

2011

---

**Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa y Sostenibilidad  
Teléfono Colombia**

*Telefónica*

---

# Comunicación de Progreso

Telefónica Colombia recibió en 2011 el Premio Andesco a la Responsabilidad Social Empresarial, en la categoría Mejor Empresa Grande de Servicios Públicos y Comunicaciones, otorgado por Andesco. Este premio ha sido un reconocimiento a la contribución de la compañía al desarrollo y bienestar de los colombianos, la cual se expresa a través del compromiso corporativo con los Principios del Pacto Mundial y se mide y comunica a través de los indicadores de la Guía G3 del Global Reporting Initiative.

## Principios Pacto Global

### Principio 1

Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

### Principio 2

Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

### Principio 3

Las Empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

### Principio 4

Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

### Principio 5

Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

### Principio 6

Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

### Principio 7

Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

### Principio 8

Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

### Principio 9

Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

### Principio 10

Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

## Derechos Humanos

### Principio 1

- En una escala de 1 a 10 los índices de Satisfacción en 2011 fueron de 7, 87 puntos para Movistar y 7,75 puntos para Telefónica Telecom
- 2000 Pymes y 17 universidades en 8 ciudades del País han participado del programa empresarios Pymedia
- Los reclamos se redujeron en un 14% por millón de usuarios en Telefónica Movistar y pasaron de

- 18.883 en enero a 14.533 casos en diciembre de 2011 en Telefónica Telecom
- Telefónica Colombia consolidó su posición como el operador de banda ancha fija con mayor capilaridad en el país, al llegar con este servicio a 353 municipios
- La red GSM de Telefónica Movistar cubre actualmente al 80,3% de la población nacional y la red UMTS al 70,5%

### Indicadores GRI equivalentes

- PR8** Valor monetario de las multas por incumplimientos de las normativas de privacidad de datos 350,586,000 COP

### Principio 2

- En 2011 las compras realizadas en el país a nuestros proveedores, ascendieron a 1.58 billones de pesos
- A través de la plataforma electrónica se realizaron

- adjudicaciones por 2.11 billones de pesos
- La compañía aplicó a sus proveedores 33 Auditorías en materia laboral y 8 en responsabilidad corporativa
- El 91% de los 879 proveedores son locales

- HR2** Principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos 8

### Principio 3

- La valoración de la confianza en el direccionamiento estratégico y las decisiones de la alta dirección se ubicó en un 89%, de acuerdo con la medición de clima y los indicadores del estudio del Great Place to Work Institute
- Telefónica Colombia, logró como grupo empre-

- sarial ubicarse en el quinto puesto, entre los mejores lugares para trabajar del país
- La compañía registró un 90% de favorabilidad como grupo integrado en la medición de clima laboral
- 3.692 colaboradores participaron en los cursos del programa Embajador Telefónica

- LA4** Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo NA

### Principio 4

- 32% de los empleados se encuentra vinculado al programa Oficina en Movimiento.
- La salud y seguridad de los empleados hacen parte de las prioridades de la gestión que adelanta el Grupo Telefónica en el país, y se ma-

- terializan a través de la actuación de los comités paritarios de salud ocupacional (COPASO) para las operaciones fija y móvil, los cuales promueven un estilo de vida saludable en el trabajo, con respeto por las políticas internas y las directrices legales.

- LA7** Salud y seguridad en el trabajo
 

	Telecom	Movistar
Tasa de absentismo	18,69%	15,16%
Enfermedades profesionales	0	3
Días perdidos	4618	3745
Número de víctimas mortales	0	0

### Principio 5

- La Fundación Telefónica Colombia brindó atención directa a 23.468 niños, niñas y adolescentes en situación de trabajo infantil, con una inversión equivalente a 17.073.856 millones de pesos que

- incluyen cooperación
- Se registraron actividades de 2.364 voluntarios, los cuales representan el 56% de los colaboradores de la planta de la compañía

- HR6** Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación 23.468 Beneficiarios del programa Proniño

### Principio 6

- Telefónica Colombia generó más de 26.000 empleos, 4.203 directos y 22.524 indirectos
- La plataforma e-learning a+, registró más de 68.000 horas de formación virtual
- Telefónica Colombia se destacó como la filial en Latinoamérica del Grupo con más empleados

- inscritos en el plan de desarrollo profesional individual con 2.938 colaboradores
- El grupo ofertó 457 posiciones, 209 por Telefónica Movistar y 248 por Telefónica Telecom, de las cuales cerca del 70% fueron cubiertas con talento interno

- HR4** Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas 0
- LA13** Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla
 

Porcentaje de mujeres en la plantilla	42,8%
Número de mujeres directivas	19,6%
Número de personas con discapacidad	2

### Principio 7

- El Sistema de Gestión Ambiental de Telefónica Telecom fue recertificado bajo el estándar internacional de la norma ISO 14001 de 2004. Movistar realizó una auditoría externa de seguimiento en la que fue ratificada su certificación en la norma ISO: 14001 de AENOR (Asociación

- Española de Normalización y Certificación)
- 697 personas se capacitaron virtualmente a través de la plataforma A+ y completaron 16.339 horas de formación en temas ambientales.

- EN30** Desglose pro tipo del total de gastos e inversiones ambientales
 

Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos	66,150 COP
Inversión adecuaciones impacto acústico	204,976 COP
Inversión adecuaciones impacto visual	420,610 COP

### Principio 8

- El consumo de papel se redujo en 72.596 kilos
- Se realizaron 147 auditorías en medio ambiente aplicadas a las compañías contratistas con mayor impacto en este tema
- Telefónica Telecom entregó 793.287 kilos de

- residuos eléctricos y electrónicos a operadores especializados en reciclaje, mientras que Movistar entregó 2.644 Kg de residuos de teléfonos móviles y sus accesorios, recolectados entre sus usuarios

- EN1** Materiales usados por peso o volumen
 

Total consumo papel blanco (Incluido facturas)	332,246 Kg
Total consumo papel reciclado (Incluido facturas)	10,100 Kg
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	296 Miles de litros
Consumo de agua	181,699 Miles de litros

### Principio 9

- El consumo de energía se redujo un 4,6% en las oficinas y un 2,4% en los edificios de operación, con respecto al año 2010

- El 77% de los clientes de Telefónica Telecom y el 32% de Telefónica Movistar utilizan factura electrónica

- EN4** Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias
 

Consumo eléctrico edificios oficina	29,274 MWh
Consumo eléctrico en operaciones	218,894 MWh

### Principio 10

- Telefónica Colombia, obtuvo el tercer lugar entre 23 empresas de servicios públicos que de forma voluntaria participaron en la "Medición de Políticas y Mecanismos de Transparencia" promovida por la Corporación Transparencia por Colombia
- La compañía socializó las normativas de conflicto de interés, hospitalidad y regalos, y neutralidad política, además de reforzar el uso del Canal de Principios de Actuación, como conducto natural para la resolución

- de preguntas y denuncias. Como resultado de la campaña se incrementó el reporte de conflictos de interés, con 1.851 registros en el año anterior.
- Telefónica Colombia construyó un indicador de clima ético, que permite medir la percepción de los empleados en este tema de una forma más integral, a partir de las cual se diseñó un cuadro de mando de clima ético y se diseñaron planes de acción específicos para las áreas.

- HR3** Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos 96% de los empleados han sido formados en los Principios de Actuación de Telefónica
- SO3** Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización

## Estándares Laborales

## Medio Ambiente

## Anticorrupción

2011

---

**Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa y Sostenibilidad  
Telefónica Colombia**

*Telefónica*

---



# Contenido

Perfil Telefónica Colombia	4
Cartas de los presidentes	7
Acerca del informe	10
<b>Diálogos con grupos de interés</b>	<b>12</b>
Metodología de diálogo	13
Matriz de asuntos relevantes	14
Con quiénes dialogamos	15
<b>La sostenibilidad en Telefónica</b>	<b>16</b>
<b>Impacto económico</b>	<b>18</b>
Motor de progreso	19
Código de conducta: Principios de Actuación	20
Gestión de las relaciones con los clientes	21
Responsabilidad en la cadena de suministro	23
<b>Impacto ambiental</b>	<b>26</b>
Gestión ambiental	27
Ecoeficiencia	29
Gastos e inversiones ambientales	31
<b>Impacto social</b>	<b>32</b>
Empleados	33
Inclusión Digital	38
Ola invernal	42
Fundación Telefónica	45
<b>Relaciones con nuestros accionistas</b>	<b>50</b>
<b>Tablas de Indicadores Colombia</b>	<b>52</b>

# Perfil de Telefónica Colombia

## Nuestra Visión

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

En 2011 consolidamos nuestra transformación y nos preparamos para acompañar a los colombianos en el camino digital

## Telefónica en Colombia



+127.000

beneficiarios en Educared

La Fundación Telefónica cuenta con más de 127.000 beneficiarios en Educared.



23.468

Niños, niñas y adolescentes Proniño

La Fundación Telefónica cuenta con 23.468 niños, niñas y adolescentes beneficiarios de Proniño.



## Nuestros Principios de Actuación

La guía para nuestros comportamientos y decisiones cotidianas, los Principios de Actuación, nos permiten adelantar una operación íntegra, construir nuestra reputación,

merecer la confianza de nuestros grupos de interés, maximizar el valor de la compañía y consolidar relaciones a largo plazo para todos aquellos con quienes interactuamos.

- 1 Honestidad y confianza
- 2 Respeto por la Ley
- 3 Integridad
- 4 Derechos humanos

 13.739.000  
clientes



\$ 5,4  
Billones

Atendimos las necesidades de comunicación de 13'739.000 clientes, 1,4 millones de los cuales confiaron en nuestros servicios de telefonía fija, 11,3 millones en los servicios móviles, 255 mil en los servicios de televisión y más de 609\* mil accesos en internet banda ancha.

\* Parámetros de cálculo Telefónica Colombia.

La oferta que ponemos a disposición de nuestros clientes responde a sus necesidades y expectativas en materia de comunicación, se adapta a sus perfiles de consumo y favorece la interacción de las personas, los microempresarios y las pequeñas, medianas y grandes empresas en el mundo digital.

Nuestras operaciones movilizaron 5,4 billones de pesos en la economía y aportaron cerca del 0,97% al PIB colombiano, y así generaron oportunidades de desarrollo tecnológico, económico y social.

 + 26.000  
personas

 879  
Proveedores

 80,3%  
Población Nacional

Más de 26.000 personas trabajan con nosotros en la construcción de este gran proyecto de comunicación para el país.\*

Adjudicamos 2,67 billones de pesos a 879 proveedores, de los cuales el 91% son empresas colombianas.

Cubrimos el 80.3% de la población nacional.

\* Incluye empleo directo, indirecto, becarios y temporales de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar.



---

# Carta de los presidentes

---

**D**entro del ADN de Telefónica está nuestra vocación de convertirnos en un aliado estratégico para el desarrollo tecnológico, económico y social de las sociedades en las que estamos presentes. Estamos convencidos de que nuestro sector está en el centro de la solución de los principales temas del planeta: allí donde hay TIC, se incrementa la productividad, se mejora educación, se reducen los costes sanitarios y de la energía, y se impulsa la inclusión. En otras palabras: allí donde hay TIC, hay desarrollo.

Y en Telefónica, como compañía líder de Telecomunicaciones, queremos contribuir a ese desarrollo con dos líneas de trabajo. Con la primera, impulsamos la Sostenibilidad Corporativa, entendida como una estrategia basada en la creación de valor a largo plazo mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social (en línea con el concepto definido por el Dow Jones Sustainability Index). Con la segunda, a través de Fundación Telefónica, promovemos la acción social y cultural en beneficio, especialmente a través de programas educativos para erradicar el trabajo infantil y para facilitar el acceso al conocimiento y la aplicación de las TIC.

En este documento, Ud. encontrará un resumen ejecutivo de nuestra actividad en 2011, resumen que hemos realizado atendiendo a las tres dimensiones básicas de la Sostenibilidad: Dimensión Económica, Dimensión Social y Dimensión Medioambiental.

Estamos firmemente convencidos de que nuestra compañía puede ser un motor de desarrollo y progreso de las sociedades y países en los que trabajamos. Nuestro reto es hacerlo cada día un poco mejor.



Estamos firmemente convencidos de que nuestra compañía puede ser un motor de desarrollo y progreso de las sociedades y países en los que trabajamos. Nuestro reto es hacerlo cada día un poco mejor.

# Carta de los presidentes



**D**esde el 2009 el Grupo Telefónica se propuso "ser la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital". Esta ambiciosa meta ha significado un reto para todo el Grupo y un desafío en particular para Telefónica Colombia, al que respondemos con una organización completamente transformada, que ha evolucionado en su cultura, su estructura y su oferta y está lista no sólo para destacarse en la era actual de las comunicaciones, sino también para acompañar a la sociedad colombiana en este camino digital.

El 2011 significó para nuestra compañía el año de la consolidación de un proceso de renovación que unificó las culturas de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar tanto en su estructura operativa y plataformas, como en su visión del cliente, de los colaboradores, de los aliados, seleccionando lo mejor de cada organización para ofrecer a los colombianos un verdadero aliado digital.

En el plano interno sí bien las compañías desarrollaban sus actividades bajo una misma orientación estratégica y unos Principios de Actuación comunes, las características de cada negocio exigían parámetros de gestión del talento particulares, atributos que fueron integrados con el propósito de responder con un equipo único y sólido a los desafíos del sector. Para lograrlo, la compañía implementó las iniciativas *Vive la Experiencia*, que nos permite impulsar nuestro propio desarrollo profesional y articularlo con los objetivos corporativos, y *Embajador Telefónica* que nos invita a afianzar la aplicación de los parámetros institucionales en nuestro trabajo diario y a fortalecer nuestras competencias digitales, con el propósito de ser los mejores representantes de la cultura Telefónica.

Desde la perspectiva corporativa, desarrollamos un trabajo minucioso para garantizar la continuidad de los principios de buen gobierno en la compañía, unificando los criterios que sobre este tema venían manejando la operación fija y la operación móvil. Como resultado, fortalecimos nuestra estructura y mantenemos el cumplimiento de los más altos estándares de independencia y respeto por los accionistas. Telefónica y la Nación, socios de la compañía, adelantamos un proceso de fortalecimiento patrimonial que le permitirá a la compañía atender sus obligaciones, al tiempo que fortalece su posición en el mercado y proporcionar nuevos beneficios para sus clientes y sus accionistas.

Los clientes perciben ahora una organización más dinámica, que ofrece productos y servicios convergentes y que cuenta con canales de atención integrados, a través de los cuales satisface necesidades, se adapta a diferentes requerimientos, ofrece herramientas y contenidos pertinentes y acompaña a todos los tipos de usuario, novato y experto, en ese nuevo contexto de la comunicación.

---

Nuestra transformación, y todas las características de nuestra cultura, se extienden también a nuestros proveedores y aliados, con quienes trabajamos de la mano para alcanzar el propósito de evolucionar al ritmo del mundo digital, a través de la capacitación constante, la evaluación y mejora continua de los procesos y el acompañamiento de su desarrollo organizacional, con las iniciativas del programa *Gestión de Aliados*.

Reafirmamos nuestro compromiso con la preservación del medio ambiente y la contribución a la solución del problema del cambio climático, ajustando nuestros procesos a los parámetros internacionales más exigentes e iniciando el cálculo de la huella de carbono, para continuar garantizando la adecuada gestión de los impactos ambientales de nuestra actividad.

El 2011 también puso a prueba nuestra solidaridad como colombianos y nuestra capacidad de gestión como organización. La compañía junto a muchos compatriotas y empresas, vivió las consecuencias de la ola invernal con infraestructuras afectadas, redes irrecuperables y colaboradores damnificados, pero trabajó con esfuerzo para garantizar la comunicación en las zonas que quedaban aisladas por vía terrestre o aérea, movilizó recursos para la atención de las necesidades más urgentes y lideró iniciativas como el concierto *Voces Solidarias*, las cuales permitieron recaudar fondos para el apoyo a los afectados.

Por su parte la Fundación Telefónica continuó con su empeño por aportar al logro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, a través de acciones orientadas fundamentalmente a erradicar el trabajo infantil y aportar a la calidad de la educación, las cuales beneficiaron a más de 120 mil colombianos en 2011.

Los invitamos a conocer los aprendizajes y logros que vivimos como organización durante el último año, a identificar las acciones a través de las cuales ratificamos nuestro compromiso con la sostenibilidad, con los Diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y con los Objetivos de Desarrollo del Milenio y a evidenciar, como se describe en este informe de sostenibilidad, que nuestra transformación ha tomado lo mejor de la gestión de la compañía y ha maximizado los atributos más sobresalientes de la cultura Telefónica, con el propósito de asumir el reto del mundo digital con creatividad, con imaginación y sobre todo, con pasión por el cambio.



Santiago Fernández Valbuena  
Presidente Telefónica Latinoamérica

Alfonso Gómez Palacio  
Presidente Ejecutivo Telefónica Colombia

# Acerca del informe

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.



## México

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Venezuela

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Perú

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Ecuador

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Brasil

Desde 2003  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Guatemala

Desde 2006\*  
GRI (G3)

## El salvador

Desde 2006\*  
GRI (G3)

## Nicaragua

Desde 2006\*  
GRI (G3)

## Panamá

Desde 2006\*  
GRI (G3)

## Uruguay

Desde 2009  
GRI (G3)

## Chile

Desde 2003  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Argentina

Desde 2003  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Irlanda

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS  
LGB

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



**E**l sexto Informe de Responsabilidad Corporativa (RC) de Telefónica Colombia presenta, de forma detallada y comparativa, los principales hitos y aprendizajes de la gestión realizada por la compañía durante el 2011, en un documento que responde a los parámetros de la Guía G3 del *Global Reporting Initiative* (GRI), incorpora los lineamientos de la norma AA1000 AS del *Institute of Social and Ethical Accountability*, destaca la contribución de la organización al logro de los Objetivos del Milenio y describe el avance en el compromiso corporativo con los Diez Principios del Pacto Mundial.

A través de una relación de las acciones desarrolladas en materia económica, social y ambiental, Telefónica Colombia continúa su ejercicio de reporte, con el propósito de mantener el diálogo abierto y transparente, con los diferentes grupos de interés corporativos, el cual se fortalece además con los acercamientos realizados en 2011 y que son descritos en un capítulo especial de este documento.

En coherencia con el momento que vive Telefónica Colombia, este reporte profundiza en las características de la Cultura Digital, a través de un apartado que describe los canales y herramientas que la compañía ha puesto a disposición de los colombianos, con el propósito de facilitar su acceso a la nueva dinámica de relaciones

y al gran abanico de posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Todas las áreas de la organización participaron en la elaboración de este informe, proporcionando información y describiendo las principales conclusiones de los diálogos con sus partes interesadas, ejercicio que además permitió identificar posibilidades de sinergia y mejora continua, que han sido incluidas en los planes de acción que se van a ejecutar en el 2012.

En la elaboración de este informe, Telefónica Colombia contó con el apoyo de la firma consultora externa CREO –Constructores de Responsabilidad y Ética Organizacional– y la verificación de 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 del GRI.

**Alcance**

El Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia 2011 incluye el desempeño económico, ambiental y social de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar, y los principales logros de la Fundación Telefónica.

- Reino Unido**

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS  
LGB
- Alemania**

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS  
LGB
- España**

Desde 1999  
GRI (G3)  
AA1000AS
- República Checa**

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS  
LGB

**Colombia**

<p><b>2006</b></p>  <p>GRI (G3) AA1000AS</p>	<p><b>2007</b></p>  <p>GRI (G3) AA1000AS</p>	<p><b>2008</b></p>  <p>GRI (G3) AA1000AS</p>	<p><b>2009</b></p>  <p>GRI (G3) AA1000AS</p>	<p><b>2010</b></p>  <p>GRI (G3) AA1000AS</p>
---	---	--	---	---



# Diálogo con Grupos de Interés



# Metodología de Diálogo

Telefónica Colombia trabaja por mantener relaciones transparentes y de confianza con sus grupos de interés. El camino adoptado por la compañía para alcanzar este propósito es el diálogo constante y abierto, opción que le exige a la organización escuchar y dar respuesta a las expectativas de las partes interesadas, presentar una rendición de cuentas argumentada y estar en disposición de someter su gestión corporativa al análisis crítico de sus interlocutores.

