



2009

Informe Anual
de Responsabilidad
Corporativa
Telefónica Colombia

*transparencia
e integridad*
para transformar el futuro

Telefónica

Telefónica Colombia en el 2009

Nuestra Visión

"Queremos ser la mayor empresa global de comunicación del mundo digital".

Telefónica en Colombia

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

¡En el 2009... inspiramos el progreso!



- Movilizar 5,5 billones de pesos en la economía colombiana nos permitió ser motor de desarrollo tecnológico, económico y social, aportando cerca del 1,1% al PIB colombiano.
- Cerramos con un total de 11.163.300 clientes, que depositaron su confianza en nosotros para suplir sus necesidades de comunicación. Prestamos servicios de telefonía fija a 1,63 millones de clientes, servicios móviles a 8,6 millones, Internet banda ancha a más de 420.000 y servicios de televisión a más de 127.000 suscriptores.
- Adecuamos nuestro portafolio de productos y servicios a los perfiles de consumo de nuestros clientes, entendiendo sus particularidades y sus necesidades. Así, las personas, los microempresarios y las pequeñas, medianas y grandes empresas cuentan hoy por hoy con soluciones integrales de comunicación, que les permiten estar conectados con el mundo.
- Estuvimos presentes con nuestros productos y servicios en más del 80% del territorio nacional.
- 2'040.000 usuarios únicos disfrutaron de los contenidos exclusivos de nuestro portal Terra Networks.
- Más de 20.800 personas trabajaron con nosotros en la construcción de este gran proyecto de comunicación para el país.
- Adjudicamos 2,7 billones de pesos a 1.092 proveedores, de los cuales el 86% son empresas colombianas.
- 17.652 niñas, niños y adolescentes están en un aula de clase, gracias al aporte del programa Proniño, de la Fundación Telefónica, y su compromiso con la educación y la erradicación del trabajo infantil; a través del programa Educared, cerca de 44.500 personas entre estudiantes y docentes, cuentan hoy con una oferta formativa de calidad.



Nuestros Principios de Actuación

Los Principios de Actuación definen la manera como desarrollamos nuestra actividad, y sobre esta base construimos nuestra reputación, nos hacemos merecedores de la confianza de nuestros grupos de interés y maximizamos el valor a largo plazo para todos aquellos con quienes interactuamos.

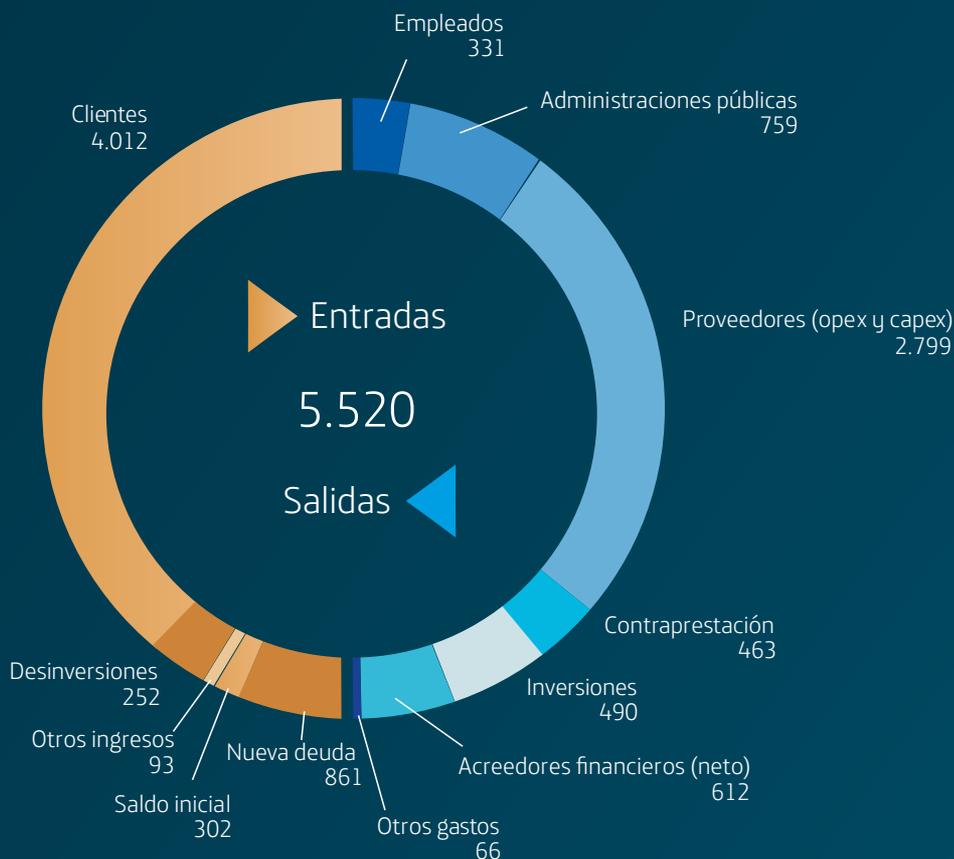
- Honestidad y confianza
- Respeto por la Ley
- Integridad
- Derechos humanos



Motor de progreso

Telefónica movilizó la economía nacional al generar recursos por 5,5 billones de pesos, con un aporte estimado al PIB colombiano de 1,1%.

En el 2009, Telefónica percibió entradas de sus clientes por más de 4 billones de pesos. Estos ingresos permitieron gestionar pagos por 331.000 millones de pesos a sus empleados, 759.000 millones a las administraciones públicas y más de 2,7 billones de pesos a sus proveedores. Asimismo, como socio estratégico de la nación, Telefónica Telecom giró al Estado colombiano recursos por más de 460.000 millones de pesos, sin perjuicio alguno de sus demás responsabilidades contributivas y accionarias.



Cifras en miles de millones de pesos colombianos

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

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

Acerca del Informe

Telefónica Colombia presenta, por cuarto año consecutivo, su informe de responsabilidad corporativa (RC),

Este nuevo enfoque del ejercicio de rendición de cuentas tiene por objetivo identificar la forma en la cual la Compañía responde a los retos planteados por el Pacto Mundial.

Telefónica Colombia presenta por cuarto año consecutivo, su informe de responsabilidad corporativa (RC), documento que sigue los lineamientos establecidos en la Guía G3 del Global Reporting Initiative y los parámetros de la norma AA 1000 AS del *Institute of Social and Ethical Accountability*, y además las principales características de la gestión de la Compañía, desde la perspectiva de los diez principios del Pacto Mundial.

En este informe Telefónica Colombia se ha planteado un nuevo enfoque del ejercicio de rendición de cuentas, el cual tiene por objetivo identificar la forma en la cual la Compañía responde a los retos planteados por los diez principios del Pacto Mundial, en materia de respeto y promoción de los derechos humanos, aplicación de los estándares laborales, protección del medio ambiente y lucha en contra de la corrupción.

El tercer capítulo del documento ha sido estructurado en diez apartados, que corresponden a cada uno de los principios del Pacto Mundial y en los cuales se describen los hechos más relevantes de la actividad de la Compañía durante el 2009, así como los avances y logros de las acciones implementadas en las áreas económica, social y ambiental, con el objetivo de presentar la Comunicación de Progreso de Telefónica Colombia.

Cada principio del Pacto Mundial es el marco bajo el cual se presentan las cifras que responden a los indicadores del GRI y las acciones con las cuales Telefónica Colombia contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

El proceso de elaboración de este informe se inició con un ejercicio de diálogo con los grupos de interés. A través de las sesiones realizadas en Neiva, Valledupar, Cúcuta, Medellín, Cali y Bogotá, los representantes de las audiencias más significativas para la Compañía presentaron sus inquietudes, sugerencias y expectativas frente a los temas de mayor interés, información a partir de la cual se construyó la matriz de asuntos materiales y se

definió el direccionamiento estratégico para dar respuesta a los mismos.

Los resultados del ejercicio de diálogos fueron socializados al Comité de Principios de Actuación de la Compañía e incluidos en el plan estratégico de responsabilidad corporativa de la Organización.

El informe fue elaborado por la firma consultora externa Constructores de Responsabilidad y Ética Organizacional, -CREO-, bajo supervisión del área de responsabilidad corporativa de Telefónica Colombia y fue verificado en conjunto con las áreas involucradas, por la firma auditora Ernst & Young, la cual como auditor externo del Grupo, otorgó la certificación de tercero independiente con categoría A+ de acuerdo con la Guía G3 de la GRI.



Alcance

El informe de responsabilidad corporativa de Telefónica Colombia 2009 incluye los hitos más importantes del desempeño económico, social y ambiental de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar, y algunos de los logros más destacables de Terra Networks, Fundación Telefónica Colombia y Atento Colombia.

Conjunto de requerimientos comunes y comparables



Derechos humanos

Principios 1 - 2

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Estándares laborales

Principios 3 - 6

3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Medio ambiente

Principios 7 - 9

7. Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción

Principio 10

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

2009

Informe Anual
de Responsabilidad Corporativa
Telefónica Colombia

*transparencia
e integridad*
para transformar el futuro

Telefonica

Sumario

01	Cartas de los Presidentes	03
02	Estrategia de Responsabilidad Corporativa	06
03	Principios del Pacto Mundial	08
04	Análisis de Materialidad	32
05	Indicadores Clave	34
06	Verificación Independiente	36

Más información en:
www.telefonica.com.co/rc09

01

Cartas de los Presidentes

Es un placer para mí dirigirme a ustedes un año más, con el objetivo de presentarles el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica. Este informe tiene un doble objetivo: ser transparentes ante todos los grupos de interés y poner en valor la integridad de nuestra gestión. En Telefónica sabemos que una gestión íntegra y transparente es pieza clave para construir confianza en cualquier institución.

El balance de 2009, cuyos resultados se presentan en este informe, puede calificarse como muy positivo para Telefónica por tres motivos. El primero de ellos ha sido el reconocimiento de nuestra Compañía como líder sectorial de la industria de las Telecomunicaciones en el prestigioso índice *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI).

El segundo motivo por el que calificamos este ejercicio como positivo, ha sido la decisión tomada de innovar en nuestro modelo de reporte en Responsabilidad Corporativa. Este año, coincidiendo con el décimo aniversario del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que Telefónica se adhirió en el 2002, hemos querido dar un paso más tratando de ofrecer a la comunidad empresarial un modelo de reporte comparable, relevante y capaz de conjugar las demandas locales con las exigencias de las iniciativas globales (Pacto Mundial y *Global Reporting Initiative*), y de los índices de inversión responsable (DJSI y FTSE4Good).

