo y el reconocimiento de los profesionales.

Privilegiamos el talento interno

Por medio del programa de Identificación del Talento, hemos caracterizado a las personas que continuarán haciendo de Telefónica una empresa abierta, ágil, personal y comprometida con el desarrollo de sus empleados.

A través del programa Más Oportunidades para Ti, brindamos la oportunidad a los empleados de aspirar a nuevos cargos, por medio de convocatorias internas, que permiten la postulación de candidatos internos vinculados directamente con la Compañía, o candidatos vinculados a través de las compañías en *outsourcing*. Durante 2010, Movistar comunicó 204 convocatorias, y Telefónica Telecom se ofertaron 389 posiciones.

Comprometidos con la formación

Consciente de que la formación es un atributo diferenciador para sus colaboradores, Telefónica Colombia ha dispuesto espacios de formación que contribuyen, no sólo al desarrollo profesional, sino al desarrollo

personal de los empleados. De esta forma, el Grupo Telefónica ha dispuesto los siguientes programas de formación:

- La Universidad Corporativa de Telefónica formó en 2010, a 23 empleados de todas las áreas y niveles en liderazgo, enfoque en el cliente y en el mercado, innovación y gestión.
- Asimismo, Telefónica Colombia participa en el Máster en el Negocio de las Telecomunicaciones. En 2010 se llevaron a cabo los procesos de selección de la séptima y la octava edición de este programa, que contó con la participación de más de 100 empleados de Telefónica Telecom, Movistar y Equipo País, en 7 ciudades de Colombia.
- El Programa Horizonte, el cual fue desarrollado con el fin de fortalecer en los profesionales jóvenes los conocimientos, actitudes y habilidades que les permiten afrontar los nuevos retos y desafíos de su carrera profesional dentro de la Compañía. En 2010, tras un arduo proceso de selección entre 200 participantes de Telefónica Colombia, 5 colaboradores obtuvieron cupos en el programa.
- A través de la plataforma corporativa *online e-learning a+*, Movistar y Telefónica Telecom han desarrollado un portafolio estructurado de cursos virtuales, a través del cual se prestaron más de 60.000 horas de formación y capacitación.

Inspiramos un nuevo Liderazgo

El Grupo Telefónica se caracteriza por un liderazgo inspirador, basado en la confianza, la comunicación y la cercanía y que lleva a los diferentes equipos de trabajo a exigirse cada día más en sus labores diarias, a dar todo de sí buscando siempre la excelencia y a demostrar logros que posicionan a la Compañía como una de las mejores empresas de telecomunicaciones en el mundo.

Telefónica Telecom construyó un modelo sólido de gestión de personas que contempla el liderazgo como eje articulador del desempeño de los empleados. La valoración de la confianza en el direccionamiento estratégico y las decisiones de la alta dirección, se ubicó en 89%

en 2010 y tiene en cuenta la participación de los directivos en las acciones de motivación, comunicación, clima y ambiente de trabajo.

El programa Lidérame en Acción de Movistar ha contribuido a la consolidación del estilo gerencial de la Compañía, formando líderes en diferentes áreas. En 2010 se dio inicio al proyecto Comparte, una iniciativa de Movistar orientada a consolidar el reconocimiento de la Compañía por su estilo de liderazgo. Este programa ofrece espacios para compartir experiencias, metodologías y mejores prácticas en el ejercicio diario, fortaleciendo vínculos en los equipos de trabajo y afianzando la confianza en quienes dirigen el futuro de la Compañía.

Beneficios únicos

Uno de los programas más importantes para equilibrar la vida laboral y personal de nuestros empleados es el Programa de Oficina en Movimiento. En 2010 más de 650 empleados de Telefónica se beneficiaron del programa.

Bienestar para nuestros empleados

Tradicionalmente la Compañía celebra ocasiones especiales para sus empleados y familias, como el día de la Mujer, el día de la Secretaría, del Hombre y de la Madre, con actividades de esparcimiento que promueven los valores de la vida en familia. Durante 2010, con el fin de mantener y aumentar un ambiente de camaradería entre los empleados, se generaron momentos especiales de encuentro y comunicación, que ahora hacen parte de la cultura Telefónica y que estrechan lazos de compañerismo y amistad dentro de la Compañía.

Entornos saludables

Con el fin de coordinar todas las actividades de prevención y educación en seguridad y salud y articularlas en todas las empresas que hacen parte del Grupo Telefónica en el país, se han conformado comités paritarios de salud

ocupacional (Copaso), que ayudan a controlar y asesorar los programas de seguridad laboral en los lugares de trabajo, y se realizan las Olimpiadas Deportivas, con el propósito de promover la integración entre las diferentes dependencias y Empresas del Grupo en Colombia.