Este intercambio de conceptos se ha mantenido en la compañía como ejercicio sistemático por cinco años consecutivos, de forma presencial, y es producto de un proceso orientado a involucrar a todas las áreas de la organización.

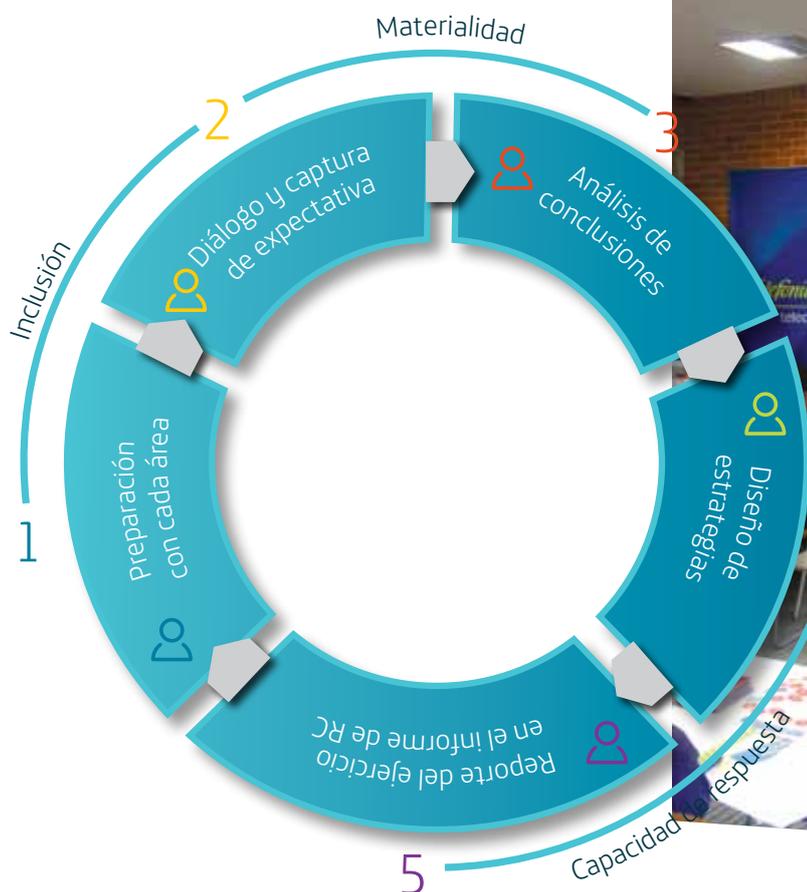
Este proceso toma como base los principios de la norma AA1000 AS de *Accountability*: la inclusión, la materialidad o relevancia y la capacidad de respuesta, fundamentales para asegurar la calidad de este tipo de consultas.

El ejercicio comienza con la invitación a las diferentes áreas de la compañía, con quienes se definen las audiencias objetivo y los temas que enmarcarán la conversación, los cuales sirven de guía para lograr profundizar de forma suficiente los temas del diálogo.

Las expectativas e intereses capturados en cada sesión son analizados en conjunto por el área involucrada y la dirección de responsabilidad corporativa de Telefónica Colombia, con base en una matriz comparativa que permite diseñar la ruta de acción para la incorporación o fortalecimiento de los asuntos identificados, en la gestión operativa de la organización. El ciclo vuelve a empezar con la comunicación de los resultados a los grupos de interés, a través del informe de responsabilidad corporativa.

En continuidad con el ejercicio de diálogo que ha desarrollado Telefónica Colombia, en el 2011 se mantuvo el énfasis en los grupos de interés empleados y proveedores, y se destinaron nuevos espacios para hablar de los temas de Cultura Digital, medioambiente e integridad. Las conclusiones y principales hallazgos de estos diálogos están incluidos en los diferentes capítulos de este informe.

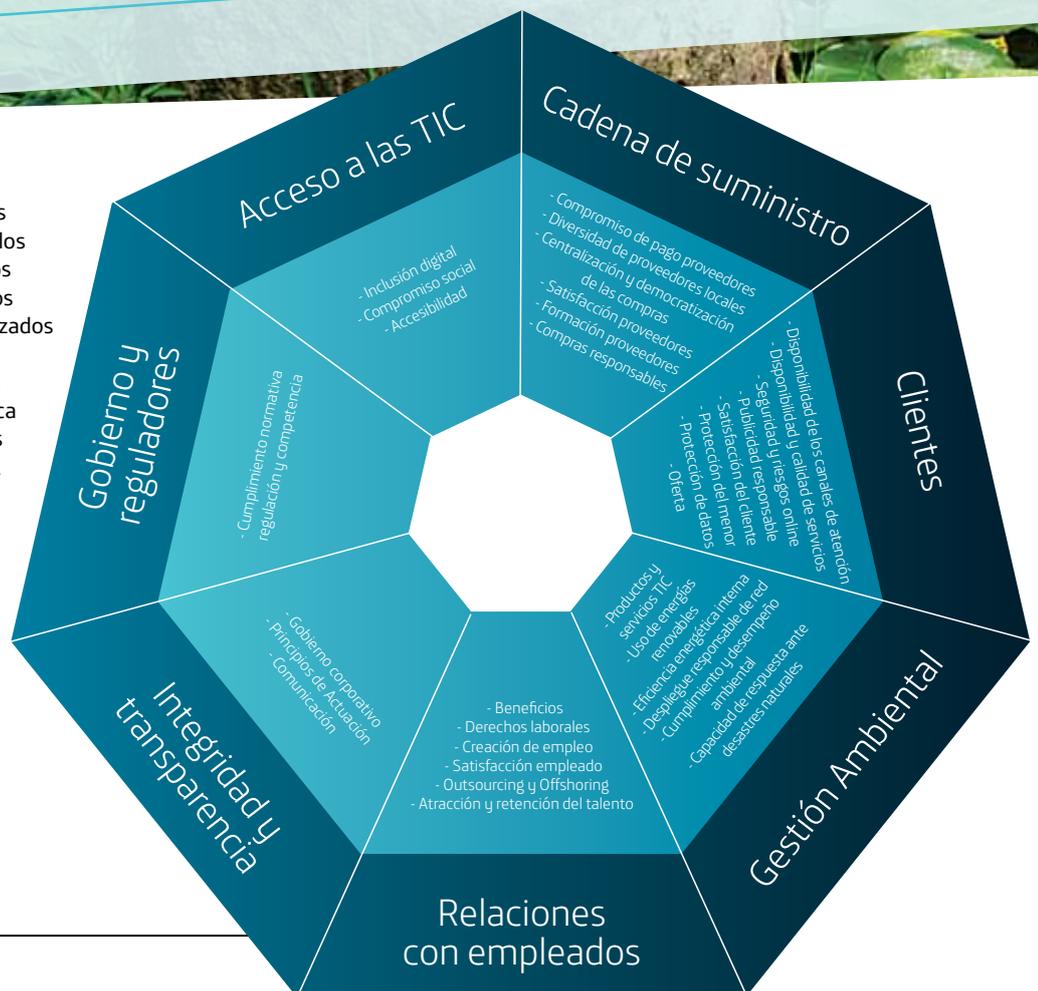
Proceso del Diálogo con Grupos de Interés – Telefónica Colombia





### Matriz de Asuntos Relevantes

A partir de la información recibida en los diálogos realizados en años anteriores, los canales de peticiones, quejas o reclamos (PQR), las líneas de servicio al cliente, los estudios de marca, los *focus group* realizados por las diferentes áreas y las encuestas de satisfacción aplicadas a los distintos interlocutores de la compañía, Telefónica Colombia definió una matriz de asuntos relevantes que fue integrada en el 2011 a la del Grupo, lo cual amplió de cinco a siete los temas más relevantes para la organización y permitió enriquecer y ampliar la conversación con los diferentes grupos de interés de la compañía.



Matriz de Materialidad 2011



### Con Quien Dialogamos

En el siguiente cuadro se presenta el detalle de las temáticas que orientaron la conversación con cada grupo de interés en los diálogos realizados en el 2011.

En las sesiones de diálogo se calificaron los asuntos planteados en la matriz de materialidad para cada cuadrante temático, los cuales fueron analizados bajo los criterios de la percepción del desempeño de Telefónica en cada asunto y de su desarrollo en el sector de las telecomunicaciones. Estas evaluaciones y las expectativas recogidas en el ejercicio sirven de insumo para el diseño de estrategias y planes de acción de las diferentes áreas de la organización.

La interacción permanente de Telefónica con sus stakeholders permite a la Compañía identificar y gestionar riesgos y oportunidades vinculados a posibles impactos económicos, sociales y ambientales de nuestra actividad.

## Diálogos Telefónica Colombia 2011

- Grupo de interés:** Empleados Operación Fija 1  
**Temáticas orientadoras:** Liderazgo en Telefónica  
**Asuntos calificados:** Relaciones con empleados
- Grupo de interés:** Empleados Operación Fija 2  
**Temáticas orientadoras:** Trabajo Diario y Desarrollo Profesional  
**Asuntos calificados:** Relaciones con empleados
- Grupo de interés:** Empleados Operación Móvil 1  
**Temáticas orientadoras:** Liderazgo en Telefónica  
**Asuntos calificados:** Relaciones con empleados
- Grupo de interés:** Empleados Operación Móvil 2  
**Temáticas orientadoras:** Trabajo Diario y Desarrollo Profesional  
**Asuntos calificados:** Relaciones con empleados
- Grupo de interés:** Empresas servicios públicos participantes en el índice de transparencia empresarial  
**Temáticas orientadoras:** Apertura y diálogo con clientes y Reglas claras y control  
**Asuntos calificados:** Integridad y transparencia
- Grupo de interés:** Proveedores  
**Temáticas orientadoras:** Fortalecimiento de relaciones  
**Asuntos calificados:** Cadena de suministro
- Grupo de interés:** Autoridades y expertos ambientales  
**Temáticas orientadoras:** Desempeño ambiental de Telefónica y Productos y servicios TIC  
**Asuntos calificados:** Gestión ambiental y Eficiencia Energética y Cambio Climático
- Grupo de interés:** Usuarios frecuentes de redes sociales  
**Temáticas orientadoras:** Concepto de Cultura Digital  
**Asuntos calificados:** Se capturaron expectativas y no se calificaron asuntos



# La Sostenibilidad en Telefónica

---

## La sostenibilidad es un activo intangible fundamental para la creación de valor

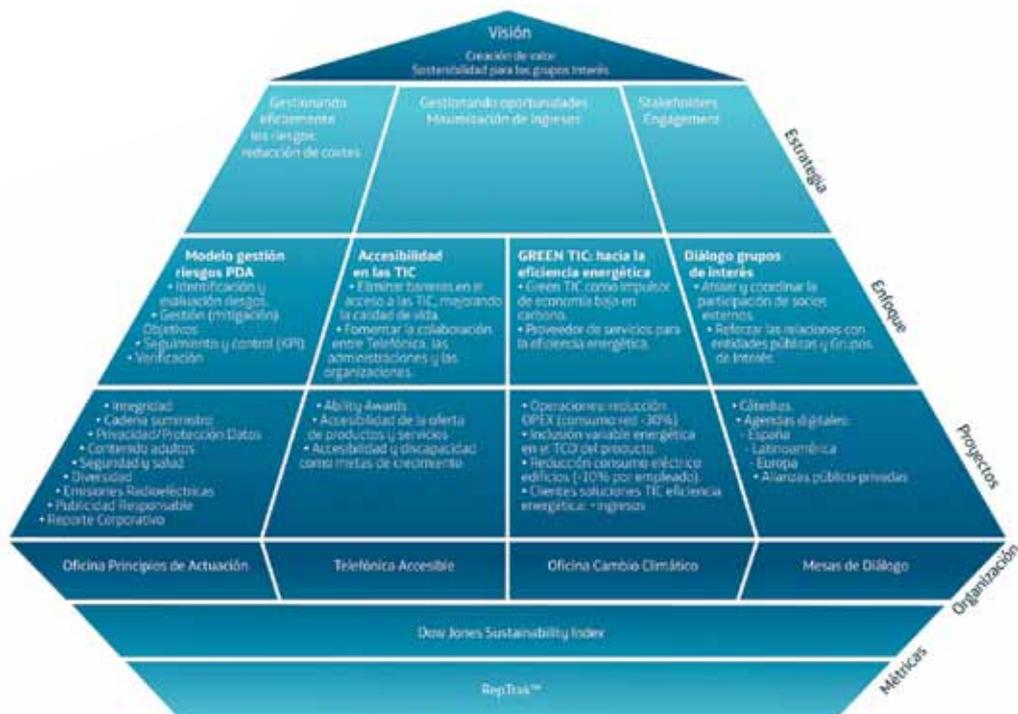
**D**urante el 2011 Telefónica Colombia continuó con la consolidación de relaciones sostenibles con todos sus grupos de interés, para crear valor a largo plazo, y aprovechar las oportunidades y gestionar los riesgos relacionados con su actividad, en línea con la orientación de su estrategia de sostenibilidad global y los parámetros del índice *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*.

El modelo de identificación, evaluación, respuesta y seguimiento de los riesgos le ha permitido a la compañía gestionar los impactos de su operación, a través de proyectos y planes de acción, frente a

las principales áreas de riesgo identificadas en Telefónica Colombia, y articular las actuaciones internas oportunas en protección al menor, protección de datos, derechos humanos, integridad, servicio al cliente, cadena de suministro y retención del talento.

Las oportunidades en sostenibilidad son, para la compañía, los espacios de materialización de su contribución a la sociedad y de maximización de sus impactos positivos, entre los que se destaca la inclusión digital, el compromiso con el cambio climático y la acción social, expresada a través de líneas de actuación de la Fundación Telefónica Colombia.

### Esquema Estratégico de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad



# Impacto Económico



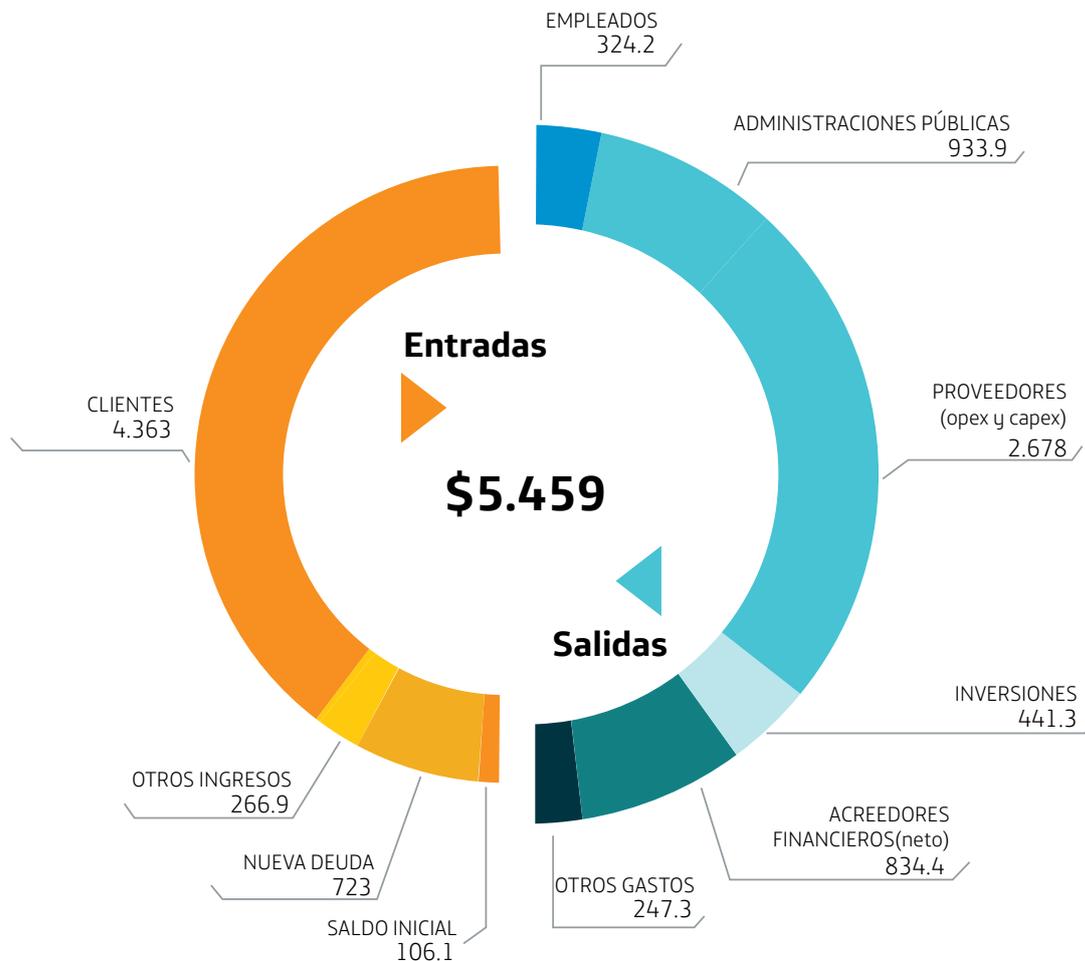
# Motor de Progreso



En las operaciones del 2011 Telefónica Colombia generó y distribuyó recursos por 5,45 billones de pesos en la economía colombiana, cifra que representa un aporte estimado al PIB del 0,97%.

Las entradas obtenidas en el 2011 corresponden en su mayoría a los pagos realizados por los clientes y al endeudamiento de la compañía, y son distribuidas en un 49% a los pagos a proveedores,

17% al pago de impuestos nacionales y locales y el uso del espectro electromagnético, 8% a acreedores financieros y un 6% a los pagos a los empleados.



Cifras en miles de millones de pesos colombianos

La información publicada en esta página se obtuvo 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.

# Código de Conducta: Principios de Actuación



Telefónica Colombia se transforma y reafirma su compromiso con la integridad.

Los Principios de Actuación orientan las actividades y decisiones cotidianas de los colaboradores del Grupo Telefónica, y garantizan un marco de transparencia y ética para las operaciones de la compañía en el mundo. Con el fin de alcanzar este propósito se estableció la Oficina de Principios de Actuación, la cual, además de generar las políticas y normativas relacionadas, localmente desarrolla su actividad en dos frentes de trabajo: la gestión de la ética y la gestión de los proyectos asociados.

## Gestión de la Ética

A través de las acciones enmarcadas en este frente de trabajo se asegura que la integridad continúe siendo un atributo de la cultura Telefónica.



Nuestros  
*Principios*  
de Actuación

**Comunicación:** En el 2011 se adelantó una campaña interna de comunicación, la cual planteó a los colaboradores dilemas éticos que se pueden presentar en la gestión cotidiana de la compañía, con el propósito de socializar las normativas de conflicto de interés, hospitalidad y regalos, y neutralidad política, además de reforzar el uso del Canal de Principios de Actuación, como conducto natural para la resolución de preguntas y denuncias. Como resultado de la campaña se incrementó el reporte de conflictos de interés, con 1.851 registros en el año anterior.

**Apropiación:** Se construyó un indicador de clima ético basado en otras herramientas de medición de la percepción de los colaboradores, relacionadas con la gestión ética y la evaluación de desempeño de los jefes, a partir de las cuales se diseñó un cuadro de mando de clima ético, que identifica las áreas más críticas y monitorea su comportamiento frente a los Principios. Las áreas que presenten más dificultades son intervenidas con un plan de acción específico.

**Seguimiento:** La constancia en la comunicación ha demostrado ser fundamental para mantener en los niveles más altos el conocimiento y la percepción acerca de la ética y la transparencia en la operación de la compañía; por lo tanto, se desarrollan talleres y espacios de reiteración de los mensajes de los Principios de Actuación, después de los cuales se aplican las mediciones de seguimiento, que comprueban el estado de la percepción y el resultado de la reiteración de la comunicación.