Por ello, el esquema de reporte que hoy les presento se ha estructurado en tres bloques. El primero de ellos (y que se plasma en este documento impreso) tiene como objetivo rendir cuentas de nuestro comportamiento responsable como compañía global, y permitirá la comparación de Telefónica con cualquier otra multinacional, sea cual sea su sector de actividad. Para ello, hemos tomado como referencia los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los criterios e indicadores de medida que ofrece el *Global Reporting Initiative* (GRI). Este documento será homogéneo en todos los países en los que opera la Compañía. El segundo nivel de reporte está basado fundamentalmente en los temas relevantes para el sector de las telecomunicaciones (disponible en www.telefonica.com/rc09) temas como la responsabilidad en la cadena de suministro, la seguridad y protección de los menores, la inclusión digital o la eficiencia energética. Estos temas se han identificado como relevantes por medio de grupos de trabajo globales con todos los actores claves, a través de *Global e-Sustainability Initiative*, (GeSI) una asociación que integra a todo el sector. El tercer, y último nivel,



reconoce las inquietudes locales y su decisión corresponde a cada uno de los países en los que operamos.

Para terminar, el tercer motivo por el que el 2009 ha sido un año positivo en Responsabilidad Corporativa hay que encontrarlo en el Programa Bravo!, programa de transformación con el que Telefónica se ha dotado para situarse en el 2012 como la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital. En este programa se han fijado prioridades estratégicas e iniciativas clave en torno a cuatro pilares: foco en el cliente, una oferta integral como proveedor de servicios, nuevas plataformas que impulsen un modelo operativo transformador y eficiente, y una cultura común, que genere confianza en las sociedades en las que opera la Compañía. Y es precisamente en este último eje donde nuestro compromiso responsable con las comunidades cobra todo su valor.

Una vez más reitero mi agradecimiento a todos aquellos que, cada día, se acercan a Telefónica. Ustedes son quienes dan sentido a nuestro trabajo porque cada día nos hacen dar lo mejor de nosotros mismos.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica S.A.

01

Cartas de los Presidentes



El Grupo Telefónica, como aliado estratégico de los países en los que opera, quiere contribuir a mejorar la vida de las personas y a facilitar el desarrollo de los negocios mediante las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Este rol implica asumir responsabilidades relacionadas con el progreso y el desarrollo de las comunidades y con la administración de los impactos de nuestra operación en todos los ámbitos del desempeño sostenible. En este sentido, en Telefónica estamos orgullosos de liderar el *Dow Jones Sustainability Index* del sector de las Telecomunicaciones.

Los pilares sobre los que se ha construido la política de sostenibilidad del Grupo Telefónica son "los Principios de Actuación", los cuales precisan nuestro compromiso corporativo y constituyen las normas básicas que conforman una gestión responsable en todos los ámbitos de nuestra actividad. De ellos se desprenden políticas y normativas comunes para toda la Organización, que abordan asuntos tan importantes como la protección de la privacidad de nuestros clientes, la protección de los menores, las compras responsables a la cadena de proveedores, la política publicitaria y la política de protección del medio ambiente.

En este contexto como marco de acción, y ratificando nuestro compromiso con el Pacto Mundial, Telefónica Colombia presenta los principales hitos del ejercicio 2009 y señala los retos y oportunidades de mejora desde la perspectiva de los diez principios del Pacto Mundial y de los criterios propuestos por John Ruggie, Representante Especial del Secretario General de las Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y Empresas Transnacionales.

El equipo humano de Telefónica Colombia es consciente del reto que representa este propósito y se esfuerza a diario por respetar la confianza que han depositado en la Compañía los más de once millones de clientes que durante el 2009 eligieron comunicarse a través de nuestras plataformas e infraestructuras tecnológicas. Para lograrlo, la Compañía ha lanzado un programa corporativo, Bravo!, el cual marcará las pautas de actuación para los próximos años en torno a los valores de crecimiento, transparencia y sostenibilidad.

Para responder satisfactoriamente a las necesidades de los clientes, la Compañía cuenta con más de 23.000 empleados, quienes son respetados y apoyados mediante la generación de

Telefónica Colombia presenta su contribución al progreso del país, al respeto a los derechos humanos, la protección del medio ambiente *y la transparencia*

ambientes adecuados de trabajo, condiciones equitativas de desarrollo, espacios de comunicación y crecimiento personal y profesional, así como opciones de formación y bienestar, que fortalecen su compromiso con la Compañía y su orgullo de pertenecer a Telefónica Colombia.

En el propósito corporativo de aportar al progreso del país, la relación de la Compañía con sus proveedores y contratistas, caracterizada por condiciones imparciales de negociación y confianza entre las partes, es la evidencia del compromiso de Telefónica con la competitividad y la productividad de la empresa colombiana. El 86% de los proveedores de la Compañía son locales y, en esta primera etapa, aquellos que son partícipes de la cadena de valor de los clientes cuentan con nuestro acompañamiento en la implementación de prácticas socialmente responsables en el interior de sus organizaciones.

En relación con la comunidad, nuestra Compañía privilegia tanto el respeto al derecho a las comunicaciones, garantizando servicios de calidad soportados por una infraestructura robusta y de vanguardia, como el derecho al desarrollo de los colombianos, generando estrategias para superar las barreras geográficas y económicas que dificultan el uso de las TIC.

Asimismo, Telefónica promueve los derechos de la infancia, pues la acción social de la Fundación Telefónica se despliega en más de 40 municipios, y beneficia a más de 60.000 niñas, niños, jóvenes y docentes con programas que contribuyen a la erradicación del trabajo infantil y que salvaguardan su derecho a la educación y al desarrollo adecuado de su personalidad.

La capacidad innovadora y creativa del Grupo Telefónica está puesta al servicio del cuidado y protección del medio ambiente, a través del desarrollo de tecnologías que aporten a la reducción de consumos de recursos no renovables tanto de la Empresa como de los clientes; de procesos que minimicen el impacto de las operaciones de la Compañía, y de buenas prácticas que sean susceptibles de adoptar por parte de proveedores y contratistas, todas orientadas a preservar el derecho a un ambiente sano.

Nuestro reto es transformar la vida de los colombianos por medio del aporte a la construcción de una sociedad más incluyente, más equitativa, que genere oportunidades de crecimiento y desarrollo, lo cual exige responder al desafío de la excelencia y la mejora continua de nuestros procesos, de la motivación y la



satisfacción de nuestros empleados y de la construcción de relaciones de confianza con nuestros grupos de interés, con base en la integridad y la transparencia.

Presentamos los resultados de este propósito y del esfuerzo de los miembros del equipo Telefónica, quienes trabajamos cada día inspirados por nuestro espíritu de progreso.

José María Álvarez Pallete
Presidente Telefónica Latinoamérica

Alfonso Gómez Palacio
Presidente Ejecutivo
Telefónica Colombia

02

Estrategia de Responsabilidad Corporativa



La nueva visión de Telefónica, "ser la mayor compañía global de comunicaciones del mundo digital", ha llevado a la Compañía a diseñar un plan estratégico de transformación, el cual será la guía para los próximos tres años: Bravo!

Mediante cuatro ejes de actuación: clientes, oferta, plataformas y cultura, la Compañía se encamina hacia la mejor empresa del mundo digital. Esta transformación se inicia en el cliente como centro de todo, a quien se le brinda la mejor propuesta de valor; se implementa a través de las plataformas, entendidas como las redes, los sistemas y procesos, y se evidencia en la cultura con profesionales altamente motivados e ilusionados, y atendiendo a las sociedades donde Telefónica opera.

La reputación y la responsabilidad corporativa se enmarcan dentro del gran capítulo de cultura, el cual, y como la misma palabra lo dice, supone un reto gigantesco en el afianzamiento de las relaciones con los grupos de interés para crear escenarios de confianza, donde un solo equipo comprometido, una marca emocional integradora y un compromiso fehaciente con la sociedad, sean el valor diferencial para garantizar la sostenibilidad de Telefónica a largo plazo.

Marco de trabajo

La responsabilidad corporativa para Telefónica Colombia se define desde el plan estratégico como una herramienta de generación de valor, que con base en la integridad y la transparencia, asegura la gestión sostenible de las operaciones, y le permite a Telefónica construir relaciones de confianza con todos aquellos grupos o personas con los que interactúa. En pocas palabras, la responsabilidad corporativa contribuye a incrementar la legitimidad de Telefónica.

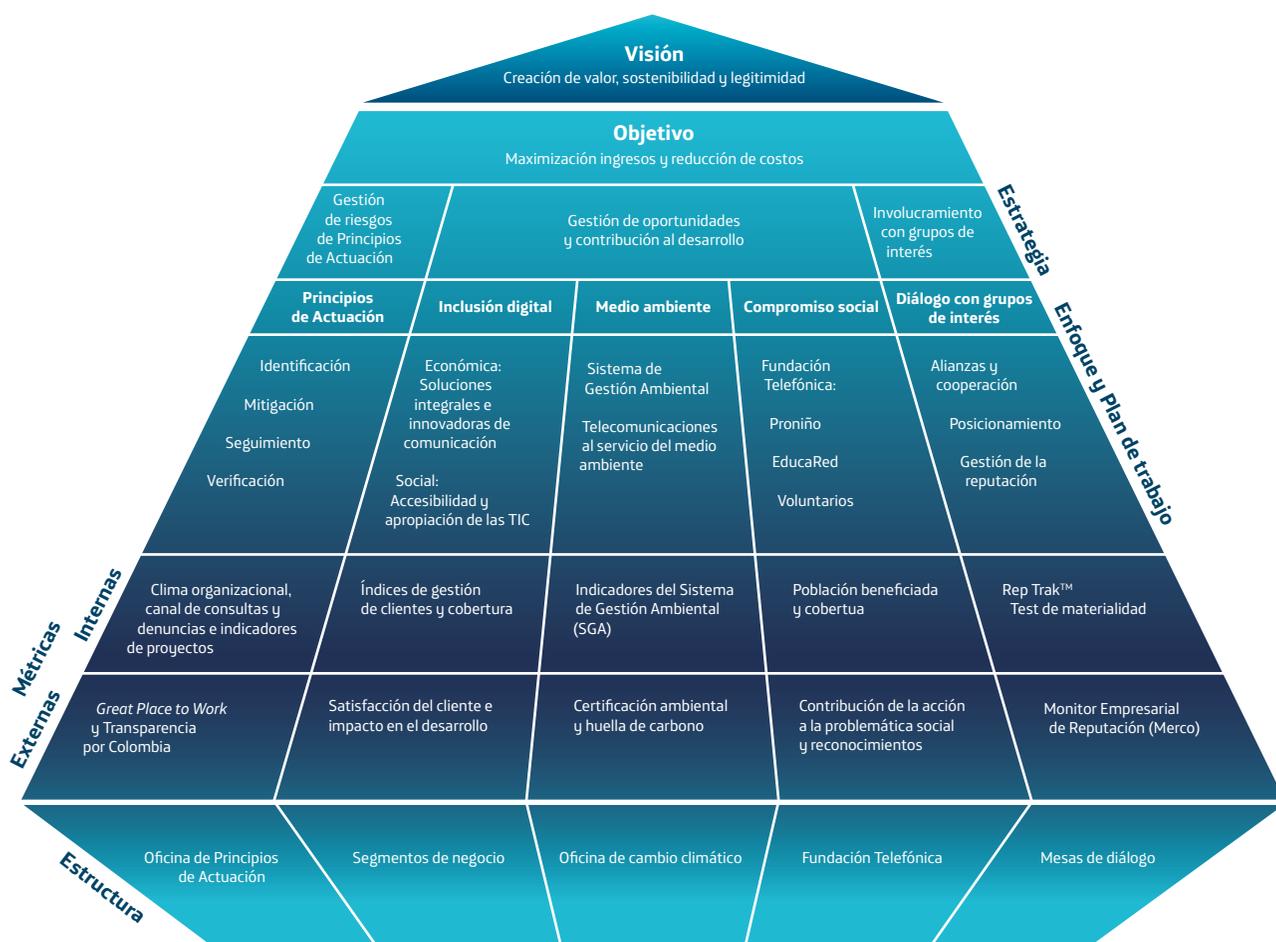
El trabajo se focaliza en tres frentes de acción:

