

# Informe Anual

de Sostenibilidad Corporativa  
Movistar Colombia 2012

*Telefónica*





# Informe Anual

de Sostenibilidad Corporativa  
Movistar Colombia 2012

*Telefonica*

---







# Contenido

## **Perfil Telefónica Colombia**

### **Cartas de los presidentes**

### **Acerca del informe**

### **La sostenibilidad en Telefónica**

### **Diálogos con grupos de interés**

Matriz de asuntos relevantes

### **Impacto económico**

Motor de progreso

Código de conducta: Principios de Actuación

Gestión de las relaciones con los clientes

Contribuimos a la sostenibilidad de nuestra cadena de valor

### **Gestión Ambiental**

Ecoeficiencia

Gastos e inversiones ambientales

### **Impacto social**

Empleados

### **Fundación Telefónica, un vehículo que impulsa la Movilización Social**

### **Cultura Digital**

Emprendimiento

### **Relaciones con nuestros accionistas**

# Perfil de Telefónica Movistar Colombia

Nuestra Visión\_ “Queremos ser la mejor empresa global de comunicación del mundo digital”.

Cobertura  
Nacional

83,6%

La compañía cubre con sus servicios al 83,6% de la población en el país.



8,1\*

Billones de pesos

La operación de la compañía movilizó 8,1\* billones de pesos en la economía y aportó cerca del 1,74% al PIB colombiano, recursos que contribuyeron a la transformación de las condiciones económicas, tecnológicas y sociales del país.

\* Incluye emisión de bonos 2012



1,74%



## Nuestros Principios de Actuación

Los Principios de Actuación son la guía para las actividades y decisiones cotidianas en la compañía. Nos permiten adelantar una operación íntegra, construir nuestra reputación, merecer la confianza de nuestros grupos de interés, maximizar el valor de la organización y consolidar relaciones a largo plazo con todos aquellos con quienes interactuamos.



Desde 2012 la compañía consolidó la oferta de productos y servicios móviles y fijos bajo la marca Movistar.



**#1**  
Movistar,  
la más innovadora

Movistar Colombia fue reconocida por la consultora internacional BlueCaribu, como la empresa más innovadora del país en la gestión de sus redes sociales.



**113.253**  
Beneficiarios de Fundación  
Telefónica Colombia

Telefónica Movistar impulsó la movilización de empresas y de personas en torno a la erradicación del trabajo infantil y el mejoramiento de la calidad de la educación, a través de las líneas de acción de la Fundación Telefónica. En 2012, la Fundación benefició a 113.253 niños, niñas y adolescentes en Colombia, que participaron en Proniño, Aulas Fundación Telefónica (en instituciones educativas, hospitales y otras instituciones) y Raíces de Aprendizaje Móvil.



Movistar acercó a más de 14 millones de usuarios a soluciones de conectividad: 1,4 millones en servicios de telefonía fija, 11,7 millones en servicios móviles, más de 700 mil en internet banda ancha y 284 mil en servicios de televisión.



**+ 24.000**  
colaboradores

Durante 2012 más de 24.000\* colaboradores aportaron sus conocimientos, experiencia y energía al propósito transformador que guía a Movistar Colombia.

\* Incluye empleo directo e indirecto.



**795**  
Organizaciones

La cadena de suministro de la Compañía, formada por 795 organizaciones, entregó productos y servicios por más de 2,7 billones de pesos (incluye compras para la operación e inversión), de los cuales 1,5 billones se adjudicaron a 646 empresas colombianas.

# Cartas de los Presidentes\_



# Carta Presidente Telefónica S.A.



Es un placer para mí dirigirme a ustedes y presentarles el Informe Anual de Sostenibilidad correspondiente al ejercicio de 2012, que publicamos como muestra de nuestro ineludible compromiso por la transparencia con todos nuestros grupos de interés, y con el objetivo de poner en valor la integridad y sostenibilidad de nuestra gestión.

En Telefónica vemos en la gestión sostenible el mejor modo de alcanzar nuestra visión de transformar posibilidades en realidad, con el fin de crear valor para empleados, clientes, accionistas, socios a nivel global y para toda la sociedad en general.

En definitiva, la sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso para nuestra Compañía. En la relación con los clientes, porque aumenta el valor de marca y diferencia a Telefónica. Con nuestros empleados, porque ayuda a fidelizarlos y ofrecerles un proyecto estable en nuestra Compañía. De cara a la sociedad, porque afianza nuestra legitimidad a la hora de ofrecer nuestros servicios digitales y permite el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos.

En Telefónica participamos activamente en el debate para impulsar la sostenibilidad como parte de las agendas públicas a nivel internacional y regional. Es por esto que venimos publicando nuestro informe de acuerdo con los principios del Pacto Mundial y bajo estándares internacionales tales como Global Reporting Initiative (GRI-G3.1), al igual que en años anteriores, nuestro Informe está verificado externamente bajo los criterios de la AA1000. Adicionalmente, nos hemos adherido a nuevas iniciativas como el International Integrated Report o la plataforma Global Compact Lead, un proyecto formado por cerca de 50 compañías multinacionales que buscan impulsar la idea de la sostenibilidad bajo el impulso de las Naciones Unidas.

Una vez más quiero reiterar mi agradecimiento a todos los que cada día colaboran con nosotros, con el proyecto de Telefónica, porque entre todos conseguimos una empresa y una sociedad más sostenible.

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the end, positioned above a solid horizontal line.

César Alierta Izuel  
Presidente de Telefónica S.A.

# Carta Telefónica Colombia



A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'S' and 'V' with a horizontal line through them.

Santiago Fernández Valbuena  
Presidente de Telefónica Latinoamérica

El 2012 fue un año de profunda transformación para Telefónica en Colombia. Esta transformación comienza por la integración de nuestras operaciones fija y móvil en una sola empresa. Adicionalmente, lanzamos Movistar como marca única para todos nuestros productos y servicios. Lo anterior nos permitió emprender un camino sólido hacia la convergencia honrando nuestra visión de ser la mejor empresa de comunicaciones del mundo digital.

Este proceso también implicó grandes retos para Colombia Telecomunicaciones S.A ESP y sus accionistas quienes, en medio de un proceso de transformación del mercado de las telecomunicaciones a nivel mundial y nacional, se comprometieron con el fortalecimiento patrimonial de la compañía. La empresa resultante de la fusión de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP y Telefónica Móviles Colombia tiene una participación accionaria del 30% en cabeza de la Nación, representada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público; y Telefónica Internacional con una participación accionaria del 70%. 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 y que implica un compromiso con todos los colombianos, con su bienestar, con sus perspectivas de crecimiento y con su patrimonio público.

Dicha transformación también significó una revisión a fondo de la estructura organizacional y de todos los procesos, lo que nos permitió poner los cimientos para desarrollar una nueva cultura empresarial que hoy sirve como plataforma para un modelo de negocio totalmente orientado al cliente y una oferta de servicios integrales de comunicación.

Esto significó tener una propuesta de valor para individuos, pymes y grandes clientes que no solamente pone a disposición del mercado ofertas competitivas, sino que impulsa entre los colombianos la cultura digital. Estamos avanzando de manera significativa en mejorar la cobertura y calidad de los servicios de conectividad; y con la misma relevancia, estamos desarrollando un portafolio de productos, servicios, soluciones, contenidos y aplicaciones que atienden la creciente demanda de nuestros clientes para incorporarse al mundo digital.

Consolidar nuestra comunicación bajo una marca única nos permitió también multiplicar los puntos y escenarios de contacto con nuestros clientes al tiempo que diversificamos las formas en las cuales escuchamos sus inquietudes e innovamos en la gestión de sus solicitudes. Esto nos permitió orientar nuestros procesos internos en función del cliente y simplificar la información que entregamos sobre nuestros productos y servicios.

Todos estos logros son posibles gracias al esfuerzo constante de nuestros colaboradores y nuestra cadena de valor, quienes se han empeñado en ser cada vez más innovadores y en prepararse para responder a los retos del mundo digital, lo cual nos ha permitido proponer servicios más simples, adaptados a la realidad de nuestros clientes, ágiles en la respuesta a sus necesidades de comunicación y orientados a promover el uso de las TIC en la vida cotidiana.

Al finalizar 2012 llegamos a más de 14 millones de usuarios con soluciones de conectividad y cubrimos el 83.6% de la población con nuestros servicios. Para esto contamos con el respaldo de 646 empresas colombianas que forman parte de nuestros proveedores y son socios fundamentales en la operación. Este equipo lo conforman más de 24 mil colaboradores, directos e indirectos, quienes a través de su compromiso con nuestra organización y el cumplimiento de las metas, nos permitieron ser reconocidos como la tercera mejor empresa para trabajar del país según el Great Place to Work Institute.

Al mismo tiempo, este mercado ampliado, requiere que lo acompañemos en la apropiación de las nuevas tecnologías, les mostremos su funcionalidad en la vida cotidiana de las personas y los negocios y le apostemos a la innovación. A través de la Fundación Telefónica dimos impulso a un nuevo concepto de Cultura Digital en Colombia mediante acciones de movilización social, apalancadas en el uso de las TIC que contribuyen a cumplir con el deber de respeto por los derechos humanos y a causas sociales. La erradicación del trabajo infantil, a través de la iniciativa *Aquí Estoy*, *La Guía Metodológica para la Evaluación de Riesgos de Mano de Obra Infantil en las Actividades Empresariales*, y la protección de los niños, niñas y jóvenes frente a las pantallas por medio del canal de denuncia *Te Protejo*, son muestra de ello.

Con estas y otras acciones desplegadas en el 2012 y presentadas en este informe, corroboramos nuestro compromiso corporativo con la sostenibilidad, con los Diez Principios del Pacto Global y con los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Con la transformación de la compañía y la construcción de una nueva cultura organizacional iniciamos una etapa de nuevos objetivos y expectativas en materia de desarrollo sostenible. En esta nueva Movistar estaremos guiados siempre por nuestros Principios de Actuación que son faro de nuestra actividad y establecen nuestros parámetros de conducta. Son demás, el eje articulador de nuestra transformación permanente, cuyos beneficios y aprendizajes compartimos con el desarrollo y bienestar de los colombianos.



A handwritten signature in black ink, consisting of stylized initials and a surname, likely 'AGP' followed by 'Gómez Palacio'.

Alfonso Gómez Palacio  
Presidente Ejecutivo de Telefónica Colombia

# Acerca del informe



## México

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Ecuador

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## El salvador

Desde 2006\*  
GRI (G3)

## Venezuela

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Brasil

Desde 2003  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Nicaragua

Desde 2006\*  
GRI (G3)

## Perú

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS

## Guatemala

Desde 2006\*  
GRI (G3)

## Panamá

Desde 2006\*  
GRI (G3)



La estrategia de sostenibilidad del Grupo Telefónica está orientada a construir relaciones de confianza con sus grupos de interés, a partir de la transparencia en la comunicación. Esta razón es la principal motivación para el desarrollo del ejercicio de rendición de cuentas que genera el presente documento, el séptimo Informe de Sostenibilidad Corporativa de Movistar Colombia.

Además de presentar el desempeño, los logros, las experiencias y los aprendizajes corporativos en los ámbitos económico, social y ambiental, este informe es testimonio del proceso de transformación permanente que la compañía vive en su plano interno y que durante el año 2012 se hizo evidente para el plano externo mediante la fusión por absorción de Telefónica Móviles por parte de Colombia Telecomunicaciones y la unificación de la marca comercial en Movistar.

El presente informe responde a los parámetros de la Guía G3 del *Global Reporting Initiative* (GRI), incluye los principios de la norma

AA1000 AS del *Institute of Social and Ethical Accountability*, describe las acciones desarrolladas como contribución al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y confirma el compromiso corporativo con los Diez Principios del Pacto Mundial.

Todas las áreas de la compañía participaron en este proceso, que tuvo el acompañamiento de la firma consultora externa CREO – Constructores de Responsabilidad y Ética Organizacional– para la elaboración del documento, y con el auditor externo de Telefónica *Ernst & Young*, para la certificación de tercero independiente. Como resultado, este documento cuenta con la calificación A+, de acuerdo con los parámetros de la Guía G3 de GRI.

### Alcance

El Informe de Sostenibilidad Corporativa de Movistar Colombia 2012 incluye el desempeño económico, ambiental y social de la compañía en el país, y los principales logros de la Fundación Telefónica.

### Uruguay

Desde 2009  
GRI (G3)

### Chile

Desde 2003  
GRI (G3)  
AA1000AS

### Argentina

Desde 2003  
GRI (G3)  
AA1000AS

### Irlanda

Desde 2006  
GRI (G3)  
AA1000AS  
LGB

### 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

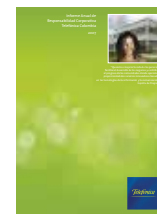
### Colombia

#### 2006



GRI (G3)  
AA1000AS

#### 2007



GRI (G3)  
AA1000AS

#### 2008



GRI (G3)  
AA1000AS

#### 2009



GRI (G3)  
AA1000AS

#### 2010



GRI (G3)  
AA1000AS

#### 2011




GRI (G3)  
AA1000AS



# La sostenibilidad en Telefónica\_

El Grupo Telefónica a nivel mundial ha orientado su estrategia de sostenibilidad según los parámetros establecidos por el principal índice de inversión responsable, el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), de acuerdo con el cual, “la sostenibilidad corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social”.



De acuerdo con este paradigma, la compañía identificó en su aporte a la sociedad y la maximización de los impactos positivos de su actividad, el marco para la gestión de las oportunidades, la cual se materializa a través del impacto social de la organización al generar empleo de calidad, movilizar a los diferentes estamentos de la comunidad hacia la búsqueda de soluciones a las problemáticas de industria, empresariales y sociales, impulsar la generación de empresas y nuevas ideas de negocio, y liderar la transformación de la comunicación y el intercambio de información, siempre en un marco de protección y legalidad.

En relación con la gestión de los riesgos, Movistar pone énfasis en los Principios de Actuación de la compañía, norma básica que orienta el comportamiento y las decisiones de los miembros del equipo en todos los países donde está presente, como la principal herramienta para promover la integridad en todas las etapas y elementos de la operación: en la cadena de suministro, en el servicio al cliente, en la promoción y protección de los derechos humanos, en la retención del talento humano, en la protección al menor y a la privacidad de los usuarios de los servicios.

Con este marco de acción, Movistar trabaja por adaptarse a la rápida evolución del sector, transformando su oferta, su infraestructura, sus canales de atención y su estructura corporativa, acciones que le permiten sobresalir entre las empresas de comunicaciones y extender esa transformación a la sociedad colombiana, impulsando la apropiación de la cultura digital, apoyando procesos de emprendimiento y liderando la movilización social.

Adicionalmente, la compañía ha determinado que el compromiso y el diálogo permanente con sus grupos de interés son el tercer eje de su estrategia de sostenibilidad, con el propósito fundamental de construir relaciones de confianza con los diferentes actores con los que interactúa, caracterizadas por la transparencia y la comunicación de doble vía.

La estrategia de sostenibilidad de Telefónica está ligada a la operación de su negocio, no solo en términos de guiar la gestión de las oportunidades, los riesgos y la relación con los grupos de interés, sino también por aportar a la creación de valor, tanto en términos de transparencia como de competitividad, con lo que busca mejorar la forma en la cual Movistar comunica a las empresas y a las personas.