## Gestión de Proyectos Asociados a los Principios de Actuación

Este frente de trabajo vigila constantemente la forma en la cual se hacen las cosas en Telefónica, para asegurar que los Principios de Actuación se lleven a la práctica en todas las operaciones de la compañía.

Un proyecto surge de un asunto clasificado como riesgo, una vez que se evalúa el impacto que puede tener en la reputación de la compañía de forma potencial, en caso de presentarse efectivamente. La cultura de transformación de Telefónica Colombia plantea la invitación a convertir estos riesgos en oportunidades, a través de un adecuado plan de acción y una administración desde la óptica de proyectos.

La administración exitosa de cada riesgo debe partir de un compromiso, para generar una política que sirva de base para la normativa y finalmente para el procedimiento, de acuerdo con los estándares internacionales en los que Telefónica Colombia basó su metodología de identificación de riesgos.

En término de riesgos, en el último año aumentó la relevancia de temas relacionados con la privacidad y la protección de datos. Esto ratifica una vez más la importancia de evaluar permanentemente los riesgos asociados con los Principios de Actuación y desarrollar proyectos para gestionarlos de forma anticipada.

# Gestión de las Relaciones con los Clientes



## Trabajamos para que nuestros clientes vivan el mundo digital

**A** demás de continuar posicionando al cliente en el centro de todas las actividades de la compañía, el equipo humano de Telefónica Colombia se concentró, durante el 2011, en transformar su panorama habitual y llevarlos a disfrutar del mundo digital.

El fortalecimiento de los canales de contacto virtuales, de las herramientas de autogestión, de la comunicación a través de redes sociales y del conocimiento que la compañía tiene de sus usuarios, le han permitido a Telefónica Colombia consolidar su perfil como aliado digital de sus clientes.

### Nuestros Clientes en Cifras

El compromiso con la excelencia en la oferta y los servicios de la compañía permitió que en el 2011 Telefónica Colombia ofreciera soluciones de comunicación a 13'739.000 clientes, cifra que representa un incremento del 11% con respecto al año anterior.

Como lo muestran los datos de los clientes de Telefónica Colombia, las formas a través de las cuales se comunican los colombianos también se han transformado, al pasar del contacto entre hogares al contacto entre personas, tendencia a la cual la compañía responde con una oferta integral de comunicaciones, que pone al alcance de todos las amplias posibilidades de interacción que ofrece el mundo digital.

### Portabilidad numérica

La portabilidad numérica, que entró en vigencia en Colombia en el 2011, permite conservar el número telefónico celular cuando se cambia de compañía operadora, con el propósito de fomentar mayor competencia entre los proveedores de servicios de telecomunicaciones.

La compañía se preparó para responder adecuadamente a este desafío, y en el marco del cual amplió su oferta, sus canales de servicio, las redes GSM<sup>1</sup> y UMTS<sup>2</sup> y la infraestructura técnica de Telefónica Movistar, acciones que no solo beneficiaron a los usuarios nuevos sino también a los clientes habituales, quienes continuaron disfrutando de su número personal con las ventajas de pertenecer a la comunidad Movistar.



1. En Español: Sistema Global para las Comunicaciones Móviles. En Inglés: Global System for Mobile Communication, GSM.  
2. En Español: Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles. En inglés: Universal Mobile Telecommunication System

Total Clientes Movistar Pospago 	Total Clientes Movistar Prepago 	Total Accesos Telefónica Telecom Banda Ancha 
2.325.463 2010	7.679.058 2010	545.288 2010
2.764.249 2011	8.626.823 2011	609.297* 2011

\* Parámetros de cálculo Telefónica Colombia.



## Principales Hitos de Canal Online en el 2011:

### Operación Fija:

- Cambio en la apariencia de la plataforma
- Lanzamiento de servicio en línea para todos los clientes
- Nueva factura virtual, más clara y comprensible

### Operación Móvil:

- Consolidación del canal digital como el principal canal de atención
- La empresa con el mayor número de pagos electrónicos de facturas del país
- Compañía líder en atención de clientes en redes sociales en el sector

### Atención a los Clientes

La compañía cuenta con un modelo de relacionamiento con sus clientes, que se adapta y ajusta a las necesidades de los usuarios, al plantear soluciones y alternativas frente a cada solicitud. Este modelo también contempla a los clientes como el centro del negocio, lo cual exige que la compañía sea más rápida, haga las cosas mejor y ofrezca más valor agregado en el servicio.

En el 2011 Telefónica Colombia se consolidó como una organización modelo en canales online, gracias a la implementación de procesos de autogestión en todos los portales para atención y ventas. La participación en estos canales se incrementó en un 4,7% y 6,2% para Telefónica Movistar y Telefónica Telecom, respectivamente.

El éxito en esta iniciativa está relacionado con el intercambio de experiencias entre los equipos de las operaciones fija y móvil, acción que fue resaltada con un premio bravo! del Grupo Telefónica.

Este reconocimiento destaca las ideas innovadoras, el esfuerzo y el trabajo bien hecho de las personas que día a día hacen posible que la compañía alcance la meta de ser la mejor empresa global de comunicaciones del mundo digital.

### Facturación

Para Telefónica Colombia, la factura es un canal de comunicación invaluable con el usuario y se destaca como uno de los medios más efectivos para crear vínculos con los clientes.

En el 2011 Telefónica Movistar rediseñó la factura, implementó una campaña de comunicación de carácter pedagógico acerca de sus nuevas características y desarrolló una herramienta que permite su revisión automática e impresión, lo que reduce de forma significativa el tiempo del proceso. Adicionalmente, se adelantó una depuración de la base de datos y un detallado seguimiento de las facturas, acciones que permitieron alcanzar un indicador de efectividad del 98% en la entrega y un incremento de 20 puntos porcentuales en el número de clientes que escogieron la factura electrónica, indicador que pasó del 12% en el 2010, al 32% en el 2011.

El despliegue al proyecto de *e-factura*, mediante campañas de inscripción de clientes, logró un incremento en Telefónica Telecom del 77% de los usuarios del programa, con respecto al año anterior, y un total de 352.000 facturas virtuales. Con esta iniciativa, además de mejorar los tiempos de entrega de la factura a los clientes, se lograron ahorros en los costos de impresión y distribución de la facturación por 936 millones de pesos.

### Reclamos

Con el objetivo de continuar disminuyendo el número de reclamaciones por parte de los clientes, la compañía se concentró en el 2011 en dar solución a las inquietudes en el primer contacto, a través de una simplificación del proceso, de la disponibilidad de diferentes canales de atención, de la reducción del tiempo de atención y espera en los puntos presenciales y del establecimiento de un tiempo máximo de 24 horas para la resolución de las reclamaciones.

Luego de alinear políticas de servicio y procesos, Telefónica Movistar obtuvo como resultado una disminución del 14% en los reclamos por millón de usuarios, cifra que lo consolidó como el operador de telecomunicaciones con el menor número de reclamos de este tipo del país.

En Telefónica Telecom, mes a mes, se logró una disminución continua de reclamos de facturación, hasta lograr una reducción de los mismos del 24% en el 2011, al pasar de 18.883 en enero a 14.533 casos en diciembre, gracias a las mejoras en los procesos de manejo del retiro de clientes y de aseguramiento de los beneficios de retención.

# Responsabilidad en la Cadena de Suministro



## Contribuimos a la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro

**E**l desarrollo y crecimiento de los proveedores de Telefónica Colombia no solo redundan en mejores procesos y suministros para la compañía, también contribuye a incrementar el bienestar social y la competitividad del país, razones por las cuales la Empresa trabaja de la mano con sus organizaciones aliadas, en el marco de una comunicación constante.

### Nuestros Proveedores en Cifras

Durante el 2011 Telefónica Colombia adjudicó 2,67 billones de pesos, de los cuales 1,58 billones corresponden a compras a empresas locales, que continuaron siendo la mayoría en el grupo de proveedores de la compañía, con un 91%.

En coherencia con la transformación hacia lo digital que ha vivido Telefónica Colombia, tanto interna como externamente, la compañía desarrolló un arduo trabajo con sus proveedores para implementar el comercio electrónico en sus procesos de compras. Como consecuencia, en el último año en Colombia se realizaron adjudicaciones por 2,11 billones de pesos a través de la plataforma e-sourcing, la cual no solo ofrece transparencia, agilidad y equidad, sino que también permite a los proveedores poner sus productos y servicios a disposición de todas las empresas del Grupo Telefónica en el mundo.

### Programa Gestión de Aliados

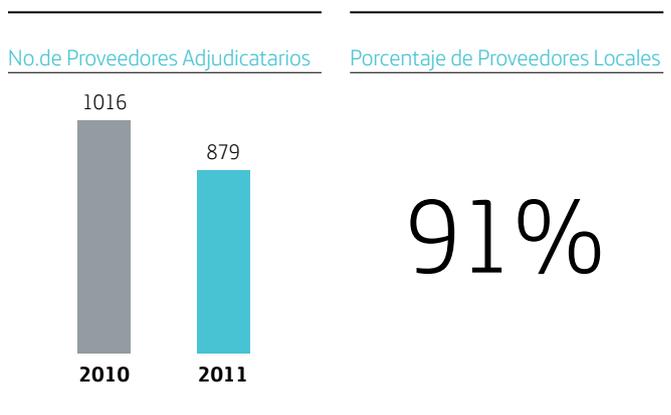
Con el propósito de multiplicar su contribución a la mejora de las condiciones de vida de los colombianos, Telefónica Colombia trabaja en conjunto con las organizaciones que hacen parte de su cadena de suministro, potenciando sus capacidades, evaluando constantemente su desempeño y diseñando de forma conjunta planes de mejora permanente.

En el marco de la transformación que vive Telefónica Colombia, en el 2011 se inició el proceso de implementación de la norma de calidad para atención de clientes COPC<sup>3</sup>, que vigila los procesos que inciden directamente en el servicio a los usuarios y que incluyen la planeación, los procedimientos operativos y los asuntos clave de recursos humanos (definición de perfiles con habilidades mínimas y conocimientos, capacitación y desarrollo del personal y gestión de la retroalimentación).

En el interior de la compañía los equipos responsables del contacto con las empresas aliadas fortalecieron sus capacidades a través de espacios de formación, en los cuales se puso énfasis en la relación con estas organizaciones y en el seguimiento y control a las empresas contratistas. 33 gestores internos finalizaron el diplomado de gestión de contratistas, en convenio con la Universidad Javeriana, y 67 participaron en las charlas sobre gestión adecuada de contratistas.



Durante 2011 Telefónica Colombia adjudicó 2.67 billones de pesos, de los cuales 1.58 billones corresponden a compras a empresas locales.



3. Sigla en inglés: COPC: Costumer Operations Performance Center

El programa Gestión de Aliados registró en 2011 logros destacados en los siguientes temas:



## Inducción

El punto de partida de la relación con las empresas contratistas y el espacio para que empiecen a ser parte del equipo de Telefónica Colombia incluye temas como: modelo de gestión de Aliados, cumplimientos en salud ocupacional, canales de comunicación, plataformas y programas de formación y Principios de Actuación. En el 2011 se realizaron 67 inducciones.

## Comunicación

El portal de Aliados, alojado en la intranet de la compañía y dirigido a empleados de empresas aliadas que trabajan desde las instalaciones de Telefónica Colombia, recibió 853 visitas en el último año.

## Capacitación Presencial

Con el propósito de fortalecer las competencias de los aliados, en el 2011 se realizaron, entre otros programas:

- Telefónica Colombia firmó un convenio con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) para la certificación en competencias laborales de trabajadores en actividad Bucle. Actualmente hay más de 1.000 técnicos certificados.
- Desarrollo de los líderes de las compañías aliadas, 26 de los cuales participaron en los talleres de "Construcción de equipos de alto desempeño", "Pensamiento Estratégico" y "Gestión de Clima Organizacional".



## Capacitación Virtual

Plataforma *ICampus*, herramienta dirigida a las fuerzas de ventas y estructuras de atención al cliente tercerizadas; registró 16.014 cursos y 3.040 participantes.

Escuela *ESTELA*, que ofrece formación especializada para los técnicos de instalación y mantenimiento; certificó en el 2011 a cinco empresas contratistas en la instalación y mantenimiento de los productos de Telefónica Colombia.

## Medición de Clima

Las empresas aliadas que están interesadas se les presenta el modelo de clima de Telefónica Colombia, las prácticas más destacadas y la encuesta de Aliados diseñada por el área responsable. Durante el 2011 la compañía acompañó este proceso a diez de las principales compañías contratistas, con quienes se analizaron los resultados y se elaboraron los respectivos planes de acción.

## Seguimiento

Con el propósito de identificar oportunidades de mejora continua, durante el 2011 se realizaron tres tipos de auditorías a los aliados de Telefónica Colombia:

- 33 auditorías integrales, que evalúan el cumplimiento de los procesos y exigencias laborales.
- 146 auditorías de medioambiente, aplicadas a las compañías contratistas con mayor impacto en este tema.
- 8 auditorías en responsabilidad corporativa,

las cuales evaluaron a los aliados con base en los criterios y estándares en materia de sostenibilidad, expresados en la Política de Responsabilidad en la cadena de suministro de Telefónica Colombia y que representan el cierre del programa iniciado el año anterior.

Como conclusión de las auditorías aplicadas, se identificaron oportunidades de mejora principalmente en temas de recursos humanos y seguridad industrial y salud ocupacional, y se establecieron 122 planes de acción frente a dichos temas.

# Impacto Ambiental

---



# Gestión Ambiental



## Si no preservamos el mundo físico, el mundo digital se vuelve inviable

La preservación del medioambiente y la contribución al desarrollo sostenible enmarcan la acción del Grupo Telefónica, por lo cual la gestión ambiental de la compañía está enfocada en prevenir, mitigar y reducir los riesgos ambientales de las operaciones, con el fin de promover la sostenibilidad ambiental, y se basa en principios de ecoeficiencia, gestión interna del carbono y reducción de consumos energéticos.

### Telefónica Telecom

Telefónica Telecom ratificó su propia política ambiental bajo los siguientes criterios de sostenibilidad y mejora continua:

- 1 Cumplir la legislación, normatividad ambiental y otros requisitos
- 2 Prevenir la contaminación ambiental en cada uno de sus procesos
- 3 Utilizar de manera eficiente los recursos de energía, agua y papel, y manejar adecuadamente los residuos
- 4 Asegurar que todos sus aliados se integren a su modelo de gestión ambiental
- 5 Capacitar y aportar a la creación de la cultura ambiental de sus colaboradores



En diciembre del 2011, el Sistema de Gestión Ambiental de Telefónica Telecom fue recertificado bajo el estándar internacional de la norma ISO 14001 del 2004, para los siguientes procesos: Diseño, Ingeniería, Comercialización, Administración, Instalación, Prestación del servicio de telecomunicaciones y construcción, Operación y mantenimiento

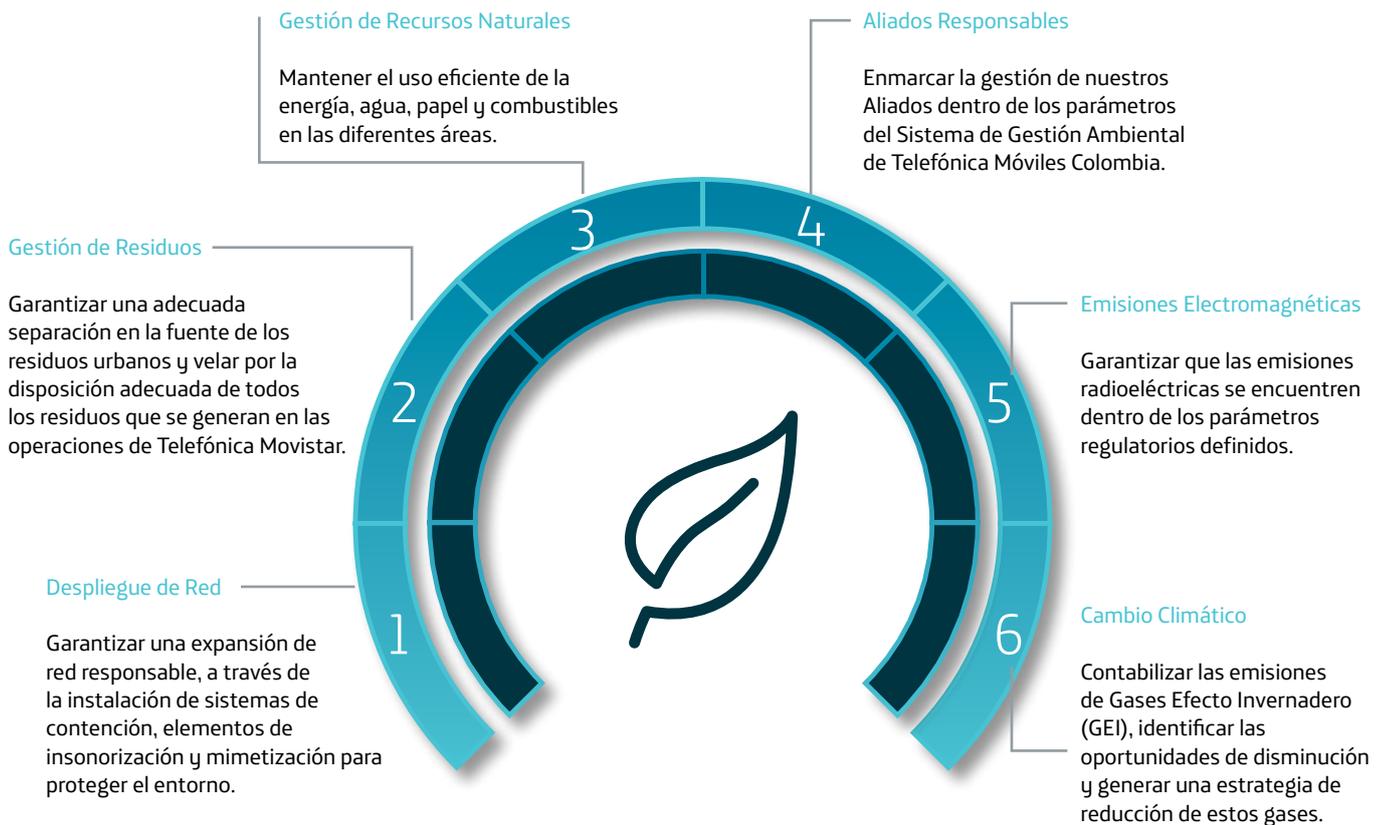
de servicios de redes a nivel nacional. Bureau Veritas estuvo a cargo de dicha ratificación. Además, se realizaron 80 auditorías ambientales a contratistas, con el fin de asegurar su corresponsabilidad ambiental frente a los parámetros de la compañía, en cinco sedes (Cartagena, Bucaramanga, Ibagué, Pasto y Bogotá).

## Telefónica Movistar

Desde el 2007, Telefónica Movistar cuenta con la certificación ISO: 14001 de AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). En el 2010 fue recertificada hasta el 2013, y en el 2011 se realizó una auditoría externa de seguimiento, en la que fue ratificada dicha certificación. Adicionalmente, durante el último año Telefónica Colombia adelantó 31 auditorías internas

y 59 a proveedores. El consultor externo *PricewaterhouseCoopers* realizó 8 auditorías externas a proveedores.

En el 2011 se avanzó en la implementación de los programas de gestión ambiental, orientados en seis ejes principales de acción, los cuales son:



## Telefónica Colombia Comprometida con la Protección del Medio Ambiente

### Capacitación en temas ambientales

Desde la Vicepresidencia de Recursos Humanos y el área de Gestión Ambiental se realizó una campaña de formación y capacitación en temas de sostenibilidad, reciclaje y uso apropiado de los recursos. Se capacitaron 697 personas a través de *e-learning*, en la plataforma A+; quienes se completaron 16.339 horas de formación virtual.

### Preservación de la biodiversidad

Con el fin de ofrecer una mayor cobertura y servicio, Telefónica Colombia realiza actividades constantes de despliegue de red, que exigen todas las medidas de prevención y mitigación necesarias para evitar afectar la biodiversidad al momento de seleccionar los lugares en donde se realizará la instalación de estructuras.