1. Gestión oportuna para minimizar el impacto de los asuntos asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación de Telefónica, identificando, priorizando, cuantificando y evaluando su impacto en la reputación y en la estrategia de negocio. Teniendo en cuenta que los Principios de Actuación son el código de conducta del cual emanan las políticas y el esquema normativo que asegura la gestión responsable, el cumplimiento de los mismos se constituye en una salvaguarda para la operación de la Compañía.

Con base en la integridad y la transparencia, Telefónica Colombia busca generar valor para sus grupos de interés

2. Gestión de oportunidades, con el fin de maximizar los impactos positivos de las operaciones de Telefónica y con el objetivo claro de contribuir al desarrollo. Bajo este precepto, se han definido tres líneas de trabajo: proteger el medio ambiente, promover iniciativas de comunicación incluyente para contribuir a cerrar las brechas de acceso a las TIC, y potenciar el compromiso social a través de la Fundación Telefónica.
3. Compromiso de construir con los grupos de interés relaciones de confianza, a través de un diálogo y una comunicación coherente y transparente, la cual permite, por un lado, la alineación de las expectativas de los grupos de interés con los de la Compañía y, por otro, contribuir al posicionamiento de Telefónica.

Esquema estratégico de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica



Principio 1 del Pacto Mundial

“Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”.

“Respetaremos los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo”.

Principios de Actuación de Telefónica

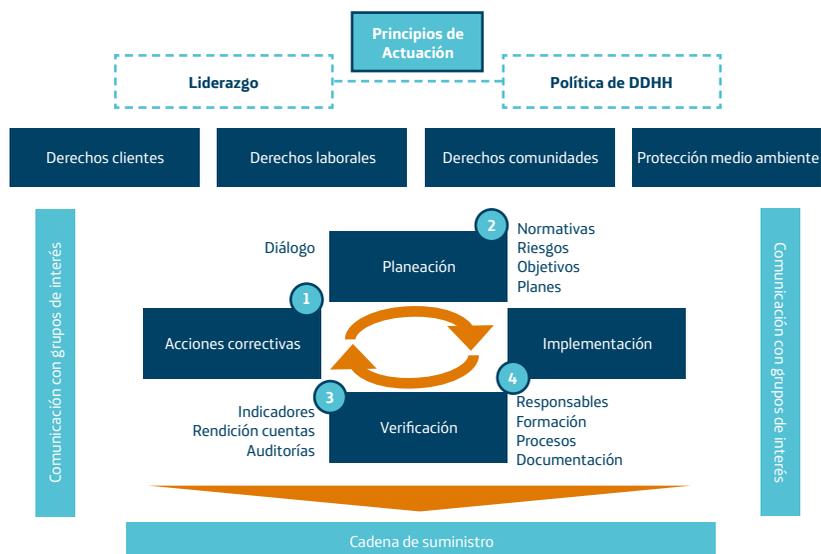
Desde el 2008, de manera global, el Grupo Telefónica ha hecho explícito su compromiso con los derechos humanos mediante su participación en la iniciativa “Derechos Humanos: una llamada a la Acción”, promovida por el *Global Reporting Initiative* (GRI), el Pacto Mundial y *The Ethical Globalization Initiative*. Teniendo en cuenta que la Empresa es un actor que influye y afecta los entornos donde hace presencia, esta iniciativa busca motivar a las organizaciones a reportar las acciones concretas que han implementado, con el objetivo de integrar la protección de los derechos humanos a su gestión empresarial.

El Grupo Telefónica ha respondido a este propósito con los Principios de Actuación. Una declaración de aquellos lineamientos éticos de los cuales se desprende el esquema normativo que guía las actividades de los empleados, proveedores y contratistas. Con base en sus cuatro Principios de Actuación,

honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad y derechos humanos, Telefónica Colombia asume el compromiso de realizar sus actividades empresariales con pleno reconocimiento de la dignidad humana y el respeto de los derechos de sus grupos de interés.

En el 2009, Telefónica Colombia desarrolló un análisis exhaustivo del modelo de gestión de los derechos humanos a desarrollar, con el fin de determinar su rol frente a la protección de los mismos en el contexto nacional; esto significa, potenciar las oportunidades y las buenas prácticas, e identificar y diseñar planes de acción para afrontar las vulnerabilidades. A partir de este análisis, la Compañía precisó sus ejes de acción sobre un sistema de gestión con base en el deber del respeto: absteniéndose de vulnerar los derechos humanos y administrando eficientemente cualquier impacto que se pueda generar en el desarrollo de su operación.

Sistema de Gestión de Derechos Humanos



La inversión en infraestructuras tecnológicas para la prestación de servicios ascendió a un billón *de pesos*

El cliente como sujeto de derechos para Telefónica Colombia

Para Telefónica Colombia, los clientes son la motivación y la razón que sustenta su compromiso con el progreso; garantizar su acceso a servicios y productos de calidad orienta el esfuerzo de todos aquellos que trabajan con Telefónica para desarrollar estrategias que satisfagan sus necesidades de comunicación y poder ofrecerle a cada cliente la mejor propuesta de valor. Esto abarca aspectos técnicos, comerciales, compromisos de servicio, garantía de cumplimiento de las promesas que la Compañía hace a sus clientes y el reto de tener las soluciones más innovadoras utilizando nuevas tecnologías.

Plataformas de calidad

La renovación continua de las plataformas tecnológicas de Telefónica Colombia garantiza servicios con altos estándares de calidad, tanto en telefonía móvil como en telefonía fija, transmisión de datos, banda ancha y televisión, buscando suplir, con respuestas innovadoras y de vanguardia, las necesidades de un entorno cada vez más competitivo y de unos clientes cada vez más exigentes.

Con este objetivo, Telefónica Movistar mantuvo una disponibilidad de sus redes en un 99,97%, nivel que le permitió destacarse por su calidad operativa en el mercado de las comunicaciones.

Asimismo, Telefónica Telecom realizó acciones de reposición de red en localidades con bajos indicadores de calidad e implementó nuevos procesos en el ciclo de instalación, reparación y asignación de citas para revisiones. Estas acciones le permitieron garantizar el cumplimiento de los plazos de respuesta en la atención de fallas técnicas.

Los clientes

La excelencia técnica y de servicios que proporciona Telefónica Colombia le permitieron finalizar el año 2009 con más de once millones de clientes, a quienes prestó servicios de voz, conectividad y transmisión de datos; soluciones integrales de comunicación diseñadas por Telefónica Colombia, para responder a los perfiles de consumo de sus clientes con tecnologías de vanguardia, conectividad de alta capacidad y un espíritu incluyente, que busca facilitar el acceso a las tecnologías y contribuir al progreso económico y social.

Telefónica Movistar reformuló las propuestas de valor en todos los segmentos del negocio, lo cual le permitió aumentar la activación de líneas en el 2009 y comunicar más clientes en modalidad postpago. En prepago, Telefónica Movistar inició una estrategia de fidelización y reconocimiento a los clientes habituales, acción que dio como resultado un ejercicio de depuración que le permitió a la Compañía establecer una nueva base de clientes, compuesta por usuarios que realizan recargas efectivas de su saldo.

El año 2009 representó para Telefónica Telecom un importante periodo de crecimiento en servicios de banda ancha, con los cuales suministró conectividad de alta velocidad a más de 420.000 clientes. La Compañía proporcionó los mejores contenidos de televisión a 127.200 suscriptores, quienes disfrutaron de tecnología de vanguardia de imagen digital, y adelantó un programa de depuración de las líneas de telefonía fija, el cual presentó al cierre del 2009 una base de líneas activas de 1.639.800.

Indicadores Global Reporting Initiative*

PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Índice satisfacción cliente	Unidades	6,92	7,17	7,72

PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad.

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Valor monetario multas por incumplimiento de las normativas de privacidad de datos	Pesos	0	0	0**

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

** Telefónica Colombia no ha sido multada por incidentes de esta clase

"Protegeremos la confidencialidad de la información de la compañía que nos ha sido confiada, así como la relativa a clientes, accionistas, empleados o proveedores".

Derecho a la intimidad, privacidad y *habeas data*

Telefónica Colombia es consciente de la enorme responsabilidad que supone la confianza que los clientes han depositado en la Compañía al entregarle su información personal. Con el objetivo de proteger el derecho a la intimidad y la privacidad de los datos de sus clientes, la Empresa implementó acciones para proteger su integridad y confiabilidad, minimizar incidentes en el servicio por ataques masivos de virus, fugas de información, y fomentar el uso adecuado de las TIC.

Durante el 2009, la Compañía realizó capacitaciones sobre la nueva ley de *habeas data* en Colombia y sobre el código de protección de datos, actividades dirigidas a los empleados que tienen acceso a bases de datos.

Adicionalmente, Telefónica Colombia monitorea y sanciona comportamientos internos irregulares, e implementa mecanismos de control y denuncia ante el aparato judicial colombiano en relación con aquellas prácticas indebidas tipificadas como delitos o irregularidades, con el ánimo de que sean sancionadas a través del sistema penal.