# Diálogo con grupos de interés

El involucramiento con los grupos de interés es un ejercicio de diálogo permanente y sistemático con los diferentes colectivos y personas con los que interactúa la compañía, a través del cual es posible identificar expectativas, incorporarlas a los planes de acción y medir la capacidad corporativa de respuesta.

Durante el 2012 el contexto que vivió Movistar en Colombia orientó la agenda de diálogo hacia dos focos fundamentales: por un lado, la fusión de las operaciones en una sola marca comercial generó cambios estructurales profundos, que fueron dialogados con los colaboradores, audiencia fundamental en la aplicación de los cambios y en la unificación de procesos, marca, servicios y productos. Se realizaron dos sesiones de diálogo en Bogotá, una en Medellín y otra en Bucaramanga, en las cuales se evidenciaron sugerencias y puntos para mejorar, por parte de un equipo humano que ratificó su compromiso con la organización y su deseo de aportar al crecimiento y consolidación de la compañía.

En este mismo contexto se realizó una conversación con Pymes de varios sectores, participantes en el núcleo empresarial de Responsabilidad Social de la Cámara de Comercio de Bogotá, que además de su conocimiento del tema de sostenibilidad, aportaron su punto de vista como usuarios de servicios de comunicaciones, señalando oportunidades de mejora y aspectos destacados en la oferta, atención y servicio al cliente y gestión responsable de Movistar Colombia.

El segundo foco de la agenda de diálogos del 2012 fue la *Guía Metodológica para*

*la Evaluación de Riesgos de Mano de Obra Infantil en las Actividades Empresariales*, desarrollada por Movistar Colombia en asociación con la Fundación Telefónica y el Pacto Global. Como parte de la etapa de divulgación de esta herramienta y de la puesta en común de sus características, se realizó un diálogo con proveedores de la compañía, uno con supervisores de contratos internos y uno con expertos en derechos humanos. En estas jornadas también se debatieron los desafíos que representa la aplicación de la Guía, los obstáculos que cotidianamente enfrentan proveedores y supervisores a la hora de identificar los riesgos asociados con esta problemática, las mayores dificultades en la lucha contra el trabajo infantil en Colombia, el papel del sector empresarial, y los riesgos y oportunidades de las nuevas tecnologías en relación con este tema.

El ejercicio de diálogo de Movistar en Colombia, que se ha desarrollado de forma continua durante los últimos seis años, también se ha transformado al involucrar canales de contacto permanentes con los grupos de interés, como las redes sociales, y privilegiar en los espacios presenciales, temas relacionados con la gestión de la compañía y con su prospectiva, con el propósito de indagar en profundidad por las percepciones y expectativas que los diferentes interlocutores tienen de la organización.



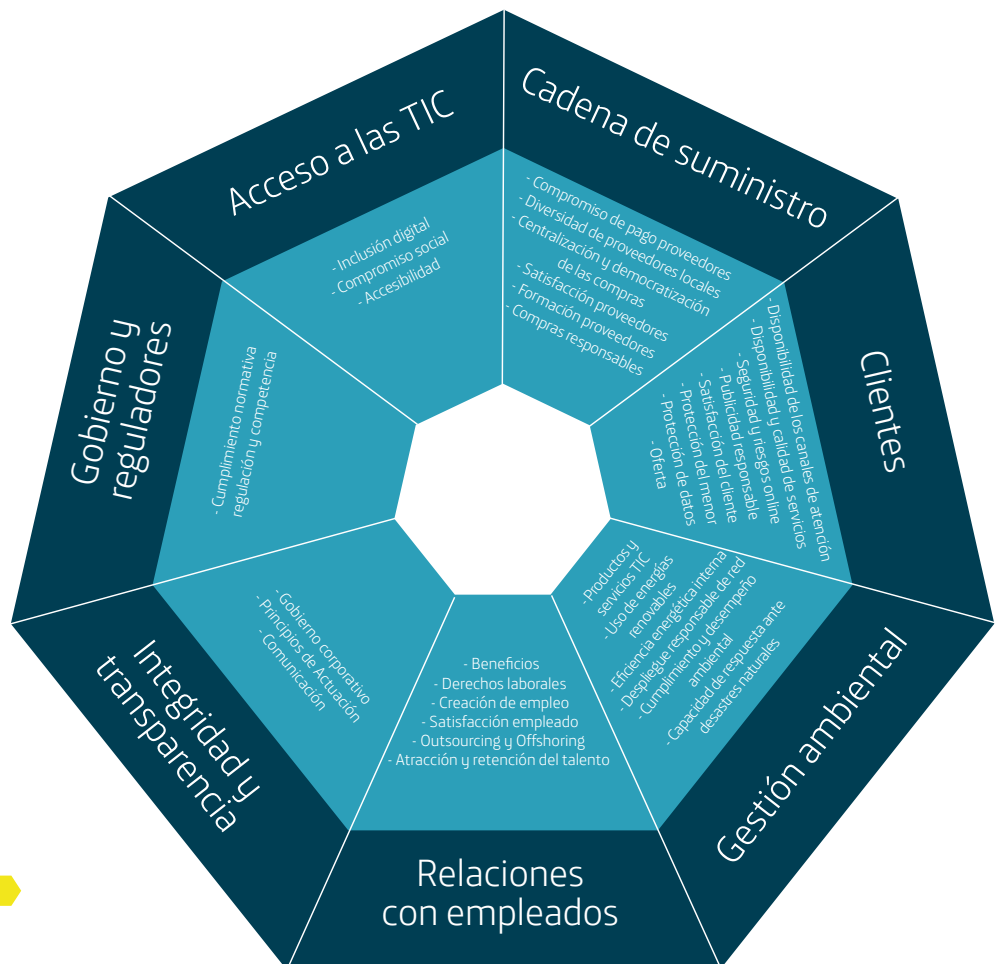
# Matriz de asuntos relevantes

Los diálogos son una de las fuentes de validación de los asuntos relevantes de Movistar Colombia, matriz que es analizada también de conformidad con los reportes entregados por el Centro de Gestión Digital, que monitorea la actividad corporativa en redes sociales e internet, las líneas de atención al cliente, los centros de experiencia, las reuniones grupales de diferentes temas, la participación de la compañía en eventos y foros públicos y los canales de PQR<sup>1</sup>, entre otros recursos.

<sup>1</sup>Preguntas, Quejas y Reclamos.

Como resultado de este análisis, la compañía ha definido una matriz de asuntos relevantes que recoge las expectativas más importantes de los grupos de interés y los temas de mayor impacto estratégico para la organización; las principales acciones, aprendizajes y logros alcanzados por la Compañía con relación a estas temáticas se presentan en el informe de sostenibilidad, donde se da respuesta a los grupos de interés y a los principios de inclusividad, exhaustividad y capacidad de respuesta requeridos por la norma AA1000 AS.

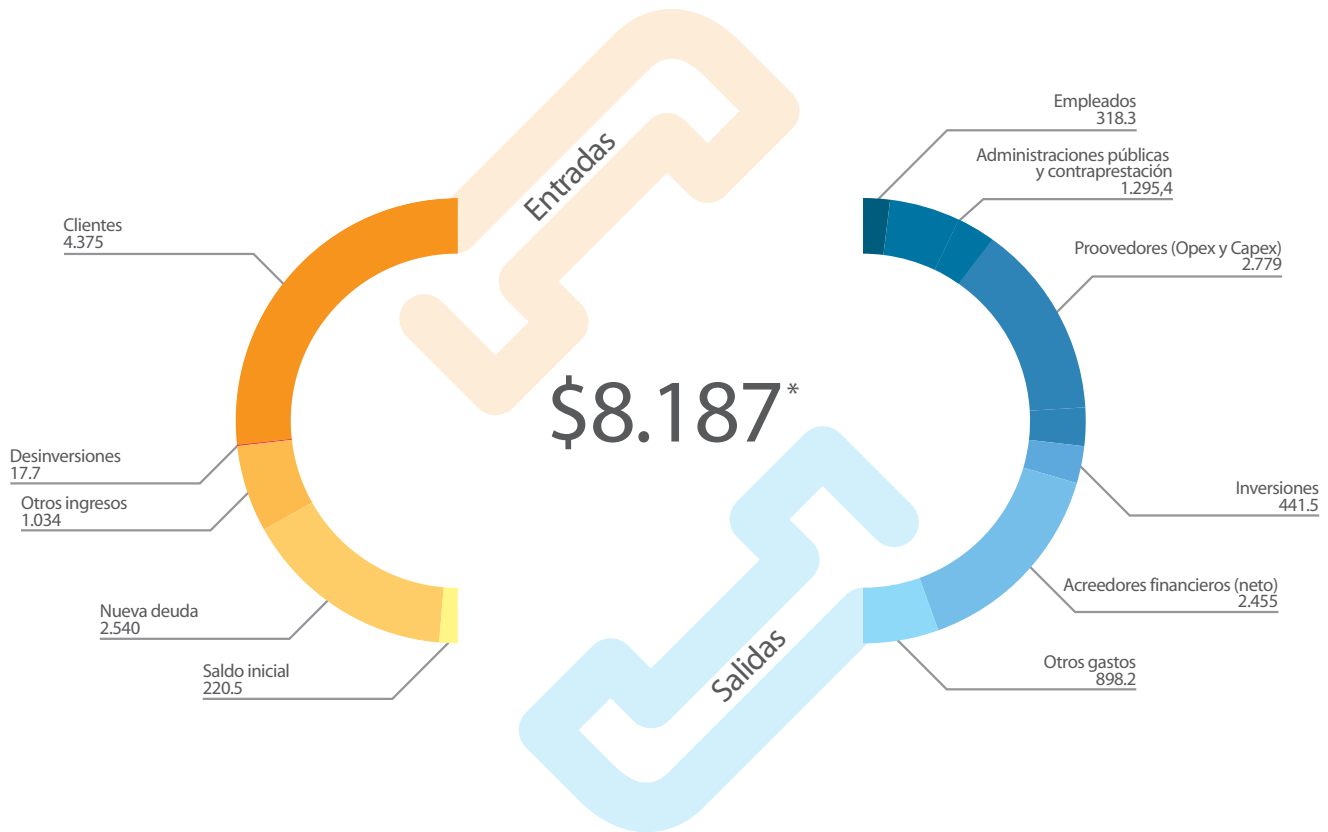
*La identificación de los asuntos más relevantes para la compañía y el análisis de las principales expectativas de los grupos de interés, son la base para la construcción de la matriz de materialidad.*



# Impacto económico



# Motor de progreso



Cifras en miles de millones de pesos colombianos

Movistar Colombia aportó un estimado del 1,74% al PIB del país, porcentaje con el que generó y distribuyó recursos por más de 8 billones de pesos en el 2012.

De las entradas recibidas, la compañía realizó pagos a proveedores por más de 2,7 billones de pesos (incluye Opex y Capex) y 1.295,4 mil millones a administraciones públicas (incluye administraciones públicas y contraprestación), cifras que fortalecen el compromiso de la organización con la creación de valor en el país.

La estructura integrada ha generado grandes beneficios financieros, operativos y de posición competitiva, los cuales se espera que se potencialicen en el corto y mediano plazo. Esta fusión consolida a la sociedad como la primera compañía de telecomunicaciones en Colombia con un portafolio convergente, fijo-móvil, comercializados bajo la marca única Movistar y como el segundo operador de telecomunicaciones más grande del país, con una participación del 20,2% de los ingresos del sector.

La información publicada en esta página se obtuvo de fuentes internas de caja de Telefónica Colombia y fue 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. Esta información se ha calculado con criterios de pago, mientras que existe información en las páginas siguientes, que se expone con criterio devengado contratado. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados de Telefónica Colombia, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

\* Incremento de nueva deuda: producto del proceso de refinanciación a largo plazo que realizó la compañía en 2012 (emisión de bonos a 10 años en el mercado internacional más refinanciación en el largo plazo con la banca local).

# Código de conducta: Principios de Actuación

Los Principios de Actuación son la guía fundamental para que la operación del Grupo Telefónica en el mundo se desarrolle en un marco de transparencia y ética, el cual se mantiene firme por encima de los cambios estructurales de la organización.

Con este propósito, Movistar en Colombia ha consolidado la Oficina de Principios de Actuación como órgano clave en la promoción de la ética corporativa, la generación de políticas y normas locales que permiten llevar a la práctica los parámetros de operación y la recepción y gestión de inquietudes de los colaboradores en la materia.

Los resultados de la Oficina en los tres frentes de trabajo se resumen en:

## Comunicación

En el 2012 se realizaron actividades internas de comunicación relacionadas con temáticas de fraude, a través de la sinergia con canales y mensajes de la campaña "Valórate"; se hizo el relanzamiento de la campaña de reportes de conflicto de interés, lo que consolidó una nueva política que amplió su alcance y desde la cual se gestionaron 2.464 reportes relacionados; se realizaron actividades de socialización de los resultados del clima ético, así como de la normativa de regalos y hospitalidad. Del mismo modo se realizaron actividades de entrega de artículos de mercadeo relacionados con los Principios de Actuación, con el fin de hacerlos visibles dentro de las prácticas cotidianas de los colaboradores.

## Apropiación

En cuanto a las actividades de apropiación de los Principios de Actuación, en el 2012 se logró la participación de 1.535 colaboradores en charlas presenciales realizadas en las regionales Caribe, Noroccidente, Suroccidente y Nororiental. A partir de estas charlas se identificaron 45 casos para ser atendidos, los cuales fueron entregados a las diferentes áreas responsables para su respectiva gestión.

## Seguimiento

Se realizaron mediciones de clima ético en las diferentes áreas de la Compañía, que arrojaron un resultado del 95% de favorabilidad en cuanto a la percepción ética y responsable de Movistar. Así mismo, se identificaron 31 áreas para observación e intervención, número que se logró reducir a 17 después de ejecutar el plan de acción acordado con los responsables. También se disminuyó el riesgo de incumplimiento de los Principios de Actuación, al pasar de ocho a cuatro áreas, que se encontraban en proceso de intervención por este tema.

Estos resultados fueron posibles gracias al trabajo conjunto de los miembros del comité operativo en las actividades de sensibilización y acompañamiento a las áreas de la organización, para el conocimiento y apropiación de los Principios de Actuación, así como con la divulgación de los canales de consulta y denuncia a nivel central y regional.

## Proyectos asociados a los Principios de Actuación

Por medio de la gestión de este tipo de proyectos se asegura la implementación adecuada de los Principios de Actuación en todas las operaciones de la Compañía, al facilitar el seguimiento continuo de las prácticas dentro y fuera de esta. Durante el 2012 se lograron avances en los siguientes aspectos:

### Privacidad de datos y protección de menores

En el marco de la iniciativa global Telefónica Digital, se llevó a cabo un diagnóstico para evaluar la capacidad de cumplimiento de lo que se ha denominado la Promesa Digital. En este proceso se involucraron las áreas de la Compañía para evaluar los frentes de transparencia y seguridad de la información, controles y restricciones de contenidos, y protección al menor. Como resultado se identificaron siete procesos clave para la implementación de estrategias de mejora en los aspectos señalados, para iniciar un plan de trabajo que será implementado durante el 2013.

### Cadena de suministro

Por medio del área de Gestión de Aliados y de los procesos clave de las áreas de compras se están desarrollando estrategias de transferencia de los Principios de Actuación en la cadena de suministro, entre las que se encuentra el programa de ética empresarial de Transparencia por Colombia, Rumbo Pymes (mayor información en el capítulo Contribuimos a la sostenibilidad de nuestra cadena de valor).