El proceso de selección incluye la evaluación de tres posibles lugares, mediante visitas técnicas, evaluación del impacto ambiental, de la fragilidad visual y un análisis de la legislación local y regional que aplica en dichas áreas, información a partir de la cual se establece si el impacto ambiental de la instalación es bajo o medio, y se evitan los lugares en donde se identifique como alto.

Como medidas adicionales para mitigar el impacto ambiental de la infraestructura, se utilizan sistemas de contención para la protección del suelo, sistemas de insonorización para evitar el impacto auditivo y sistemas de mimetización de las estructuras para conservar la percepción visual de la zona, que no afecten la seguridad aérea. Cuando es posible, la compañía prefiere realizar emplazamientos compartidos en estructuras ya instaladas, para evitar así un nuevo impacto medioambiental.



# Eco-eficiencia

En coherencia con su propósito de preservar el medioambiente, Telefónica Colombia promueve el consumo racional y eficiente del agua, la energía y el papel, gestiona integralmente los residuos derivados de su operación y desarrolla programas de acompañamiento a los clientes, que les permiten disponer en forma adecuada los residuos electrónicos relacionados con los servicios de la compañía.

## Gestión Integral de Residuos

Durante el 2011, en Telefónica Telecom se realizaron dos grandes proyectos: el de Chatarrización de Torres del Plan Bianual II Inalámbrico y el proyecto de recuperación de equipos de clientes para su reincorporación en el servicio. En Telefónica Movistar se le dio continuidad al programa de recogida y envío para reciclaje de equipos de los clientes. Además, Telecom y Movistar llevaron a cabo actividades para que las baterías y los aparatos eléctricos y electrónicos en desuso fueran reciclados y dispuestos adecuadamente.

### Telefónica Telecom

La compañía realizó el desmonte y chatarrización de 951 torres, para la mejora paisajística y disminución del pasivo ambiental, trabajo realizado en conjunto con el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, FONTIC y Cobres de Colombia. En total, se chatarrizaron 204 toneladas de hierro, se recuperaron 1,6 toneladas de cable telefónico y se generaron ingresos de venta de chatarra que ascendieron a los 64 millones de pesos. Además, se logró un ahorro de 3.828 millones de pesos y la prevención de cerca de 951 quejas y reclamos relacionados con infraestructura deteriorada.

El segundo gran proyecto de gestión de residuos de Telefónica Telecom consistió en la recuperación de equipos que estaban en manos de los clientes bajo la figura de comodato y que se

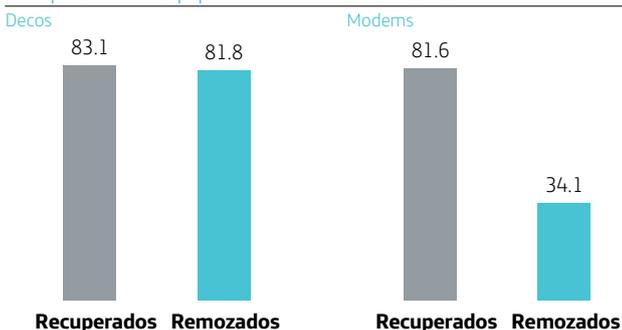
encontraban en desuso, desactualizados o presentando fallas. Con la política de reparación y recuperación de estos dispositivos se recolectaron módems y decos, que fueron sometidos a revisiones técnicas, en las que se definía su reparación y posterior reinserción a la operación o su definitiva disposición.

Adicionalmente, la compañía adelantó un proceso de limpieza en sus bodegas, en el cual fueron dispuestos elementos que habían finalizado su vida útil, acción que sumada a la recuperación de equipos aumentó la cifra de residuos eléctricos y electrónicos, que pasó de 217.773 kilos en el 2010 a 793.287 kilos en el 2011. Todos estos residuos fueron entregados a operadores especializados en el reciclaje de este tipo de materiales.

### Telefónica Movistar

La telefonía móvil se caracteriza, por la constante innovación, mejoramiento y actualización de la tecnología.; por estas razones, desde el 2007 y en conjunto con otros operadores y el Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial - MAVDT, Telefónica Movistar adelanta la campaña "Recicla tu móvil o celular y comunícate con la tierra", con el fin de darle adecuada disposición final a los residuos. Los teléfonos celulares sin pila, los cargadores y accesorios son entregados a la empresa Belmont Trading Colombia, y salen del país como un RAEE-Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, mientras que las pilas de litio son exportadas como residuo peligroso. Telefónica Móvil recibe certificados de reciclaje y/o disposición final ambiental, entregados por las empresas operadoras del reciclaje, de acuerdo con los cuales, en el 2011, fueron recolectados y recuperados 2.644 kg de estos residuos.

### Recuperación de Equipos Telefónica Telecom 2011



Cifras expresadas en miles de unidades

### Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos Procedentes de Clientes Movistar (Kg)



### Consumo de energía

Durante el 2011 el consumo de energía se redujo un 4,6% en las oficinas y un 2,4% en los edificios de operación, con respecto al año 2010.

### Consumo de agua

En el 2011 la apertura de nuevas tiendas y sedes incidió en el consumo de agua, que, sin embargo, continúa presentando volúmenes menores que los registrados en años anteriores.



#### Consumo Eléctrico en Oficinas

MWh

30.392	30.695	29.274
2009	2010	2011

#### Consumo Eléctrico en Edificios de Operación

MWh

222.101	224.502	218.894
2009	2010	2011

#### Consumo de Agua

Litros

213.186.000	162.059.195	181.699.000
2009	2010	2011

#### Total Consumo de Papel Blanco

(incluido facturas) (Kg)

409.573	404.842	332.246
2009	2010	2011

### Consumo de papel

El consumo de papel sigue presentando una tendencia decreciente, reducción que está relacionada con el cambio de los clientes a la factura electrónica. Internamente, a las campañas realizadas de racionalización de papel se sumó la iniciativa de instalar impresoras multifuncionales, que registran el número de impresiones por área. Esto permite realizar un seguimiento y control de los consumos para evitar el desperdicio.

### Sustancia Agotadora de la capa de Ozono- SAO: R22

Dentro del Protocolo de Montreal, los países se comprometieron a reducir paulatinamente las sustancias agotadoras de la capa de ozono. Estas se encuentran en equipos de refrigeración. Por esto, respondiendo al compromiso del país de eliminar el uso de estas sustancias, Telefónica inició en el 2011 la sustitución del refrigerante R22 por sustancias menos dañinas.

# Gastos e Inversiones Ambientales



## Telefónica Movistar

### Gastos Gestión de Residuos COP

Gastos derivados de la gestión de los residuos generados durante este año. **\$ 13.858.250**

### Inversión Mediciones de Campos Electromagnéticos COP

Inversión en realización de mediciones de campos electromagnéticos. Se entiende por "inversión" cuando las mediciones se realizan para una nueva instalación. **\$ 7.350.000**

### Gasto Mediciones de Campos Electromagnéticos COP

Gasto en realización de mediciones de campos electromagnéticos en estaciones base durante este año. Se entiende por "gasto" cuando las mediciones se realizan para instalaciones existentes para las que se han realizado mediciones con anterioridad. **\$ 58.800.000**

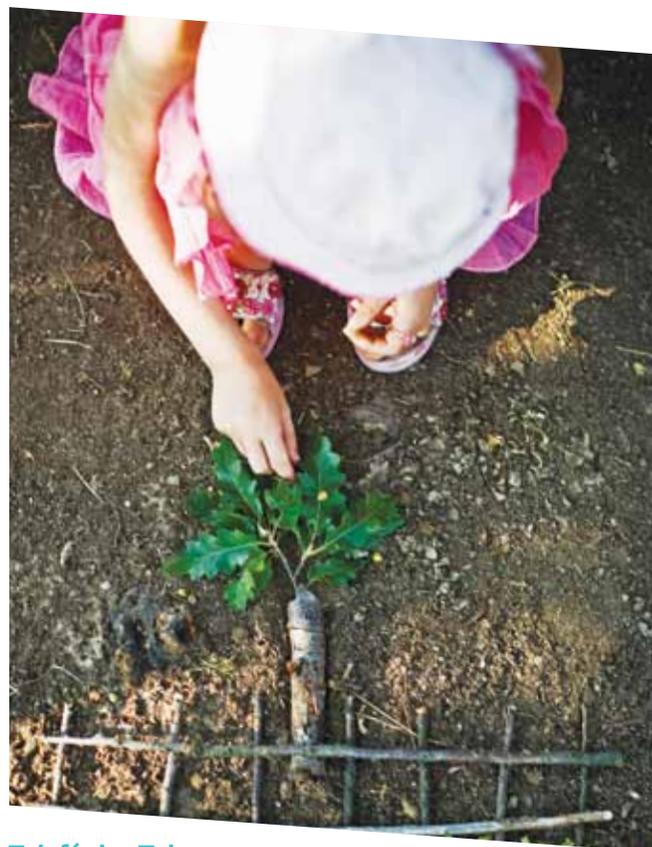
### Inversión Adecuaciones / Reducciones de Impacto Visual COP

Inversión por las adecuaciones realizadas durante este año para disminuir el impacto visual en las infraestructuras de red (técnicas de integración en el entorno: pintado, recubrimientos, mimetizaciones, ...). Incluye los costes asociados a emplazamientos compartidos con otros operadores. **\$ 420.610.660**

### Inversión Adecuaciones Impacto Acústico COP

Coste total de las adecuaciones realizadas durante este año en emplazamientos para disminuir el Impacto Acústico. **\$ 204.176.968**

TOTAL **\$ 704.795.878**



## Telefónica Telecom

En el 2011, Telecom decidió gestionar con personal propio los proyectos ambientales, y solo incurrió en la contratación de externos para los siguientes proyectos:

### Gastos Mantenimiento Ambiental COP

Construcción de diques en 25 cuartos eléctricos en donde se almacena ACPM, con el fin de prevenir cualquier filtración al ambiente. **\$19.134.000**

### Otros Gastos de Gestión Ambiental COP

Auditor Externo **\$2.743.336**

TOTAL **\$21.877.336**

## Caso Baterías MAC

En Telefónica Movistar y Telefónica Telecom se utilizan tres tipos de baterías para sus operaciones: las baterías UPS para los computadores, los bancos de baterías de soporte de red y las de tipo automotriz, que soportan las plantas eléctricas. La vida útil de estas baterías depende de su uso y aplicación; por ejemplo, las de tipo automotriz son de corta duración, pero no se requieren muchas unidades; por el contrario, los bancos de baterías pueden estar activos entre diez y once años, pero la cantidad de baterías utilizadas es mucho mayor. Durante años, las baterías desechadas en las operaciones de la compañía fueron almacenadas en bodegas, de modo que generaron costos y potenciales daños ambientales, situación que llevó a la compañía a implementar una solución integral para el manejo de estos residuos.

Telefónica Colombia buscó una empresa con capacidad de realizar esta labor con todos los estándares requeridos en materia ambiental e identificó a la compañía colombiana MAC S.A., la cual cuenta con un proceso de reciclaje de baterías tipo plomo-ácido, destacado por su excelencia operativa y ambiental. En asocio con esta empresa, en el 2007 se inició un proceso de depuración de las bodegas, en el que las baterías en desuso almacenadas fueron recicladas por MAC S.A.

Esta es la iniciativa de gestión de residuos más destacada en los últimos cinco años en Telefónica Colombia, por los múltiples beneficios que ha representado, no solo en el plano económico sino también en el ambiental, al garantizar la reducción y prevención de los impactos ambientales asociados al plomo y el ácido sulfúrico que contienen estas baterías, al optimizar el espacio en bodegas y al generar ingresos económicos.

El plomo es un metal pesado, no biodegradable y no renovable, que liberado en el ambiente es tóxico y puede generar diferentes afectaciones en la salud humana. MAC toma las baterías viejas y las tritura, y separa el plomo y el plástico gracias a la diferencia de densidad de estos elementos. En el proceso se recupera el plomo, que luego puede ser usado en múltiples aplicaciones, como placas de rayos X, blindajes, rejillas, recubrimiento de cable telefónico, entre otras. Esta recuperación evita que el plomo sea mal dispuesto en el ambiente, y a la vez permite que sea usado nuevamente, lo cual representa ahorros significativos de recursos naturales no renovables. Los materiales plásticos resultantes, como el caucho, ebonita, PVC y polipropileno, son reciclados.

Por otro lado, el ácido sulfúrico se mezcla con el agua usada en el proceso. Para evitar los vertimientos, el agua contaminada va a una planta de tratamiento industrial, en donde la acidez se neutraliza y adquiere un pH óptimo para no ser contaminante. Esta agua se reutiliza en los procesos de la empresa para usos relacionados con la limpieza.

En el primer año de este programa se lograron depurar 780 toneladas de baterías, acción que liberó espacio en bodega y redujo gastos relacionados con el manejo de inventarios. El balance de los cinco años de vigencia del programa es de 1.900 toneladas de baterías recicladas. En el 2011 el programa le representó a la compañía ingresos superiores a los 282 millones de pesos.

### Programa de Reciclaje de Baterías Telefónica Colombia 2011

	Residuos baterías (Kg)	Ingreso por Kg.	Total ingresos COP
Telecom	71.790	\$ 413	\$ 29.649.270
Movistar	459.729	\$550	\$ 252.850.950
Total	531.519		\$ 282.500.220

*Telefonica*

Impacto Social



# Empleados



Estamos viviendo un momento único, construyendo una empresa que será referencia a nivel mundial y la mejor empresa de telecomunicaciones del mundo digital

**T**elefónica Colombia asumió el reto de consolidar una cultura común, a través de programas de transformación que apuntan al principal objetivo corporativo: "ser la mejor compañía global de telecomunicaciones del mundo digital". Esta ambiciosa meta supone escribir, de la mano de los colaboradores, una historia de éxito en el futuro, que brinde la mejor experiencia y consolide una gran marca desde el interior de la organización.

Durante el 2011 y para fortalecer este propósito se dio continuidad a "Vive la Experiencia", iniciativa mundial desde la cual el Grupo Telefónica apuesta por un único equipo ilusionado, comprometido, orientado al cliente y alineado con los objetivos del negocio. Esta propuesta de modelo cultural promueve ocho comportamientos, que son la base de la estrategia para la gestión de colaboradores y que buscan hacer de la compañía el mejor aliado en el desarrollo profesional y personal.

## Los Ocho Comportamientos de Vive la Experiencia



Somos un solo  
*equipo*



Liderazgo  
*inspirador*



Abiertos a la  
*comunicación*



Protagonistas de  
nuestro *desarrollo*



Comprometidos con  
nuestros *clientes*



Reconocemos la  
*excelencia*



Espíritu  
*innovador*



Construimos  
*el mejor lugar*  
para trabajar



### Nuestros Profesionales en Cifras

En el 2011 Telefónica Colombia generó más de 26.000 empleos, 4.203 directos<sup>4</sup> y 22.524 indirectos, con los cuales contribuye a impulsar la economía y el desarrollo personal y profesional de los colombianos.

### Formación y Gestión del Talento

Telefónica en Colombia asumió la responsabilidad de innovar constantemente en el compromiso y la relación que construye con sus profesionales, la cual está orientada a alcanzar el bienestar personal y profesional, a través de una oferta de formación integrada.

Empleados Directos<sup>4</sup>  
Telefónica Telecom

2.845  
2010

2.225  
2011

Empleados Directos<sup>4</sup>  
Movistar

2.080  
2010

1.978  
2011

4. Incluye becarios y temporales

### Formación

Los programas de formación del Grupo Telefónica se han convertido en el principal diferenciador para sus colaboradores, no solo por la amplia oferta de contenidos sino también por los medios y facilidades que ofrece, los cuales se adaptan a las necesidades de cada persona. La formación entrega a los colaboradores la posibilidad de estar a la altura de las exigencias del negocio, el entorno competitivo y de la compañía.

- ↳ La Universidad Corporativa de Telefónica, con sede en Barcelona, formó en el 2011 a 35 empleados de todas las áreas y niveles, en liderazgo, enfoque en el cliente, en el mercado, innovación y gestión.
- ↳ Quince<sup>5</sup> colaboradores realizaron rotaciones internacionales para trabajar en operaciones del Grupo Telefónica en otros países, con la expectativa de intercambiar conocimientos y fortalecer sus capacidades.
- ↳ Se dio continuidad a la participación en el "Máster en el Negocio de las Telecomunicaciones", que en el 2011 llevó a cabo los procesos de selección de la novena y la décima edición, con la participación de 135 empleados de Telefónica Telecom, Movistar y Equipo País en Colombia. Nueve colaboradores colombianos fueron beneficiados con este programa, quienes se unieron a los tres beneficiados de programas de postgrado (becas de la Fundación Carolina).
- ↳ El programa Horizonte, dirigido a fortalecer en los jóvenes profesionales los conocimientos, actitudes y habilidades que les permitan afrontar los nuevos retos y desafíos de su carrera profesional, convocó en el 2011 a 84 participantes, cuatro de los cuales pertenecen a Telefónica Colombia.
- ↳ A través de la plataforma corporativa *e-learning* a+, Telefónica Movistar y Telefónica Telecom han desarrollado un portafolio estructurado de cursos virtuales, en el cual se registraron más de 68.000 horas de formación y capacitación virtual, que convirtieron a la compañía en la organización más destacada del Grupo en este tema.
- ↳ De igual manera con la iniciativa WAYRA, se constituyó una red de más de 40 mentores conformada por altos directivos de Telefónica Colombia de diferentes áreas, quienes donaron cerca de 290 horas en esta red de voluntariado corporativo.

### Desarrollo profesional

Dando continuidad a la prioridad que el desarrollo profesional y personal tiene dentro de la compañía, y fortaleciendo el propósito de hacer de Telefónica Colombia el mejor lugar para trabajar, se ha dispuesto el ciclo de desarrollo de colaboradores, un proceso que estructura el establecimiento y valoración de objetivos, competencias, retroalimentación y construcción de planes de desarrollo individual.

En sus relaciones laborales Telefónica Colombia privilegia la cercanía con sus colaboradores, la comunicación y el desarrollo profesional.

5. Se incluyen empleados en rotación finalizada y vigente.

Este ciclo permitió en el 2011 evaluar el 100% del talento, establecer objetivos para más de tres mil colaboradores, realizar un proceso sistemático de retroalimentación y diseñar planes de desarrollo individual para 2.938 empleados, lo cual consolidó a Telefónica Colombia como la filial del Grupo en Latinoamérica con más empleados inscritos en el plan de desarrollo profesional.

### Liderazgo

La compañía construyó un modelo sólido de gestión de personas, que contempla el liderazgo como eje articulador del desempeño de los colaboradores, el cual se consolidó, de acuerdo con las mediciones de clima organizacional, como uno de los atributos más destacables dentro de la cultura corporativa. Este modelo permitió que en el 2011 la valoración de la confianza en el direccionamiento estratégico y las decisiones de la alta dirección se ubicaran en 89%, de acuerdo con la medición de clima y los indicadores del estudio del *Great Place to Work Institute*. Esta valoración tiene en cuenta aspectos como la participación de los directivos en las acciones de motivación, comunicación, clima y ambiente de trabajo.

Asimismo, el programa Lidérame en Acción ha contribuido a la consolidación del estilo gerencial de la compañía, formando líderes en diferentes áreas. En el 2011 se continuó con el proyecto Comparte, una iniciativa orientada a consolidar el reconocimiento del Grupo 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 Telefónica.

### Gestión de cambio

La dinámica misma del negocio exige a la organización altos niveles de adaptabilidad, aprendizaje rápido y flexibilidad, haciendo del cambio una característica, más allá de un proceso marcado por la temporalidad. En el 2011, dada la particularidad de la operación local, Telefónica implementó el modelo de gestión del cambio, cuyo foco busca poner en relieve el papel que desempeña la cultura corporativa en las actividades diarias y en la consecución de los objetivos. Este modelo apoya la construcción y consolidación de una cultura común, y soporta a Telefónica Colombia en los procesos de cambio organizacional y del negocio, partiendo de dos ejes: la continuidad de la operación y la gestión del recurso humano.