Con estas acciones, Telefónica Colombia contribuye a alcanzar el Objetivo de Desarrollo del Milenio No. 8: **Fomentar una asociación mundial para el desarrollo**

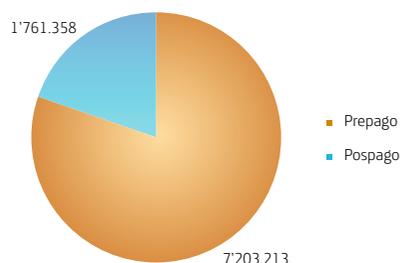
Cientes Telefónica Colombia

En Colombia, once millones de clientes confiaron en los servicios de comunicaciones integrales de Telefónica Colombia durante el 2009.

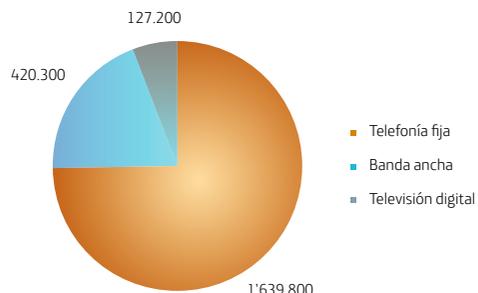
Cientes 2009

Empresa	Número de Clientes	
	2008	2009
Telefónica Telecom	2'835.000	2'187.300
Telefónica Movistar	9'963.095	8'964.571

Cientes Telefónica Movistar 2009



Cientes Telefónica Telecom 2009



Los clientes en el centro de todo

"El Cliente como Centro de Todo" significa inspiración y desafío para el equipo humano de la Compañía.

Ubicar al cliente en el centro de Telefónica Colombia significa más que proveer para él servicios de calidad y productos innovadores; su satisfacción implica dedicación, esfuerzo y una nueva mentalidad orientada a transformar su vida, a despertar no solo su satisfacción sino también su fidelidad, y a invitarlo a construir juntos un futuro común.

Telefónica Telecom unificó los parámetros de contacto en todos los puntos de atención, adelantando una campaña de motivación para incrementar el uso de canal telefónico y ajustando el modelo de atención en el *call center*, con la aplicación de categorías de atención por segmentos, por cliente y por ubicación.

Centros de Experiencia



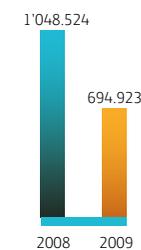
Con una inversión de 940 millones por cada punto y con el objetivo de transformar la relación entre la Compañía y sus clientes, Telefónica Movistar abrió en el 2009, 19 nuevos Centros de Experiencia en 14 ciudades del país. Las nuevas oficinas alcanzaron un promedio de atención mensual de 6.300 clientes, de los cuales el 86% fueron atendidos antes de los 15 minutos de permanencia en la oficina y el 81% obtuvo una solución efectiva en su primera visita.

Adicionalmente, en los Centros de Experiencia los usuarios reciben atención completa y ágil para responder a sus solicitudes de servicio técnico y comercial. En el 2009 se abrió el primer Centro Convergente de Experiencia, en la isla de San Andrés, como la nueva expresión de la cultura de servicio de Telefónica Colombia, la mejor forma de proporcionar soluciones integrales de comunicación a sus clientes y unir todos los beneficios de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar en un solo lugar.

Estas acciones, así como el refuerzo del equipo de atención, le permitieron a Telefónica Telecom disminuir el número de reclamos en la gestión comercial, así como los tiempos de espera y de atención en los puntos presenciales en todo el país. La estrategia de la Compañía también permitió incrementar el número de soluciones en el primer contacto, reducir la frecuencia de reiteración de solicitudes y disminuir en un 33% las reclamaciones.

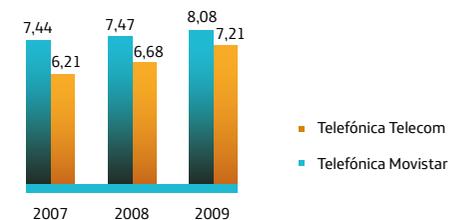
Por otro lado, la optimización de procesos de gran impacto en la operación le permitió a Telefónica Movistar reducir el número de reclamos de 1.500 a 644 por millón de clientes y recortar el tiempo de respuesta en las reclamaciones escritas, que pasó de quince a tres días. En este período, la Compañía también alcanzó más de un millón de transacciones de autogestión por medios virtuales, con un 50% de incremento mensual, superando así la meta del 44% impuesta para el año.

Reclamaciones Telefónica Colombia



La ejecución de estas acciones y el empeño que el equipo humano de la Compañía ha puesto en su adecuada implementación, se reflejan en los índices de satisfacción de los clientes, los cuales se incrementaron en el 2009, siguiendo la positiva evolución registrada en los últimos tres años de actividades de Telefónica Colombia.

Satisfacción clientes



Las comunidades como sujeto de derechos para Telefónica Colombia

Como uno de los principales operadores mundiales de telecomunicaciones, el Grupo Telefónica trabaja por fomentar el desarrollo económico y social de las comunidades donde opera, disminuyendo las brechas digitales, incrementando el uso responsable de las TIC y poniendo su infraestructura al servicio del progreso y de la construcción de sociedades más equitativas.

Con este objetivo, la Compañía aporta el despliegue de su infraestructura de vanguardia para telefonía móvil, fija e Internet de banda ancha, esfuerzo que en la era de la conectividad se traduce necesariamente en plataformas de competitividad y productividad para el país.

Más colombianos conectados

La decisión de Telefónica Colombia de proporcionar conectividad a zonas del país en donde ningún otro operador de tele-

comunicaciones está presente, implica importantes esfuerzos técnicos, humanos y de presupuesto, así como el diseño de nuevas estrategias para instalar, actualizar y operar las redes de voz, datos y televisión digital.

Telefónica Movistar amplió durante el 2009 la cobertura de su red GSM, *Global System for Mobile Communication*, a 103 municipios nuevos; así llegó a 926 localidades y al 80,07% de la población nacional. El despliegue de la red UMTS, *Universal Mobile Telecommunications System*, alcanzó en el año 148 cabeceras municipales nuevas, con lo cual logró un cubrimiento del 59,72% de la población nacional. Actualmente la red GSM cubre 12.832 Km de carretera, y la red UMTS, 2.976 Km.

El compromiso de Telefónica Telecom con los colombianos exige eficiencia y calidad en los servicios, por lo cual la Compañía se concentró en el 2009 en culminar la actualización de su infraestructura con redes de nueva generación –NGN clase 5– y en ampliar su plataforma de banda ancha a 200 municipios del país. Este esfuerzo técnico garantiza la sustentación de las conexiones no solo de voz, sino también de datos y televisión, cumpliendo así la promesa de servicios integrales de telecomunicaciones, que la Compañía ofrece en la mayoría del territorio nacional gracias a su presencia en 950 municipios.

Productos y servicios para todos

Como aliado para el desarrollo del país, Telefónica les permite a sus clientes especializarse en las actividades propias de su negocio, al brindarles una oferta de servicios de tecnología que redundan en su eficiencia y productividad.

En el 2009, Telefónica Colombia desarrolló soluciones tecnológicas y servicios integrales de comunicación para los sectores público y privado. Como su aliado en el soporte de comunicaciones, Telefónica Colombia diseñó el servicio de integración fijo-móvil para la Fiscalía General de la Nación, con el objetivo de conectar a más de mil investigadores del Cuerpo Técnico de Investigación –CTI–, y proporcionarles un acceso en línea, robusto y confiable, a la red de comunicaciones del Sistema Penal Oral Acusatorio. Gracias a la solución desarrollada por la Compañía, un fiscal puede hoy, mediante un dispositivo móvil, reducir el tiempo de trámite de una investigación y acusación, que normalmente le tomaba tres días, a un día.

Asimismo, Telefónica Colombia se consolidó en el 2009, como el aliado estratégico de comunicaciones para la Policía Nacional. Mediante la provisión de telefonía pública local y nacional y telefonía corporativa con plantas IP, la Compañía administra la red privada de datos y radio de la Policía, la cual conecta, mediante un centro de cómputo alterno, a más de 85 comandos de estación que se encuentran en zonas apartadas del país. Las líneas celulares de todos los funcionarios de nivel administrativo, sus computadores portátiles conectados a las bases de datos de la Policía vía celular, y los dispositivos móviles de ubicación vehicular con conexión GPS en las patrullas, son ejemplo de los servicios que Telefónica Colombia ofrece para agilizar la entrega de información y facilitar la toma de decisiones en cualquier lugar del país, permitiendo a la Policía aumentar su cobertura y la presencia efectiva en zonas urbanas y rurales.

Telefónica Colombia también desarrolló para Ecopetrol, la Empresa Colombiana de Petróleos, servicios especializados de *net-*

Alianza Telefónica – Drummond, por la calidad educativa

La Fundación Telefónica Colombia estableció un convenio de cooperación con la compañía Drummond, para desarrollar la implementación de aulas educativas virtuales en tres instituciones ubicadas en los departamentos del César y de Magdalena, con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de la enseñanza que reciben los niños de la zona.

working y telefonía IP (*Internet Protocol*) para sus sedes en todo el país, así como los suministros y el soporte necesarios para la infraestructura de IT (*Information Technology*) y telecomunicaciones de la empresa.

El sector privado también se ha beneficiado de las innovaciones generadas por la Compañía, así como de su infraestructura y tecnología de vanguardia. Telefónica es el aliado estratégico para las comunicaciones en Colombia de la minera estadounidense Drummond, empresa a la cual la Compañía le suministra servicios de conectividad para toda su red de datos, sobre una robusta red MPLS (*Multiprotocol Label Switching*) y una importante capacidad de salida a Internet, así como servicios de voz fija, incluyendo toda su LDI (Larga Distancia Internacional) y servicios de voz y datos móviles, para aproximadamente 600 usuarios.

Para las pequeñas y medianas empresas Telefónica Colombia diseñó soluciones integrales de conectividad, que registraron un crecimiento del 28% en puestos de trabajo informáticos y del 48% en puestos de voz. Estas soluciones representaron para las pymes un acceso productivo a la tecnología y la apropiación de herramientas de comunicación que incrementan su competitividad.

Desarrollo de las pymes

La Compañía, en asocio con el programa de Publicidad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, lideró el proyecto Empresario Pymedia, el cual promueve la implementación de tecnologías de la comunicación y la información entre las pequeñas y medianas empresas del país y las asesora para su inserción en el mundo digital. A través de esta iniciativa, los estudiantes en práctica de la Universidad Jorge Tadeo Lozano hicieron posible que las 200 empresas participantes contaran con la creación de una estrategia de comunicación integral soportada con medios *online* y páginas *Web* para sus negocios, mientras Telefónica, además de proporcionarles conexión a Internet, les otorgaba beneficios como cuentas de correo, dominios para sus *websites* y centros de seguridad entre otros.