Telefónica Telecom ha implementado el Sistema de Vigilancia Epidemiológica en Alteraciones de Salud Asociadas al Uso de Videoterminales, el cual realiza *Evaluaciones de Puesto de Trabajo VDT*⁴, con el apoyo de profesionales de la ARP Colmena. Durante 2010, el programa visitó 486 empleados, equivalentes al 21% de la planta, asegurando así la calidad de las condiciones físicas en los puestos de trabajo. Asimismo, se realizó la Semana de la Salud en 29 ciudades del país, con la participación de 1.230 colaboradores, logrando un total de 5.493 atenciones en la última jornada.

Por su parte, Movistar, adicional a los programas del Sistema Integral Ergonómico, ha diseñado tres sistemas integrales que abarcan diferentes aspectos de los colaboradores: el Sistema Integrado Médico, que permite un seguimiento a los empleados a través de los subprogramas de medicina preventiva, medicina deportiva



y casos especiales, entre otros; el Sistema de Riesgo Sicosocial, que busca prevenir situaciones de estrés laboral y otros riesgos asociados al trabajo a nivel psicológico, y el Sistema Integrado de Protección contra Caídas, que atiende las necesidades del personal especializado en trabajo en alturas.

⁴ Pantallas de video de estaciones de trabajo: (VDT, por sus siglas en inglés—Video Display Terminal—) beneficiarias a nivel nacional.

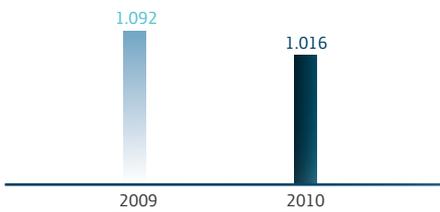
05 3

RELACIONES SOSTENIBLES

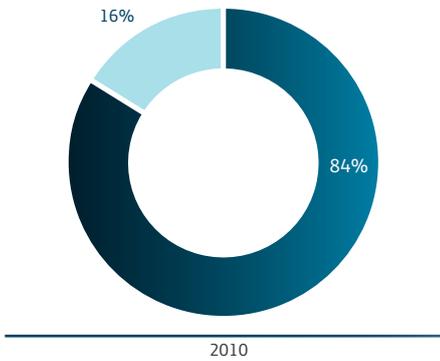
Con nuestros proveedores

Nuestros proveedores nos acompañan como aliados en nuestra contribución al progreso del país

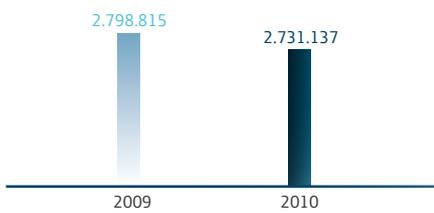
Número de Proveedores Adjudicados



Porcentaje de Proveedores Locales



Pago a Proveedores*



*Los datos corresponden al cuadro de rentas proveedores (opex y capex)



Nuestros proveedores son nuestros principales aliados. Nos acompañan en el propósito de ofrecer a los clientes servicios de calidad, no sólo para impulsar el progreso del país y mejorar las condiciones de vida de los colombianos, sino también para alcanzar los objetivos de negocio y materializar nuestra visión corporativa. Mantenemos con ellos relaciones basadas en la confianza y la transparencia.

Nuestros proveedores en cifras

Las relaciones con nuestros proveedores, basadas en principios de transparencia e igualdad, han logrado que encuentren en

nosotros un aliado que con un trato justo brinda oportunidades de crecimiento y apoya el cumplimiento de estándares, que aseguran la calidad del producto o servicio y materializan buenas prácticas laborales y medioambientales.

Número de proveedores adjudicados y locales*

En coherencia con estos propósitos, la Compañía adjudicó en 2010 contratos de compras a un total de 1.016 proveedores de los cuales el 84% fueron locales.

Las compras realizadas a proveedores en 2010 ascendieron a 2.7 billones de pesos, en la adquisición de bienes y servicios, agrupados en cinco líneas de producto: infraestructuras y redes, servicios y obras, mercadeo, sistemas de información y publicidad y *marketing*.

* Los datos corresponden al flujo de caja de la Compañía. Proveedores (opex y capex).

Comercio electrónico

Para garantizar la eficiencia y el control en el proceso de adjudicación, contamos con el Sistema Avanzado de Compras (SAC), herramienta que permite realizar las evaluaciones y análisis de proveedores, el seguimiento al desarrollo de los contratos y la administración virtual de las negociaciones.

Ser parte del SAC le brinda a cada proveedor la oportunidad de ofertar en los procesos de las filiales de Telefónica a nivel Latinoamérica, ampliando sus oportunidades de crecimiento y desarrollo, además de ofrecer acceso a una plataforma electrónica de negociación equitativa, que ofrece igualdad de condiciones, y a través de la cual en 2010 se negociaron más del 44% del total de compras de Telefónica en Colombia.