El primer eje propende por asegurar la continuidad de la operación del negocio, lo que implica un trabajo enfocado a tener claridad sobre estructuras, funciones, procesos y modelo de liderazgo. El segundo frente, la gestión del recurso humano durante épocas de cambio, refiere al acompañamiento a los colaboradores, que permite enfrentar el cambio y asumir nuevos roles. Este proceso implica gestionar la resistencia, determinar palancas que ayuden en la apropiación de nuevas prácticas y reconocer características de los grupos para afianzar factores culturales de éxito e impulsar espacios de integración, haciendo tangible el concepto de "un gran equipo crea una gran compañía".

#### Participación de Hombres

71%  
2010

57,2%  
2011

#### Participación de Mujeres

29%  
2010

42,8%  
2011

#### Mujeres en Posiciones Directivas

12  
2010

10  
2011

#### Personas con Discapacidad

3  
2010

2  
2011

## Clima Laboral y Compromiso

La compañía cuenta con tres instrumentos internos que le permiten monitorear el clima de manera confiable y permanente: Medición Anual, Cata y Termómetros. La Medición Anual es una exhaustiva encuesta sobre los diferentes aspectos de la gestión del talento, que se aplica a todos los colaboradores, mientras que la Cata es una herramienta de seguimiento que llega a cerca del 40% de los empleados, y que a partir de una muestra tomada al azar, tiene como objetivo conocer la percepción de las condiciones laborales de la compañía. El Termómetro es una medición periódica que permite evaluar el comportamiento del clima organizacional, midiendo "la temperatura del clima" para obtener un diagnóstico sobre su comportamiento y evolución.

Las acciones y planes focalizados de clima permitieron a Telefónica Colombia, en el 2011, obtener 90% de favorabilidad como grupo integrado, con la participación del 94% de los colaboradores, lo cual demuestra la consistencia en la gestión de este frente.

Estos destacables resultados se obtienen gracias a la gestión interna que el grupo realiza con sus colaboradores, a través de planes de desarrollo, beneficios diferenciales, relaciones sostenibles con el equipo humano y un esquema de compensación que se convierte en un factor importante en términos de retención de talento.

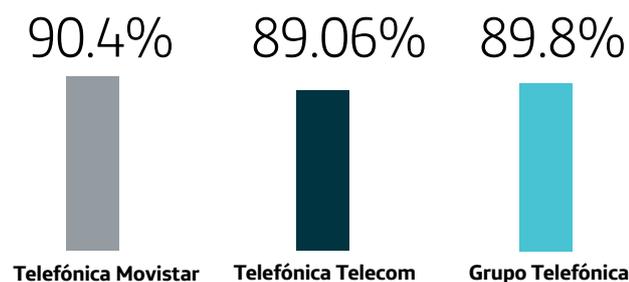
## Atracción y Retención del Talento

### Talento interno

La compañía continúa brindando oportunidades de crecimiento profesional a todos sus colaboradores, a través del programa "Más Oportunidades para Ti", por medio del cual, y gracias a las convocatorias internas, los empleados pueden aspirar a nuevos cargos. Gozan de este beneficio todos los que están vinculados directamente con Telefónica y aquellos que colaboran a través de compañías en *outsourcing*.

En el 2011 el Grupo ofertó 457 posiciones, 209 por Telefónica Movistar y 248 por Telefónica Telecom, de las cuales cerca del 70% fueron cubiertas con talento interno.

### Medición anual de clima



## Comunicación

Los procesos de comunicación en Telefónica Colombia privilegian la interacción directa entre colaboradores y líderes, gracias a espacios abiertos y una agenda de comunicaciones, las cuales permiten la divulgación y la generación de contenidos en toda la cadena de valor.

Esta agenda de comunicación cuenta con dos focos de gestión:

- ↳ Comunicación en cascada: fortalece la relación de los líderes con sus equipos al sintetizar y explicar los objetivos del negocio, escuchar las inquietudes y expectativas de los miembros de su grupo, determinar los niveles de relación con cada uno, mejorar los canales de comunicación, para finalmente planear, actuar y mantener el seguimiento de la estrategia de negocio.
- ↳ Agenda de líderes: tiene cuatro espacios destacados, donde los líderes transmiten información a sus empleados. Los encuentros masivos con líder, comités primarios, acercamiento a ciudades y momentos con empleados se consolidan en la organización como espacios que además de contemplar herramientas de comunicación no presencial, como las videoconferencias, fortalecen el nivel de relacionamiento entre áreas.

Asimismo, como empresa de tecnología e innovación, Telefónica se circunscribe a la vanguardia de los últimos avances tecnológicos y le apunta al desarrollo de sus propios procesos, dentro de un modelo global coherente con su propuesta de servicios. Es así como ha implementado programas que fomentan la inclusión de sus colaboradores y directivos en las últimas tendencias de comunicación.

Las redes sociales como *Twitter*, *Yammer* y herramientas como los Blogs y los foros, están dentro de este modelo, pues garantizan una comunicación de doble vía, en la que es posible interactuar y recibir opiniones, sugerencias e inquietudes en tiempo real, las cuales fortalecen la relación de los líderes de la compañía con los colaboradores.

## Retribución Justa

### Reconocimiento

Telefónica Colombia reconoce el trabajo que sus colaboradores realizan en las actividades diarias, a través de la iniciativa "Un Aplauso para Ti", programa que busca fortalecer el valor real del reconocimiento, impulsar y sostener la cultura de la organización, aumentar el compromiso emocional y la motivación de los colaboradores y, sobre todo, resaltar la importancia que tiene demostrar la gratitud y valoración por el trabajo individual o grupal.

En el 2011 los aportes de los empleados en cada una de las áreas de la organización fueron valorados en el reconocimiento cotidiano, que destacó a 3.137 colaboradores y 66 proyectos en la modalidad diferencial a lo largo del año, y que cerró con catorce ganadores en el año, quienes recibieron como incentivo un viaje internacional acompañados por el CEO<sup>6</sup> de la operación en Colombia.

6. Sigla en inglés: Chief Executive Officer

## Seguridad y Salud

### Espacios para equilibrar la vida laboral y personal

El programa "Oficina en Movimiento" se ha consolidado desde el 2009 como una de las principales estrategias para fortalecer y mejorar la conciliación de la vida laboral y personal de los colaboradores de la compañía. No solo proporciona la oportunidad de estar más cerca de la familia, con mayor tranquilidad y concentración, sino que además contribuye a la productividad y eficiencia para alcanzar los objetivos trazados. En el 2011, gracias a la gran acogida del programa, cerca del 32% de los empleados se encuentran vinculados a esta iniciativa que les permite trabajar parte de la jornada fuera de la oficina, conectados a través de las tecnologías de la Información.

Asimismo, la compañía brinda a todos sus colaboradores beneficios en días especiales, con el propósito de contribuir a la construcción de entornos favorables para el desarrollo de las actividades laborales:

- ↳ **Cumpleaños:** Todos los colaboradores pueden tomar como día libre el día de su cumpleaños, y así compartir más tiempo con sus seres queridos en esta fecha especial.
- ↳ **Vacaciones:** El paquete de vacaciones otorga dos días adicionales de descanso a quienes decidan tomar los 15 días reglamentarios, y así garantizar el descanso de todos los colaboradores.

- ↳ **Festivos:** Los empleados cuentan con la posibilidad de elegir un viernes/sábado flexible antes de un día festivo, en el cual pueden salir a media jornada y disfrutar así de mayor tiempo durante el fin de semana.

### Entornos saludables

La salud y seguridad de los empleados hacen parte de las prioridades de la gestión que adelanta el Grupo Telefónica en el país, y se materializan a través de la actuación de los comités paritarios de salud ocupacional (COPASO) para las operaciones fija y móvil, los cuales promueven un estilo de vida saludable en el trabajo, con respeto por las políticas internas y las directrices legales.

En este mismo sentido la compañía construyó, en convenio con la Caja de Compensación Familiar Compensar, el Centro de Bienestar y Capacitación, para brindar una solución eficaz en mejorar la calidad de vida de los trabajadores y su grupo familiar. Está acondicionado con modernas salas, para la realización de capacitaciones, reuniones de trabajo, eventos empresariales y familiares, y además cuenta con un gimnasio que tiene equipos para el desarrollo de actividades de acondicionamiento físico.

La compañía continúa fortaleciendo su programa de "Pausa Activa", por medio del cual contribuye a la disminución del riesgo de afectación por parte de los colaboradores, con respecto a la higiene postural y la inflamación del túnel del carpo.

### El mejor lugar para trabajar

La compañía adelanta, mediante un instrumento externo, el estudio del entorno laboral, realizado con el instituto *Great Place to Work*. En este proceso, que valora temas como liderazgo, credibilidad, respeto, imparcialidad, camaradería y orgullo, participaron el 95% de los colaboradores de la operación de Telefónica en Colombia, que obtuvieron un 93,3% de percepción favorable en el Índice de Ambiente Laboral (IAL) para el 2011. En este ejercicio, Telefónica Colombia logró como grupo empresarial ubicarse en el quinto puesto, entre aproximadamente 200 compañías que fueron tenidas en cuenta como los mejores lugares del país para trabajar.

Asimismo, durante el 2011, con el objetivo de impulsar el compromiso de los colaboradores con Telefónica, y llevando al cumplimiento de los retos organizacionales del negocio, se dio continuidad al modelo de gestión de clima con base en el compromiso, el cual evalúa el estado de las diferentes dimensiones que hacen parte del bienestar de todo el equipo humano en el sitio de trabajo.

## Embajador Telefónica



La cultura corporativa de Telefónica incluye los parámetros de comportamiento de los colaboradores, los valores asumidos y la forma en la cual se toman decisiones. Esta cultura se ha construido gracias a la integración de todo el equipo bajo los lineamientos de los planes estratégicos de la compañía y los Principios de Actuación, que guían los comportamientos cotidianos y enmarcan la apropiación de nuevas herramientas y espacios de comunicación por parte de los colaboradores de la compañía, en coherencia con la transformación que ha vivido Telefónica Colombia y su orientación hacia el mundo digital.

Con el objetivo de afianzar esta cultura se creó en el 2011 el programa "Embajador Telefónica", una iniciativa que permite a los colaboradores expresar el orgullo de hacer parte de una de las mejores compañías de telecomunicaciones, a través del impulso, reconocimiento y apropiación de las conductas que caracterizan al gran equipo Telefónica Colombia, al tiempo que avanzan, como equipo, en la formación de empleados digitales.

Esta iniciativa, estructurada en tres etapas (comprometido, ejemplar e inspirador), contempla una acción formativa y vivencial que invita a vivir la experiencia de trabajar en la compañía, consiguiendo un solo equipo ilusionado y comprometido, orientado al cliente y alineado con los objetivos del negocio.

En el último año, 3.692 colaboradores se acreditaron en dos de los cursos de formación ofrecidos a través de la plataforma virtual: "Embajador Comprometido y Ejemplar". El primero ofrece el marco necesario para comprender las implicaciones de las TIC y fortalecer los comportamientos deseados frente a su uso, de acuerdo con los Principios de Actuación, mientras que el segundo favorece la apropiación de las herramientas digitales a través de una profundización en su aplicación.



# Inclusión Digital



Mediante iniciativas vanguardistas de inclusión, la Compañía innova en aspectos relacionados con la economía, la cobertura geográfica, la apropiación de las nuevas tecnologías por parte de sus clientes, el emprendimiento y la innovación, la organización le apunta al reto de generar soluciones que se adapten a las necesidades específicas de cada zona del territorio nacional.

**E**n esa medida, durante el 2011 la compañía trabajó no solo por la consolidación de sus diferentes proyectos de expansión de cobertura y alcance –lo que ha permitido mayor acceso a las TIC en el país– sino también por el afianzamiento de sus iniciativas de inclusión digital en zonas concretas, en medio de coyunturas sociales complejas en algunas de ellas, como consecuencia del fenómeno de 'La Niña'.

## Inclusión Económica

En alianza con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Federación Nacional de Cafeteros y el Banco de Bogotá, Telefónica Colombia continuó fortaleciendo en el 2011 su proyecto Banca Móvil para cafeteros, con el propósito de permitir el servicio de transacciones financieras móviles en diferentes regiones del país, de manera masiva y exitosa.

Mediante Banca Móvil los caficultores acceden desde su celular a servicios bancarios, como la consulta del saldo de la cuenta, transferencias de dinero, recarga de celulares en prepago y pago de la factura de celulares en pospago, entre otros.

Hasta el 2011 y en el marco del programa de competitividad del proyecto, se registraron 3.641 caficultores en nueve departamentos del país.

La ola invernal que se registró en el año anterior en Colombia afectó la entrega de subsidios a los caficultores, situación que fue manejada por la Federación Nacional de Cafeteros con el proyecto Banca Móvil, herramienta a través de la cual se entregaron recursos en

especie valorados en más de 43.000 millones de pesos a 197.000 caficultores, mediante 467.000 transacciones con los móviles.

El proyecto de Banca Móvil ha sido pionero en el sector de telecomunicaciones en América Latina, a tal punto que modelos similares han empezado a implementarse en países como México, Chile y Venezuela.

## Inclusión Geográfica

El gran reto de Telefónica Colombia es llevar los servicios de telecomunicaciones, voz y datos a la mayor parte del país, razón por la cual la compañía continuó con sus esfuerzos para ampliar cobertura y así suplir las necesidades de comunicación de Colombia.

Durante el 2011 Telefónica Colombia consolidó su posición como el operador de banda ancha fija con mayor capilaridad en el país, al llegar con este servicio a 353 municipios. Este avance estuvo acompañado con un crecimiento del 11,7% en número de accesos de banda ancha, los cuales pasaron de 545.288 en el 2010 a 609.297<sup>7</sup> de accesos de banda ancha en el último año.

## Cobertura en asocio con el Gobierno Nacional

En su interés por ampliar la cobertura de servicios a zonas alejadas de grandes centros urbanos, y así facilitar que un mayor número de personas tengan acceso a las comunicaciones, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MinTIC, ha convocado a Telefónica Colombia como su operador en el desarrollo de los programas "Vive Digital" y los Planes BIANUALES.

<sup>7</sup> Parámetros de cálculo Telefónica Colombia.

Telefonica

## Indicadores de Cobertura Telefónica Movistar



#Municipios  
Red UMTS

450  
2010

498  
2011

#Municipios  
Red GSM

934  
2010

942  
2011

Kms de Carretera\*  
Red UMTS

2.976  
2010

4.115  
2011

Kms de Carretera\*  
Red GSM

12.832  
2010

12.875  
2011

\*Incluye vías principales y secundarias

**“Vive Digital”: por la masificación de internet en Colombia**

En el marco de su propósito de contribuir a la disminución de la brecha digital que existe en el país, Telefónica Colombia le ha apostado a operar el programa Hogar Digital, que hace parte del plan “Vive Digital”, del MinTIC, cuyo propósito es la masificación de internet a lo largo de la geografía nacional.

Esta iniciativa tiene como propósito promover la instalación de nuevas infraestructuras y el diseño de mecanismos que estimulen el uso activo de internet en la población colombiana, especialmente en los hogares ubicados en los estratos 1 y 2, como la asignación de subsidios que faciliten el acceso y consumo de servicios soportados con banda ancha. Para tal fin, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a través de una licitación, le adjudicó a Telefónica Telecom la instalación, operación y mantenimiento de 27.936 accesos de banda ancha, distribuidos en 38 municipios de 17 departamentos del país, con un aporte de recursos públicos de 1.502 millones de pesos.

**Plan Bianual III**

Esta iniciativa del Gobierno Nacional está orientada a ampliar la cobertura de banda ancha en las diferentes regiones del país, especialmente en hogares clasificados en los estratos socioeconómicos 1 y 2. Telefónica Colombia ha participado como operador en el desarrollo de este programa, el cual en el 2011 contó con recursos estatales del orden de los 109.000 millones de pesos, destinados a la construcción de obras civiles e infraestructuras necesarias para garantizar el acceso a banda ancha en las localidades incluidas.

Adicionalmente se alcanzó el 100% de la reposición de redes y un despliegue de 851,07 kilómetros de red de fibra óptica, y 52.422 altas a diciembre 31 del 2011.

**San Andrés**

Como parte de la transformación digital del país, el Gobierno Nacional invirtió cerca de US\$54,3 millones de dólares en la construcción un cable submarino entre la costa norte colombiana y el archipiélago de San Andrés y Providencia, con el fin de incrementar la capacidad de ancho de banda en los servicios de telecomunicaciones, aumentar la oferta de servicios en condiciones competitivas, fortalecer y explotar las ventajas competitivas del

**Indicadores de Cobertura Telefónica Telecom**

Cobertura Banda Ancha  
No. de Municipios

278  
2010

353  
2011

Puertos de Banda Ancha

102.000  
nuevos

**Adjudicación Espectro**

En octubre de 2011, después de un proceso de subasta con la participación de otros operadores de telefonía móvil, Telefónica Móviles Colombia S.A. resultó adjudicataria de 15 MHz de espectro en la banda 1900 Mhz. Con esta asignación, Telefónica Móviles Colombia S.A. cuenta con un total de 55 MHz de espectro distribuido de la siguiente manera: 30 MHz en la banda en 1900 y 25 MHz en la banda 850.

Esta asignación de espectro se materializó en la Resolución MINTIC 002105 del 15 de septiembre de 2011, respecto de la cual vale resaltar los siguientes aspectos:

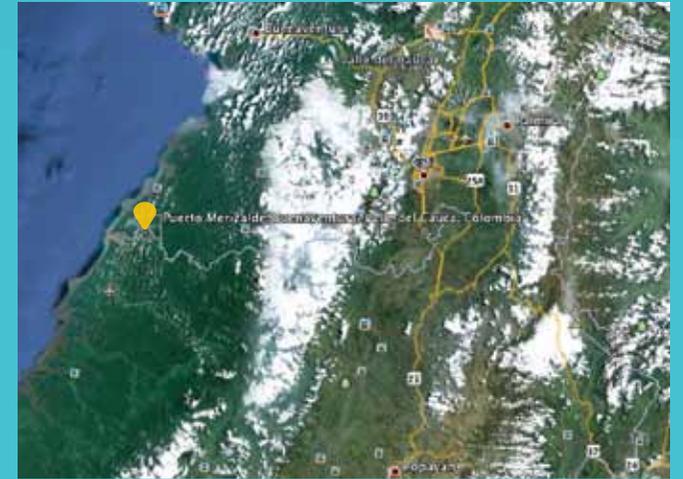
- ↳ La duración del permiso es de 10 años contados desde el 20 de octubre de 2011.
- ↳ El valor a pagar como contraprestación es en total USD 47.700.000,00 los cuales debemos pagar así:
  - ↳ 50% en efectivo (USD 23.850.000,00) seis meses después de la asignación (Fecha en que quede en firme el acto de asignación del espectro)
  - ↳ 50% mediante el cumplimiento de la obligación de hacer (Cobertura de 36 localidades y servicio a instituciones educativas)
- ↳ Obligación de cobertura 3G en todas las cabeceras municipales en las cuales la sociedad tenga cobertura, a más tardar el 18 de abril de 2012

departamento mediante el uso de las TIC y proveer conectividad adecuada a las entidades del Estado.

Con el propósito de maximizar las posibilidades que ofrece esta ampliación de la conectividad, Telefónica Colombia realizó una inversión cercana a los 800.000 dólares en la isla, con el fin de proveer la mejor calidad posible en los servicios de internet, datos, voz y telefonía móvil.

Adicionalmente se habilitaron 512 puertos de banda ancha en una primera fase, y en la actualidad se lleva a cabo una segunda ampliación, de 996 puertos adicionales, en tres sectores diferentes de la Isla. También se están desplegando nuevos puertos, para cubrir la demanda en el archipiélago, aumentar el ancho de banda a los clientes existentes y ampliar las estaciones base de la operación móvil en este departamento.

Las áreas técnicas de las dos operaciones coordinaron los esfuerzos y sinergias para lograr un proyecto optimizado en recursos y tiempo, que le ha permitido a Telefónica Colombia trasladar, en junio del 2011, su sistema de televisión a un nuevo satélite, con el propósito de prestar un mejor servicio a los clientes del archipiélago.