### Atracción y retención del talento

Se realizaron diálogos con empleados con el objetivo de atender sus expectativas e inquietudes por el proceso de transformación que se llevó a cabo en la compañía durante el 2012, en temas relacionados con recursos humanos. Para el 2013 se tiene planeado la ejecución de un proyecto que apunte a mejorar la reputación interna y la dimensión de orgullo y pertenencia en las mediciones de clima.



# Gestión de las relaciones con los clientes

Transformación, convergencia, conectividad, son las palabras que mejor describen la relación de Movistar con sus clientes en Colombia durante el 2012, año en el cual los usuarios vivieron los beneficios de una nueva compañía, con un portafolio único de soluciones de comunicación, que se renueva permanentemente para estar presente en el futuro de los colombianos.

## Nuestros clientes en cifras

En 2012, la compañía alcanzó más de 14 millones de accesos, que permitieron la interacción de los colombianos a través de los productos de Movistar, con una marcada preferencia hacia la conectividad digital, los servicios de comunicación móvil y de interacción por datos.



Telefonía Móvil Prepago



Telefonía Móvil Pospago



Telefonía Fija



Banda Ancha



Televisión

### Accesos

8.675.000  
2012

3.028.000  
2012

1.420.000  
2012

703.000  
2012

284.000  
2012

## Una plataforma unificada en constante renovación

En su constante transformación, la compañía aumentó la capacidad de tráfico y de cobertura de su infraestructura, con el propósito de proporcionar a los clientes un soporte robusto para sus comunicaciones. En la red celular GSM<sup>2</sup> entraron en servicio 64 nuevas celdas y en UMTS<sup>3</sup> 537 nodos, mientras que la capacidad de la red de banda ancha se incrementó en 127.000 puertos ADSL<sup>4</sup>.

Movistar lanzó en el 2012 la tecnología de internet móvil 4G HSPA+<sup>5</sup> en 21 ciudades principales y diez municipios del país, donde se encuentra ubicado el 49% de la población nacional. Gracias a la implementación de esta red los usuarios pueden hacer descargas en internet de hasta 4 Mbps (megabit por segundo), casi tres veces la velocidad que se ofrece con el estándar 3G.

2. En español: Sistema Global para las Comunicaciones Móviles. En inglés: Global System for MobileCommunication, GSM.

3. En español: Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles. En inglés: Universal Mobile Telecommunication System

4. En español: Línea de Abonado Digital Asimétrica. En inglés: Asymmetric Digital Subscriber Line

5. En inglés: High-Speed Packet Access



## Nuevas necesidades, nuevas soluciones

Con el proceso de unificación de los servicios fijos y móviles en la marca Movistar, se abrió un amplio espectro de soluciones de comunicación orientadas a responder a las necesidades cotidianas tanto de los clientes que ya están inmersos en el mundo digital, como de los que aún no se han involucrado en ese entorno, lo que facilita la conectividad entre estos dos segmentos.



### Servicio familia y amigos

El primer producto convergente de las operaciones móvil y fija permite a los usuarios generar una comunidad de cinco números (cuatro líneas móviles y una fija), entre los cuales es posible hablar ilimitadamente.



### Preferido Fijo + Móvil

Al adquirir el servicio de Banda Ancha Movistar los usuarios pueden solicitar el paquete preferido Fijo + Móvil, que permite realizar llamadas ilimitadas entre una línea fija Movistar y un móvil prepago o pospago Movistar.



### Celufijo

Este servicio está orientado a garantizar la comunicación de los habitantes de zonas afectadas por el reiterado hurto de cable. Allí Movistar ofrece un dispositivo que funciona como teléfono fijo, pero que utiliza la red de telefonía móvil, lo que garantiza la continuidad del servicio sin que la tarifa cambie para el usuario.



### PTDI (Puesto de Trabajo Informático Móvil)

Esta solución, dirigida a las Pymes, incluye un computador de escritorio o un PC portátil con garantía de 36 meses, conexiones fija y móvil de internet, servicio de soporte técnico y mantenimiento, resuelve así diferentes necesidades de comunicación a través de un solo punto de contacto.

## Movistar Colombia Líder Digital

La comunicación de la nueva marca se orientó en gran medida hacia el entorno digital, lo cual le ha permitido a la compañía destacarse como líder innovador en ese contexto, utilizado no sólo para gestionar la atención de los clientes, sino para mantener una comunicación 360 grados, mediante la cual se pueden lanzar campañas, ofrecer información, promover contenidos, atender inquietudes e impulsar la interactividad.

Como resultado de la estrategia diseñada especialmente para el mundo digital y del trabajo coordinado por el Centro de Gestión Digital, el cual monitorea y genera la información de Movistar en redes sociales, la marca ha sido señalada como la más influyente en internet en el sector de las telecomunicaciones y una de las marcas más destacadas en este aspecto en Colombia, de acuerdo con el indicador Klout. Este es un estándar mundial que mide la capacidad que tienen las marcas de generar impactos en la

audiencia digital, lo que determina su influencia en internet a través de una escala de 1 a 100, en la cual Movistar obtuvo un total de 75 puntos.

En este mismo sentido la revista norteamericana especializada "Marketing Cloud", reconoció a Movistar Colombia como la empresa más innovadora en la gestión de sus redes sociales y destacó al Centro de Gestión Digital como un caso de éxito y como el primer Social Media Center del país.

La consultora internacional BlueCaribu también hizo un *ranking* de las marcas que mejor gestionan su presencia en internet (redes sociales, software, aplicaciones, dispositivos, programas, etc.), sustentado en un análisis cualitativo y cuantitativo que compara además el desempeño de la organización en la materia con las marcas más importantes de varios países. En el *ranking* de Colombia, Movistar obtuvo el reconocimiento como la compañía mejor gestionada en internet del país.

## Una sola marca, múltiples opciones

La unificación de los productos y servicios en la marca comercial Movistar también multiplicó las posibilidades de comunicación entre la compañía y sus clientes y le permitió a la organización avanzar en su propósito de diversificar las formas de relacionarse con sus usuarios. Como consecuencia el índice de satisfacción de clientes en 2012 llegó a 7,76, en una escala de 0 a 10 puntos.



# 01\_

### Aprendizaje visual

Lanzado en 2011 el Brand Channel de Movistar en YouTube fue el primer canal de su tipo en Colombia y durante 2012 registró 5'238.000 reproducciones totales, lo cual lo posiciona como uno de los más vistos en el país. A través de esta herramienta la compañía refuerza sus comunicaciones de marketing y genera campañas pedagógicas e informativas con los usuarios, así como piezas orientadas a aclarar aspectos del servicio. Un ejemplo de esto son los videos instructivos acerca del registro de celulares con el número IMEI<sup>6</sup>. De esta última clase de videos se hicieron 1'227.000 reproducciones.

Los videos son una herramienta más efectiva para explicar procedimientos a los clientes que cualquier otro recurso disponible, por la posibilidad de usar música e imágenes en movimiento, además de la facilidad de parar, retroceder o adelantar la presentación, aspectos que generan una conexión más clara con los sentidos y un aprendizaje más dinámico.



# 02\_

### Respuesta tweet a tweet

El 57% de la audiencia de Movistar en internet interactúa con la compañía a través de Twitter y lo hace principalmente sobre temas de atención al cliente. El Centro de Gestión Digital cuenta con las herramientas necesarias para identificar las menciones y los tweets relacionados con la marca, y los gestiona con el apoyo del Contact Center corporativo, donde analistas dedicados solo a Twitter reciben los comentarios, que incluyen a la cuenta @movistarco, identifican internamente la solución a las inquietudes y responden de forma oportuna.

El Centro de Gestión Digital monitorea, a través de la plataforma Radian 6, los comentarios relacionados con la compañía que no mencionan a la cuenta @movistarco; este recurso informa cuándo, quién y dónde se mencionó la marca, datos que permiten identificar tendencias y estadísticas de opinión acerca de los servicios y la empresa, a partir de los cuales se generan contenidos y se activa la marca en las redes sociales, internet, blogs y otros recursos, produciendo más contenido para que la gente siga opinando y de esta manera crear un ciclo (contenido, atención al cliente y monitoreo) que está interconectado en cada una de sus etapas.

Estas acciones permitieron que:

## 82%

Creció la compañía en Twitter

La compañía creció un 82% en Twitter con respecto al año 2011.

## #5

Movistar es la marca número cinco en Twitter

Movistar es la marca número cinco entre las cuentas de Twitter más importantes en Colombia, según ODF Net Solutions.

## 62.500

Interacciones en canales digitales

La Compañía atendió las solicitudes de más de 62.000 clientes únicos a través de las redes sociales (Facebook 20%, Twitter 68%, otras fuentes 12%).

## 125%

Crecimiento en el uso corporativo de redes sociales

El uso corporativo de las redes sociales de la compañía, en servicio al cliente, creció en 125% en comparación al año 2011. Estas interacciones registraron un nivel de respuesta del 93 al 94%.

6. En inglés: International Mobile Equipment Identity

03\_

**Movistar a un clic**

La compañía fue el primer operador en lanzar una aplicación de atención a clientes para los tres sistemas más utilizados en los teléfonos inteligentes, MovistarCo. Esta aplicación permite acceder a la información de la cuenta, consultar el saldo, fecha de corte y resumen de consumos en el mes, así como recibir soporte para servicios de Roaming y, mediante la tecnología de georreferenciación, localizar los Centros de Experiencia Movistar más cercanos (oficinas de atención). A partir del rediseño de la página de internet, motivado por la unificación de las marcas, el nuevo portal fue galardonado como el mejor sitio web de grandes empresas por el premio Colombia en Línea<sup>7</sup>; por su parte, la investigación de BlueCaribu<sup>8</sup> señaló a Movistar como la empresa con mayor presencia en internet en Colombia. Con 1,2 millones de visitantes únicos, la página web de Movistar ([www.movistar.co](http://www.movistar.co)) no solo encabeza la muestra de empresas seleccionadas por BlueCaribu, sino que supera varias veces los datos de su principal competidor en el sector.

04\_

**El contacto presencial es muy importante**

Gracias a la unificación de los servicios en la marca Movistar, los usuarios tuvieron acceso a una amplia red de atención en todo el país, con 85 Centros de Experiencia y 1.300 puntos de venta. Con el propósito de ofrecer alternativas de atención a los clientes y optimizar los tiempos de contacto, la compañía continuó reforzando los canales de autogestión, a través de pantallas táctiles disponibles en 29 ciudades del país, los cuales fueron actualizados para brindar un mejor servicio y gestionaron 180 mil contactos sobre temas tan diversos como información de saldos, fechas de pago e impresión de volantes de pago entre otros. El 25% de los contactos con clientes de la compañía se realizaron a través de esta red de puntos presenciales, que mantuvo excelentes indicadores de gestión, como el nivel de servicio, 83%; solución, 81%; y satisfacción, 77% (promedio/año).

**Facturación y reclamaciones**

Durante el 2012 la compañía aumentó el índice de penetración de la factura electrónica en 20,43 puntos porcentuales, al cerrar el año con un 53% del total de clientes inscritos en este servicio. La unificación de las operaciones implicó un rediseño de las facturas y la posibilidad de consultar consumos y saldos vía web las 24 horas del día, con una explicación en línea y la posibilidad de una visualización más clara en formato PDF.

Frente al tema de reclamaciones, durante el 2012 la Compañía desarrolló procesos orientados a optimizar su gestión, que incluyeron una revisión de procesos y estructura, con el objetivo de atender las reclamaciones de forma más personalizada y buscando siempre solución en el primer contacto, acciones que permitieron registrar indicadores positivos tanto para los servicios móviles como para los fijos.



**Indicadores reclamos**

Índice de reclamaciones (No. de reclamos / No. de clientes)	Índice de resolución de incidencias (No. de reclamaciones resueltas / No. total de reclamaciones)
4,11 % Servicios fijos	99,42% Servicios fijos
0,16% Servicios móviles	99,06% Servicios móviles

7. Premio otorgado por el programa Gobierno en línea del Ministerio TIC, la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones – CCIT - y la Casa Editorial El Tiempo

8. El análisis, que tuvo en cuenta a las 15 mayores compañías del país por volumen de ventas, determinó que Movistar encabeza el listado al obtener 91,8 de 100 puntos posibles. La metodología utilizada por BlueCaribu tuvo en cuenta los datos básicos sobre la presencia de estas empresas en la web (visitantes únicos, tiempo promedio de visitas, etcétera), pero también su participación en las redes sociales (Twitter y Facebook), su nivel de relacionamiento y su crecimiento en estos medios.



# Contribuimos a la sostenibilidad de nuestra cadena de valor

La cadena de valor es el socio fundamental de Movistar en su propósito de transformar la vida de los colombianos y de contribuir al fortalecimiento de la economía local. Por esta razón, el crecimiento y desarrollo de los aliados y proveedores de la compañía, no solo es importante para mejorar la efectividad de los procesos e incrementar la competitividad de Movistar en el mercado, sino también para alcanzar el compromiso corporativo con el país.

## Logros del 2012

En el contexto de la unificación entre los servicios fijos y móviles, Movistar Colombia enfrentó un reto importante a la hora de unificar, optimizar y potencializar los canales de atención, proceso que contribuyó decisivamente a mejorar la mayoría de los indicadores de gestión corporativos.



## Nuestros proveedores en cifras

Durante el 2012, Movistar realizó compras por más de 2,7 billones de pesos, de estos más de 1,5 billones se adjudicaron a 646 empresas locales, que representan el 81% de la cadena de suministro. Estas cifras reflejan el interés de la compañía no solo por empoderar a los proveedores locales, a quienes se les adjudica un 72% de las compras de Movistar Colombia, sino por aportar al fortalecimiento y competitividad de las organizaciones nacionales.



El área de Control y Gestión de los proveedores, la VMO (Vendor Management Operation) se consolidó como interlocutor de los aliados de atención telefónica y servicios call center, y unificó los criterios de los procesos, la estrategia y los indicadores de gestión en este tema, lo que permitió simplificar, homogenizar y optimizar muchos procesos de atención telefónica, así como cumplir los objetivos propuestos para el área.



En este mismo sentido, en el 2012 se inició un nuevo contrato de call center que unificó los servicios de proveedores, permitió mejorar la gestión y generó un impacto social positivo al promover la descentralización de la operación y la apertura de contact centers en Manizales, Pereira y Barranquilla.



Al unificar el modelo de gestión de calidad con la metodología COPC<sup>9</sup> se logró una visión integral del cliente, se redujo en un 40% el error crítico en la resolución de dudas y en la atención a sus requerimientos, y se alcanzó una mejora de 2,7 puntos porcentuales en satisfacción.

9. Customer Operations Performance Center: Vigila los procesos que inciden directamente en el servicio a los usuarios. 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).

### Programa de gestión de aliados

Esta herramienta permite no solo potencializar las capacidades de los contratistas de la organización y evaluar su desempeño, sino también capacitar a los colaboradores de Movistar encargados de supervisar su labor y verificar las condiciones de su trabajo.

Con este propósito, Movistar Colombia, en convenio con la Universidad Javeriana, realizó el Diplomado "Gestión Integral de Contratistas" dirigido a gestores y supervisores de contrato, cuyo objetivo fue fortalecer las capacidades de relación, seguimiento y control de los colaboradores encargados de los aliados. Este diplomado se llevó a cabo en 120 horas y asistieron 36 participantes.