Principio 2 del Pacto Mundial

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

Telefónica vela por el respeto y la protección de los derechos humanos, a través de la transferencia de buenas prácticas de gestión a su cadena de suministro.

El propósito del Grupo Telefónica, de contribuir a la productividad y el progreso del país, está enmarcado en su compromiso con el respeto a los derechos de sus grupos de interés, lo cual exige no solo una autoevaluación constante de las actividades internas de la Empresa, sino también un acompañamiento permanente en las relaciones con sus contratistas y proveedores.

Éste se desarrolla en dos dimensiones: por un lado, garantizando la igualdad de condiciones a los participantes en los procesos de compras de la Empresa, y por el otro, exhortando a estas organizaciones a implementar prácticas socialmente responsables.

Igualdad de oportunidades, transparencia y confianza

El Grupo Telefónica entiende a sus proveedores como aliados fundamentales en el desarrollo de su actividad; establece con ellos relaciones sinérgicas y de beneficio común, no solo para la consecución de los resultados propios del negocio, sino también para participar y contribuir al desarrollo y la competitividad del país.

Transparencia en los procesos

Para garantizar que los procesos de compras en los que participan los proveedores de Telefónica se gestionen de manera res-

ponsable, la Compañía ha dispuesto los siguientes principios de negociación:

- Concurrencia e igualdad de oportunidades
- Transparencia en el proceso y en la toma de decisiones
- Objetividad y unanimidad en las decisiones de adjudicación
- Vocación de servicio hacia los clientes internos y externos
- Cumplimiento mutuo de los compromisos con proveedores

Con el fin de asegurar el cumplimiento de estos principios y garantizar un proceso más eficiente en la petición y recepción de ofertas, Telefónica Colombia negoció más de 2,3 billones de pesos a través del comercio electrónico.

No obstante, Telefónica Colombia ha entendido que la promoción y el respeto de los derechos humanos es un trabajo que se inicia desde el momento en el que un tercero solicita ingresar a la base de proveedores de la Empresa, pasando por el proceso de participación, adjudicación y contratación y ejecución, hasta la fase misma de finalización de las actividades. Consciente de ello, la Compañía se ha propuesto ir más allá del cumplimiento mismo del contrato, generando diferentes mecanismos de intervención a sus contratistas para transferir y compartir buenas prácticas de gestión.

De los 1.092 proveedores adjudicatarios, 249 se clasificaron como proveedores especiales, por el suministro de fuerza labo-

Indicadores Global Reporting Initiative*

HR2 Porcentaje de los principales proveedores que han sido evaluados en Derechos Humanos

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Número de proveedores evaluados bajo criterios de RC	Unidades	45	254	249
Número de proveedores auditados bajo criterios de RC	Unidades	No aplica	7	15

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

En el 2009, Telefónica Colombia adjudicó 2,8 billones de pesos a 1.092 proveedores, manteniendo por tercer año consecutivo su porcentaje de adjudicatarios locales en niveles *superiores al 85%*

ral y por tener a su cargo la ejecución de actividades que impactan directamente en la cadena de valor del negocio. Con ellos la Compañía adelantó un programa de quince auditorías, en las cuales verificó el cumplimiento de los estándares laborales, medioambientales y éticos establecidos por el Grupo Telefónica.

Los hallazgos de dichas auditorías pusieron de manifiesto que, aunque queda un camino importante por recorrer en cuanto a la implantación de códigos de ética, en términos de seguridad, salud y cumplimiento de la legislación medioambiental, se han presentado importantes avances.

Gestión de Aliados

El Programa Aliados incide de forma directa en la satisfacción de los clientes porque está dirigido a los contratistas, quienes administran la mayoría de los contactos que Telefónica Colombia mantiene con sus clientes. Por esta razón, y teniendo en cuenta que Telefónica genera aproximadamente 17.000 em-

pleos indirectos a través de sus empresas aliadas, en el 2009 se desarrolló un programa dirigido a ellos, con el gran objetivo de poder garantizar el cumplimiento de los estándares socio-laborales, fortalecer su aprendizaje y desarrollo en la gestión del recurso humano, y promover buenas prácticas de administración, que permitan alcanzar los acuerdos de servicio que la Compañía ha establecido.

"Gestión de Aliados" evalúa y acompaña los procesos de tercerización, brinda herramientas adecuadas para la ejecución de los contratos, realiza seguimiento a la gestión de los contratistas, fomenta programas de capacitación y desarrollo para ellos y los encargados de los contratos, y fortalece un canal de comunicación permanente.

Como objetivos para el periodo 2010-11, Telefónica se ha propuesto consolidar el Modelo Sostenible de "Aliados" en Colombia, para evolucionar del vínculo contractual al vínculo emocional, lo que finalmente redundará en la satisfacción de los clientes.



"Requeriremos a nuestros proveedores que desarrollen su negocio aplicando principios similares a los señalados en estos principios y les exigiremos el cumplimiento de la Ley y la regulación existente en cada país".

Acompañamiento a los Aliados



En el 2009, la Compañía continuó transfiriendo buenas prácticas a sus aliados por medio de la Norma de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro.

Telefónica Colombia desarrolló tres talleres de responsabilidad corporativa para sus principales aliados con el fin de darles a conocer el plan estratégico de la Compañía, los Principios de Actuación y las prácticas de gestión responsable que Telefónica Colombia implementa con sus diferentes grupos de interés. A la fecha, 98 aliados han sido partícipes de este proceso, en el cual han manifestado que dichos ejercicios son un valor agregado para la construcción de relaciones de confianza y a largo plazo.

Para el 2010 se prevé ampliar el objetivo, garantizando un compromiso de nuestros aliados en cuatro frentes:

- Erradicar cualquier forma de trabajo infantil.
- Erradicar el trabajo forzado.
- Cumplir la Ley en materia medioambiental.
- No permitir condiciones laborales que pongan en riesgo la vida de los trabajadores.



Con estas acciones, Telefónica Colombia contribuye a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio No. 4: **Reducir la mortalidad infantil** y No. 8: **Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.**

03

Principio 3 del Pacto Mundial

“Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.

Acompañamiento a los Aliados



Mediante este programa, el Grupo Telefónica trabaja con sus proveedores para garantizar el cumplimiento de los estándares socio-laborales y fomentar el desarrollo de sus organizaciones, en los aspectos de selección y formación de personal, compensación y mejora de clima.

En 2009, los principales logros del Programa fueron:

- Telefónica Telecom empezó a hacer exigible el Registro Único de Contratistas, con el fin de profesionalizar el trabajo de los aliados y garantizar operaciones de alto desempeño en seguridad ocupacional y medio ambiente.
- En Telefónica Movistar, más de 4.300 personas que trabajan con las empresas aliadas y que tienen contacto con los clientes vivieron diferentes procesos de transformación cultural, para convertir a los clientes en fans de la Compañía.
- Telefónica Telecom y Telefónica Movistar desarrollaron diferentes portafolios de formación virtual los cuales capacitaron a más de 3.200 personas.
- En el 2009 se realizaron más de 165 auditorías internas a proveedores, para verificar el nivel de cumplimiento de los estándares sociolaborales que exige Telefónica.

A través de una comunicación abierta y transparente, un modelo de liderazgo y una compensación justa, Telefónica reconoce los derechos de sus empleados.

Como parte de su compromiso con el progreso de Colombia, el Grupo Telefónica ofrece opciones de empleo que impactan positivamente en la productividad del país y en la calidad de vida de los colombianos. Telefónica reconoce a sus colaboradores como sujetos de derechos, no solo dignificando su labor sino asumiendo un compromiso fehaciente con el diálogo y la transparencia de sus relaciones.

De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Política de Colombia en su artículo 39, Telefónica manifestó ante el FTSE4Good¹ que no existen restricciones de ninguna índole para que sus empleados ejerzan el derecho a pertenecer a la organización sindical de su elección.

La Compañía garantiza el diálogo permanente sobre aquellos asuntos organizacionales significativos, define las estrategias de negocio y planifica de manera conjunta con los colaboradores y sus representantes tanto las metas de negocio como sus aportes a la contribución de las mismas.

La comunicación como gran atributo de la cultura de Telefónica

Los procesos de comunicación de Telefónica le dan prelación a la interacción entre los colaboradores y los diferentes líderes de la Compañía mediante la creación de espacios de encuentro cara a cara, que favorecen el diálogo. Asimismo, Telefónica Colombia dispone de diferentes espacios virtuales, que les permiten a los empleados participar tanto en la divulgación como en la generación de contenidos.

De los programas más destacados de la estrategia de comunicación y diálogo se encuentran:

- Teleconferencias bimestrales. Los Presidentes de la Compañía se reúnen con todo el personal de la Empresa, para compartir retos, logros, cambios importantes en la Organización y premiar el cumplimiento de metas comerciales y el desempeño de los empleados más destacados.

Indicadores Global Reporting Initiative*

LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Empleados con convenio negociado	Porcentaje	No aplica	No aplica	No aplica

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

¹ Por sus siglas en inglés, Financial Times Stock Exchange. El Grupo FTSE es líder mundial en la creación, cálculo, administración y gestión de índices, entre los que se destaca la serie FTSE Global Equity, que incluye índices reconocidos mundialmente, como el índice FTSE All World y la serie FTSE4Good.

“Ofreceremos a nuestros empleados una compensación justa y adecuada al mercado laboral en el que desarrollamos nuestras operaciones”

- “Hablemos con nuestro Presidente” y “Café con el Presidente”. Con estos programas los Presidentes de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar, informalmente se reúnen con grupos de colaboradores de todos los niveles y de todo el país, para tratar temas de interés personal, del equipo y de la Organización.
- Comunicación en cascada. Con el objetivo de incrementar los niveles de confianza en la dirección de la Compañía y alinear a los equipos de trabajo en torno a los objetivos del negocio se promueve el flujo de información a través de la denominada comunicación en cascada. A partir de la reunión de seguimiento que realizan los directivos, en la cual se revisa el cumplimiento de las metas del negocio, de los planes estratégicos, el estado de la cultura organizacional y el compromiso social de la Empresa, entre otros asuntos, se generan espacios de diálogo, en los cuales los líderes comparten las principales conclusiones y lineamientos acordados con todos los miembros de la Organización. El papel de los directivos y su compromiso con la multiplicación de la información son fundamentales para el desarrollo de esta metodología, que marca una diferencia importante en el estilo de gestión de Telefónica Movistar y Telefónica Telecom.

Un modelo de liderazgo ejemplar

Consciente del rol que desempeñan los líderes de la Organización en la gestión adecuada del talento humano, el Grupo Telefónica ha desarrollado un modelo de liderazgo con base en la cercanía, la comunicación y la retroalimentación constante.