**Puerto Merizalde**

Fotografía tomada de la aplicación Google Earth.

El esfuerzo de Telefónica Colombia por llevar las tecnologías de la comunicación y la información a zonas remotas ha permitido que lugares cuyos sistemas de conexión eran insuficientes y limitados, hayan podido dinamizar sus actividades por medio de la llegada de los servicios de telecomunicaciones.

Es el caso de Puerto Merizalde, una pequeña población de cinco mil habitantes, situada en el Valle del Cauca, donde las lanchas rápidas, que son el único medio de transporte, están disponibles un par de veces a la semana y tardan aproximadamente cuatro horas hasta Buenaventura.

Debido a las dificultades de ingreso y salida de productos que tenía el municipio su economía era limitada, se movía fundamentalmente en medio de la informalidad, y las oportunidades de acceso a las tecnologías eran escasas. Uno de los pocos medios de comunicación con los que contaba Puerto Merizalde era un teléfono comunitario, entregado por el programa Compartel.

Con la llegada de Telefónica Movistar a la región, más de 3.500 habitantes tienen ahora un mejor acceso a las comunicaciones, con el cual han logrado insertarse en la economía del Pacífico, comunicarse con sus familiares y amigos, y ampliar su horizonte económico y social. Hoy pueden programar nuevas frecuencias de las lanchas rápidas, tener mejores servicios de salud, aumentar sus oportunidades comerciales y, sobre todo, lograron romper la situación de aislamiento en la que se encontraban.

Este proyecto, liderado por el equipo comercial de la zona, exigió un trabajo conjunto con el área técnica de la empresa y las autoridades locales, con el fin de encontrar el punto adecuado para la instalación de la infraestructura, comprometer a la comunidad con la protección de los equipos y desarrollar nuevos negocios, que atiendan las necesidades de comunicación y servicios de los habitantes.



Telefónica Colombia maximiza las posibilidades que ofrecen las TIC para fomentar la apropiación de las nuevas herramientas de comunicación, el emprendimiento y la innovación.



### Apropiación

Telefónica Colombia es consciente de la profunda relación que existe entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la educación. En virtud de ello, ha propendido por fomentar escenarios de capacitación, optimización y creatividad, para incorporarlos como herramientas pedagógicas y construir espacios de emprendimiento e innovación para el paulatino desarrollo del país.

### Empresarios Pymedia: pensando en el crecimiento profesional de los jóvenes y las empresas pymes

En el 2011 Telefónica Telecom realizó una nueva edición de Empresarios Pymedia, un proyecto que surgió en el 2009 y que se constituyó en el escenario propicio para vincular estudiantes de carreras afines a la comunicación, publicidad, diseño y mercadeo con las pymes colombianas, en una relación de beneficio mutuo.

Este programa contribuye con el desarrollo y la implementación de estrategias de comunicación digital, que conducen a las pequeñas y medianas empresas a obtener herramientas para mejorar y hacer crecer su negocio, a la vez que favorece a los nuevos talentos y abre oportunidades para el desarrollo profesional. En las cinco ediciones del programa, más de 1.600 estudiantes y más de 2.000 pymes, clientes de Telefónica Telecom, se han beneficiado de los proyectos.

En la quinta edición de esta iniciativa, realizada en el 2011, participaron 17 universidades de 8 ciudades de Colombia.

### Principales Logros Empresarios Pymedia

#### 2009

- Reunió 200 pymes y 100 duplas creativas para desarrollar una estrategia de comunicación digital. La pyme ganadora fue Telecomunicaciones, asesorada por Julián Gallego y Jennifer García de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

#### 2010 / Período 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 Ancinca 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.

#### 2010 / Período 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.

#### 2011 / Período I

- Reunió a 15 universidades de 7 ciudades diferentes
- Se abrieron cinco categorías: Colombia Crece, Colombia TICS, Colombia Exporta, Colombia Horeca y Colombia Salud.
- En cada una se destacaron dos proyectos, excepto en Colombia Exporta, que se declaró desierto. Los dos cupos ganadores de esta categoría se trasladaron a Colombia Crece, en la cual se recibió el mayor número de propuestas.

- Los ganadores de la categoría Grand Pyme fueron:

Anyela Becerra Toro y Luis Carlos Paz Luján de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Cartagena con la pyme Guianza Express Ltda.

Paola Marcela Sarmiento y Juan Pablo Hernández de la Universidad Central de Bogotá, con la pyme Laboratorios Ciencia y Naturaleza (CINAT)

#### 2011 / Período II

- La quinta edición de Empresarios Pymedia contó con la participación de 8 ciudades del país y 17 universidades. En esta ocasión los participantes compitieron por regiones, en cada una de ellas hubo un ganador y al final se escogió el ganador nacional.

### La tecnología al servicio de los clientes

Telefónica Colombia ha buscado espacios de capacitación en el uso adecuado de las tecnologías a sus clientes. Sacando provecho de las facilidades que ofrece internet para llegar de manera masiva y emitir mensajes concretos, la compañía ha consolidado en Youtube un canal, mediante el cual responde de forma directa y sencilla las inquietudes de los usuarios de Telefónica y facilita el uso correcto de servicios y aplicaciones móviles y de internet.



Este recurso posicionó a Telefónica Colombia como el primer país del Grupo en contar con un canal de este tipo que le permite a la compañía compartir contenidos de forma dinámica, con el propósito de acompañar a los usuarios en su interacción con equipos y aplicaciones.

### Emprendimiento

En el 2011 se lanzó la primera convocatoria global para Wayra, y en agosto de ese mismo año comenzó el trabajo del primer grupo en la Academia, un espacio innovador de 300 metros cuadrados, que se convirtió en la sede de uno de los proyectos de emprendimiento más ambiciosos en Colombia, orientado a apoyar proyectos innovadores de base tecnológica.

Los proyectos ganadores recibieron, además del derecho a estar seis meses en la Academia, en un espacio de *co-working*, un

Reproducciones en Youtube  
Canal de Telefónica Telecom

8.480  
2011

Reproducciones en Youtube  
Canal de Telefónica en Movistar

1.796.734  
2011

aporte financiero de Telefónica Movistar, por US\$50.000 para cada proyecto, y un ciclo completo de capacitaciones y tutorías dirigidas a reforzar conocimientos y dar las herramientas a los emprendedores para ajustar su plan de negocio.

Para conocer más sobre este proyecto, lo invitamos a que consulte el capítulo Cultura Digital en este mismo informe.

### Innovación

En el 2011, la Organización continuó con una de sus iniciativas de emprendimiento e innovación de mayor éxito en Colombia y en el mundo, se trata del Campus Party.

### Campus Party 2011: la fiesta de cultura digital más grande del mundo

Desde el 2008, el Grupo Telefónica realiza en Colombia el Campus Party, la fiesta de entretenimiento tecnológico, ocio y cultura digital más grande del país. En el 2011 participaron cerca de 4.500 'campuseros', quienes compartieron sus proyectos y gozaron de más de 550 horas de formación en temas como ciencia, cultura digital, innovación y ocio.

Los asistentes a esta edición contaron con una conectividad de 6.0 Gb proporcionada por Telefónica Telecom, con la primera red funcional con protocolo internet versión 6 (IPv6), que conectó en forma simultánea los 'campuseros' que participaron en el evento. Por primera vez en Colombia se realizó una demostración de tecnología móvil de cuarta generación LTE (*Long Term Evolution*), la cual permitió conocer y experimentar las nuevas funcionalidades y velocidades de la banda ancha móvil.

En el 2011 el evento contó con ponentes de primer nivel reconocidos en el mundo tecnológico, como John Draper "Captain Crunch", el hacker leyenda; Raúl Ramírez "Ixpixel", uno de los twitteros más influyentes en México y consultor en temas de marketing digital; Andreu Veá, profesor de la Universidad de Stanford, quien investiga la historia oculta de internet, y Tan Le, neuroingeniera considerada una de las mujeres con mayor influencia en la industria de la tecnología en el 2010, entre otros.

En el Campus Party también se realizó el Foro Telefónica Cultura Digital, un espacio de reflexión en el cual se plantearon los requerimientos, oportunidades y desafíos necesarios para crear un entorno digital adecuado, en donde se aproveche todo el potencial de las TIC. El Foro estuvo dividido en tres temáticas principales:

- ↳ Desafíos de la empresa: nuevos servicios y nuevas relaciones con los clientes.
- ↳ Redes sociales: nuevos ciudadanos, nuevas relaciones.
- ↳ Innovación: usos no convencionales.

En la conversación sobre estos temas participaron líderes digitales entre los que se destacan: Peter Cochrane, experto fundador de *ConceptLabs*; Stewart Butterfield, co-fundador de *Flickr*, el sitio web más popular para compartir fotografías y Nolan Bushnell, conocido como el padre de la industria de los videojuegos, fundador de *Atari*.



# Ola Invernal

La fuerte ola invernal que afectó a Colombia durante los últimos años generó graves daños a la infraestructura en diferentes zonas y poblaciones. La compañía participó de forma activa en la búsqueda de soluciones y de medidas de mitigación de las consecuencias de este fenómeno ambiental.



## Asiste al concierto *Voces Solidarias*

*Telefónica*



**T**elefónica Colombia involucró a distintos actores de la sociedad en iniciativas que comprendieron la atención de la crisis en diferentes niveles, desde la recuperación de la infraestructura propia del negocio, hasta la solución de las necesidades más urgentes de los grupos de interés.

Como una medida de atención prioritaria, desde noviembre del 2010 empezó a funcionar el Comité de Crisis en la compañía, mes en el cual se evidenció que el fenómeno de La Niña no solo generaría daños a la infraestructura, sino que tendría enormes repercusiones sociales. Por medio de este Comité se dio un manejo integral a las necesidades que se presentaron durante esta coyuntura.

### Infraestructura

Telefónica Colombia asumió un enfoque preventivo para proteger sus equipos y redes, con el monitoreo permanente de las zonas con posibilidad de riesgo, para poder tomar las decisiones pertinentes.

La operación sufrió daños en equipos e infraestructura en 31 localidades, generados principalmente por el desbordamiento de ríos (entre ellos el Cauca y el Magdalena), el rompimiento del Canal del Dique, las fallas geológicas que llevaron a la desaparición de cabeceras municipales, daños estructurales en estaciones repetidoras y centrales, avalanchas y daños en equipos por filtraciones.

Uno de los mayores impactos fue generado por la apertura continua, durante 24 días, del anillo norte de fibra óptica, que mantuvo en estado crítico la prestación de los servicios de telecomunicaciones.

Además de los inconvenientes en la prestación de los servicios, el valor económico de estos daños, que alcanzó los nueve millones de dólares, es otra afectación importante. Se invirtió más de un millón de dólares en la mitigación del fenómeno y se generaron más de dos millones de dólares en lucro cesante.

### Atención de clientes

La situación de emergencia que enfrentaron las diferentes zonas del país representó un reto importante en temas de facturación. La imposibilidad de la entrega de facturas requirió planes de emergencia, y en algunos casos la aplicación de descuentos o condonaciones de la deuda, opciones que fueron utilizadas con 39.072 clientes.

### Colaboración con las autoridades

Dentro del trabajo en equipo que la compañía realizó con el Ejército Nacional, las gobernaciones y alcaldías de los municipios afectados, y las oficinas de atención de desastres de esas mismas localidades, entre otros organismos, se dotó de celulares y televisión a los

Telefónica Colombia activó toda su capacidad de movilización de la sociedad en torno a la solidaridad

Ingresos

\$4.417.081.779	\$468.795.867	\$805.831.860	\$78.187.834	\$36.529.000
Donación Fundación Telefónica España.	Donaciones a través de SMS clientes Movistar.	Taquilla concierto Voces Solidarias.	Campaña Interna de donaciones.	Rendimientos Financieros.



**Telefónica solidaria: movilización**

Al ser una problemática nacional, la compañía buscó involucrar a la sociedad en la generación de ayudas efectivas para los damnificados, por medio de campañas de sensibilización que invitaban a los colombianos a contribuir en la recaudación de fondos para atender importantes necesidades de las poblaciones afectadas.

Esta sensibilización incluyó una campaña dirigida a los clientes, en la cual se invitaba a realizar donaciones por medio del sistema de mensajes de texto y de la participación en el concierto *Voces Solidarias*, liderado por Telefónica Colombia, en el cual artistas nacionales e internacionales aportaron su talento en un evento cuya taquilla fue destinada a los damnificados en todo el país.

albergues destinados a los damnificados, con el objetivo de garantizar la comunicación de los afectados con sus familias, y se facilitaron espacios para el almacenamiento y recolección de donaciones.

**Ayuda a la comunidad**

La compañía también adelantó acciones para apoyar a las personas y comunidades afectadas, que incluyeron a beneficiarios del programa Proniño, de la Fundación Telefónica; a empleados –que recibieron bonos para reparar sus viviendas–; a funcionarios de empresas aliadas, y a habitantes de las regiones más perjudicadas por las lluvias, estos últimos apoyados gracias a las alianzas establecidas con otras organizaciones.

Ayudas a la Comunidad

Apoyo a 144 familias y 243 niños beneficiarios del programa Proniño	Apoyo y beneficios a 5 colaboradores de planta y 46 de empresas aliadas
---	---

Localidades con Afectación Crítica

<b>19</b>	<b>12</b>
Ola Invernal I Nov.2010-Abr 2011	Ola Invernal II Abr.2011-Jun 2011

Impacto en Infraestructura

USD	
<b>6.897.036</b>	<b>1.972.263</b>
Ola Invernal I Nov.2010-Abr 2011	Ola Invernal II Abr.2011-Jun 2011

Gastos de Mitigación

USD	
<b>638.268</b>	<b>449.167</b>
Ola Invernal I Nov.2010-Abr 2011	Ola Invernal II Abr.2011-Jun 2011

Lucro Cesante

USD	
<b>2.572.277</b>	<b>249.695</b>
Ola Invernal I Nov.2010-Abr 2011	Ola Invernal II Abr.2011-Jun 2011

## Apoyo a la reconstrucción de infraestructura educativa y apoyo a la comunidad

Dada la magnitud de los daños ocasionados por la ola invernal la mayor parte de los recursos recaudados fueron destinados a la construcción y/o rehabilitación de instituciones educativas afectadas.



### Inversiones

Destinación	Organizaciones participantes	Aportes*
Alianza para la rehabilitación y/o reconstrucción en Santa Lucía (Atlántico), San Onofre (Sucre) y Soacha (Cundinamarca).	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 2,000,000,000
	Fundación Argos	\$ 1,400,000,000
	Ministerio de Educación Nacional	\$ 2,400,000,000
Alianza para el mantenimiento, reparación y dotación en Instituciones Educativas en Libertador (Cordoba) y Yumbo (Valle).	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 200,651,332
	Fundación Argos	\$ 200,651,332
	Fundación Bancolombia	\$ 200,651,332
	Fundación Grupo Nutresa	\$53.745.892
Alianza Proyecto Ola Escolar.	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 700,000,000
	Fundación Argos	\$ 250,000,000
	Fundación Empresarios por la Educación	\$ 184,000,000
	Fundación Bolívar Davivienda	\$ 700,000,000
	Fundación Mario Santodomingo	\$ 700,000,000
Alianza para la construcción del colegio Mosquera.**	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 1,054,327,409
	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 86,518,464
Donación Colombia Humanitaria.	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 544,269,860
Atención emergencia beneficiarios Proniño.	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 355,905,703
Auxilio a colaboradores afectados.	<b>Fundación Telefónica</b>	\$ 39,966,778
<b>Total Aportes Fundación Telefónica</b>		<b>\$ 4,981,639,546</b>
<b>Recursos en proceso de asignación</b>		<b>\$ 824,786,795</b>

\* Incluye gasto real y comprometido a cierre de 2011

\*\* La construcción del colegio también contó con la participación de otros socios. Ver link <http://issuu.com/julianaduque/docs/informe-final-tsc-hires/1>

# Fundación Telefónica



Una vez que se consolida en el 2007 la participación de Telefónica en Colombia, se da paso a la constitución formal de la Fundación Telefónica Colombia, recogiendo las experiencias anteriores de Movistar y Colombia Telecomunicaciones en un ámbito de mayor fortaleza institucional.



Desde su origen, y en coherencia con la participación accionaria del Estado colombiano en la compañía, la Fundación Telefónica Colombia ha buscado contribuir al logro de los objetivos nacionales en materia de la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes y en particular al cumplimiento de las metas del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2010-2014, relacionadas con el acceso a la educación de los niños en situación o riesgo de trabajo infantil (TI) y con la calidad y pertinencia de la formación básica.

Adicionalmente, y a propósito del impacto e influencia de las TIC en la sociedad, la Fundación se apoya en el gran conocimiento que tiene la compañía como operador de telecomunicaciones, para promover la reflexión y el debate acerca de las tendencias y oportunidades que caracterizan la nueva cultura digital.

En el marco de los Principios del Pacto Global, los Objetivos del Milenio y las metas del Plan Nacional de Desarrollo, el presente capítulo reporta de manera específica la correlación existente entre los compromisos de la compañía con los derechos humanos y la acción social desarrollada por la Fundación Telefónica Colombia en el 2011, a través de sus líneas de actuación:

## Acceso a la Educación

La Fundación da prioridad al tema de acceso a la educación, con el objetivo de aumentar la escolaridad de los niños, niñas y adolescentes de Colombia; esta estrategia se traduce, de manera explícita, en su compromiso con la erradicación del trabajo infantil, identificado como uno de los factores determinantes en la lucha contra la pobreza extrema, dentro del indicador nacional de pobreza multidimensional del país.

El compromiso con la erradicación del trabajo infantil se enmarca dentro de los convenios números 138 y 182 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Estrategia Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil y el principio cinco del Pacto Global, en el cual "Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil".

Este propósito se ha trabajado desde tres ángulos:

- Desde el frente de gestión social, en el cual se promueve, a través del programa Proniño, la atención directa a 23.468 niños, niñas y adolescentes en situación de trabajo infantil, con inversiones equivalentes a 17.073.856 millones de pesos en 2011 que incluyen cooperación.
- Desde las capacidades tecnológicas y la experiencia de la compañía y de la Fundación Telefónica, las cuales han puesto a las TIC al servicio de la resolución de problemas sociales concretos, como el trabajo infantil, se destacan las siguientes acciones:
  - ↳ Con base en la información recopilada por la Fundación en su sistema de información SIM y las encuestas del DANE<sup>8</sup>, desarrollar investigaciones sobre los factores que inciden en el trabajo infantil, con el propósito de apoyar la formulación de políticas públicas (con el soporte de las organizaciones ECSIM<sup>9</sup> y la Fundación Pandi).
  - ↳ Campaña de comunicación masiva en medios y redes sociales, con el propósito de sensibilizar a la sociedad frente al tema del trabajo infantil (en convenio con el Ministerio del Trabajo).
  - ↳ Desarrollo de una plataforma de georreferenciación, que permite a los usuarios de teléfonos móviles denunciar situaciones de trabajo infantil a través de una aplicación móvil (en convenio con el Ministerio del Trabajo).
- Desde la responsabilidad corporativa. Para garantizar la consistencia entre la gestión social y la responsabilidad corporativa, la compañía se ha comprometido a establecer en su cadena de valor acciones concretas que la aseguren frente al trabajo infantil, capitalizando las experiencias de la Fundación y de la aplicación del modelo de gestión de riesgos de la compañía.

8. Departamento Administrativo Nacional de Estadística  
9. Centro de Estudios en Economía Sistémica ECSIM

## Campaña de Movilización

Gracias a la campaña en medios masivos y redes sociales dirigida a los ciudadanos jóvenes, en 2011 la Fundación logró:

116.915

Personas en la comunidad contra el trabajo infantil

11.122

Seguidores en redes sociales (Twitter y Facebook).