En este mismo sentido se realizó el taller de minimización de riesgos laborales, con la coordinación del área de Aliados y Relaciones Laborales de la Dirección de Gestión de Recursos Humanos. Este taller, dirigido a empleados directos, ofreció herramientas para prevenir y gestionar los riesgos que en la materia se presentan en la operación de los aliados y contó con la participación de 120 personas en 6 sesiones de 20 horas. Por otra parte, a través de la plataforma de formación virtual a+ se realizó el curso "Gestión integral de la relación con contratistas", que contó con la participación de 120 colaboradores.

Con las empresas contratistas, Movistar Colombia aplica un modelo integral de alianza, con el objetivo no solo de contribuir a asegurar las condiciones laborales y de seguridad de su personal, sino también de aportar a su desarrollo y crecimiento.

### Modelo de gestión de aliados



Inducción Corporativa	Comunicación	Capacitación Presencial
<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ En el 2012 se realizaron dos inducciones corporativas a cinco empresas aliadas, en las que se entregó información fundamental para la adecuada ejecución de las actividades.</li> <li>↳ Inducciones T-Técnicos: se llevaron a cabo 12 inducciones de este tipo, con un total de 27 empresas aliadas. Esta actividad consiste en la capacitación inicial que debe recibir el aliado para el manejo de la plataforma t-técnicos, donde a partir del inicio de contrato debe mantener actualizada la información de su personal activo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ En el 2012, el Portal de Aliados de Movistar Colombia recibió 3.066 visitas. Este es el principal canal de comunicación no solo de la compañía sino de los empleados de los aliados que trabajan en las instalaciones de Movistar, con sus organizaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Programa de implementación del RUC<sup>10</sup>: Se realizó un taller en el que participaron 19 personas de 15 empresas aliadas.</li> <li>↳ Talleres de trabajo en equipo para nueve empresas contratistas en instalación y mantenimiento.</li> <li>↳ Empresas aliadas se formaron y certificaron en la construcción e implementación del proyecto de gestión de la ética mediante el programa Rumbo Pymes de Transparencia por Colombia. Este programa impactará en el futuro a más de 17 mil personas.</li> <li>↳ Se realizaron dos talleres sobre el cambio de marca con 20 empresas.</li> <li>↳ En total se impartieron 2.160 cursos presenciales con 12.844 participantes.</li> </ul>

10. Registro Uniforme de Evaluación del Sistema de Gestión en Seguridad, Salud Ocupacional y Ambiente – SSOA para Contratistas - RUC®



## Programa Rumbo Pymes

En el marco del programa Gestión de aliados y del propósito de Movistar Colombia de acompañar el desarrollo y crecimiento de sus empresas contratistas a través de la extensión de las prácticas corporativas, se promovió el programa Rumbo Pymes, en alianza con la Corporación Transparencia por Colombia (Capítulo Nacional de Transparencia Internacional –TI–, Organización No Gubernamental líder en el mundo en la lucha contra la corrupción).

El programa, diseñado por Transparencia por Colombia, es una herramienta autogestionada

de manejo gerencial, que sirve a las pequeñas y medianas empresas para llevar la ética a la acción como modelo de gestión, y crear valor y confianza en las relaciones del negocio. Incluye más de 280 horas de acompañamiento a empresas que contratan aproximadamente unas 17.000 personas.

En diciembre del 2012 se realizó la graduación de las empresas aliadas de Movistar Colombia que implementaron la herramienta “Rumbo Pymes –Íntegras y Transparentes–”. En el proceso, las compañías revisan su modelo estratégico, visión, misión y valores, y

definen una ruta para la construcción de una cultura empresarial fundamentada en estos principios empresariales y en tres módulos básicos: Medición de clima ético, Compromisos éticos y Principios empresariales para contrarrestar el soborno.

Aliados Certificados en 2012:

Seguridad Atlas Ltda., Atento Colombia S.A., Tial Ltda., Cobra S.A., Serlefn S.A., High Partner S.A.S., Teleplus Ltda., Networks Test America S.A.S., Oesia Colombia S.A. y ZTE Colombia S.A.S.

### Capacitación Virtual

- ↳ En el 2012 se realizaron 64.221 cursos a través de la plataforma I-CAMPUS, orientada a temas de ventas y atención al cliente. 5.015 usuarios realizaron dos o más cursos. El número de cursos tuvo un incremento considerable, debido a: el aumento de las licencias de la plataforma, la integración de las operaciones y el modelo contractual con los terceros que incluyó la formación virtual mínimo tres veces por mes.

### Medición de clima

- ↳ El programa de medición de clima para aliados desarrolló dos talleres que involucraron a 12 empresas, los cuales aplicaron la metodología de medición y elaboraron planes de acción en esta materia.

### Seguimiento

- ↳ Auditorías administrativas: 68 auditorías
- ↳ Auditorías in situ: 29 auditorías
- ↳ Auditorías in situ en responsabilidad corporativa: 10 auditorías.
- ↳ Se identificaron 173 no conformidades en temas de recursos humanos y 241 no conformidades en salud ocupacional y seguridad industrial, para cada una se diseñó un plan de mejora.

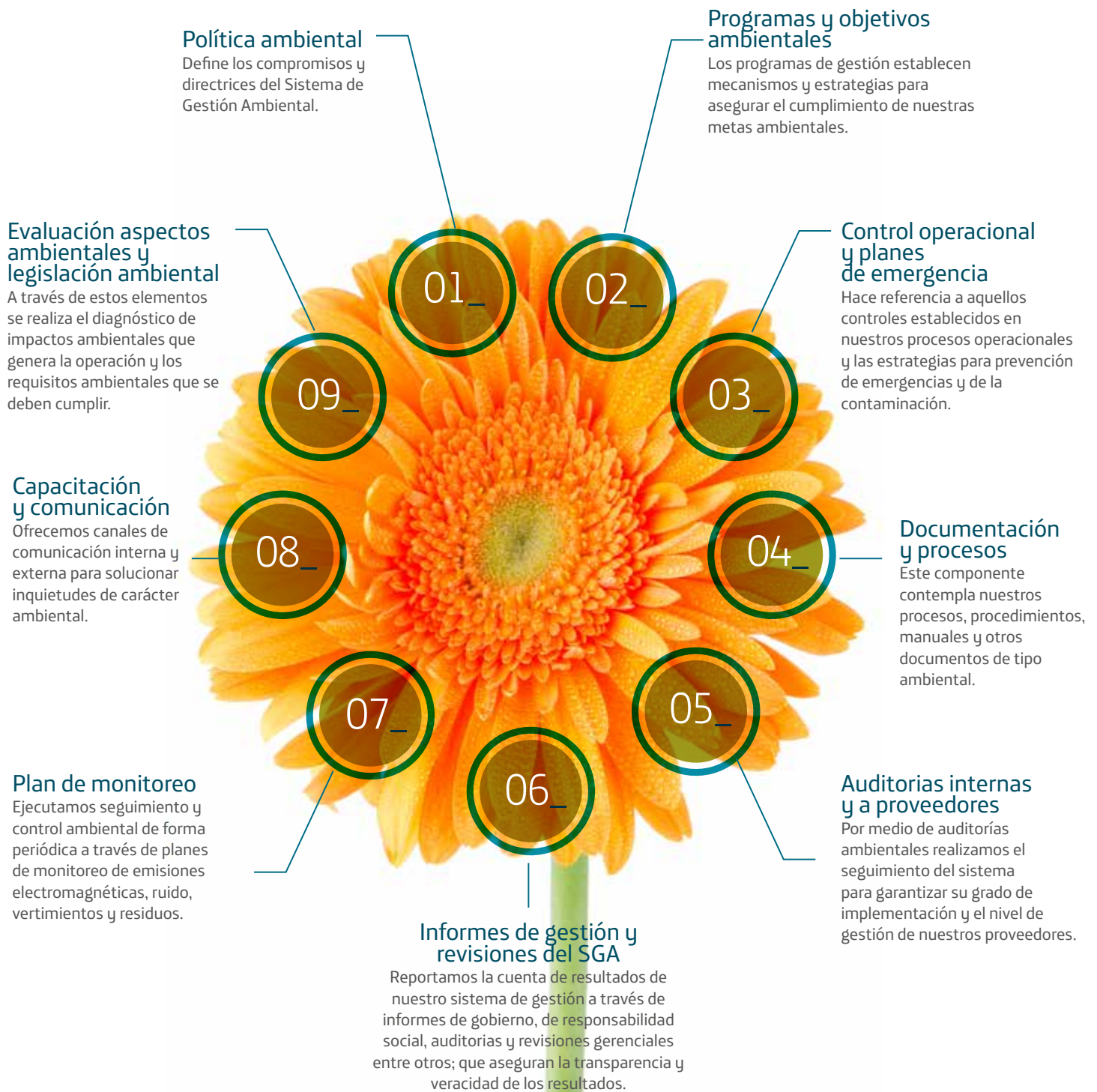


# Gestión Ambiental

El Sistema de Gestión Ambiental se encuentra establecido en un modelo de sostenibilidad que enmarca nueve elementos fundamentales:







Desde el 2007, el negocio móvil y, desde el 2010, el negocio fijo, cuentan con certificación ISO 14001 por sus sistemas de gestión ambiental. A partir del 2012 se inició la integración del sistema para ambos negocios, para contar con la certificación unificada para el año 2013.

# Eco eficiencia



En 2012 el consumo de energía en oficinas con respecto a 2011 se redujo en un 24%, debido a la optimización de los espacios y la entrega de edificios. Por otra parte, el consumo de energía para la red aumentó en un 8%, por la entrada en operación de 30 instalaciones nuevas.

En coherencia con su compromiso ambiental la compañía adelantó las siguientes iniciativas para la adecuada gestión de la energía:

## Consumo eléctrico en oficinas MWh

30.408	29.275	22.254
2010	2011	2012

## Consumo eléctrico en edificios de operación MWh

223.114	218.688	235.706
2010	2011	2012

*Como parte de su compromiso con el cuidado y la protección del medio ambiente, Movistar Colombia promueve el uso racional de materiales y recursos naturales que estén relacionados con su operación.*

**Uso eficiente de energía en red:** Movistar Colombia estableció un proyecto a mediano plazo, 7 años, que busca mejorar el empleo eficiente del recurso energético en la red de telecomunicaciones fija y móvil a nivel nacional. El objetivo es reducir el consumo en un 30% para el 2020, tomando como línea base el consumo reportado en el 2010. Para lograr esto se realizarán cambios de equipos de rectificación de baja eficiencia por equipos de alta eficiencia, con lo que se espera alcanzar una reducción en el consumo de energía de 711.368 kWh/año, cifra que representa una reducción en los costos estimados para la empresa de 98.871 dólares anuales.

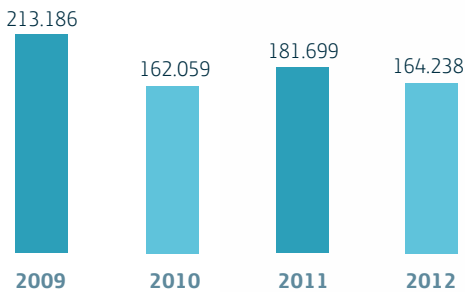
**Instalación de generación eléctrica por celdas solares**  
Durante el 2012, se comenzó con la iniciativa de instalar siete celdas solares de generación eléctrica en los departamentos de Vichada, Cauca, Boyacá, Putumayo y Meta, para dar cobertura eléctrica a las redes de telecomunicaciones de estas zonas. Se espera terminar la instalación de todas las celdas para el 2013. Por medio del desarrollo de este proyecto, Movistar Colombia demuestra su compromiso con el uso de energías alternativas.

## Agua

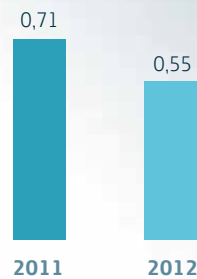
En el 2012, el consumo de agua fue de 164.238 m<sup>3</sup> a nivel nacional, cifra que presenta una reducción del 9,5% con respecto al 2011. Esta medición incluye el consumo en sanitarios y climatización, presentados en edificios de oficinas, tiendas y edificios técnicos.

La compañía impulsó una campaña de uso eficiente del agua, en las instalaciones y en las operaciones de la organización, para alcanzar un consumo máximo de 0,5 m<sup>3</sup> por empleado al mes. En el 2012, el consumo de agua promedio por colaborador se redujo a 0,55m<sup>3</sup>, lo que muestra un avance hacia el logro del objetivo.

Consumo de agua (m<sup>3</sup>)



Consumo de agua promedio por colaborador (m<sup>3</sup>)



## Papel

Aunque el número de clientes sigue creciendo, el consumo de papel para las facturas de cobro se redujo en un 10% con respecto al 2011, debido principalmente a la continuidad en el programa de factura electrónica.

Durante el 2012, la inscripción del 53% de los clientes a la factura virtual evitó la generación de 16,5 millones de facturas, que equivalen a 82,5 toneladas de papel y a la tala de 1.402 árboles. Esta iniciativa forma parte del plan de compensación forestal de la compañía.

Por otra parte, el consumo de papel en oficinas se redujo en un 25% frente al periodo anterior, gracias a la promoción de hábitos de cuidado ambiental y uso eficiente de los recursos realizada con los empleados.

Consumo de papel (Toneladas)





## Gestión integral de residuos

Para lograr un adecuado manejo de los residuos, la compañía ha dispuesto un programa de gestión sostenible que asegura la aplicación de buenas prácticas en la recuperación, reciclaje, valorización y disposición de los materiales desechados por la operación, el cual tiene cobertura nacional.

Este programa garantiza el control unificado de los residuos generados, a través de un gestor encargado de centralizar la operación logística y de asegurar su adecuada gestión. Estas acciones representaron en el 2012 una inversión de 37 millones de pesos y unos ingresos por valorización de residuos de \$ 3.420 millones de pesos.

En el proceso se destacan los siguientes aspectos:

- ▶ Recolección y tratamiento de 338 toneladas de residuos RAEE, que de otra manera estarían siendo fuente de contaminación.
- ▶ Programa estandarizado y centralizado con gestores de residuos especializados en desmonte de red y manejo de RAEE.
- ▶ Propuesta para aprovechamiento de nuestros residuos a través del desarrollo de nuevos materiales resistentes y de uso industrial para elaboración de cajas, cercas o estibas, que ofrecen alternativas diferentes a la madera como materia prima para estos elementos.
- ▶ Inventario tipificado de RAEE para el sector de las telecomunicaciones.



## Disposición de residuos peligrosos

La gestión adecuada de los residuos peligrosos se articula por medio de tres mecanismos relacionados con las características de los mismos:

↳ **Residuos provenientes de mantenimiento**  
Entregados a gestores autorizados luego de ser recogidos por región, lo que garantiza la trazabilidad y su recolección conforme a las prácticas ambientales establecidas y autorizadas por las autoridades competentes.

↳ **Residuos con batería de red (plomo ácido)**  
Gestionados a través de un plan posconsumo por el fabricante nacional autorizado, que reincorpora los componentes en su proceso de fabricación.

↳ **Residuos procedentes de clientes**  
Exportados y tratados en cumplimiento del acuerdo de Basilea, reincorporándolos como materia prima en la cadena productiva.



## Residuos gestionados y transportados

En total 1.564 toneladas de residuos tanto peligrosos como no peligrosos fueron gestionados para su reciclaje, por un gestor autorizado de acuerdo al tipo de residuo.