Comercio electrónico**

	2009	2010
No. de acuerdos formales realizados electrónicamente con proveedores	2.262	2.605
No. de procesos de compras negociados por subasta	664	751
	2009	2010
Valor compras realizadas por e-sourcing	1.621	2.834
Valor compras realizado en subastas	710	1.237

**Cifras en miles de millones de pesos

Principios de negociación con nuestros proveedores



Telefónica Colombia ha dispuesto cinco principios de negociación, que garantizan y aseguran el proceso de compras en los que participaban los proveedores.

El cumplimiento de estos principios se garantiza a través del Sistema Avanzado de Compras

(SAC), una iniciativa eficiente que articula herramientas de evaluación y análisis para los proveedores y permite el seguimiento de los contratos y las negociaciones. Adicionalmente ofrece la posibilidad a nuestros proveedores de acceder a ofertas de Telefónica en Latinoamérica, ampliando sus posibilidades de crecimiento.

06

INDICADORES

Principales Indicadores de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad

Indicadores GRI y principios del Pacto Mundial	Unidades	2007	2008	2009	2010
Impacto económico					
Ingresos Telefónica Colombia	Millones de pesos	4.700.000	5.926.000	5.520.000	5.453.843
Inversión en innovación tecnológica	Millones de pesos	314.900	537.356	484.112	348.058
Pagos a Administraciones Públicas	Millones de pesos	851.156	827.812	759.000	827.534
Pagos a empleados	Millones de pesos	293.826	328.325	331.000	330.388
Inversiones en infraestructuras	Millones de pesos	1.021.320	1.328.567	920.000	838.802
Volúmen compras adjudicadas	Millones de pesos	2.700.000	3.070.593	2.152.786	2.731.137
Impacto social					
Total inversión social	Millones de pesos	6.555	12.185	14.182	22.991
Beneficiarios de Proniño	Número de niños beneficiados	6.035	12.634	17.652	19.454
Derechos humanos					
Principios 1-2					
Empleados formados en los Principios de Actuación	Porcentaje (%)	92.5	94.5	93.67	99.6
Índice de satisfacción cliente fija Telefónica Telecom	Unidades	6.21	6.68	7.21	7.65
Índice de satisfacción cliente Movistar		7.44	7.47	8.08	7.78
Número de proveedores auditados bajo criterios de RC	Unidades	-	7	15	17
Estándares laborales*					
* Para 2010 no se incluye Atento ni Terra.					
Principios 3-6					
Número total de empleados	Unidades	6.472	4.886	6.348	4.925
Horas de formación por empleado	Horas	473	105	85	195
Mujeres	Porcentaje (%)	48%	42%	49%	29%
Mujeres directivas	Porcentaje (%)	1%	1%	25%	24%
Número de personas con discapacidad		4	6	14	3
Medio ambiente					
Principios 7-9					
Estudios de impacto ambiental	Unidades	242	248	292	375
Mediciones de ruido	Unidades	78	167	192	319
Mediciones campos electromagnéticos	Unidades	17	15	36	32

	UNIDADES	2007	2008	2009	2010
Formación ambiental a empleados	Horas	n.d	6.851	3.234	3.638
Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos	Miles de pesos	88.330	34.464	49.400	52.071
Inversión adecuaciones impacto acústico	Miles de pesos	411.332	1.779.505	505.745	236.211
Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de red	Miles de pesos	6.085	-	7.372	780
Inversión adecuaciones impacto visual	Miles de pesos	266.985	538.592	505.745	895.892
Total consumo papel blanco (incluido facturas)	Kilogramos	483.728	413.161	409.573	404.842
Total consumo papel reciclado (incluido facturas)	Kilogramos	44.944	9.535	11.238	10.996
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	2.513	817	797	549
Consumo eléctrico edificios oficina	MWh	7.462	6.011	30.392	30.695
Consumo eléctrico en operaciones	MWh	155.790	146.165	222.101	224.502
Consumo de agua	Miles de litros	301.949	276.924	213.186	162.059
CO ₂ totales	Toneladas CO ₂	41.841	40.783	47.155	50.321
CO ₂ emisiones directas	Toneladas	7.462	9.581	8.204	8.795
CO ₂ emisiones indirectas (electricidad)	Toneladas	28.754	36.059	37.777	38.181
CO ₂ emisiones indirectas (procedentes de viajes)	Toneladas	n.d	1.581	1.173	3.344
Residuos					
Residuos de papel y cartón	Kilogramos	82.229	35.716	34.017	77.084
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica	Kilogramos	44.481	135.044	146.847	217.773
Residuos de baterías	Kilogramos	790.619	348.722	110.625	118.902
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes)	Kilogramos	10.800	93.039	3.300	654
Residuos de aceites	Litros	10.909	n.d	21.369	20.094
Reutilización de equipos	Unidades	n.d	n.d	1.146	0
Derrames combustible	Unidades	n.d	13	23	17
Volumen combustible derramado	Litros	n.d	3.406	7.223	1.753
Viajes					
Viajes por trabajo en avión	Unidades	n.d	7.879	7.138	7.605
Viajes por trabajo en coche	Unidades	n.d	164	9	7.625