Dicho modelo ha impulsado el desarrollo de competencias de dirección requeridas para la consolidación de equipos de alto desempeño. De esta forma, el 100% de los líderes de la Organización, nombrados hasta el mes de agosto del 2009, cursaron los módulos de liderazgo, programa de reflexión, sensibilización e introducción, y el diplomado en gestión de personas, desarrollado en conjunto con la Universidad de La Sabana y la Universidad Javeriana.

En Telefónica Movistar, más de 300 miembros de la Organización participaron en la definición de la declaración de liderazgo, la cual estableció cinco aspectos principales:

1. Liderazgo personal
2. Trabajo conjunto con otras áreas
3. Espacios de comunicación
4. Generación de confianza a través del empoderamiento
5. Desarrollo de la gente

Una compensación justa y competitiva

Los temas salariales en Telefónica son atendidos bajo un modelo de compensación que supone tres principios: asegurar la equidad en cargos con similar responsabilidad, garantizar la competitividad para atraer el mejor talento humano requerido y reconocer el desempeño como criterio para la gestión diferenciada de la compensación.

A partir de los resultados de las evaluaciones a los empleados, analizados bajo los criterios anteriormente definidos, se determinan los bonos por resultados y los incrementos anuales salariales. Dichas variables corresponden al grado de cumplimiento de los objetivos y a la forma en la cual los empleados han respondido al reto operacional del negocio y a las metas estratégicas definidas en cada una de las áreas de la Organización. Estos aspectos se comunican al inicio del año y se revisan en las retroalimentaciones periódicas que los colaboradores reciben de sus líderes, y mediante las cuales se identifica el avance y el grado de cumplimiento de los objetivos.



“Respetaremos el derecho de nuestros empleados de pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleraremos ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participen en actividades sindicales”.

Los empleados de Telefónica hablan con el Presidente



“Hablemos con nuestro Presidente me pareció un espacio muy agradable en el cual tuve la oportunidad de aprender mucho sobre la Compañía. También me di cuenta de lo importantes que somos para Telefónica Colombia, porque somos su base, y a través de nuestro contacto directo con

el cliente solucionamos sus inconvenientes y respondemos a sus necesidades”.

José Miguel Otálora, *call center*, Atento.



“Es gratificante conocer personalmente a nuestro Presidente. Él escuchó atentamente nuestras inquietudes y sugerencias, en un espacio agradable de conversación. Estos espacios y su actitud reflejan una imagen de serenidad, confianza y fortaleza. Reitero mi agradecimiento a nuestro Presidente por dedicar un buen tiempo a escucharnos”.

Diana Marcela Muñoz, *Ejecutiva Pyme Directo*, Telefónica Movistar.



Con estas acciones, Telefónica Colombia contribuye a alcanzar el Objetivo de Desarrollo del Milenio No. 1: **Erradicar la pobreza extrema.**

Principio 4 del Pacto Mundial

“Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”.

El Modelo de Directivos 360 Grados

Este modelo de liderazgo permite evaluar las competencias del equipo directivo de la Empresa, proporcionar un plan de desarrollo propio y garantizar un proceso dinámico y permanente, que hace evidente el éxito de los directivos en el trabajo y su aporte al crecimiento del Grupo Telefónica.

El Modelo de Directivos 360 Grados, ha sido diseñado en función de la estrategia de la Compañía y contribuye a la adquisición de nuevas capacidades por parte de los directivos, las cuales les permiten desarrollar a los líderes de la Telefónica del mañana. Este es un modelo aspiracional, que se caracteriza por ser exigente y por establecer claramente los comportamientos deseados en el perfil de nuestros líderes.

Modelo de liderazgo



La “Promesa Empleado” sustenta la relación del Grupo Telefónica con sus colaboradores, garantizando la implementación de acciones que ofrecen un ambiente de trabajo adecuado y que facilitan el desarrollo de sus labores en un entorno que promueve su bienestar.

Trabajando por el bienestar de todos los empleados

Con el propósito de impactar positivamente en la calidad de vida de sus empleados, Telefónica Colombia ha implementado iniciativas orientadas a equilibrar las actividades laborales y familiares de sus equipos de trabajo y a garantizar para ellos entornos seguros, estimulando entre sus empleados, directos e indirectos, la adopción de hábitos saludables de vida y la generación de ambientes cordiales de colaboración.

El esparcimiento, la actividad física, el descanso y los espacios de tiempo con la familia y los amigos hacen parte fundamental del desarrollo personal y son promovidos por la Compañía a través del programa de gestión del clima organizacional y sus diferentes iniciativas, entre ellas:

- “Beneficios que te llegan al corazón”. Esta iniciativa presenta las opciones y privilegios que Telefónica Colombia pone a disposición de sus empleados, con el objetivo de fomentar el balance entre la vida laboral y personal. La

tiquetera incluye entre otras alternativas, “Paquete de vacaciones”, “Viernes o sábado flexible” y “Día de cumpleaños libre”.

- Oficina en Movimiento. Mediante un sistema de organización laboral flexible y productiva, esta iniciativa les ofrece a los empleados la posibilidad de trabajar desde la casa, previo acuerdo con el jefe, con el fin de focalizar responsabilidades e incrementar los niveles de rendimiento. Actualmente, 461 empleados laboran bajo la modalidad de teletrabajo.
- Momentos Telefónica. Bajo este nombre la Compañía agrupa las iniciativas de bienestar que tienen por objetivo fortalecer los vínculos personales de los empleados directos e indirectos, con sus compañeros de trabajo, con la Empresa y con sus familiares y amigos.
 - Área Deportiva: tradicionalmente la Compañía desarrolla las olimpiadas deportivas, con el propósito de promover la integración entre las diferentes dependencias y Empresas del Grupo en Colombia.

Indicadores Global Reporting Initiative*

LA7 Tasa de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2009	
		Telefónica Movistar	Telefónica Telecom
Tasa de incidencia de accidentes	Porcentaje	16,8%	1%
Nº de enfermedades profesionales	Unidades	0	3
Jornadas perdidas por accidentes	Unidades	166	4.523
Tasa de absentismo	Unidades	4.989	1.588
Tasa de fallecimientos	Porcentaje	0	0

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

En el 2009 el índice de clima y compromiso laboral mejoró **7 puntos**

- En el 2009 se inauguró el Centro de Bienestar y Capacitación, un espacio que Telefónica ha dispuesto para el servicio de los colaboradores y su grupo familiar. El Centro de Bienestar cuenta con modernas salas y equipos, para practicar ejercicios cardiovasculares, multifuerza, masajes, rumba y yoga, entre otros. También cuenta con salas para capacitación, reuniones de trabajo y eventos.
- Área Social: la camaradería entre compañeros se promueve a través de la celebración de fechas especiales, como el día de la Secretaria, de los Niños, de la Madre y del Padre, entre otros.
- Área Recreativa: la Compañía estimula la creatividad, el trabajo en equipo y los vínculos familiares de sus empleados por medio de eventos, como las tardes de cine, el festival de cometas, las vacaciones infantiles y la "empresa de papi y mami", actividad que invita a los hijos de los empleados a conocer la labor que realiza su papá o mamá en la Empresa, destacando la importancia de su trabajo para la Organización y reforzando así el sentido de pertenencia de los niños hacia la Compañía.

El acuerdo entre los líderes y sus equipos de trabajo, y el compromiso con las metas y los objetivos del negocio, sustentan este programa de beneficios, al cual tienen acceso, sin discriminación, todos los empleados de la Compañía.

Entornos de trabajo seguros

La promesa del Grupo Telefónica para sus empleados exige la permanente búsqueda de un ambiente laboral seguro, que cumpla con las disposiciones y medidas adecuadas para evitar riesgos que puedan afectar a cualquier miembro de la Compañía. A través de los comités paritarios de salud ocupacional, Copaso, vigentes en todas las Empresas del Grupo en el país, se coordinan las acciones de prevención, educación y verificación de los riesgos relacionados con las actividades de los empleados de la Compañía.

El esfuerzo desarrollado por la Compañía en el último año, frente a la prevención y gestión de los riesgos relacionados con la seguridad y la salud de los empleados, incluyó la realización de semanas de la salud en las diferentes Empresas que componen el Grupo Telefónica en el país, actividad en la cual se adelantan capacitaciones, evaluaciones integrales de salud y asesorías sobre la prevención de riesgos en esta materia.

Comprometidos con la sociedad

El desinteresado aporte que los empleados entregan a la sociedad, a través de su participación en el programa "Voluntarios", de la Fundación Telefónica, es testimonio de su sentido de pertenencia hacia la Compañía y de su identificación con el compromiso del Grupo con el progreso de las comunidades en donde opera.

Durante el 2009, 1.693 empleados participaron en el programa "Voluntarios", de Telefónica Colombia, entregando sus aportes en tiempo o dinero.

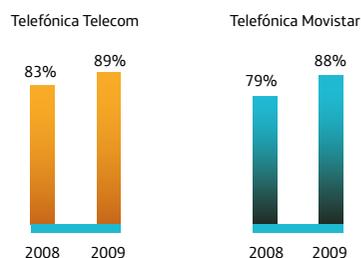
Mediante esta iniciativa, los empleados del Grupo aportan tiempo y dinero a las actividades de los programas de la Fundación Telefónica, que contribuyen a mejorar la calidad educativa de las instituciones vinculadas y aportan a la protección integral de los niños, niñas y jóvenes beneficiarios de la Fundación. En estos espacios, los voluntarios afianzan sus capacidades y competencias en liderazgo y responsabilidad social, al tiempo que reciben formación y reconocimiento por su esfuerzo, lo que fortalece así su vínculo con la Compañía.

Empleados comprometidos

El reconocimiento externo es producto del trabajo interno que las Empresas desarrollaron, con el propósito de ofrecer el mejor lugar para trabajar, atrayendo y reteniendo el talento y garantizando las mejores oportunidades de desarrollo personal y profesional; esto se evidencia también en los índices de satisfacción de los empleados y en la consolidación de la cultura organizacional de las Compañías del Grupo en el país.

Ejemplo de este propósito es Terra Networks, empresa que en el 2009 alcanzó un índice de 85% en la satisfacción de sus empleados y un índice de ambiente laboral de 74,2 según la encuesta del Instituto Great Place to Work.

Índice de satisfacción de empleados



"Ofreceremos a nuestros empleados un entorno laboral seguro. Estableceremos los mecanismos adecuados para evitar los accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con nuestra actividad profesional, a través del cumplimiento estricto de todas las regulaciones, la formación y la gestión preventiva de los riesgos laborales".