**38,6 Toneladas**  
Residuos de papel



**1.155 Toneladas**  
Residuos de cables, tuberías y metales



**3 Toneladas**  
Residuos de fluorescentes\*



**29,2 Toneladas**  
Residuos de baterías\*



**338,7 Toneladas**  
Total Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE)

RAEE de operaciones	270.3
RAEE de oficinas	0.1
RAEE de clientes (Sin teléfonos móviles)	67.0
Teléfonos móviles de clientes gestionados	1.3



**1.564,5 Toneladas**  
TOTAL RESIDUOS GESTIONADO

\*Transportados por el gestor autorizado.

## Aliados responsables

Movistar programó y realizó ocho auditorías a proveedores críticos, con el objetivo de verificar su nivel de gestión ambiental y alcanzar una calificación mínima promedio de 75% de gestión ambiental a diciembre del 2012. Los proveedores evaluados obtuvieron en promedio un 77,7%.

Durante el 2012, se realizaron siete capacitaciones con aliados sobre el sistema de gestión ambiental, gestión de residuos y requisitos para contratistas. En total se contó con la participación de 193 personas en estas jornadas.

## Despliegue responsable de la red

Actualmente se han identificado doce emplazamientos ubicados en espacios naturales protegidos: seis en la red móvil y seis en la red fija. Estos se encuentran ubicados en los departamentos de Magdalena, Cundinamarca, Boyacá, Valle del Cauca, Nariño y Norte de Santander, y son sitios gestionados por el Ministerio de Medio Ambiente o por la administración de Parques Nacionales Naturales.

A pesar de estar ubicados en estas zonas, la operación de las sedes técnicas no implica modificaciones al entorno existente y no se han reportado incidentes ambientales en estos espacios protegidos.

Como parte de la estrategia de despliegue responsable de red establecida en el modelo de gestión ambiental de Movistar Colombia, se cuenta con procesos internos para la realización de evaluaciones ambientales previas al emplazamiento de sitios de red, lo que garantiza en este sentido el avance responsable de la Compañía en los espacios donde puedan presentarse impactos negativos sobre la biodiversidad.

Para evitar impactos ambientales, Movistar cuenta con un programa de prevención de derrames. Este consiste en garantizar la construcción de diques de protección contra derrames en el despliegue de infraestructura nueva e implementar la adecuación de diques para estructura existente de acuerdo con ubicación y riesgo ambiental. En el 2012, ese programa logró la construcción de 55 diques.

En el 2012 se presentaron ocho derrames con un volumen de 1,11 m3, que en ningún caso afectaron espacios protegidos, fuentes de agua o de alta biodiversidad ya que ocurrieron en emplazamientos que contaban con sistemas de contención evitando así consecuencias en el medio ambiente.

Otro de los conceptos que Movistar trabaja en la expansión de red hace referencia a la contaminación visual que puede ser producida en la instalación de torres e infraestructura. Para reducir el impacto visual que puede presentar este despliegue Movistar realiza la selección de sitios aplicando evaluaciones de impacto o fragilidad visual y garantizando que el resultado de estas evaluaciones sea menor a 3 en un rango de 1 a 5, donde 5 representa un impacto visual muy alto y 1 representa un impacto visual muy bajo.



## Cambio climático

*Con el propósito de contribuir a la solución del problema del cambio climático, Movistar Colombia trabaja en optimizar su consumo de energía y reducir las emisiones de GEI.*

Por medio de la estrategia de cambio climático, incluida en el modelo de gestión ambiental, se pretende realizar el cálculo de las emisiones generadas por fuentes primarias, y establecer mecanismos de reducción, para alcanzar una disminución del 20% frente a la línea base del 2010. Para este objetivo se trabajará particularmente en la eficiencia energética, el consumo de combustibles y el transporte nacional e internacional.

Entre las iniciativas asociadas al programa de reducción de gases de efecto invernadero, en

apoyo a la estrategia de cambio climático, se encuentran:

- ▶ Programas de reemplazo de tecnologías por medio de la instalación de generadores de soporte en las ciudades principales.
- ▶ El proyecto de siembra de reservas forestales, como mecanismo de compensación de emisiones.
- ▶ Proyectos de eficiencia energética y generación de energía solar en desarrollo.



## Monitoreo de radiaciones electromagnéticas

En el 2012 se realizaron 32 mediciones de radiaciones electromagnéticas, asociadas a requerimientos de la comunidad, entidades o en sitios donde hay procesos de negociación para entrar a operar. Como resultado de este monitoreo realizado por una entidad independiente y validada

por las autoridades competentes se puede concluir que Movistar se encuentra cumpliendo con los niveles de emisión electromagnética permitidos, y presenta valores de medición hasta 10 veces por debajo de los valores máximos establecidos en la legislación vigente.



# Gastos e inversiones ambientales

Con respecto al periodo anterior, durante 2012 los recursos económicos destinados para gastos e inversiones ambientales aumentaron en un 120% debido a la implementación de programas, al cumplimiento normativo ambiental y a la labor desarrollada a través de la unificación del sistema de gestión ambiental.


Gastos gestión de residuos	\$13.858.250 2011	\$37.065.365,13 2012
Medición de campos electromagnéticos	\$ 66.150.000 2011	\$55.885.625,95 2012
Adecuaciones de impacto visual	\$420.610.660 2011	\$20.536.378,4 2012
Adecuaciones de impacto acústico	\$204.176.968 2011	\$94.159.707,46 2012
Gastos de gestión y mantenimiento ambiental	\$21.877.336 2011	\$526.106.931 2012
Auditorías ambientales	– 2011	\$54.349.184,63 2012
Estudios de impacto ambiental o tramitación de licencias y permisos ambientales	– 2011	\$73.225.255,47 2012
Actualizaciones legales de depósitos de combustible	– 2011	\$525.338.812,3 2012
<b>TOTAL</b>	<b>\$726.673.214 2011</b>	<b>\$1.386.667.260,34 2012</b>

## Cumplimiento normativo

Durante el 2012 no se presentaron procesos de incumplimiento normativo que impliquen riesgos para la compañía o el medio ambiente.

# Impacto Social

Movistar desarrolla su operación de acuerdo con el marco de la gestión de los impactos y las oportunidades que se derivan de su actividad, y con la claridad acerca de su carácter de ciudadano corporativo, lo cual implica ir más allá de ser un elemento activo de la economía de los países donde opera.



La compañía busca ser un actor clave en la transformación de las sociedades, ya sea impulsando la búsqueda de nuevas formas de hacer las cosas con la innovación social; fortaleciendo las capacidades de los emprendedores y facilitando los recursos para su desarrollo; poniendo a disposición de las sociedades su experiencia, infraestructura y servicios para aportar a la solución de problemas cotidianos o generando oportunidades de crecimiento profesional y personal para sus colaboradores.



# Empleados

El proceso de unificación de las operaciones en una sola empresa y el lanzamiento de la marca Movistar para todos los productos y servicios le permitió avanzar en su visión de ser la mejor empresa global de comunicación del mundo digital. Este hito obligó a revisar la estructura, los procesos y los roles, al igual que avanzar hacia una nueva cultura que permita cumplir los objetivos misionales y los retos del negocio y del mercado.

La compañía asumió este desafío con procesos de acompañamiento integral a los colaboradores, en los que se brindaron herramientas para afrontar de manera efectiva los nuevos retos, así como con la implementación de un modelo de gestión del cambio y el despliegue de programas para consolidar los equipos de trabajo, impulsar el desarrollo de las personas y contribuir al logro de los objetivos del negocio.

## Nuestros profesionales en cifras

Las operaciones de Movistar en Colombia contaron con 3.411 empleados directos y 21.010 indirectos, quienes fortalecieron sus capacidades y experiencia, al tiempo que participaron en la transformación estructural que construye una nueva organización más ágil, más líder, más digital.

## Formación y gestión del talento

Para contar con un equipo comprometido con los objetivos corporativos es necesario inspirar sus actividades cotidianas con una visión y un propósito que les permita sentirse identificados y que los motive a participar activamente del logro de las metas comunes. Para alcanzarlo, Movistar Colombia adelanta programas de formación

y gestión, que se convierten en un diálogo con los colaboradores y tienen en cuenta sus expectativas, experiencias y opiniones.

### Formación

Movistar Colombia impulsa el crecimiento de sus colaboradores como ciudadanos digitales, capaces tanto de aprovechar las ventajas de una cultura de interacción como de respaldar la transformación que la organización ofrece a sus clientes y al país.

En 2012 el reto fue estimular el desarrollo de comportamientos para fortalecer la cultura digital de los colaboradores mediante la promoción de herramientas colaborativas y digitales y para lograrlo se lanzó un programa virtual de formación de tres cursos disponibles a través de la plataforma a+ (Cursos de Empleado Digital). Como complemento se realizaron actividades de aprendizaje mediante experiencias, encaminadas a reforzar los conocimientos y las habilidades adquiridas en los cursos.

Se destinaron \$1.320 millones para el desarrollo de estas actividades, las cuales contaron con la participación del 99% de los empleados, quienes superaron al menos un curso en la plataforma virtual a+. En total, se tuvieron 102.324 horas en actividades de formación durante el periodo reportado.



Promedio horas de formación por tipo de cargo

25	32	29
Directivos	Mandos medios	Otros



Participación en programas de liderazgo

Coaching		Mentoring	
56	23	44	4
Empleados	Directivos	Empleados	Directivos

### Desarrollo profesional

Para la gestión del desarrollo profesional, Movistar Colombia dispone de procesos de evaluación y formación que apoyan la identificación de metas importantes de los colaboradores y los equipos de trabajo, lo que facilita la integración de las labores con los objetivos estratégicos de la organización y asegura la traducción de lo planeado en resultados asertivos.

En este sentido se implementó la metodología de las cuatro disciplinas de F.Covey, orientada a fijar las MCI, Metas Crucialmente Importantes, para la formación de 275 líderes y la participación de 367 colaboradores en 24 talleres. Así mismo, se adelantaron seguimientos al 99,88% de los empleados, con quienes se construyeron y consolidaron objetivos y metas claras de acción que permitirán el mejoramiento continuo del desempeño laboral, así como la promoción de sentido de pertenencia y la consolidación de Movistar como el mejor lugar para trabajar.

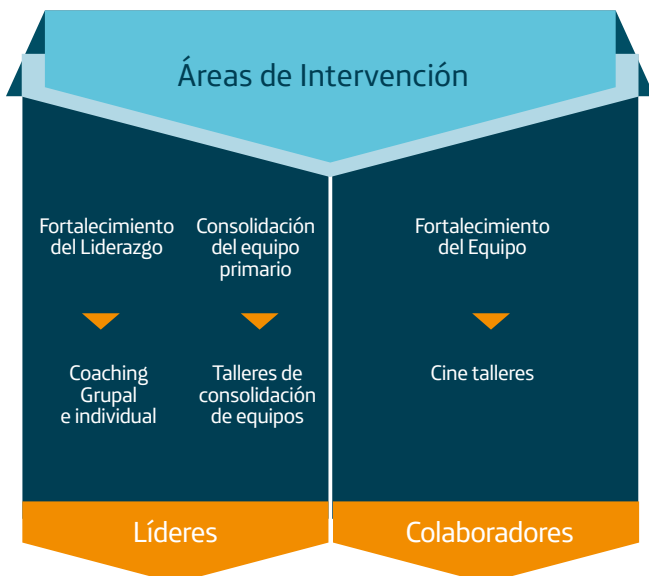
### Liderazgo

A partir del reconocimiento de los líderes como ejes centrales para el mejoramiento del desempeño laboral y para la consecución de las metas trazadas, durante el 2012 se llevaron a cabo actividades de formación en coaching y mentoring, con la participación de directivos de la compañía.

En estas actividades participaron 150 personas, a quienes se les entregaron herramientas de gestión de liderazgo propicias para el desarrollo de estrategias de motivación y comunicación entre los empleados.

### Gestión del Cambio

Como mecanismo de adaptación a los cambios administrativos y operacionales adelantados por Movistar Colombia durante el 2012, se desarrolló una estrategia que incluyó procesos de seguimiento individual y colectivo, los cuales permitieron a cada colaborador reconocer sus fortalezas y cualidades, así como sus aportes a la nueva organización.



Juan Carlos Álvarez, Director de Gestión de Recursos Humanos y Alfonso Gómez, Presidente Ejecutivo de Telefónica Colombia, reciben el premio Great Place to Work de manos del Ministro de Trabajo, Rafael Pardo.



### Clima laboral

Con el desafío de la unificación de marca, Movistar Colombia orientó sus esfuerzos a la construcción de un adecuado ambiente laboral, por medio del mantenimiento del modelo de gestión del clima, que guió las estrategias y programas del talento humano hacia el apoyo de los colaboradores en el desarrollo de sus labores diarias.

Como resultado de esta gestión, en el 2012 Movistar Colombia fue reconocida como la tercera mejor empresa para trabajar en el país por parte del Instituto Great Place to Work, a pesar de la sensibilidad de los procesos de integración adelantados en este año. Para este reconocimiento se contó con la participación del 95% de los colaboradores, quienes calificaron el ambiente laboral con un índice promedio del 90,2. Entre los aspectos más destacados identificados en la encuesta se encuentra el alto sentido de orgullo que las personas sienten frente a la contribución que hacen por medio de su trabajo en la compañía.

Este reconocimiento se hizo extensivo al modelo de gestión del clima laboral de la compañía, que durante diez años consecutivos le ha permitido estar en el listado de las mejores empresas para trabajar en el país.

## Beneficios

Movistar Colombia pone a disposición de sus colaboradores una oferta de beneficios que permiten la conciliación entre la vida laboral y personal, así como espacios de integración y socialización entre las áreas de trabajo, a través del nuevo plan de beneficios del programa UNO: "Creado para todos pensado para uno". Esta oferta va más allá de los beneficios legales y contractuales, pues entrega a cada colaborador la posibilidad de elegir aquellos que más le sirven a sus intereses y ciclo de vida, de conformidad con los principios del desarrollo integral y la equidad. Está basado en siete principios de acción, para los cuales se han definido diferentes actividades, que son realizadas de manera periódica y ofrecidas a la totalidad de colaboradores:



Las características generales de este programa, además de ofrecer flexibilidad, innovación y participación por parte de los colaboradores en la gestión de su bienestar, son:

- ⇒ Ocho beneficios para 3.500 colaboradores pensados para cada uno de ellos.
- ⇒ Mil créditos para crear un plan de calidad de vida propio y flexible.
- ⇒ Posibilidad de modificar el plan de calidad de vida dos veces al año (enero y septiembre).
- ⇒ Vigencia de un año del plan.

Los beneficios que trae la implementación de esta estrategia de gestión de beneficios para la organización son:

- ⇒ Permite fortalecer el liderazgo en la organización, ya que se generan lazos de cercanía entre los líderes y sus colaboradores.
- ⇒ Permite tener indicadores claros y reales de los beneficios disfrutados por los empleados.
- ⇒ Ayuda a la programación de los equipos de trabajo, sobre la cual cada líder tiene control anticipado de los tiempos en los que dispone de sus colaboradores.
- ⇒ Todos los empleados pueden identificar y disfrutar de los beneficios ofrecidos por la compañía de acuerdo con sus propias necesidades.