Anticorrupción**

Principio 10

Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	n.d	n.d	3	7
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	n.d.	n.d	19	37

**Estos datos corresponden al total global de la Compañía.

Telefónica Colombia presenta por quinto año consecutivo su Informe de Responsabilidad Corporativa (RC), articulando los lineamientos establecidos por la guía G3 del *Global Reporting Initiative* y los parámetros de la norma AA1000 AS del *Institute of Social and Ethical Accountability* con los Principios del Pacto Mundial.

Para este informe, Telefónica Colombia ha decidido reportar sus principales actividades por medio de los tres pilares que conforman su estrategia de RC: la gestión de los asuntos materiales asociados a los Principios de Actuación, la gestión de oportunidades y el involucramiento activo y permanente con los grupos de interés. Asimismo, reporta las principales acciones desarrolladas en 2010, con miras a construir relaciones de confianza con los clientes, proveedores y la sociedad, y desarrolla un capítulo especial de integridad para dar a conocer de una manera exhaustiva el compromiso del Grupo con la consolidación de una cultura ética, abierta y transparente.

La Gestión de los Asuntos Materiales describe los principales avances de las acciones implementadas bajo los lineamientos de los Principios de Actuación, haciendo énfasis en siete proyectos prioritarios para la Organización, de cara a la custodia efectiva de sus activos intangibles. La Gestión de Oportunidades le ha permitido a la Compañía reportar su compromiso con el desarrollo del país, a través de diferentes iniciativas que le aportan a la inclusión digital, la gestión adecuada de sus impactos en el entorno y el compromiso social que canaliza a través de la Fundación Telefónica. Finalmente, a través de su estrategia de involucramiento con los grupos de interés, desarrolla diferentes tácticas de diálogo que

buscan retroalimentar la estrategia general con el fin de identificar nuevas expectativas y medir la capacidad de respuesta ante ellas.

El proceso de elaboración de esta memoria inició en 2010 con la realización de 14 diálogos con diferentes grupos de interés a nivel nacional, como clientes de grandes cuentas y pymes; empleados de la operación móvil y fija; instituciones; gremios; asociaciones y expertos en temáticas como inclusión digital y derechos humanos; comunidades; proveedores y beneficiarios de la Fundación Telefónica, entre otros. En estos ejercicios se evaluaron las diferentes iniciativas desarrolladas por Telefónica, en el marco de la construcción objetiva y constructiva de planes de acción que permiten mejorar nuestra actuación e identificar una nueva matriz de asuntos relevantes, sobre la cual se profundiza en el capítulo de involucramiento.

El Informe fue elaborado por la firma consultora externa CREO –Constructores de Responsabilidad y Ética Organizacional–, bajo la supervisión y coordinación del área de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia y verificado por la firma consultora Ernst & Young, auditor externo de Telefónica, que otorgó la certificación de tercero independiente con categoría A+, de acuerdo con los parámetros de la Guía G3.

Alcance

El informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia 2010 incluye el desempeño económico, ambiental y social de Telefónica Telecom y Movistar y los principales logros de Fundación Telefónica.



Ernst & Young, S.L.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid (España)
Tel: +34 915 727 200
Fax: +34 915 727 450
www.ey.com/es

Revisión Independiente

Un mensaje de Ernst & Young

Por encargo de la Comisión de Auditoría y Control, realizamos la revisión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica en Colombia. El Informe consta de dos partes: el presente documento impreso y la versión online completa del mismo, que estará disponible en www.telefonica.co/responsabilidadcorporativa.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica en Colombia, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, que han elaborado dicho informe en base a:

- Los principios e indicadores establecidos en la guía de referencia G3 del Global Reporting Initiative (GRI).
- Los principios recogidos en la guía AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Colombia.

Alcance de los trabajos

Nuestro trabajo consiste en:

- **Revisión del cumplimiento de los estándares del GRI**

1. La adecuación de la estructura y contenido del Informe a los principios y directrices establecidos en la Guía G3.
2. La adecuada trazabilidad de la información y los datos correspondientes a los indicadores centrales y adicionales y del Suplemento sectorial de Telecomunicaciones, así como del criterio seguido para su consideración, en su caso, como no aplicables, con el alcance determinado en nuestro Informe de Revisión Independiente.