55

Empresas e instituciones comprometidas con la causa

133

Líderes empoderados con la causa

Esta contó con una inversión de:

\$ 1.591 millones

800 millones  
Ministerio de Protección social

791 millones  
Fundación Telefónica

## "Yo Digo Aquí Estoy Contra el Trabajo Infantil"

El aplicativo de georeferenciación empodera a la ciudadanía para denunciar el TI. A través de una aplicación móvil los ciudadanos usan sus celulares para identificar y reportar en tiempo real los casos de niños, niñas y adolescentes trabajando en los diferentes lugares del país.

En 2011, 749 denuncias de ciudadanos a través de la aplicación móvil, enriquecieron este mapa de identificación del trabajo infantil.

<http://www.yodigoaquiestay.com>



Al respecto se han hecho las siguientes acciones

- ↳ Metodología de aseguramiento de riesgos de TI en la cadena de valor.
- ↳ Promover la mitigación de riesgos de TI en la cadena de valor de Telefónica, en especial aquellos asociados a la explotación sexual comercial de menores de edad en internet, para lo cual se apoyó la constitución de la línea de denuncia de pornografía infantil "Te Protejo", con apoyo del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), Red Papaz y el Foro de Generaciones Interactivas (GGII).
- ↳ Liderar la mesa del principio cinco en la Red Local del Pacto Global, para generar una metodología de evaluación de riesgos de trabajo infantil en la cadena de valor de las empresas.

## Calidad Educativa

Dentro del propósito de consolidar la Prosperidad Democrática el Gobierno Nacional se propuso en el Plan Nacional Desarrollo asegurar un crecimiento sostenible y aumentar la competitividad del país. Para tal fin, la promoción de la innovación y el desarrollo de competencias son pilares fundamentales. La intervención de la Fundación Telefónica apunta directamente a estos pilares. La promoción de la innovación en el sector educativo mediante la

inclusión y apropiación de TIC se realizó de manera activa en 58 Aulas Fundación Telefónica en 26 municipios del país con más de 72 mil beneficiarios. En otras metas del Plan de Desarrollo, las inversiones de educación aportan a la meta del Gobierno de disminuir la proporción de estudiantes por computador en las instituciones educativas del país (La meta para el cuatrienio, es bajar la proporción de 20 a 1, de acuerdo a lo observado en 2009).

## Estrategia Plan Nacional de Desarrollo

### Superación de la Pobreza

#### Acciones de la Fundación

23.468

Niños, niñas y Jóvenes en riesgo o situación de trabajo infantil con 10 ONG aliadas

3

Territorios libres de Trabajo Infantil en Centrales de Abasto y Plazas de Mercado

17

Convenios con las Alcaldías locales y Gobernaciones para la eliminación de trabajo infantil.

Desarrollo de investigaciones de determinantes de trabajo infantil, instrumentos de política pública para el Gobierno (Nacional y Entes Territoriales) en trabajo infantil y metodologías de aseguramiento para Empresas Privadas

## Innovación

#### Acciones de la Fundación

53.067

docentes formados en el uso de nuevas tecnologías.

Modelo Flexible que garantiza el acceso al derecho de la educación en 17% de las instituciones hospitalarias de alta complejidad.

Aulas Fundación Telefónica que lograron una relación de estudiantes por computador 25:1 en 58 instituciones educativas en 26 municipios. Acompañamiento Docente y Gerencia de TIC en estas Instituciones Educativas

Innovación en el uso de la robótica y el celular con fines educativos

Innovación Social en el uso de celulares para identificación de zonas de riesgo de trabajo infantil

### Divulgación del Conocimiento

Esta línea de acción busca generar espacios de reflexión y aprendizaje sobre el aprovechamiento de las TIC por parte de la sociedad. Con este fin, en el marco del Campus Party 2011, la

Fundación llevo a cabo los Foros de Cultura Digital. Para conocer más acerca de este tema, consulte el capítulo Cultura Digital en este mismo informe.

### Voluntarios Telefónica

El voluntariado permite a los colaboradores del Grupo Telefónica aportar talento y tiempo para ayudar a las causas sociales de la Fundación. A través de este recurso el Grupo Telefónica construye relaciones solidarias con su entorno y a la vez fortalece el compromiso y la identidad entre sus colaboradores. Todas las acciones de los voluntarios con las comunidades se realizan en el marco de la innovación social de la Fundación y sus líneas de acción; por ello, están respaldadas con un soporte logístico y estratégico que genera sostenibilidad, pertinencia y alto impacto social.

Los 2.364 voluntarios, los cuales representan más del 55% de los colaboradores de la planta de Telefónica Colombia, fortalecen las competencias de liderazgo de la organización, fomentan la identidad y el orgullo corporativo y contribuyen a la gestión de recursos y a la intervención social de los proyectos de la Fundación a nivel local y global, a través de las siguientes iniciativas solidarias: "Día Internacional del Voluntario", "Un día por ellos", "Concurso de proyectos sociales" y "Vacaciones solidarias". Además, los comités de voluntarios y los líderes voluntarios impulsaron el alcance interno del programa.

En la iniciativa "**Un día por ellos**", los colaboradores de un área de la compañía participan para responder a un reto que se les ha encomendado, orientado al desarrollo de competencias y habilidades.

En 2011 los colaboradores de las vicepresidencias de Negocios, Tecnología, Residencial, Auditoría y los miembros de Movistar Medellín participaron en esta iniciativa.



#### Cifras de los Colaboradores de Telefónica

2.364

Voluntarios Telefónica

19

Líderes voluntarios

98

Personas capacitadas

338

Horas de capacitación

#### Cifras Impacto del Voluntariado

14.485

Horas donadas

31.978

Beneficiarios

Miles de COP

\$259.607

Donados

90%

Satisfacción de voluntarios



### Líderes Voluntarios en Fundación Telefónica

- |  |   |
|--|---|
|  Isabel Cristina Castrillón |  Carlos Matamoros          |
|  Inés Vega                  |  Nidia Piedad Rodríguez    |
|  Jorge Mario Sarmiento      |  Lina Montenegro           |
|  Alejandro Figueroa         |  Tirso Rojas              |
|  Gustavo Betancourth      |  Floralba Castillo       |
|  Alexis Pachón            |  Juan Diego Hernández    |
|  Asdrúbal Garzón          |  Jessica de Martino      |
|  Julia Puello             |  Jenny Natalia Hernández |
|  Ubel Brito               |  Ubaldo Polo             |
|  |  Hermes Bladimir Ortiz   |

#### Cifras de la iniciativa "Un día por ellos"

**8.162**  
Horas donadas

**6**  
Municipios

**10**  
Puntos de intervención  
de Proniño beneficiados

**455**  
Empleados de la compañía  
participantes

#### Cifras de la iniciativa "Un día por ellos"

**+5.000**  
Beneficiarios entre niños,  
padres de familia y docentes

**\$88.911.932**  
Millones gestionados por los voluntarios



## Relaciones con Nuestros Accionistas

---

Telefónica Telecom cuenta con la participación de la Nación entre sus accionistas mayoritarios, representada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, situación que enmarca la relación de los accionistas y los demás órganos de gobierno corporativo de la compañía dentro del Acuerdo Marco de Inversión, el cual incluye los parámetros de buen gobierno corporativo y de trato equitativo y comunicación accesible para todos los accionistas.

Contar con la Nación como accionista representa para Telefónica Colombia una enorme responsabilidad, que va más allá de la generación de valor esperado por los inversionistas de cualquier organización y que implica un compromiso con todos los colombianos, con su bienestar, con sus perspectivas de crecimiento y con su patrimonio público.

En este contexto, la Junta Directiva de la Compañía buscó alternativas de fortalecimiento patrimonial para Telefónica Telecom, orientadas a hacer más robusta su estructura y mejorar su desempeño a mediano y largo plazo, así como su competitividad y posición en el dinámico sector de las telecomunicaciones. Después de diferentes análisis y estudios, la Nación, representada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y en su calidad de accionista de la compañía, radicó el 30 de agosto del 2011, ante el Congreso de la República, un proyecto de ley, mediante el cual buscaba la autorización para capitalizar la sociedad, en proporción con su participación, y fusionar a la empresa con otras entidades del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).



#### Accionistas

Nombre	Número de Acciones	Porcentaje de Participación
Telefónica Internacional S.A.U	473.457.093	52,03233932%
Nación - Ministerio de Hacienda y Crédito Público	436.461.222	47,96653960%
Radio Televisión Nacional de Colombia -RTVC-	10000	0,00109899%
CISA	1	0,00000011%
TEVEANDINA LTDA.	200	0,00002198%
<b>TOTAL</b>	<b>909.928.516</b>	<b>100,00000000%</b>

Estas acciones buscaban hacer a la Nación partícipe de los réditos de la unión de los negocios de telefonía fija y móvil, lo que a su vez representa la existencia de un vehículo más eficiente y sólido a la hora de abordar el mercado con una mayor competitividad, en beneficio de los usuarios, la empresa y sus accionistas.

Producto del trámite en el Congreso, el 14 de diciembre del 2011 se aprobó la Ley 1509, y así la Nación fue autorizada para participar en la operación anunciada. Dicha ley fue sancionada el 24 de enero del 2012, por el presidente Juan Manuel Santos.

Sin duda, en el 2011 Telefónica Telecom emprendió, gracias a la posición decidida de sus accionistas, la fase más importante de su proceso de transformación para atender las crecientes exigencias del mercado nacional, y el 2012 será el momento de afianzar con nuevas acciones el objetivo de mantener a todos los colombianos conectados e impulsando el desarrollo y el nivel de vida de las comunidades en donde opera, con servicios innovadores.

# Principales Indicadores de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad

Indicadores GRI y Principios del Pacto Mundial	Unidades	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Impacto Económico</b>						
Ingresos Telefónica Colombia	Millones de pesos	4,700,000	5,926,000	5,520,000	5,453,843	5,459,513
Inversión en innovación tecnológica	Millones de pesos	314,900	537,356	484,112	348,058	441,347
Pagos a Administraciones Públicas	Millones de pesos	851,156	827,812	759,000	827,534	933,978
Pagos a empleados	Millones de pesos	293,826	328,325	331,000	330,388	324,221
Inversiones en infraestructuras	Millones de pesos	1,021,320	1,328,567	920,000	838,802	1,040,586
Volúmen compras adjudicadas	Millones de pesos	2,700,000	3,070,593	2,152,786	2,731,137	2,678,195
<b>Impacto Social</b>						
Total inversión social	Millones de pesos	6,555	12,185	14,182	22,991	23,989
Beneficiarios de Proniño	Número de niños beneficiados	6,035	12,634	17,652	19,454	23,468
<b>Derechos Humanos</b>						
Principios 1-2						
Empleados formados en los Principios de Actuación	Porcentaje (%)	92.5	94.5	93.67	99.6	96*
Índice de satisfacción cliente fija	Unidades	6.21	6.68	7.21	7.65	7.75
Índice de satisfacción cliente Movistar		7.44	7.47	8.08	7.78	7.87
Número de proveedores auditados bajo criterios de RC	Unidades	-	7	15	17	8**
* Dato acumulado a través del tiempo						
** Realizadas por el consultor externo PricewaterhouseCoopers						
<b>Estándares Laborales</b>						
Principios 3-6						
Número total de empleados*	Unidades	6,472	4,886	6,348	4,925	4,203**
Horas de formación por empleado	Horas	473	105	85	195	31,67
Mujeres	Porcentaje (%)	48%	42%	49%	29%	42,8%
Mujeres directivas	Porcentaje (%)	1%	1%	25%	24%	19,6%
Número de personas con discapacidad		4	6	14	3	2
* Para 2010 y 2011 no se incluye Atento ni Terra.						
** Incluye becarios y temporales						
<b>Medio Ambiente</b>						
Principios 7-9						
Estudios de impacto ambiental	Unidades	242	248	292	375	320
Mediciones de ruido	Unidades	78	167	192	319	64
Mediciones campos electromagnéticos	Unidades	17	15	36	32	45

Indicadores GRI y Principios del Pacto Mundial	Unidades	2007	2008	2009	2010	2011
Formación ambiental a empleados	Horas	n.d	6,851	3,234	3,638	19,552
Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos	Miles de pesos	88,330	34,464	49,400	52,071	66,150
Inversión adecuaciones impacto acústico	Miles de pesos	411,332	1,779,505	505,745	236,211	204,976
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	420,610
Total consumo papel blanco (incluido facturas)	Kilogramos	483,728	413,161	409,573	404,842	332,246
Total consumo papel reciclado (incluido facturas)	Kilogramos	44,944	9,535	11,238	10,996	10,100
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	2,513	817	797	549	296
Consumo eléctrico edificios oficina	MWh	7,462	6,011	30,392	30,695	29,274
Consumo eléctrico en operaciones	MWh	155,790	146,165	222,101	224,502	218,894
Consumo de agua	Miles de litros	301,949	276,924	213,186	162,059	181,699
CO <sub>2</sub> totales *	Toneladas CO <sub>2</sub>	41,841	40,783	47,155	50,321	35,824
CO <sub>2</sub> emisiones directas	Toneladas	7,462	9,581	8,204	8,795	8,324
CO <sub>2</sub> emisiones indirectas (electricidad)	Toneladas	28,754	36,059	37,777	38,181	26,558
CO <sub>2</sub> emisiones indirectas (procedentes de viajes)	Toneladas	n.d	1,581	1,173	3,344	942

\* Datos de energía y emisiones 2011 en proceso de verificación.

#### Residuos

Residuos de papel y cartón	Kilogramos	82,229	35,716	34,017	77,084	68,353
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica	Kilogramos	44,481	135,044	146,847	217,773	793,287
Residuos de baterías	Kilogramos	790,619	348,722	110,625	118,902	531,519
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)	Kilogramos	10,800	93,039	3,300	654	51,444
Residuos de aceites	Litros	10,909	n.d	21,369	20,094	18,393
Reutilización de equipos	Unidades	n.d	n.d	1,146	-	1,159
Derrames combustible	Unidades	n.d	13	23	17	8
Volumen combustible derramado	Litros	n.d	3,406	7,223	1,753	2,371

#### Anticorrupción

##### Principio 10

Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación*	Unidades	n.d	n.d	3	7	5
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	n.d.	n.d	19	37	12

\* Los datos incluidos corresponden al total de la compañía, por lo tanto se han verificado a nivel corporativo.



**ERNST & YOUNG**

Ernst & Young, S.L.  
Torre Picasso  
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1  
28020 Madrid  
Tel.: 902 365 456  
Fax: 915 727 300  
www.ey.com/es

## INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL 2011 DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD DE TELEFÓNICA COLOMBIA

A la Presidencia de Telefónica Colombia por encargo de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

### **Alcance del trabajo**

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe Anual 2011 de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica Colombia (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility).

El perímetro considerado por Telefónica Colombia para la elaboración del Informe está definido en el apartado "Acerca del Informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe Anual 2011 de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Presidencia de Telefónica Colombia, quienes también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

### **Criterios**

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con:

- La Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC), con un alcance de aseguramiento limitado.
- La Norma AA1000 Assurance Standard 2008 de AccountAbility bajo un encargo de aseguramiento moderado de tipo 2.

### **Procedimientos realizados**

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Unidad de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia, así como a la Dirección de diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual 2011 de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica Colombia, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Entrevistas con los responsables del área corporativa de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, la Unidad de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Sostenibilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en la estrategia de Telefónica Colombia.
2. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica Colombia establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
3. Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe a lo señalado en la Guía de GRI versión 3.1.
4. Comprobación, en base a selecciones muestrales, de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. Las pruebas de revisión se han definido a efectos de proporcionar los niveles de aseguramiento indicados en el apartado "Criterios" de este Informe.

El alcance de esta revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente Informe en ningún caso puede entenderse como un Informe de auditoría.

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe Anual 2011 de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia, a excepción de la información relativa a los indicadores de consumo de energía y emisiones que no ha sido objeto de revisión y sobre los cuales no emitimos conclusión.

### **Independencia**

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

### Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual 2011 Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica Colombia, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados" anterior, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos o que el Informe no haya sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility, entendidos como:
  - ✓ **Inclusividad:** Se dispone de mecanismos para la identificación de sus grupos de interés, así como para conocer y entender sus expectativas, tal como se describe en el capítulo "Metodología de diálogo" del Informe adjunto.
  - ✓ **Relevancia:** Se ha realizado una matriz de asuntos relevantes para seleccionar los aspectos más significativos a incluir en el Informe, tal como se describe en su capítulo "Metodología de diálogo" del Informe adjunto.
  - ✓ **Capacidad de Respuesta:** Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, que se reflejan en el capítulo "La sostenibilidad en Telefónica" del Informe adjunto.

### Recomendaciones

Nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y con las actuaciones realizadas con los principales grupos de interés identificados se refieren a:

#### a) **Inclusividad:**

En el año 2011 se han potenciado los diferentes canales de diálogo con los grupos de interés, tal como se refleja en el Informe. Nuestra recomendación es continuar con la extensión progresiva de los mismos a los diferentes grupos de interés.

#### b) **Relevancia:**

En el año 2011 Telefónica Colombia ha realizado una matriz de asuntos relevantes que integra siete aspectos claves para el diálogo con los grupos de interés. Nuestra recomendación es incluir información relevante de los riesgos más significativos identificados por la Oficina de Principios de Actuación de Telefónica, S.A. en materia de reputación en la medida en que también tengan aplicación en Colombia.

#### c) **Capacidad de Respuesta:**

Nuestra recomendación es que se establezca un procedimiento que contribuya a definir los objetivos y compromisos en Colombia con cada uno de los grupos de interés.

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con los diferentes grupos de interés:

##### 1) **Clientes:**

Durante el año 2011 se ha trabajado en la mejora de los canales de atención on-line. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a quejas y reclamaciones así como a otros parámetros de servicio.

##### 2) **Empleados:**

En el Informe de este año se ha hecho especial hincapié en las políticas asociadas al programa "Vive la experiencia". Nuestra recomendación es ampliar la información referente a diversos aspectos de compensación y seguridad y salud.

##### 3) **Proveedores:**

Durante el año 2011 se ha continuado con la aplicación del programa "Gestión de Aliados", manteniendo las encuestas de satisfacción con los proveedores. Nuestra recomendación es incluir información sobre plazos de pago y sobre aquellos aspectos con menor valoración en las encuestas realizadas.

##### 4) **Sociedad:**

Durante el año 2011 Telefónica Colombia ha continuado trabajando en su compromiso con la sociedad a través de los programas de la Fundación Telefónica y gestionando los impactos generados por la "Ola Invernal" que incidió en el país. Nuestra recomendación es establecer métodos para medir el impacto de los proyectos de "inclusión digital".

##### 5) **Medio Ambiente:**

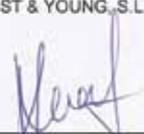
Durante el año 2011 se ha trabajado en los aspectos relacionados con la eco-eficiencia, publicándose en el Informe determinados indicadores de medición. Nuestra recomendación es trabajar en el establecimiento y publicación de objetivos en esta materia.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Presidencia de Telefónica Colombia, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.



**AA1000**  
Licensed Assurance Provider  
000-59

  
Ana Mª Prieto González  
Socia  
Madrid, 18 de junio de 2012





Especial

**Cultura Digital**

*Telefonica*

La tecnología está presente en todos los espacios y momentos de la vida de los seres humanos, y cambia a un ritmo acelerado. Cada día se crean nuevas formas de relacionamiento, al tiempo que las *tablet*, *smartphones* y aplicaciones en constante evolución responden a más necesidades, crean nuevas expectativas, plantean retos diferentes, exigen más conocimientos, más interacción.

Estas características de la sociedad de la información representan enormes desafíos para Telefónica Colombia, ante los cuales la compañía responde con un nuevo planteamiento estratégico, *Bravo+*, que materializa su visión de “ser la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital” y que guía la transformación hacia una organización más ágil, más digital, más global, más cliente y más líder.

Para lograr estos propósitos, la compañía posiciona la cultura digital como uno de sus objetivos estratégicos y se plantea el reto de explotar las oportunidades que ofrecen las nuevas formas de comunicación, a través del impulso a la innovación, a la búsqueda de nuevas formas de hacer y experimentar las últimas tendencias del mundo digital, al uso de productos digitales para mejorar la comunicación y la eficiencia en el trabajo, y a fomentar las interacciones sociales, consciente del valor que agregan a las actividades cotidianas de la compañía.