Para medir el impacto real de los beneficios ofrecidos, se realizó una encuesta vía internet para recoger las expectativas de los colaboradores frente a este tema, con el fin de implementar acciones de mejora. En el desarrollo de la encuesta participaron 1.212 empleados. Adicionalmente se realizaron charlas con la metodología de grupos focales, lo que permitió la identificación de aspectos cualitativos relevantes para el estudio.

# Fundación Telefónica, un vehículo que impulsa la Movilización Social





La transformación que vive y promueve la compañía también incluye su gestión social, la cual trasciende las actividades impulsadas por la Fundación Telefónica, que luego de años de experiencia adquirida en la atención directa y gestión del conocimiento, apuesta hoy por un modelo de sostenibilidad que busca involucrar a los ciudadanos y organizaciones en acciones concretas para trascender las políticas públicas en las causas que promueve, aprovechando, entre otros, las redes y puentes que genera la comunicación digital.

En el 2012 la Fundación estableció la innovación social<sup>11</sup> como el modelo para el desarrollo de sus actividades y líneas de acción: trabajo infantil, educación y aprendizaje, voluntariado y cultura digital.<sup>12</sup>

Esta gestión, realizada en el marco de convenios, cooperaciones y alianzas con entidades públicas y privadas, para atender a niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad en el país, ratifica una vez más el propósito de Movistar de ser un aliado de Colombia a través del Plan Nacional de Desarrollo, específicamente en los frentes de igualdad de oportunidades y crecimiento sostenible.

## Trabajo infantil

### Atención Integral

Desde la experiencia adquirida con el desarrollo de esta línea de acción, la Fundación Telefónica implantó un modelo de intervención que se centra en el acompañamiento a niños y niñas trabajadores entre los diez y catorce años, con quienes se realiza un proceso de restablecimiento de derechos, inclusión educativa y retiro del trabajo infantil a través de acciones que incluye el apoyo a las familias, la articulación y complementariedad del programa con diferentes instituciones educativas, y la intervención en el desarrollo de políticas públicas a favor de las comunidades afectadas.

Igualmente, la Fundación establece ciclos de apoyo complementarios que permiten asegurar a los beneficiarios que al salir del programa hayan cambiado sus condiciones sociales y familiares, para lo cual trabaja desde centros de atención propios y de alianzas con centros educativos, además de brindar ofertas de vinculación a procesos de escolaridad superior por medio de la red de egresados y de becas entregadas.

Por otra parte, la estrategia de "Territorios Libres de Trabajo Infantil", cuyo propósito es hacer sostenible el retiro del trabajo infantil en las plazas de mercado y centrales mayoristas, logró en el 2012 retirar al 84,7% de la niñez trabajadora de las plazas de Ibagué, Neiva y Bucaramanga.

11. De acuerdo con la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema, ANSPE, la Innovación Social abarca "Soluciones (productos, servicios, prácticas o modelos de gestión) que cumplan con ser sostenibles en el tiempo y que, al implementarse, demuestren ser más eficientes y de mayor impacto que las soluciones existentes para el mejoramiento de la calidad de vida de la población en situación de pobreza extrema".
12. La información sobre esta línea de acción será tratada en el capítulo Cultura Digital.



113.253\*

Niños, niñas y adolescentes beneficiarios de Fundación Telefónica Colombia



49

Municipios del país



571\*\*

Instituciones educativas



108\*\*

Centros de atención

\* Incluye Proniño, Aulas Fundación Telefónica y Raíces de Aprendizaje Móvil

\*\* Datos de Fundación Telefónica Colombia



### Movilización social Aquí estoy

La aplicación "Aquí estoy" permite la movilización ciudadana en torno al reporte de niños, niñas y adolescentes trabajadores, y su posterior sistematización y geo-referenciación para que las autoridades competentes puedan actuar. Por esta iniciativa la Fundación recibió 14 premios nacionales e internacionales.



Desde su inicio hasta 2012 "Aqui estoy" alcanzó más de 121.000 usuarios, y ha recibido 3.817 denuncias. [www.yodigoaquiestoy.com](http://www.yodigoaquiestoy.com)

### Gestión del conocimiento - Guía para la Evaluación de Riesgos de Mano de Obra Infantil

En su interés por movilizar a las empresas hacia la ejecución de acciones concretas que contribuyan a la erradicación del trabajo infantil, Movistar y la Fundación Telefónica crearon la *Guía Metodológica para la Evaluación de Riesgos de Mano de Obra Infantil en las Actividades Empresariales*. Esta iniciativa nació de la amplia experiencia que tiene la Fundación Telefónica en la atención integral de esta problemática y de la trayectoria de la Compañía en la aplicación de estándares y referentes internacionales, como el Pacto Mundial, el Dow Jones Sustainability Index y el FTSE4Good.

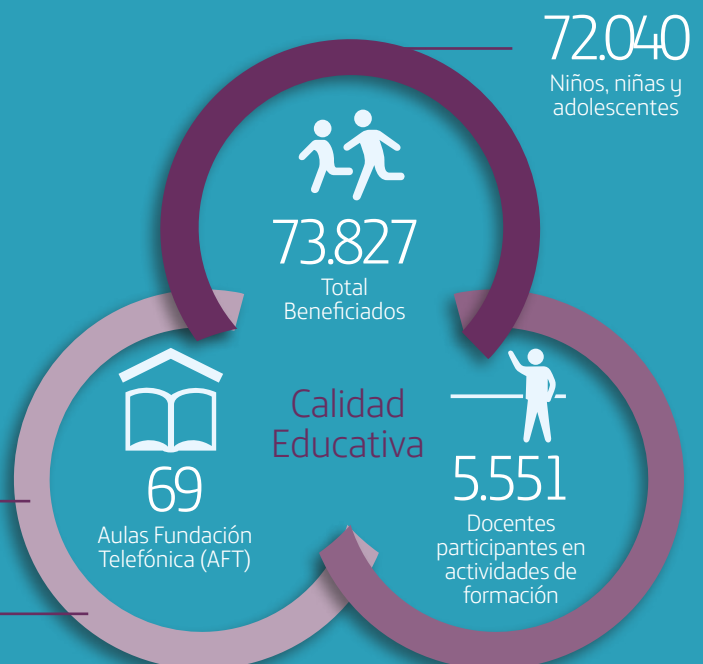
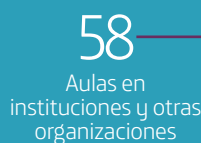
Telefónica presentó formalmente al Pacto Mundial de Naciones Unidas, a su director ejecutivo George Kell, la Guía para evaluar y gestionar los impactos del trabajo infantil en sus actividades, el pasado 24 de octubre del 2012 en Nueva York. Además, la presentó a todas las Redes Locales de América Latina del Pacto Global en su reunión anual en Perú, donde manifestaron su compromiso de divulgarla en sus respectivos países para la promoción de su aplicación.

También se está desarrollando una herramienta web y un plan de implementación masivo para facilitar la aplicación de la guía en todas las empresas de la región interesadas en evaluar su situación. El proyecto completo debe estar en ejecución para la 3ra Conferencia Mundial contra el Trabajo Infantil, que se realizará en Brasil en Octubre de 2013.

### Educación y aprendizaje

La línea de educación y aprendizaje continuó la generación de conocimiento a partir de tres laboratorios para la integración de las TIC como herramientas pedagógicas: Las Aulas Fundación Telefónica, Aulas en hospitales (salud, educación y TIC) y Raíces de Aprendizaje Móvil (*Mobile Learning*), programas que beneficiaron a 73.827 personas. En este marco de acción se capacitó a 5.551 docentes, con lo cual se pasó de un 22% a un 28% de profesores que utilizan las nuevas tecnologías para innovar en sus estrategias educativas.

El desarrollo del laboratorio *Mobile Learning* es producto de una alianza con Pearson Foundation, Nokia y el Ministerio de Educación Nacional. En el 2012 alcanzó un impacto en 78 instituciones educativas de cuatro departamentos del país, en las que el 68% de los docentes ha involucrado este tipo de metodologías en el desarrollo de sus actividades de enseñanza. Igualmente, se logró la cualificación de 60 guías complementarias para el uso alternativo del celular, con el fin de brindar herramientas conceptuales y metodológicas a los docentes para ser implementadas en sus clases.



## Voluntariado

El voluntariado continúa su consolidación en Movistar Colombia, como un programa que permite a los colaboradores aportar su talento y tiempo a diferentes causas sociales del país, entre ellas, el mejoramiento de los procesos educativos y la erradicación del trabajo infantil. Este programa se basa en el marco de la innovación social dentro del cual se destacan los siguientes proyectos.

*Un Día por Ellos* es una iniciativa que se ha implementado con el fin de inculcar y maximizar el espíritu solidario de los colaboradores mediante acciones sociales, con lo que se busca fortalecer la cultura corporativa de Movistar y el sentido de pertenencia hacia la organización.



55%  
de los colaboradores  
de planta fueron  
voluntarios



17.280  
Horas donadas



+300  
Millones de  
pesos donados

## Programa Pasos

A partir de la iniciativa del líder voluntario Carlos Matamoros, analista de inventarios en la regional Nororiente, se ejecutó el piloto del proyecto "Padres Socialmente Sostenibles". Su propósito es incluir en la fuerza de ventas de la Compañía a los padres de los niños y niñas beneficiarios de las acciones orientadas a la erradicación del trabajo infantil, con el objetivo de contribuir a reducir los factores de riesgo a través de la generación de una fuente fija de ingresos para la familia.

Con el apoyo de la organización aliada Corprodinco, en Norte de Santander, se identificaron familias y padres en condición de vulnerabilidad con las competencias básicas para participar en el proyecto. Se adelantaron capacitaciones intensivas con los padres sobre temas relacionados con los productos y técnicas de venta, facilitados por voluntarios de la empresa, expertos en los diferentes procesos.

El proyecto piloto avanza en Cúcuta con diez padres, quienes se han destacado por su habilidad para relacionarse con los clientes y su capacidad de trabajo. Las dos mejores vendedoras de la ciudad forman parte del programa. En el 2013 se lanzarán proyectos de este programa en Bucaramanga, Boyacá, Barranquilla y Cartagena.



# Cultura Digital\_





El actual contexto, caracterizado por la interactividad y el acceso a la información sin restricciones, genera nuevos desafíos y oportunidades, nuevas preguntas y necesidades, a las que Movistar se ha propuesto atender con diligencia.

## Te protejo

Esta iniciativa es producto del esfuerzo conjunto de Movistar Colombia, Fundación Telefónica, Ministerio de las TIC, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Red Papaz y tiene por objetivo facilitar un canal de denuncia virtual para reportar contenidos ilegales o que ponen en riesgo a los menores de 18 años, principalmente de pornografía, abuso y explotación sexual en la infancia y la adolescencia, en especial los contenidos publicados en internet.

Este proyecto es el primer miembro de la Asociación Internacional de Líneas de denuncia en Internet, INHOPE<sup>13</sup> en Latinoamérica. Al cierre del 2012 se recibieron 2.192 denuncias a través de esta herramienta.

13. International Association of Internet Hotlines

## ¿Cómo funciona Te Protejo?

Para realizar la denuncia se deben seguir los siguientes pasos:

01

Debe dar clic en el botón rojo que dice "Denuncie".

02

Selecciona la categoría que considere más apropiada para su denuncia.

03

Recuerde que solamente la primera categoría "Pornografía infantil" tiene subcategorías, escoja la que más se ajuste a su denuncia.

04

Diligencie los datos que se indican en el formulario. Tenga presente que los datos solicitados deben ser diligenciados en su totalidad, porque son necesarios para tramitar la denuncia ante las autoridades competentes.

05

Tiene la opción de agregar información adicional haciendo clic en el botón "Agregar descripción".

06

Una vez que termine de diligenciar los datos solicitados, debe dar clic en el botón "Enviar" para finalizar su denuncia.

07

A continuación tendrá la opción de hacerle seguimiento a su denuncia, para ello solo debe dar clic en "Aceptar" en el mensaje que aparecerá y diligenciar algunos datos adicionales, o dar clic en "Finalizar" para completar su denuncia.

Las denuncias ingresadas son canalizadas a las autoridades competentes, así:



Conoce una situación  
**supuestamente ilegal**  
con menor de 18 años



Ingresa a  
**www.teprotejo.org**  
y diligencia formulario de denuncia



www.teprotejo.org  
**Verifica información**



**Es legal**



**Puede ser ilegal**



Es conveniente  
**se archiva**



Puede ser  
**inconveniente**  
Red Papaz  
**comunica a los involucrados**



Ministerio  
**TIC**



Policía  
**Nacional**



Autoridad Nacional  
**de TV**



**ICBF**



## Masificación de Internet

Como actor relevante del sector de las comunicaciones en el país, Movistar participa activamente de las iniciativas Vive Digital y Compartel, del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MinTIC, las cuales buscan que el país de un gran salto tecnológico mediante la masificación de Internet, el acceso a las telecomunicaciones y el desarrollo del ecosistema digital nacional.

El MinTIC, a través del programa social Compartel, diseñó el proyecto "Hogares Digitales" como una estrategia para acortar la brecha digital del país y generar mayores oportunidades a través del uso y el acceso de nuevas tecnologías, para los hogares colombianos de menores ingresos. Como ejecutor de esta iniciativa, Movistar llevó a más de 28.000 familias de estratos 1 y 2 en 38 localidades del país el mejor servicio de Internet banda ancha para acercar sus vidas a la tecnología.

## Campus Party

La cultura digital se construye a partir del diálogo y el debate, de la reciprocidad de recursos y conocimientos, y de la conectividad, acciones que se promueven en espacios como el Campus Party, el mayor evento de intercambio de información y entretenimiento tecnológico del mundo, al cual Movistar le apostó, por quinto año consecutivo, con una inversión superior a los 4 mil millones de pesos.

Desde el punto de vista de infraestructura, Movistar dispuso en esta versión de una red de internet con una capacidad de banda ancha de 6,6 gigabits por segundo, la mayor velocidad ofrecida en un evento en Colombia. Este recurso le proporcionó a los 5.541 campuseros provenientes de todo el país, una velocidad 6.600 veces superior a la de una conexión estándar de 1 Mbps, megabit por segundo, y les permitió intercambiar información de toda clase y descargar, por ejemplo, un video de 1GB en solo 1,5 segundos.

Este evento alcanzó una participación superior en un 42% a la versión del año anterior y fue visto por más de 2 mil personas, quienes estuvieron presentes a través de la conexión remota vía streaming ofrecida también por Movistar.

## Foros de Cultura Digital

Movistar Colombia y Fundación Telefónica realizan Foros a lo largo del año con el fin de abrir el debate sobre la cultura digital y su impacto en la sociedad. En 2012 se realizaron cuatro ciclos de estos foros con expertos de primer nivel, orientados a abrir espacios de discusión sobre el impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones en diferentes ámbitos de la sociedad.

Los foros se realizaron en Expoestatal, en el cual se presentó el futuro de Smart Cities; en el marco de Campus Party, con los temas de legislación y normatividad en las TIC, nuevas conductas sociales, comunicación y acceso a la información y teletrabajo; en Medellín en el marco del Encuentro Internacional de Educación y con los clientes en torno al tema de la Cyberseguridad.

¿Cómo ha cambiado nuestra vida en la era digital?