- **Revisión bajo la consideración de la norma AA1000AS**

Los procedimientos de revisión se han desarrollado para valorar, que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad se adecua a los siguientes principios:

1. Inklusividad: referido a la implicación y requerimientos de los grupos de interés en la determinación de los contenidos a incluir.

2. Relevancia: referido a la inclusión de los aspectos materiales y significativos en materia de sostenibilidad para la compañía y sus grupos de interés.
3. Capacidad de respuesta: referido a la determinación de los objetivos y respuesta a las expectativas de los grupos de interés y de la adecuada y oportuna comunicación de los planes dirigidos a ellos.

Asimismo, se han considerado las directrices establecidas en la norma ISAE 3000 (Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) aplicable para la realización de estas revisiones.

Los procedimientos de revisión han incluido, fundamentalmente, la realización de entrevistas con directivos de las áreas corporativas y de Colombia, revisión de información relevante del Grupo y de noticias de prensa, revisión de los procesos de recopilación de información y comprobación de la trazabilidad de los datos, en base a pruebas selectivas, para las informaciones reportadas en relación a cada uno de los indicadores.

Nuestra Independencia

Las políticas de independencia de Ernst & Young son de aplicación a la Firma, socios y sus profesionales. Estas políticas prohíben cualquier interés financiero o conflicto de interés en nuestros clientes que pudieran comprometer nuestra independencia. Cada año, los socios y el personal son requeridos para confirmar el cumplimiento de las políticas de la Firma. Las normas de independencia de Ernst & Young exceden, en algunos apartados, los requerimientos del IFAC (International Federation of Accountants).

Nuestro Informe de Revisión Independiente contiene el alcance del trabajo, los criterios de revisión, los procedimientos realizados, nuestra independencia, así como las conclusiones y recomendaciones identificadas como resultado de nuestro trabajo. Dicho Informe estará disponible en www.telefonica.co/responsabilidadcorporativa.

ERNST & YOUNG, S.L.

Madrid a 18 de mayo de 2011

Telefonica



2010
ESPECIAL PRINCIPIOS
DE ACTUACIÓN

Telefónica

Nuestros Principios de Actuación

La ética, la integridad y la transparencia son atributos diferenciadores de la cultura Telefónica

Un proceso de alineación en torno a la ética y la transparencia

El Grupo Telefónica expresa en sus Principios de Actuación su compromiso con la ética y la transparencia. A través de los Principios, orientamos el comportamiento y la conducta de todos los colaboradores de la Compañía y guiamos el actuar de nuestros proveedores y contratistas en aras de asegurar entornos de valor. Los Principios de Actuación, son los lineamientos generales que el Grupo Telefónica definió a nivel mundial, para que la ética de los negocios sea un resonante cultural que incida favorablemente en la manera como hacemos las cosas y como tomamos decisiones. Es decir, se constituyen como la base para nuestra reputación y para hacernos merecedores de la confianza de todos los grupos con los que interactuamos.

Construir una cultura ética y transparente, es un desafío que lleva consigo la alineación de diferentes formas de actuar y la comprensión de entornos diversos. Desde la llegada de Telefónica a Colombia, iniciamos un proceso de sensibilización y apropiación de los Principios de Actuación, buscando de manera integral la incorporación de éstos en lo que hacemos cotidianamente desde el ejercicio de nuestras funciones.

Particularmente el reto que asumimos desde la entrada de Telefónica a Colombia, ha sido la construcción colectiva de unos estándares mínimos de comportamiento sobre los cuales tomamos todas nuestras decisiones. Pero más allá de la construcción y el consenso sobre cómo debemos comportarnos como empleados, proveedores y como empresa, entendimos que la ética y la transparencia son valores que se arraigan a la manera de pensar, de hacer y de decidir.

Antecedentes

Hacia 2004 el Grupo Telefónica se encontraba en plena expansión de su presencia internacional en Europa y América Latina, lo cual representó un enorme reto para mantener en una única identidad corporativa, la idoneidad cultural de cada uno de los países donde iba adquiriendo participación. Ante este desafío, el Grupo Telefónica presentó sus Principios de Actuación, producto de la integración de los *Business Principles*, que guiaban la operación de O2¹, del Código Ético con el que contaba Telefónica y de los principios que regían las actividades de Bellsouth en Latinoamérica.

El proceso de definición de los Principios de Actuación de Telefónica incluyó además una serie de consultas con expertos externos y un detallado ejercicio de diálogo con los grupos de interés internos, acciones tras las cuales, fueron unificados y aprobados por el Consejo de Administración de Telefónica S.A., en diciembre de 2006.

A partir de entonces el Grupo Telefónica inició una transformación de su cultura corporativa, la cual pasó de estar regida por códigos de carácter normativo a proponer unos lineamientos orientadores y formadores de criterio que van más allá de establecer sanciones frente a conductas específicas y que se concentran en la construcción de confianza entre la Compañía y todos sus grupos de interés.