Casos prácticos de seguridad y salud

Teniendo en cuenta que uno de los riesgos de salud ocupacional identificados es la inflamación del túnel del carpo e higiene postural, la Compañía implementa el programa de pausa activa con instructores especializados que recorren las instalaciones y capacitan en cada uno de los puestos de trabajo a los colaboradores realizando ejercicios y masajes para reducir la tensión muscular que generan las posturas adoptadas durante las jornadas de trabajo.

Por otra parte, la Compañía adoptó un programa de permisos de trabajo en alturas para verificar el cumplimiento de las condiciones de seguridad en las cuales debe realizar la tarea, con el fin de minimizar la ocurrencia de eventos que involucren daños a la propiedad, medio ambiente y/o personal.



Principio 5 del Pacto Mundial

“Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”.

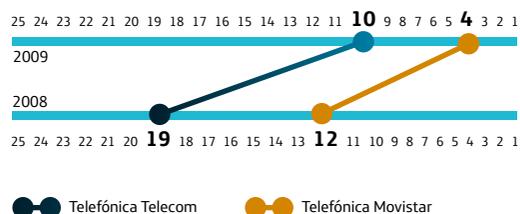
Telefónica, dentro de las 10 mejores empresas para trabajar en Colombia

El compromiso del Grupo Telefónica con el desarrollo personal y profesional de sus empleados se ve reflejado en la inclusión de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar en el listado de las 25 mejores empresas para trabajar del 2009, estudio que anualmente es presentado en el país por el *Great Place to Work Institute*.

Por séptimo año consecutivo Telefónica Movistar hace parte de este listado, en esta ocasión como la cuarta mejor empresa para trabajar en Colombia, testimonio de la claridad en la comunicación con todos los empleados y de los retos que constantemente se impone el equipo humano de la Empresa, lo cual se traduce en la satisfacción de los colaboradores y en un profundo sentido de pertenencia. Como lo señala el presidente de Telefónica Movistar, Ariel Pontón, “...ellos notan que están haciendo algo importante y con impacto en la sociedad. Esto se transforma en felicidad por el trabajo que realizan”¹.

Por su parte, Telefónica Telecom escaló nueve puestos con respecto al año anterior y logró ubicarse en el décimo lugar del estudio, especialmente por el alto nivel de motivación que la Empresa ha logrado transmitir a sus colaboradores y la claridad en las metas y objetivos comunes. Durante los últimos años, la Empresa ha trabajado en la formación de líderes internos, quienes han generado espacios de comunicación fluida con sus equipos de trabajo, fortaleciendo así la coherencia y cohesión de toda la Organización en la búsqueda de los resultados de negocio.

Telefónica Colombia en el ranking de GPTW



¹ Las 25 mejores empresas para trabajar en Colombia. Revista Dinero. Edición No. 339.

Más de 60.000 niños, jóvenes y profesores se beneficiaron en el 2009, de los programas de la Fundación Telefónica.

El Grupo Telefónica entiende que su papel como uno de los principales operadores de telecomunicaciones del mundo va más allá de proveer conectividad de calidad, por lo cual asume su compromiso con el desarrollo de las sociedades en donde opera y promueve en ellas el respeto a los derechos humanos, poniendo énfasis en la erradicación progresiva del trabajo infantil.

La Compañía materializa este propósito a través del trabajo conjunto con sus proveedores y del programa Proniño, el cual se ejecuta por medio de la Fundación Telefónica.

Desde 1998, la Fundación Telefónica es la expresión de la acción social del Grupo Telefónica y fomenta la educación y el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), a través de cinco programas: Proniño, EducaRed, Voluntarios, Debate y Conocimiento, y Arte y tecnología¹, en los 19 países (6 de Europa y 13 de Latinoamérica²) en donde está presente.

En Colombia, la Fundación Telefónica desarrolla sus acciones desde abril del 2007, a través de una gran red de alianzas, en las que intervienen entidades educativas, sociales y culturales, tanto públicas como privadas, y logra que cada organización se

¹ El Programa Arte y Tecnología se encuentra en España, Brasil, Perú, Argentina y Chile.

² Algunos programas de la Fundación, como Proniño y Voluntarios Telefónica, están presentes en países como El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uruguay, y son operados directamente por Telefónica Movistar.

enfocar en desarrollar su labor desde su experiencia, para generar el mayor impacto social.

Proniño

Esta iniciativa de la Fundación Telefónica tiene como objetivo contribuir a la erradicación del trabajo infantil, mediante la inclusión de los niños, niñas y adolescentes trabajadores en el sistema educativo, y la implementación y diseño de estrategias que favorezcan su permanencia en las aulas.

Para la Fundación Telefónica Colombia, la educación infantil es la mejor herramienta para mejorar las opciones sociales y económicas de los niños que pertenecen a los sectores más vulnerables de la sociedad, por lo cual concentra su actividad en tres ejes de acción: protección integral, calidad educativa y fortalecimiento institucional.

En el 2007, el DANE realizó una medición de las dimensiones de la problemática del trabajo infantil en Colombia. En ese momento, el 6,9% de los niños, niñas y adolescentes entre 5 y 17 años, es decir, cerca de 786.857, trabajaban y eran económicamente activos³.

³ Indicadores sobre el trabajo infantil y otras actividades desarrolladas por los niños, niñas y adolescentes entre 5 y 17 años en Colombia. Información suministrada por el DANE.

Indicadores Global Reporting Initiative*

HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.

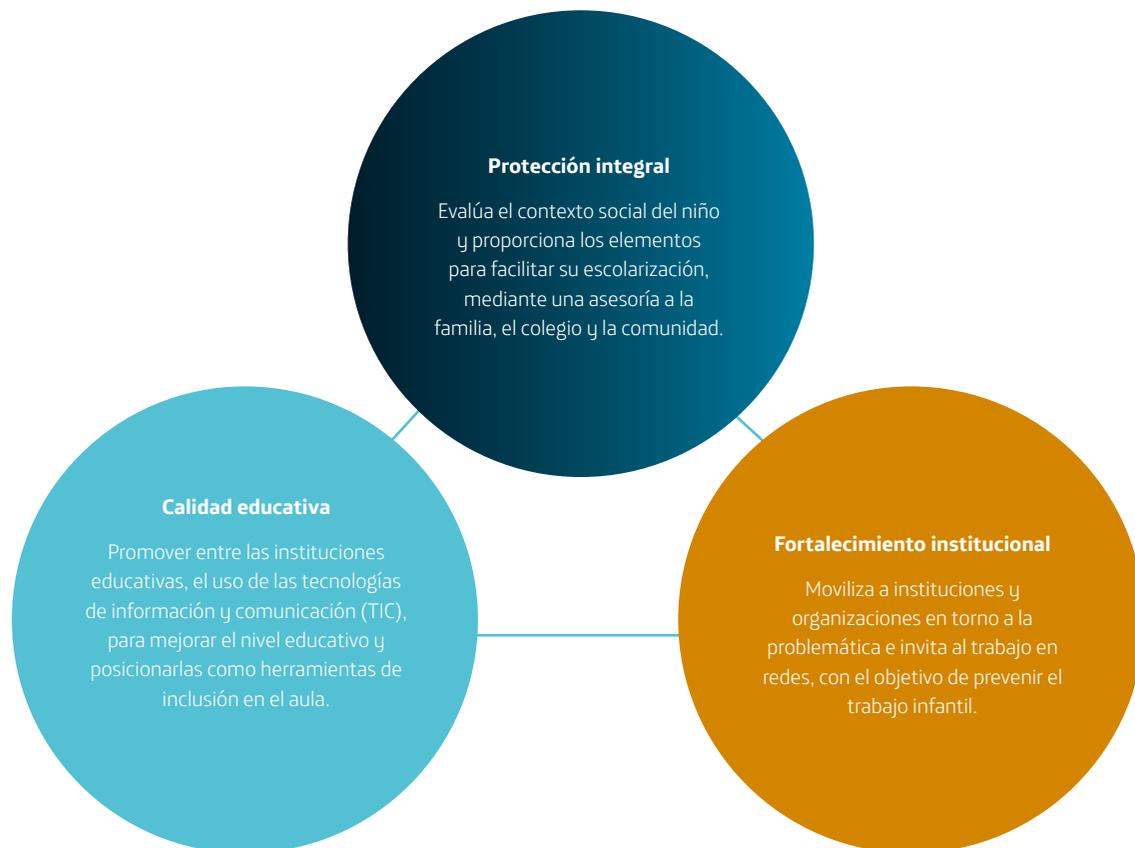
Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Beneficiarios directos del Programa Proniño Fundación Telefónica Colombia	Unidades	6.035	12.634	17.652
Beneficiarios indirectos del Programa Proniño Fundación Telefónica Colombia	Unidades	16.494	52.914	46.368**

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

** Este indicador incluye: beneficiarios directos, egresados y población escolar beneficiaria de las AFT. Hasta el 2008 incluía beneficiarios de las actividades de ocupación del tiempo libre.

Más de 17.000 niños se beneficiaron en el 2009, del programa Proniño. Una apuesta del Grupo Telefónica para contribuir a la erradicación del *trabajo infantil*

Ejes de Actuación de Proniño



Evolución del programa Proniño en Colombia

Año	Ciudades	ONG ejecutoras	Centros educativos	Beneficiarios directos	Incrementos	Beneficiarios indirectos
2007	10	No aplica	111	6.035	No aplica	16.494
2008	19	13	284	12.634	109%	52.914
2009	39	11	311	17.652	39,7%	46.368*

* Este indicador incluye: beneficiarios directos, egresados y población escolar beneficiaria de las AFT. Hasta el 2008 incluía beneficiarios de las actividades de ocupación del tiempo libre.

"Buscaremos colaborar con organizaciones cívicas, comunitarias y no lucrativas, y con iniciativas públicas orientadas a la disminución de problemas sociales en las regiones en las que operamos, fundamentalmente a través del uso de nuestras capacidades y nuestra tecnología".

Contra las peores formas de trabajo infantil.

Toda forma de trabajo infantil genera graves consecuencias en el desarrollo personal de los niños; sin embargo, la Organización Internacional del Trabajo, OIT, ha clasificado "aquellas que esclavizan al niño, lo separan de su familia, lo exponen a graves peligros y enfermedades, o lo dejan abandonado a su suerte en las calles de las grandes ciudades y, en muchos casos, desde su primera edad" como las peores formas de trabajo infantil.