- ↳ **Oscar Espiritusanto**, periodista y fundador de la página web Periodismo Ciudadano, un observatorio de la participación y el periodismo que promueve las mejores prácticas y el fomento de iniciativas que contribuyan a la generación de nuevos medios de colaboración.
- ↳ **Howard Pheingold**, crítico, ensayista, escritor y profesor de la Universidad de Stanford (California, USA), teórico de las nuevas tecnologías e impulsor de la comunidad on line. Cofundador de la web HotWired en 1994 y autor de numerosos libros, en especial *Multitudes inteligentes*.

Innovación y emprendimiento, las nuevas oportunidades en la red

- ↳ **Salvador Lopez**, consultor, fundador de Negocios en clave de Rock, autor de "ROCKvolución Empresarial: lecciones del mundo de la música para directivos y emprendedores", experto en emprendimiento.
- ↳ **Arian Van de Ven**, experta en tendencias globales y quien ha estado trabajando en la innovación y en proyectos internacionales estratégicos para organizaciones de diferentes países. Su experiencia abarca diversas industrias tecnológicas, del sector público, organizaciones no gubernamentales, moda y lujo.

Ecosistema digital: derechos en la red y prevención del delito

- ↳ **Paloma Llanea**, abogada, auditora de sistemas, experta en seguridad informática. Socia de Razona LegalTech y bloguera en blog: palomallanea.com.
- ↳ **Saskia Sassen**, investigadora social, es considerada una de las cinco máximas autoridades mundiales sobre la sociedad de la información. Desarrolló el concepto de ciudad global y actualmente es especialista en asuntos urbanos, profesora de Sociología en la Universidad de Chicago y profesora invitada en la London School of Economics del Reino Unido.

## Hackaton

Con el firme propósito de frenar la corrupción, se desarrolló con gran éxito la Hackaton, "Hacks contra la corrupción", en Bogotá, los días 6 y 7 de octubre del 2012 en las instalaciones de la Academia Wayra Colombia.

Este evento, organizado por Transparencia por Colombia y RandomHacks of Kindness, con el apoyo de Movistar Colombia, Wayra Colombia, Microsoft, Publik y HubBOG, reunió a más de 30 hackers, desarrolladores, diseñadores, activistas y expertos informáticos, para que plantearan soluciones a dos problemas: cómo hacer veeduría ciudadana a la financiación de la publicidad electoral en las próximas elecciones colombianas del 2014, y cómo hacer seguimiento a las denuncias ciudadanas de casos de corrupción en Guatemala.

En el debate se destacaron tres soluciones: "Ciudadanos.org", una plataforma web que visualiza de manera ágil y simple los reportes oficiales de los candidatos en Cuentas Claras, para generar acciones

de veeduría ciudadana con conexión a redes sociales; "HACGuatin.com", una plataforma que permitirá hacer seguimiento a los casos de corrupción reportados por ciudadanos en el Centro de Asistencia Legal de la ONG Acción Ciudadana Guatemala, y la solución ganadora, la aplicación móvil "Participa", la cual le permitirá a los ciudadanos enviar reportes fotográficos y multimedia sobre publicidad ilegal en elecciones, de acuerdo con los parámetros de la legislación de publicidad exterior visual y las próximas sentencias del Consejo Nacional Electoral, para las elecciones del 2014, sobre el límite de cuñas radiales, vallas, propaganda televisiva y publicidad escrita.

De esta forma, Movistar Colombia y Wayra señalaron otra alternativa que pone la tecnología al servicio de la sociedad, demostrando que en esta revolución digital en la cual vivimos, el compromiso que tienen con el país no es solo el de conectar a las personas, sino de plasmar acciones concretas, que busquen reducir la corrupción, mejorar la transparencia y contribuir a tener soluciones que nos lleven a construir una Colombia mejor.



# Emprendimiento

La transformación permite avanzar, ir más allá de lo establecido o lo vigente y generar innovación, nuevos productos, soluciones, servicios, canales, formas de interactuar y de hacer las cosas. Contribuir a esta dinámica y a la generación de espacios de emprendimiento, guían la decisión corporativa de impulsar Wayra, el modelo de aceleración de proyectos que hacen parte del plan para el desarrollo integral del ecosistema digital.

## Wayra

A través de esta iniciativa, Movistar promueve y acompaña el desarrollo de proyectos productivos de base tecnológica en once países, entre ellos Colombia. Durante el 2012 se realizó la segunda convocatoria local, que registró 985 proyectos, el doble de los inscritos en la primera versión, y de los cuales se seleccionaron diez para cumplir el ciclo en la Academia.

Los proyectos ganadores iniciaron su proceso en mayo del 2012 y permanecieron hasta febrero del 2013, periodo de "aceleración" durante el cual recibieron 190 horas de capacitación dirigidas a reforzar conocimientos y fortalecer sus planes de negocio; 140 de estas horas fueron donadas por colaboradores de Movistar Colombia, quienes, como mentores expertos, compartieron sus experiencias en áreas como estrategia, mercadeo y gestión financiera.

A cada proyecto seleccionado se le establecieron unas metas particulares y, de acuerdo con su cumplimiento, se le entregaron a los emprendedores recursos por concepto de capital semilla, por valor superior a los 1.200 millones de pesos.

Wayra Colombia se destacó como pionera en la incorporación de mejoras en los procesos de selección, aceleración y búsqueda de nuevas rondas de inversión. Para la segunda convocatoria se realizó, junto con la Dirección de Recursos Humanos de Movistar, la definición del perfil del emprendedor Wayra, y a partir de esta se estructuraron las entrevistas personales y los criterios de clasificación. El proceso fue destacado como mejor práctica e incorporado en las demás Academias Wayra del mundo.

La promoción de estas iniciativas emprendedoras requiere mucho de la participación en redes y de la suma de esfuerzos privados y públicos, acciones que fueron lideradas por Wayra Colombia a través de su red de contactos y el respaldo de Movistar Colombia. Como muestra de esta actividad, INNPULSA Colombia, institución del gobierno encargada del apoyo al emprendimiento, escogió cuatro proyectos acelerados por Wayra, para que formaran parte del grupo de diez emprendedores colombianos que fueron presentados ante inversionistas en Nueva York. También apoyó una presentación similar de cuatro emprendedores Wayra en Miami.



Directamente Wayra realizó en mayo del 2012 el primer DemoDay, donde se presentaron los proyectos de la primera convocatoria ante inversionistas nacionales y extranjeros, con el fin de impulsar unas segundas rondas de inversión. Como resultado de esta actividad se lograron inversiones en dos de los proyectos por 540 millones de pesos y una inversión unitaria en otro emprendimiento por US\$1.250.000. Estas cifras posicionaron a la Academia Wayra Colombia como la de mayor valoración de portafolio al cierre del 2012, entre las doce Academias Wayra del mundo.

Espacios especializados en tecnología y emprendimiento también han incluido la presencia de los participantes de Wayra, quienes han compartido su experiencia y sus ideas innovadoras en eventos como el Campus Party o el EMTECH Colombia, organizado por el MIT en la ciudad de Medellín, donde se contó con la presencia de inversionistas nacionales y extranjeros. Así mismo, la revista Semana destacó dos casos de participantes en Wayra, en una publicación especial sobre emprendedores colombianos.

El 12 de diciembre del 2012, en Miami se llevó a cabo el primer DemoDay Global de Wayra, donde se presentaron los proyectos más adelantados de las diferentes academias ante más de 150 inversionistas, acción que validó la propuesta de aceleración ante la comunidad norteamericana de inversionistas.

# Relaciones con nuestros accionistas\_



El sector de las telecomunicaciones es dinámico y ágil, exige que los actores involucrados no solo se adapten a su ritmo, sino que también sean innovadores y generadores de cambio. Para responder a estos retos, Movistar vive un proceso de transformación permanente, que además de involucrar su oferta y servicios, también ha requerido de un fortalecimiento patrimonial, el cual ha permitido contar con una estructura más robusta y mejorar la

competitividad de la organización en el mercado.

Por la participación de la Nación entre los accionistas mayoritarios de la compañía, representada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, este proceso se realizó en varias etapas, lo que garantizó su transparencia, el cumplimiento de la normatividad vigente y la atención de las obligaciones contraídas por la compañía.

Primer semestre 2011	Estudios y análisis de diferentes alternativas de fortalecimiento patrimonial
30 de agosto de 2011	La Nación, representada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y en su calidad de accionista de la Compañía, radicó ante el Congreso de la República un proyecto de ley que 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).
31 de agosto de 2011	La Asamblea de Accionistas acordó avanzar para alcanzar un acuerdo de fortalecimiento patrimonial que permitiera: 1. Garantizar la continuidad de la prestación del servicio a cargo de la sociedad; 2. Atender las obligaciones de la Compañía, incluyendo el pago de la contraprestación prevista a favor del Parapat <sup>15</sup> en el Contrato de Explotación; y, 3. Fortalecer la posición estratégica de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP en el mercado.
14 de diciembre de 2011	Producto del trámite en el Congreso, se aprobó la Ley 1509, con lo que la Nación fue autorizada para participar en la operación.
24 de enero de 2012	Sanción de la Ley 1509.
20 de febrero de 2012	Decreto 402 de 2012 que reglamenta la Ley 1509.
22 de marzo de 2012	Aprobación del Documento Conpes <sup>16</sup> No. 3721, el cual señala los lineamientos que debía seguir la Nación colombiana para concurrir al proceso de fortalecimiento patrimonial al que la autorizaba la Ley 1509.
28 de marzo de 2012	Las Asambleas de Accionistas de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP y Telefónica Móviles Colombia S.A. aprobaron el esquema de fortalecimiento patrimonial, que estaba sujeto a que se perfeccionara la fusión entre ambas compañías, donde Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP fue la sociedad absorbente, de conformidad con las condiciones y parámetros establecidos en el Documento Conpes No. 3721.
24 de abril de 2012	Las Asambleas Generales de Accionistas de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP y Telefónica Móviles Colombia S.A. aprobaron todas las condiciones para la fusión y el Compromiso de Fusión mediante el cual Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP absorbe a Telefónica Móviles Colombia S.A., sociedad que se disuelve.
29 de junio de 2012	Obtenidas todas las autorizaciones gubernamentales se formalizó la fusión por absorción de Telefónica Móviles Colombia S.A. por parte de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP como entidad absorbente, por medio de la Escritura Pública.

15. Consorcio propietario de los activos de telecomunicaciones y gestor de los fondos de pensiones de las compañías que en su origen componían a la antigua Telecom.

16. El Consejo Nacional de Política Económica y Social –Conpes– es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país.



Los objetivos del proceso se han cumplido a través de los siguientes logros:

↳ **Garantizar la continuidad de la prestación del servicio a cargo de la sociedad;**

La fusión ha permitido alcanzar la eficiencia operativa y la adopción de las mejores prácticas en diversos procesos de la operación; en este sentido, se destacan sinergias en todas las áreas de la compañía pero en especial en redes, plataformas, operaciones, comerciales, servicio a clientes, administrativas y en los que existían entre las dos compañías.

En términos financieros, se logró un mejor flujo de caja e indicadores de liquidez y de endeudamiento de la Compañía, se pudo optimizar el perfil crediticio y ampliar la capacidad de endeudamiento. Ante esta nueva situación, se realizó un reperfilamiento de la totalidad de la deuda de la Compañía con los recursos obtenidos en la primera emisión de bonos internacionales de Movistar Colombia, en la cual se colocaron 750 millones de dólares a 10 años y a una tasa del 5,3%.

Este proceso se destacó por obtener la tasa más baja por parte de un emisor corporativo colombiano en los mercados internacionales, tras recibir calificaciones de BB por Standard & Poor's, y BB por Fitch, y por haber generado una demanda de hasta 8 mil millones de dólares.

↳ **Atender las obligaciones de la compañía, incluyendo el pago de la contraprestación prevista a favor del Parapat en el Contrato de Explotación.**

Los accionistas asumieron la responsabilidad de adelantar el fortalecimiento y capitalizar a Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP, con la premisa de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de pago del Contrato de Explotación. En este proceso la Nación asumió el 48% de las obligaciones del Contrato de Explotación y,

a su vez, Telefónica Móviles Colombia, subsidiaria de Telefónica Internacional, asumió el 52% restante.

Adicionalmente, se suscribió un acuerdo con el Parapat para reestructurar las obligaciones de pago de las cuotas de contraprestación, acuerdo que fue formalizado una vez se consolidó la fusión.

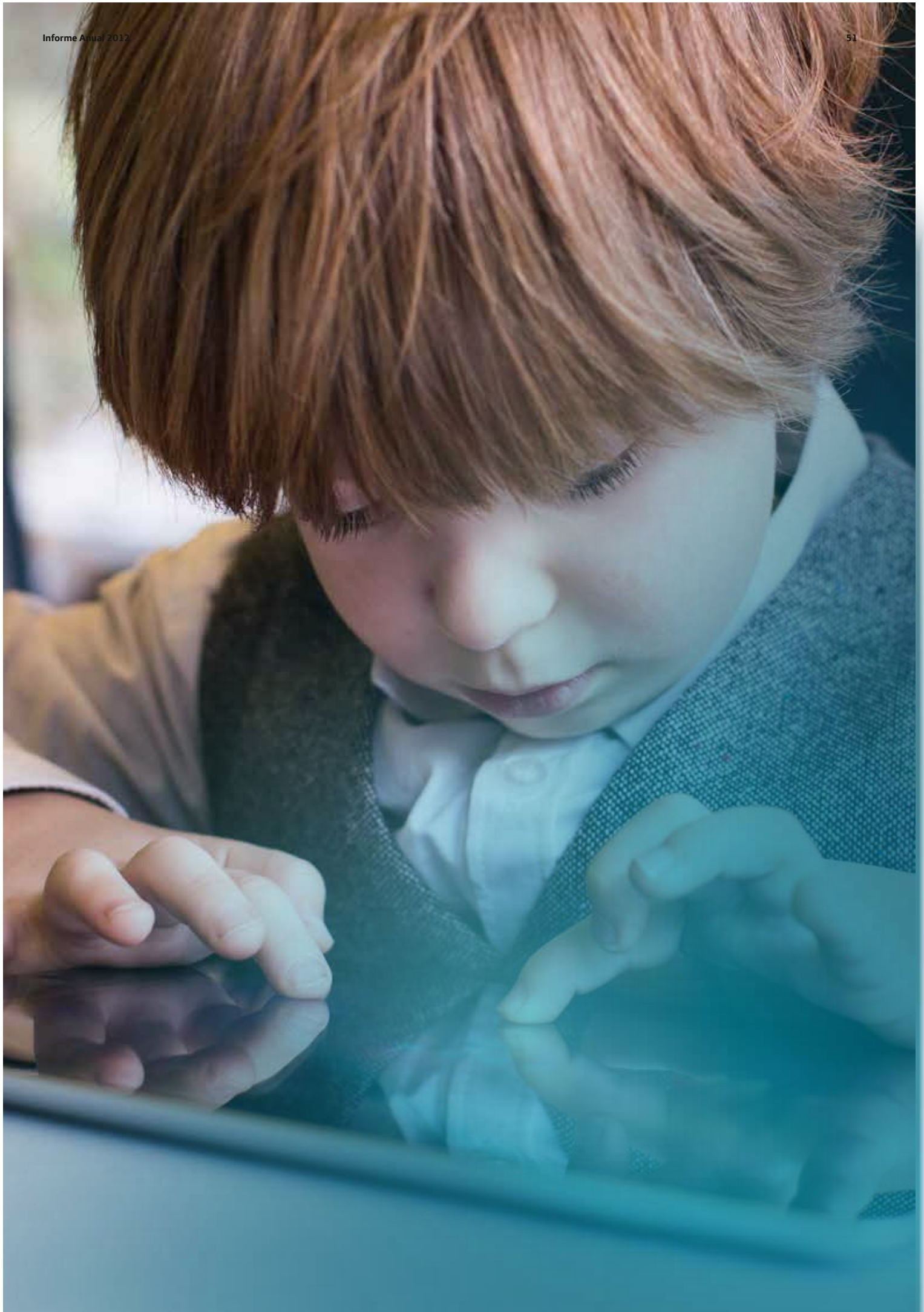
Siguiendo la recomendación dada por el Documento Conpes 3721 del 2012, la compañía firmó un acuerdo de pago con el propósito de regularizar las cuotas de contraprestación del Contrato de Explotación. En virtud de dicho acuerdo, el día 30 de marzo del 2012 fue realizado el pago de 266 mil millones de pesos, y el 30 de septiembre se pagaron más de 123 mil millones, correspondientes a la segunda cuota semestral.