¹ O2 es la marca bajo la cual Telefónica ofrece servicios móviles, fijos y de banda ancha en el Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia.

Origen de la Práctica Principios de Actuación



Trabajamos por fortalecer el criterio en la toma de decisiones

Implementación de los Principios de Actuación

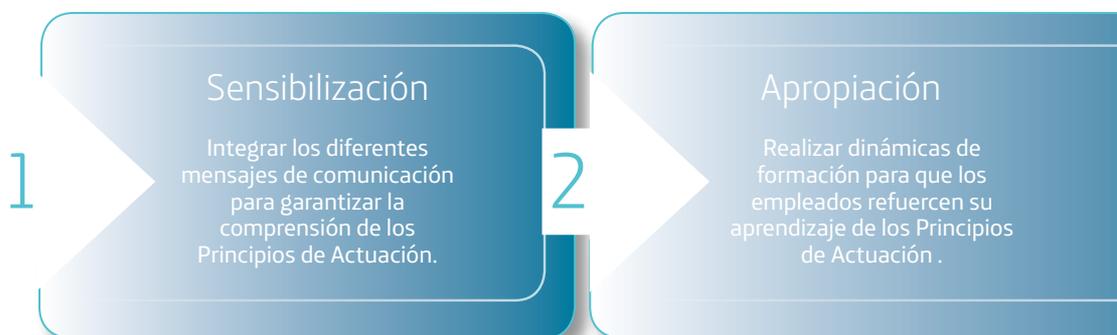
En 2008, la Compañía, inició un plan de capacitación dirigido al 100% de los empleados, el cual tenía como fin alinear los nuevos conceptos de ética organizacional regidos por los Principios de Actuación, e informar los nuevos mecanismos de consulta y denuncia que estaban a disposición de los empleados para reportar cualquier inobservancia asociada al cumplimiento de los Principios. Desde entonces y a la fecha hemos capacitado a través de la herramienta de formación virtual *e-learning*, al 99,6% de los empleados y hemos logrado incluir en los procesos de inducción, un capítulo de formación de carácter obligatorio sobre el cual aseguramos que todas las personas que ingresen a trabajar con Telefónica, conozcan a profundidad los Principios.

Este proceso de formación, se acompañó con una primera fase de comunicación de los Principios de Actuación a través de la cual los colaboradores de Telefónica entraron en contacto con el espíritu de este nuevo parámetro de conducta. El gran cambio de este proceso, estuvo dado por

el reemplazo de la línea ética de denuncia, la cual era administrada directamente por auditoría, a un nuevo buzón de consulta y denuncia, cuya administración se situó en el seno del órgano de gobierno, la Oficina de Principios de Actuación.

Este cambio funcional de la manera como se reportaban asuntos asociados a la ética de nuestro negocio, se evidenció en un cambio de tendencia importante, ya que si bien el número de casos recibidos disminuyó considerablemente, se identificó que dicha disminución obedeció al alto grado de autonomía que delegaban los Principios, para que los empleados tomaran sus decisiones con base en criterios y no en normas.

En 2009, logramos que el 100% de los directivos ratificaran su compromiso con los Principios de Actuación. Este hito nos permitió asegurar que los líderes se convirtieran en los primeros movilizados de los Principios, no sólo cumpliendo a cabalidad con los mismos, sino orientando a sus equipos de trabajo para que redundaran en su forma de actuar. Asimismo, se abrió paso al diseño de una estrategia para gestionar la ética, dividida en tres frentes:



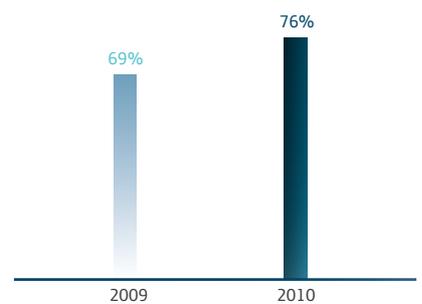
Transparencia por Colombia



Transparencia por Colombia, con el apoyo de la Fundación AVINA, la Embajada de Países Bajos y un grupo de empresas líderes de los servicios públicos, decidió combinar esfuerzos para promover y aplicar en empresas líderes en el mercado de la prestación de servicios públicos, un Índice de Transparencia que contempla los principales mecanismos y políticas que las empresas disponen para garantizar estándares de transparencia y de la gestión ética de los negocios.

De 17 empresas evaluadas en el 2010, Telefónica Colombia ocupó el segundo lugar del *ranking* subiendo un puesto con respecto a la medición realizada en el 2009 y alcanzando un desempeño sobresaliente con 90 puntos sobre 100, en las 4 dimensiones medidas: diálogo con los clientes, apertura de la información, gobierno corporativo y mecanismos de control.

Niveles de conocimiento de los Principios de Actuación.