### Conoce los nuevos comportamientos



# Telefónica Digital

La compañía materializa su visión con el apoyo a emprendedores y la generación de contenidos que respondan a las expectativas del ciudadano digital.

## Wayra. Aceleramos tus Ideas

Wayra, que significa 'viento' en quechua, es una iniciativa única, creada en el 2011 por el Grupo Telefónica, con el objetivo de apoyar el emprendimiento de ideas innovadoras de base tecnológica desde tres frentes: inversión, infraestructura y acompañamiento.

Telefónica Colombia fue el primer país en abrir la convocatoria, que recibió 487 propuestas, de las cuales se seleccionaron 30 proyectos, que recibieron una primera asesoría y entre los cuales se escogió a los 10 finalistas, quienes recibieron apoyo financiero por más de 900 millones de pesos, accedieron al espacio Wayra y contaron con el acompañamiento de expertos.

El espacio Wayra ofrece posibilidades de *co-working* para el impulso de las ideas, acceso a la mejor tecnología e interacción con los proyectos seleccionados en el resto de países donde Wayra está presente, además del contacto con los mentores y expertos que acompañan a los emprendedores en temas que van desde la estrategia, hasta el mercadeo y desarrollo mismo de los proyectos. Estas asesorías se realizan con el apoyo de ejecutivos del Grupo Telefónica y de *Endeavor*, organización global sin ánimo de lucro que acelera y promueve a los mejores emprendedores de alto impacto, apoyándolos para superar las barreras al crecimiento.

En este espacio el aceleramiento de las ideas comienza con el acompañamiento desde sus primeros pasos, identificando necesidades y ayudándoles a cubrirlas desde el apoyo administrativo, asesoramiento legal y soporte tecnológico de primer nivel. En todo este proceso cuentan con el apoyo y la donación de tiempo de los empleados de Telefónica, que desde las diferentes áreas aportan al éxito de estos emprendimientos.

En el 2012 Wayra tiene como reto abrir una nueva convocatoria, fortalecer la iniciativa para ampliar las oportunidades de nuevos empresarios, a fin de desarrollar proyectos de alto impacto y consolidarse como referente en el ecosistema del emprendimiento en el país.

## Terra

Terra se renovó para convertirse en el portal de entretenimiento líder en el país, el cual busca, desde la música y los especiales sobre deportes, gastronomía, cine, moda y fotografía, consolidarse como un referente en contenido y usuarios. Al cierre del 2011 tuvo tres millones de usuarios únicos al mes, y con propuestas como SONORA, que ya llega a los más de 100 mil suscriptores, y la *Video Store*, pueden explorar propuestas innovadoras en el mundo digital.



Wayra, que significa 'viento' en quechua, es una iniciativa única, creada en el 2011 por el Grupo Telefónica, con el objetivo de apoyar el emprendimiento de ideas innovadoras de base tecnológica desde tres frentes: inversión, infraestructura y acompañamiento.

# Cliente Digital

Telefónica Colombia diseña una oferta innovadora, adapta sus canales de servicio y ajusta sus procedimientos de seguridad a los desafíos que representa el actual contexto de las comunicaciones.

## Oferta

La compañía ha construido una oferta de productos que responde al contexto actual, a las exigencias del mercado y a las necesidades de comunicación de los colombianos, con un innovador portafolio de productos que se renueva constantemente y que agrega valor a los usuarios personales y empresariales.

### Personas:

- ↳ Paquetes de internet: Estas opciones de conectividad le ofrecen a los usuarios de telefonía móvil, diferentes alternativas de acceso a aplicaciones de correo electrónico, chat, redes sociales y navegación en su teléfono celular.
- ↳ Aplicaciones: Herramientas y recursos que permiten ampliar la experiencia digital de los usuarios de telefonía móvil:
  - ↳ Spin Box: esta aplicación convierte los mensajes de voz en texto, actualmente cuenta con más de ocho mil clientes.
  - ↳ Magazín Movistar: periódico en el teléfono a través de mensajes multimedia a bajo costo. Cuenta con más de 40 mil clientes en prepago y postpago.
  - ↳ Portal de Fútbol: un espacio dedicado en la web a brindar información sobre eventos deportivos de Colombia y el mundo con 130 mil usuarios.
  - ↳ Vive Streaming: brinda la posibilidad de suscribirse a videos musicales, deportivos y entretenimiento de gran calidad. Actualmente se encuentran más de 3 mil videos.

### Empresas:

En 2011 se lanzaron dos productos de *cloud computing* que mejoran la eficiencia y favorecen la disponibilidad de la información para los clientes de forma segura.

- ↳ Hosting 2.0: Este servicio ofrece recursos de cómputo en la nube, almacenamiento, *backup*, acceso seguro garantizado y alta disponibilidad, que representan ahorro en equipos y tiempo para los clientes y mayor capacidad de Telefónica Colombia para adaptarse a las demandas particulares de cada organización.
- ↳ Tráfico Seguro: A través de esta herramienta Telefónica Colombia controla el ingreso de las amenazas activas en Internet, con lo cual garantiza la seguridad para los aplicativos e información de las empresas.

## Servicio

Telefónica Colombia desarrolló nuevos espacios de interacción con sus clientes, por medio del uso de nuevas tecnologías, y en especial a través de las redes sociales. El crecimiento constante y acelerado

Paquetes de Internet navegue cuanto quiera sin pagar más

**Paquete Navegación**  
Navegue sin límites en cualquier lugar.

**\$24.900**  
mensuales

**Paquete Redes Sociales**

Mantenga la comunicación todo el día, todos los días.

**Paquete Mail Chat**

Use sus cuentas de correo y Chat cuando las necesite

**\$19.900**  
mensuales

**\$15.900**  
mensuales

**Paquete Chat**

Comuníquese en tiempo real con su empresa

**Paquete Mail**

Lleve su correo a todas partes con su celular

**\$9.900**  
mensuales

**\$9.900**  
mensuales

de estos espacios posibilitó un diálogo directo y fluido a través de Facebook y Twitter, los cuales se convirtieron en el 2011 en canales de autogestión efectivos.

Con una visión a largo plazo y dado que la transformación de la sociedad apunta a una mayor interacción con el mundo digital, Telefónica Colombia constituyó un Centro de Gestión Digital, el cual cuenta con la infraestructura y el talento necesarios para dar respuesta y hacer seguimiento en tiempo real a toda la información que se mueve en las redes. Desde el Centro se gestionan iniciativas para interactuar en todos los medios digitales, y se monitorean tendencias e innovaciones para ofrecer la mejor estructura de servicios a través de estos canales.

## Participación de Telefónica Colombia en Redes Sociales 2011

Telefónica Telecom  
Seguidores y fans

6.469  
Facebook

Telefónica Telecom  
Seguidores

1.125  
Twitter

Telefónica Movistar  
Seguidores y fans

34.057  
Facebook

Telefónica Movistar  
Seguidores

96.072  
Twitter

Mensualmente se atienden más de 7000 casos de quejas, consultas y reclamos a través de las redes sociales, con un tiempo de respuesta estimado de cinco minutos. Al cierre del 2011 la compañía contaba con más de 96.000 seguidores, el mayor número en Twitter del sector en Colombia, y obtuvo las notas más altas en la calificación de satisfacción a clientes.

### Festival de Entretenimiento Digital, "Telefónica EFest"

Hacer de la Cultura Digital una vivencia diaria en Telefónica Colombia pasa por el compromiso de la organización con la sociedad y el desarrollo tecnológico de la misma. En el 2011, gracias al festival de tecnología e innovación, "Telefónica EFest", miles de colombianos tuvieron la oportunidad de experimentar de manera gratuita un despliegue tecnológico de entretenimiento único en el país. Además, disfrutaron de la presencia en vivo de la mejor música digital, a través del portal exclusivo de Telefónica Telecom, Sonora, y pudieron conocer la mejor imagen de alta definición a través de los 22 canales HD de Telefónica TV.

Con este evento la compañía llegó a Bogotá, Cúcuta, Cali y Barranquilla, con una oferta innovadora para todos aquellos que buscan nuevas opciones de entretenimiento digital, incluyendo a la comunidad de jugadores a través de diferentes concursos. El festival Telefónica EFest espera, en el 2012, llegar a más ciudades para acercar a todos los colombianos al mundo digital.

### Seguridad en la Red

La Cultura Digital trae consigo nuevos retos en materia de seguridad; no solo se están cambiando los hábitos de comunicación, también se están transformando los canales e interacciones a través de los cuales se maneja la información, lo que representa mayores desafíos en cuanto a la protección de la misma, e implica generar nuevos procedimientos para cada una de las nuevas ofertas de la compañía.

En el 2011 se avanzó en el proyecto para la protección de los derechos de los niños frente a los riesgos relacionados con internet, televisión y celulares, y en asegurar que los productos y servicios ofrecidos cumplen las normativas de contenidos para adultos. En el marco de la iniciativa gubernamental Internet Sano, se formalizó un procedimiento para la restricción de direcciones por dignidad infantil, el cual da cumplimiento a los requerimientos del Gobierno Nacional y bloquea las direcciones web identificadas previamente como inadecuadas, por presentar cualquier modalidad de pornografía infantil.

Asimismo, la compañía desarrolló iniciativas con el objetivo de consolidar las políticas, procesos y prácticas que garantizan la protección de datos de clientes y colaboradores, y que contribuyen a la protección de la privacidad de los mismos. A través de procesos automáticos de gestión y herramientas digitales se protege y gestiona proactivamente la confidencialidad de la información en cualquier actividad de la compañía.

Telefónica Colombia garantiza la disponibilidad, integridad, confidencialidad y trazabilidad de la información, a través de acciones y actividades de prevención, detección, recuperación y/o auditoría. Estas actividades implican un compromiso integral, desde el cual colaboradores y aliados protegen como prioridad y de forma proactiva la información.

### Formación a colaboradores

Todos los colaboradores de la compañía se encuentran capacitados frente a los procedimientos y políticas de seguridad de la información, así como en los riesgos a los cuales se encuentra expuesta. Semanalmente se publica, a través de la intranet, un boletín de seguridad, que por medio de sus cuatro secciones aborda temas de utilización adecuada de usuarios de equipos informáticos, y del uso correcto y apropiado de la información en general.

### Trabajo con aliados

Telefónica Colombia ha establecido con sus aliados cláusulas con respecto al cumplimiento normativo y los Principios de Actuación, así como Acuerdos de Confidencialidad, con el objetivo de proteger la información e implementar normas y procesos para el ingreso de personal y salida de elementos, entre otros temas se exige a todos los proveedores el cumplimiento de:

- ↳ Conocimiento y aplicación de los Principios de Actuación de la compañía.
- ↳ La disponibilidad de manuales de manejo de situaciones de crisis.
- ↳ Desarrollo de la normativa de seguridad interna.
- ↳ Acompañamiento en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la gerencia de seguridad.

Adicionalmente, los espacios críticos (*Datacenters, Switches, Centrales, etc.*) están protegidos en su totalidad con sistemas de seguridad electrónica y física, que se complementan con procesos estructurados en debida forma, para el ingreso de personal y salida de elementos de las instalaciones.

# Empleado Digital

## Telefónica Colombia desarrolla las capacidades y conocimientos de sus colaboradores para liderar el mundo digital

La organización busca que todos los colaboradores vivan la experiencia de las nuevas tecnologías, con el objetivo de acercarlos a las últimas tendencias y construir una cultura sólida, interactiva, de colaboración en el mundo digital. Todo esto con el objetivo de consolidarse como una organización que responde a las exigencias actuales de sus clientes y grupos de interés.

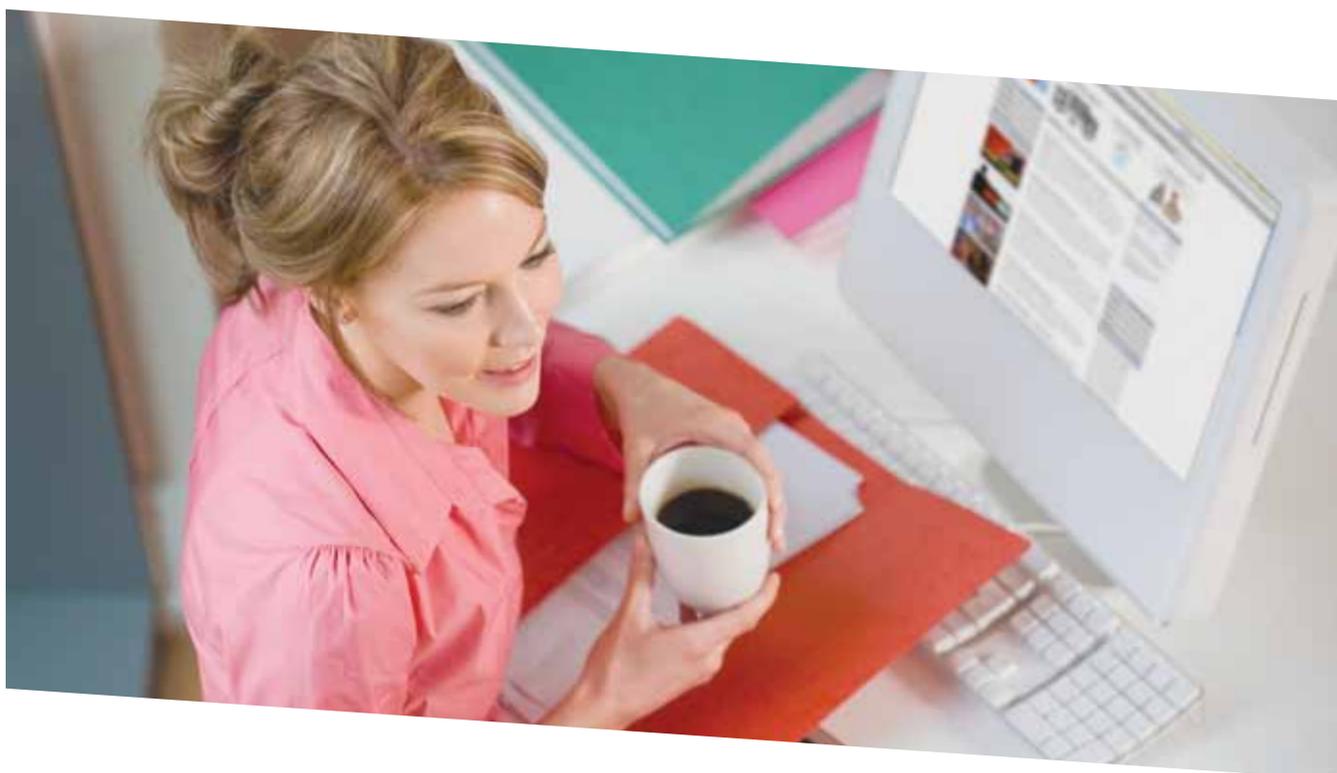
En el 2011 se valoró el nivel de conocimiento que tienen los colaboradores sobre la frecuencia y el uso de TIC. Con base en la evaluación, se definió en una primera fase formar a los empleados, y para esto se construyeron contenidos asociados a las nuevas tendencias digitales. Esta encuesta permitió identificar líderes en las diversas áreas de la compañía. Ellos hoy son los mejores aliados y contribuyen al desarrollo de las campañas, nuevos productos y servicios, y son invitados a participar de los blogs y espacios digitales.

El foco durante este año estuvo en el desarrollo de herramientas colaborativas (videoconferencias, *check point*, cursos virtuales), para que los empleados se interrelacionaran digitalmente, a través de un uso eficiente de las mismas, en el ejercicio de sus labores diarias.

El programa *Embajador Telefónica*, creado con el objetivo de desarrollar capacidades y conocimientos para enfrentar el mundo digital, permitió formar a los colaboradores con contenidos que abordan, entre otros, el uso adecuado de herramientas, la seguridad y el comportamiento en las redes sociales. Se impartieron 15.483 horas de formación.

Luego de crear una cultura con unos comportamientos establecidos, la compañía habilitó el uso de redes sociales y otros portales de conocimiento, para llevar así a la práctica las capacidades adquiridas a través del curso virtual. Asimismo, se logró aumentar la utilización de foros y blogs en 50%, y se apoyó el uso de un perfil digital para los empleados, necesario para los diferentes procesos de promoción.

Con el objetivo de garantizar el empleo apropiado de estas redes, Telefónica Colombia generó una política y mejores prácticas de uso, en las cuales se establecen los principios básicos requeridos para mantener el buen nombre y dar cumplimiento a los Principios de Actuación corporativos. Esta política es de obligatorio cumplimiento para todos los colaboradores.



# El debate en torno a la Cultura Digital

Cultura Digital se refiere a la manera en la cual las nuevas tecnologías habilitan formas de expresión diferentes y cómo con productos y servicios innovadores se consigue más interactividad entre los usuarios, haciendo realidad el concepto colaborativo en la construcción conjunta de contenidos, iniciativas y emprendimientos.

**A**l igual que el despliegue de infraestructuras, la progresiva adopción de las tecnologías en el marco de una cultura digital es un factor determinante en el aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen las Tecnologías de Información y Comunicación, es así como, desde la Fundación Telefónica se han emprendido acciones concretas que buscan asegurar un acceso efectivo al conocimiento mediante la promoción permanente de actividades de discusión y debate que contribuyan a la consolidación de la sociedad de la información.

Cultura Digital se refiere a la manera en la cual las nuevas tecnologías habilitan formas de expresión diferentes y cómo con productos y servicios innovadores se consigue más interactividad entre los usuarios, haciendo realidad el concepto colaborativo en la construcción conjunta de contenidos, iniciativas y emprendimientos.

Estas características hacen necesaria una reflexión sobre los alcances y posibles desarrollos de estas interacciones, los cuales fueron promovidos por Telefónica Colombia a través de espacios de diálogo.

En cuatro ciudades se realizaron once conversaciones con usuarios frecuentes de redes sociales, a través de las cuales se caracterizó la percepción de la Cultura Digital. Estos diálogos arrojaron, entre otros, los siguientes hallazgos:

- ↳ Todos quieren hablar y hacer preguntas acerca de la interacción digital, pero no encuentran referentes o expertos ante quienes plantear sus inquietudes.
- ↳ Estas nuevas formas de comunicarse acarrearán riesgos, que van desde el acceso a contenidos censurables o incorrectos, hasta la protección de los datos y la identidad de las personas.

## Foro Telefónica Cultura Digital.

Con el propósito de facilitar espacios de intercambio y de masificación de estos conocimientos, la compañía promovió, además, el Foro Telefónica Cultura Digital, en el marco del Campus Party 2011 bajo la curaduría académica de la Fundación Telefónica, espacio que exploró las tendencias predominantes en la sociedad de la información, de la mano de líderes internacionales.

### Principales Resultados Foro

Número de Inscritos la página Web	3902
Asistentes registrados en el evento	939
Número de sesiones abiertas en streaming	2.171
Número de núcleos de conversación abiertos en redes sociales	514



## Profesores Campuseros

Desde el frente de acceso a la educación de la Fundación, se convocó a docentes de todo el país a participar en el Campus Party como campuseros aprovechando sus actividades académicas. A esta iniciativa se sumaron: el programa "Computadores para Educar" de Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y el Ministerio de Educación Nacional. Además se convocaron a docentes a través de la cuenta de Facebook de Educared para que presentaran sus proyectos educativos y se escogieron dos profesores.

### Docentes Campuseros

Dinamizadores Aulas Fundación Telefónica	10
Docentes Computadores para Educar	15
Docentes Ministerio de Educación	10
Docentes escogidos en Facebook Educared	2

### Principales logros

- ↳ Participación activa en las redes sociales especialmente en Twitter con el hashtag #profescampuseros que se convirtió en trend topic de Bogotá
- ↳ Esta experiencia fue documentada en el blog "Apuntes de profes 2.0" <http://blogs.educared.org/apuntesdeprofes20/>
- ↳ Se construyó un producto con los aprendizajes que sirve a la comunidad educativa. El resultado es el blog <http://legadoprofescampuseros2011.blogspot.com/>



*Telefonica*