↳ **Fortalecer la posición estratégica de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP en el mercado**

La estructura integrada ha generado grandes beneficios financieros, operativos y de posición competitiva, los cuales se espera potencializar a corto y mediano plazo. Esta unificación consolida a la sociedad como la primera compañía de telecomunicaciones de Colombia con un portafolio convergente, fijo-móvil, comercializados con la marca única Movistar, y como el segundo operador de telecomunicaciones más grande del país, con una participación del 20,2% de los ingresos del sector, que ascendieron en julio 31 –un mes después de formalizada la fusión– a más de dos mil millones de pesos.

Estos logros son solo el comienzo de una etapa convergente de servicios y soluciones, abren un espectro cada vez más amplio de opciones de comunicación para los colombianos y, así como se viven en la organización, ofrecen un panorama de transformación y evolución permanentes, que contribuyen a la competitividad del país y a su mayor participación en el escenario internacional.





# Principales Indicadores de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad

Indicadores GRI y Principios del Pacto Mundial	Unidades	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Impacto Económico</b>						
Ingresos Telefónica Colombia	Millones de pesos	5,926,000	5,520,000	5,453,843	5,459,513	8,187,876*
Inversión en innovación tecnológica	Millones de pesos	537,356	484,112	348,058	441,347	607,202
Pagos a Administraciones Públicas	Millones de pesos	827,812	759,000	827,534	933,978	1,295,415**
Pagos a empleados	Millones de pesos	328,325	331,000	330,388	324,221	318,386
Inversiones en infraestructuras	Millones de pesos	1,328,567	920,000	838,802	1,040,586	811,661
Volúmen compras adjudicadas	Millones de pesos	3,070,593	2,152,786	2,731,137	2,678,195	2,778,960***
* Incluye emisión de bonos 2012						
** Incluye Administraciones públicas y contraprestación						
*** Incluye Opex y Capex						
<b>Impacto Social</b>						
Total inversión social	Millones de pesos	12,185	14,182	22,991	23,989	23,082
Beneficiarios de Proniño	Número de niños beneficiados	12,634	17,652	19,454	23,468	33,319
<b>Derechos Humanos</b>						
Principios 1-2						
Empleados formados en los Principios de Actuación	Porcentaje (%)	94.5	93.67	99.6	96	89.7*
Índice de satisfacción cliente fija	Unidades	6.68	7.21	7.65	7.75	-
Índice de satisfacción cliente Movistar		7.47	8.08	7.78	7.87	7.76**
Número de proveedores auditados bajo criterios de RC	Unidades	7	15	17	8	10
* Formados online						
** Medición fija y móvil						
<b>Estándares Laborales</b>						
Principios 3-6						
Número total de empleados*	Unidades	4,886	6,348	4,925	4,203	3,411
Horas de formación por empleado	Horas	105	85	195	31,67	29,99
Mujeres	Porcentaje (%)	42%	49%	29%	42,8%	42,86%
Mujeres directivas	Porcentaje (%)	1%	25%	24%	19,6%	23,25%
Número de personas con discapacidad		6	14	3	2	1
<b>Medio Ambiente</b>						
Principios 7-9						
Estudios de impacto ambiental	Unidades	248	292	375	320	183
Mediciones de ruido	Unidades	167	192	319	64	207
Mediciones campos electromagnéticos	Unidades	15	36	32	45	32

Indicadores GRI y Principios del Pacto Mundial	Unidades	2008	2009	2010	2011	2012
Formación ambiental a empleados	Horas hombre	6,851	3,234	3,638	19,552	6,627
Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos	Miles de pesos	34,464	49,400	52,071	66,150	55,885
Inversión adecuaciones impacto acústico	Miles de pesos	1,779,505	505,745	236,211	204,976	94,159
Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de red	Miles de pesos	-	7,372	780	-	73,225
Inversión adecuaciones impacto visual	Miles de pesos	538,592	505,745	895,892	420,610	20,536
Total consumo papel blanco (incluido facturas)	Kilogramos	413,161	409,573	404,842	332,246	291,000
Total consumo papel reciclado (incluido facturas)	Kilogramos	9,535	11,238	10,996	10,100	-
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	817	797	549	296	358
Consumo eléctrico edificios oficina	MWh	6,011	30,392	30,695	29,275	22,254
Consumo eléctrico en operaciones	MWh	146,165	222,101	224,502	218,688	235,706
Consumo de agua	Miles de litros	276,924	213,186	162,059	181,699	164,238
CO <sub>2</sub> totales *	Toneladas CO <sub>2</sub>	40,783	47,155	50,321	53,390	55,744
CO <sub>2</sub> emisiones directas	Toneladas	9,581	8,204	8,795	9,019	9,655
CO <sub>2</sub> emisiones indirectas (electricidad)	Toneladas	36,059	37,777	38,181	43,576	45,333
CO <sub>2</sub> emisiones indirectas (procedentes de viajes)	Toneladas	1,581	1,173	3,344	795	756

\* Datos de energía y emisiones 2012 en proceso de verificación.

#### Residuos

Residuos de papel y cartón	Kilogramos	35,716	34,017	77,084	68,353	38,600
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica	Kilogramos	135,044	146,847	217,773	785,249	270,381
Residuos de baterías	Kilogramos	348,722	110,625	118,902	531,519	29,222
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)	Kilogramos	93,039	3,300	654	51,444	66,962
Residuos de aceites	Litros	n.d	21,369	20,094	18,393	1,465
Reutilización de equipos	Unidades	n.d	1,146	-	1,159	-
Derrames combustible	Unidades	13	23	17	8	8
Volumen combustible derramado	Litros	3,406	7,223	1,753	2,371	1,110

#### Anticorrupción

##### Principio 10

Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación*	Unidades	n.d	3	7	5	2
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación **	Unidades	n.d	19	37	12	21

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

\*\* Parámetros de cálculo Telefónica Colombia

# Comunicación de Progreso

## 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 el índice de Satisfacción de Clientes en 2012 fue de 7,76 puntos para Movistar Colombia.
- El índice de reclamaciones se ubicó en 4,11% para los servicios fijos y 0,16% para los servicios móviles.

### Principio 2

- En 2012 se adjudicaron 1.5 billones de pesos a proveedores locales.
- 10 empresas aliadas realizan programa Rumbo Pymes.

### Principio 3

- Movistar Colombia se ubicó como la tercera mejor empresa para trabajar del país, en el estudio del Great Place to Work Institute

### Principio 4

- Los colaboradores de la compañía calificaron el ambiente laboral con un índice promedio del 90,2, en el marco del estudio Great Place to Work.
- Movistar Colombia presentó en 2012 el programa UNO "Creado para todos pensado para uno", una oferta de beneficios que permiten la conciliación.

### Principio 5

- La Fundación Telefónica Colombia brindó atención directa a 113.253 niños, niñas y adolescentes beneficiarios de Fundación Telefónica Colombia.
- La Fundación Telefónica habilita aplicación *Aquí estoy* para denunciar en tiempo real trabajo infantil.

### Principio 6

- Telefónica Colombia generó más de 24.000 empleos, 3.411 directos y 21.010 indirectos.
- Se realizaron 102.324 horas de formación.

### Principio 7

- Los Sistemas de Gestión Ambiental de Telefónica Movistar fueron re-certificados bajo el estándar internacional de la norma ISO 14001 de 2004. En el negocio Móvil cuenta con certificación de AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación) y el negocio Fijo de Bureau Veritas.

### Principio 8

- El consumo de papel se redujo en un 25% frente a 2011.
- Se realizaron 8 auditorías en medio ambiente aplicadas a las compañías contratistas con mayor impacto en este tema.

### Principio 9

- El consumo de energía se redujo un 24% en las oficinas y aumentó un 8% en los edificios de operación, con respecto al año 2011.

### Principio 10

- Las mediciones del indicador de clima ético en las diferentes áreas de la Compañía tuvieron un resultado de favorabilidad del 95% en cuanto a la percepción ética y responsable de Movistar.
- 10 empresas aliadas realizan programa Rumbo Pymes.

## Estándares Laborales

## Medio Ambiente

## Anticorrupción



Telefónica-Movistar Colombia, obtuvo un lugar sobresaliente entre las 22 empresas de servicios públicos que participaron voluntariamente en la "Medición de Políticas y Mecanismos de Transparencia" promovida por la Corporación Transparencia por Colombia, al obtener 15 puntos porcentuales por encima de la media del sector de telecomunicaciones.

En 2012 Movistar Colombia recibió el premio Broadband Traffic Management por la mejor implementación de un sistema de tarifas de datos por funcionalidad en 2011.

## Indicadores GRI equivalentes

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telefónica Colombia consolidó su posición como el operador de banda ancha fija con mayor capilaridad en el país, al llegar con este servicio al 83,6% de la población nacional.</li> <li>• Levantamiento del mapa de riesgos en Derechos Humanos cumpliendo con el principio de debida diligencia y el deber de respeto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>PR8</b> Valor monetario de las multas por incumplimientos de las normativas de privacidad de datos. 56,670,000 COP</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La compañía aplicó a sus proveedores 68 auditorías administrativas (incluyen temas en materia laboral) y 10 en responsabilidad corporativa.</li> <li>• El 81% de los 646 proveedores son locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>HR2</b> Principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. 10</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>LA4</b> Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. NA</li> </ul>
<p>entre la vida laboral y personal y la integración y socialización entre las áreas de trabajo, a través de siete principios de acción, para los cuales se han definido diferentes actividades, que son realizadas de manera periódica y ofrecidas a la totalidad de colaboradores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>LA7</b> Salud y seguridad en el trabajo <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de absentismo 1.631,21 unidades</li> <li>• Enfermedades profesionales 2</li> <li>• Días perdidos 7055</li> <li>• Número de víctimas mortales 0</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 55% de los colaboradores de la planta de la compañía hace parte de la red de voluntarios y quienes donaron 17.280 horas en 2012.</li> <li>• Creación de la Guía para la Evaluación de Riesgos de Mano de Obra Infantil en las actividades empresariales. Aplicación del piloto en Movistar Colombia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>HR6</b> Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. 33.319 Beneficiarios del programa Proniño</li> <li>• 3.817 Reportes en <i>Aquí estoy</i></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>HR4</b> Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas. 0</li> <li>• <b>LA13</b> Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de mujeres en la plantilla 43%</li> <li>• Número de mujeres directivas 23%</li> <li>• Número de personas con discapacidad 1</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5068 personas de la Compañía se capacitaron en diferentes temas ambientales completando 6.122 horas hombre de formación, de éstas 6.106 se impartieron de forma presencial y 16 de forma virtual.</li> <li>• Igualmente se realizaron capacitaciones para Proveedores Aliados, formando a 193 personas impartiendo 505 horas hombre de formación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EN30</b> Desglose pro tipo del total de gastos e inversiones ambientales. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos 55,885 miles de pesos</li> <li>• Inversión adecuaciones impacto acústico 94,159 miles de pesos</li> <li>• Inversión adecuaciones impacto visual 20,536 miles de pesos</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telefónica Movistar entregó 66.000 kilos de residuos eléctricos y electrónicos, recolectados entre sus usuarios, a operadores especializados en reciclaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EN1</b> Materiales usados por peso o volumen. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Total consumo papel blanco (Incluido facturas) 291.000 Kg</li> <li>• Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina) 358 Miles de litros</li> <li>• Consumo de agua 164,238 Miles de litros</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 53% de los clientes de Telefónica Movistar utilizan factura electrónica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EN4</b> Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo eléctrico edificios oficina 22,254 MWh</li> <li>• Consumo eléctrico en operaciones 235,706 MWh</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En 2012 se relanzó la campaña de reportes de conflicto de interés, con una nueva política que amplió su alcance y desde la cual se gestionaron 2.464 reportes relacionados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>HR3</b> Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos. 89,7% de los empleados fueron formados en 2012 en los Principios de Actuación de Telefónica Colombia.</li> <li>• <b>SO3</b> Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización. 10 Aliados formados en Rumbo Pymes.</li> </ul>



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 DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA DE MOVISTAR COLOMBIA 2012

A la Presidencia de Movistar 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 de Sostenibilidad Corporativa de Movistar Colombia 2012 (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 Movistar Colombia para la elaboración del Informe está definido en el apartado "Acerca del informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Presidencia de Movistar Colombia, quien también es responsable 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 que se aplicaron 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 Movistar Colombia, así como a la Dirección de diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe adjunto, 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 Movistar 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 Movistar Colombia.
2. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Movistar 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 de Sostenibilidad Corporativa de Movistar Colombia 2012, 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 de Sostenibilidad Corporativa de Movistar Colombia 2012, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados", 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 "Diálogos con grupos de interés" 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 "Diálogos con grupos de interés".
  - ✓ **Capacidad de Respuesta:** Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, que se reflejan en el capítulo "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 2012 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 2012 Movistar Colombia ha realizado una matriz de asuntos relevantes que integra siete aspectos claves para el diálogo con los grupos de interés. Nuestra recomendación es establecer estrategias y objetivos sobre los asuntos identificados.

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

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

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con las diferentes dimensiones incluidas en el Informe:

##### 1) **Dimensión económica:**

Durante el año 2012 se ha consolidado la unificación de los servicios de telefonía fija y móvil bajo la marca Movistar, tanto en las aéreas de atención al cliente como en la oferta de tarifas y servicios. Además, se ha mejorado la información relativa a las quejas y reclamaciones. Se ha continuado con la implantación del programa "Aliados", manteniendo el programa de auditorías a los proveedores. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a los plazos de pago y a los proveedores.

##### 2) **Dimensión ambiental:**

Durante el año 2012, se ha trabajado en el despliegue responsable de la red, así como en la ecoeficiencia, en especial en los consumos de energía en oficinas. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a los indicadores asociados a la gestión de residuos.

##### 3) **Dimensión social:**

Durante el año 2012 Movistar Colombia ha continuado trabajando en su compromiso con la sociedad, a través de programas como "Aquí estoy" y "Te protejo", haciendo un esfuerzo por concienciar a sus empleados en los cambios originados por la unificación de las operaciones bajo la marca Movistar, tal como se refleja en la obtención de reconocimientos como el "Best Place to Work". Nuestra recomendación es establecer métodos para medir el impacto de los proyectos de "Inclusión digital" y ampliar la información referente a diversos aspectos de seguridad y salud, compensación y diversidad.

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

ERNST & YOUNG, S.L.

Ana Mª Prieto González  
Socia  
Madrid 28 de junio de 2013



AA1000  
Licensed Assurance Provider  
000-59