Durante el 2009 y 2010 se adelantaron acciones de comunicación más segmentadas y periódicas, orientadas a fortalecer desde lo conceptual, el significado de los Principios. Para esto elaboramos una encuesta de conocimiento que nos permitió monitorear en nivel de comprensión de los Principios por parte de

los empleados y articular mensajes que nos permitieran mejorar dichos indicadores; de 69 puntos alcanzados en 2009, pasamos a 76 puntos sobre 100 en 2010.

Asimismo, iniciamos un proyecto de formación presencial, dirigido a todos aquellos colaboradores que tuvieran dudas

con respecto a los Principios de Actuación, logrando que este refuerzo nos permitiera junto con la capacitación virtual, generar espacios de debate y consenso sobre algunos dilemas éticos que puedan ocasionarse en el ejercicio de las labores diarias. En 2010, logramos que el 60% de los empleados de la operación fija y la operación móvil asistieran a estos talleres.

Finalmente desde el frente de transferencia de conocimiento y capacidades a nuestros terceros, llevamos a cabo seis talleres de Principios de Actuación, en los que participaron 81 aliados estratégicos de negocio y los cuales estuvieron enfocados a transmitir los estándares de Telefónica a su cadena de suministro.

Como complemento a estas acciones, la Compañía aprobó las políticas de Conflicto de Intereses, Regalos y Hospitalidad y Neutralidad Política, con las cuales se fortalece la gestión de la ética de Telefónica Colombia y se incrementa la transparencia e integridad de nuestro desempeño corporativo.

3 Transferencia

Difundir estrategia de comunicación y formación de Principios de Actuación a nuestros aliados estratégicos.

Nuestro modelo de gobierno

La Oficina de Principios de Actuación es la encargada de divulgar los Principios, asegurar su implantación, velar por su cumplimiento, atender las consultas y denuncias en la materia e impulsar políticas y normativas que salvaguarden su aplicabilidad.

En Colombia, la Oficina está conformada por los Vicepresidentes de Recursos Humanos de Telefónica Telecom y Movistar, Auditoría, Intervención e Inspección, Relaciones Institucionales y Secretaría General; estas áreas son las directamente encargadas de dar trámite a cada una de las peticiones que se reciben a través del canal confidencial, el cual ha sido dispuesto para que cualquier colaborador de la Organización ponga de manifiesto inquietudes o cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios. En este orden de ideas, la Oficina salvaguarda los siguientes principios para surtir el debido trámite:

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

Durante 2010 se aplicó la nueva normativa de funcionamiento de la Oficina de Principios de Actuación de la Compañía, la cual abrió un espacio en su estructura para la unidad de proyectos, encargada de coordinar y hacer seguimiento al plan de acción diseñado como respuesta a cada uno de los asuntos identificados como prioritarios en una matriz de impactos.

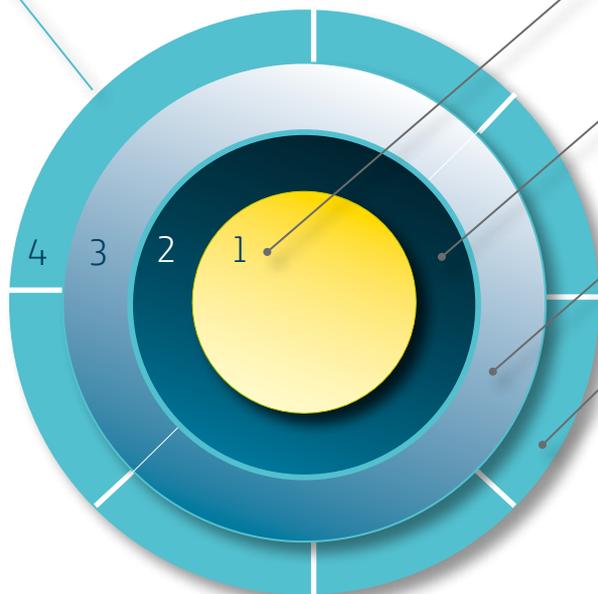
Esta unidad de proyectos involucra a representantes de las diferentes áreas de la Empresa como miembros no permanentes de la Oficina, quienes entregan un reporte

de la gestión desarrollada para administrar los asuntos identificados como proyectos y coordinan las actividades con el área directamente responsable.

Asimismo, la Oficina de Principios de Actuación de Telefónica Colombia emprendió durante 2010 una nueva etapa en el proceso continuo de construir confianza con los grupos de interés de la Compañía, la cual implicó actividades en dos frentes de trabajo: la gestión de la ética y la gestión de proyectos asociados a los Principios de Actuación.

Estructura

Para asegurar que los Principios de Actuación no sean una mera declaración de intenciones, el Grupo Telefónica establece una serie de mecanismos que aseguran su implementación y observancia, y define responsabilidades en su cumplimiento.



Gestión de la ética

En 2010 se dio continuidad a las acciones de comunicación con la divulgación de las características de la normativa de Conflicto de Intereses, la reiteración del principio de Neutralidad Política durante el año electoral y la reorganización de la Intranet, para facilitar el uso del canal de denuncias y consultas de los Principios.

La implementación de la normativa de Conflicto de Intereses exigió una sistematización de los procesos asociados, lo cual incluyó el diseño de una plantilla que facilita la identificación de los conflictos y su reporte, así como la consolidación de un equipo de trabajo responsable del tema. Como resultado, las diferentes áreas de la Compañía han involucrado en sus procesos cotidianos la identificación y el reporte de los conflictos de interés. En 2010 se

registraron un total de 1.766 reportes, de los cuales, 230 casos fueron identificados como potenciales conflictos, en alguna de las cuatro categorías posibles: relación con terceros, con la competencia, con agentes comerciales o por parentesco.

El gran logro de todo este proceso de consolidación cultural en torno a la ética empresarial y nuestros Principios de Actuación, se pudo reflejar en las encuestas de clima organizacional y las preguntas del *Great Place to Work Institute*, las cuales miden respectivamente la percepción de los empleados con respecto a si considera que Telefónica es una empresa ética y transparente, y si considera que su jefe desarrolla su trabajo de manera honesta y ética. Los dos indicadores arrojaron un resultado de 97 y 98 puntos respectivamente para la operación fija y móvil.

Indicadores de Percepción de los Empleados con respecto a la Conducta Ética de Telefónica



1 Presidente País

2 Oficina de Principios de Actuación

3 Miembros Permanentes

Miembros no Permanentes
En función de los proyectos que lideran son invitados a presentar en la Oficina de Principios de Actuación el avance de los mismos.

Recursos Humanos
Secretaría General
Auditoría
Relaciones Institucionales

4 Unidad de Proyectos

- 1 Servicio al cliente
- 2 Derechos humanos
- 3 Protección de datos
- 4 Protección al menor
- 5 Retención del talento
- 6 Cadena de suministro

Gestión de la Ética

El atributo de la integridad como resonante de la cultura Telefónica



Gestión de los Proyectos

Aseguramiento de L CÓMO hacemos las cosas

Gestión de proyectos asociados a los Principios de Actuación



Durante el año 2009, la Oficina de Principios de Actuación inició un proceso de identificación de los asuntos de impacto que puede generar Telefónica en el desarrollo de su negocio. Estos asuntos fueron agrupados en una matriz de riesgos desarrollada por la Compañía con base en la metodología del GeSI² teniendo en cuenta las exigencias del índice de sostenibilidad *Dow Jones Sustainability Index* y los parámetros del Pacto Mundial. El diseño además tuvo en cuenta los aportes de los diálogos con grupos

representen atributos diferenciadores para la Compañía.

En una primera fase se han identificado y priorizado los asuntos con base en dos variables: reputación e impacto en el negocio, sin asociarlos a costos, por la complejidad que supone cuantificar su impacto como intangible y sin fijar aún sus probabilidades y posibilidades de ocurrencia, lo cual espera desarrollarse en una segunda fase.

Los Principios de Actuación base Identificación de riesgos



de interés y de los debates temáticos sobre los asuntos seleccionados.

Para efectos de poder administrar estos asuntos bajo una óptica de proyectos sobre los que efectivamente se pudieran implementar planes de acción y mejora, se diseñó una metodología que permite gestionar los asuntos desde su proceso de identificación hasta la fase de reporte.

Para que un asunto fuera incluido en la matriz y clasificado como de alto impacto, se verificó su posibilidad de mejora a partir de la gestión y la estrategia de la Compañía, y se evaluó el impacto que potencialmente podría generar en la reputación. Telefónica Colombia considera que estos riesgos se transforman en oportunidades en la medida en que se diseñe un plan de acción para su adecuada gestión y se administren desde la óptica de proyectos, logrando así que

Los estándares internacionales en los que Telefónica Colombia basó su metodología de identificación de riesgos, exigen para su evaluación y reporte que los proyectos cuenten con cuatro elementos fundamentales: Compromiso, Política, Normativa y Procedimiento. A partir de un diagnóstico aplicado a los ocho riesgos prioritarios, se evaluó y reportó a través del Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad la gestión desarrollada en cada uno durante 2010.

² El *Global e-Sustainability Initiative*, GeSI, es una asociación internacional que fomenta el desarrollo sostenible en el sector de las TIC y reúne, desde 2008, a las principales empresas TIC, incluidos los proveedores de servicios de telecomunicaciones y fabricantes, así como asociaciones de la industria y las organizaciones no gubernamentales comprometidas con el logro de los objetivos de sostenibilidad a través de tecnología innovadora.