El programa Proniño ha definido una línea de acción especial para los niños que son víctimas de estas formas de trabajo, por lo cual la Fundación Telefónica se ha unido a la iniciativa de la "Estrategia Nacional 2008-2015 para Prevenir y Erradicar las Peores Formas de Trabajo Infantil, y Proteger al Joven Trabajador", y participa en el Comité Interinstitucional Nacional contra las Peores Formas de Trabajo Infantil, CETI. La Fundación participa en este Comité a través de tres ejes de acción:

- Línea base sobre trabajo infantil. La Fundación pone a disposición de la Estrategia Nacional la información recolectada por Proniño acerca del trabajo infantil en 41 municipios. Esta identifica 17.652 niños y adolescentes trabajadores.
- Fortalecimiento del Comité Nacional. Elaboración de un estudio acerca de las falencias y fortalezas, así como la presentación de un plan de acción, con el fin de articular el trabajo de las instituciones públicas y privadas que conforman el Comité.
- Articulación de los CETI locales. La Fundación, por medio de las ONG aliadas de cada municipio, contribuye en la implementación de la Estrategia Nacional Contra las Peores Formas de Trabajo Infantil y la Protección del Joven Trabajador.



Con estas acciones, Telefónica Colombia contribuye a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio No. 1: **Erradicar la pobreza extrema**, No. 4: **Reducir la mortalidad infantil**, No. 8: **Fomentar una asociación mundial para el desarrollo**.

El programa Educared benefició un total de 44.422 personas

33.131 fueron estudiantes de las aulas Fundación Telefónica, 5.867 beneficiarios de las aulas hospitalarias y 5.424 docentes formados, quienes tuvieron acceso a la oferta virtual y presencial del programa.

Educared en cifras

Indicador	Año 2009
Nº de iniciativas educativas desarrolladas	23
Nº de personas registradas en las comunidades virtuales	1.417
Nº de visitas al portal	199.152
Nº de páginas consultadas en el portal	2'807.734
Nº de visitantes únicos	108.005
Nº de usuarios registrados en el portal	6.103
Nº total de suscriptores al boletín electrónico	6.103
Nº de Aulas Fundación Telefónica en colegios	25
Nº de niños beneficiados aulas en colegios	31.331
Nº de Aulas Fundación Telefónica instaladas en centros hospitalarios	7
Nº de beneficiarios en hospitales	5.867
Nº total beneficiarios directos (Docentes capacitados, beneficiarios Aulas Fundación Telefónica y beneficiarios Aulas hospitalarias)	44.422



En el 2009 Proniño incrementó en un 39,7% el número de los niños, niñas y jóvenes beneficiarios en el país, y en un 9,5% los centros educativos en donde hace presencia.

Cooperación

La Fundación Telefónica también se ha unido a organizaciones como *Save the Children*, Proyecto Edúcame Primero Colombia de *Partners of the Americas* y Asociados, Visión Mundial y el Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil de la OIT, en la Red de Cooperación Internacional Contra el Trabajo Infantil - Coeti.

El Coeti propone acciones orientadas a la descentralización de la Estrategia Nacional contra el trabajo infantil, como:

- Formación de funcionarios de organizaciones públicas y privadas, a través de un curso virtual, el cual está compuesto por seis módulos y cuenta con el apoyo de la Federación de Municipios.
- Establecimiento de zonas de intervención para cada organización. En Colombia se han identificado al menos 170 municipios en donde se hace intervención; en 120 de ellos se reportó la existencia de beneficiarios directos de atención, los cuales suman cerca de 23.000 niños, niñas y adolescentes. Los demás casos corresponden a asistencia técnica, orientada esencialmente a la formación de funcionarios y a la transferencia de metodologías⁵.
- Cooperación y asistencia técnica para el desarrollo de la política de prevención y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, mediante una convocatoria a alcaldes y gobernadores líderes en el tema.
- Creación de una red virtual de cooperación para la erradicación del trabajo infantil.
- Celebración del día mundial contra el trabajo infantil en 32 departamentos de Colombia.

⁵ Informe de Gestión Fundación Telefónica Colombia 2009

Proniño Plus

Con el objetivo de incrementar el impacto del programa en Colombia, la Fundación implementó en el 2009 la estrategia Proniño Plus, la cual se desarrolló a través de dos ejes de acción:

- Territorios Libres de Trabajo Infantil. Dirigido a las zonas en las cuales es habitual la contratación de menores de edad para tareas cotidianas, como por ejemplo las plazas de mercado. Esta iniciativa buscó sensibilizar a directivos, comerciantes, compradores y familias, sobre los efectos nocivos de esta práctica y motivó a estos grupos a rechazar el trabajo infantil.
- Fortalecimiento de la gestión. Con el propósito de mejorar el cumplimiento de los planes de acción y los niveles de calidad de las actividades desarrolladas por las ONG aliadas, la Fundación implementó procesos de mayor control en la ejecución de presupuestos, aplicó instrumentos de gestión complementarios a los del programa y definió planes de acción para el fortalecimiento de las organizaciones.

Educared

A través del programa Educared, la Fundación Telefónica acompaña a las niñas, niños y jóvenes beneficiarios del programa Proniño, una vez se reincorporan al sistema escolar. Esta iniciativa tiene como propósito contribuir a mejorar la calidad de la educación en el país, mediante la inclusión de las TIC en los procesos de formación.

Solo una educación de calidad contribuirá a mejorar las oportunidades de las niñas, niños y jóvenes, les permitirá ser ciudadanos productivos y participativos y los alejará de los contextos que favorecen el fenómeno del trabajo infantil, al ofrecer en el aula contenidos pertinentes, y métodos de enseñanza innovadores.

Educared desarrolla sus actividades en tres ejes principales:

- Educared Virtual: este espacio permite a docentes y estudiantes poner en práctica el uso de las nuevas tecnologías para la generación de nuevos conocimientos, a través de la interacción en una plataforma virtual accesible y atractiva.
- Educared Presencial: con foco en el trabajo colaborativo, la creación de comunidades generadoras de conocimiento y la capacitación en torno al uso de las TIC en el aula.
- Educared Divulga: en eventos, conferencias, espacios académicos y de debate, este programa busca dar a conocer, entre la comunidad educativa, los beneficios del uso de las tecnologías en el aula y sus múltiples aplicaciones como herramienta de aprendizaje.

Con la experiencia de Telefónica, la Fundación contribuye a mejorar la calidad de la educación a través del uso *de las TIC*



Aulas Fundación Telefónica

El proyecto Aulas Fundación Telefónica, el cual genera salones dedicados a la tecnología en las instituciones educativas que acogen a los beneficiarios del programa Proniño, promueve la apropiación de las TIC por parte de docentes y alumnos, mediante la experiencia directa con estas tecnologías y espacios de formación que fomentan su uso como herramienta de aprendizaje.

El proyecto es resultado del trabajo conjunto de los programas Educared y Proniño, y tiene como objetivo contribuir al fortalecimiento de la calidad de la educación que reciben los niños beneficiarios de las iniciativas de reducción del trabajo infantil.

En 2009, 33 docentes fueron capacitados en el uso de las herramientas tecnológicas y en su aplicación pedagógica, por medio

de los espacios de formación presenciales que desarrolla el programa Educared en las Aulas Fundación Telefónica.

25 Aulas Fundación Telefónica en Colombia

905 docentes beneficiados

Aulas Hospitalarias

Las niñas, niños y jóvenes que deben someterse a tratamientos médicos prolongados con períodos de hospitalización, viven una experiencia que tiene consecuencias en su desarrollo emocional y en su proceso educativo. Pensando en las necesidades de este grupo, la Fundación Telefónica ha diseñado el formato Aulas Hospitalarias, las cuales mantienen la estructura de las Aulas Telefónicas y ofrecen a las niñas, niños y jóvenes hospitalizados la posibilidad de continuar adquiriendo habilidades y conocimientos.

Actualmente existen siete aulas piloto del programa en Colombia, las cuales ofrecieron sus servicios a más de cinco mil niñas, niños y jóvenes durante el 2009 y desarrollan actividades educativas apoyadas en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación como recurso pedagógico.

Alianzas público-privadas

A través de alianzas con entidades públicas y organizaciones sociales, la Fundación Telefónica incrementa el impacto y el alcance de sus programas. Para los proyectos del programa Proniño, la Fundación ha logrado gestionar 11 convenios con alcaldías y 2 con gobernaciones; en el programa Educared se han consolidado 16 convenios y en el caso de Aulas Fundación Telefónica, 9.

Principio 6 del Pacto Mundial

“Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación”.

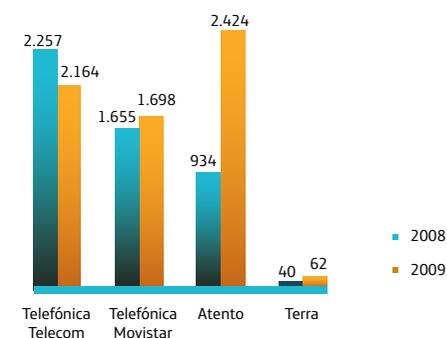
En el 2009, las mujeres ocuparon el 25% de los cargos directivos de Telefónica Colombia

El reconocimiento de los derechos de los grupos de interés de la Compañía comienza por el respeto a sus empleados, base de la estructura interna de la Organización y capital fundamental para el desarrollo de sus actividades. El Grupo Telefónica concreta este propósito a través de la promoción constante de la igualdad de oportunidades y el esfuerzo por erradicar de su cultura corporativa y de sus actividades cotidianas cualquier forma de discriminación.

Estos propósitos se gestionan desde los criterios que enmarcan los diferentes procesos de la gestión del talento en la Compañía y que se han estipulado a través de la Promesa Empleado. Desde la fase de selección, pasando por la contratación, las oportunidades de promoción interna y las ofertas formativas de desarrollo, se hacen prevalecer las capacidades, competencias y méritos del empleado, como garantía de un proceso transparente, que ofrece un trato justo e imparcial.

Los empleados de Telefónica

Empleados directos Telefónica Colombia



Indicadores Global Reporting Initiative*

LA2 Número total de empleados, desglosados

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Número total de empleados	Unidades	6.472	4.886	6.348**
Porcentaje de mujeres en la plantilla de empleados	Porcentaje	48%	42%	49%
Porcentaje de mujeres en cargos directivos	Porcentaje	1%	1%	25%***

LA10 Promedio de horas de formación por empleado

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Promedio de horas de formación por empleado	Unidades	473	105	85

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

** Este incremento se debe a la vinculación formal que Atento realizó de los empleados que anteriormente estaban contratados por medio de una empresa de personal temporal.

*** Este porcentaje ha sido calculado sobre el número total de empleados directivos.

Telefónica Colombia genera más de 20.800 empleos; 3.862 son directos y 16.974¹, *indirectos*

En Telefónica Colombia ninguna de las actividades relacionadas con los empleados admite discriminaciones de ninguna clase, ni a favor ni en contra; por el contrario, los procesos de selección, contratación, desarrollo, reconocimiento, compensación y promoción del bienestar, están basados en las competencias y capacidades individuales y tienen en cuenta las características del desempeño de cada empleado.

La plantilla de empleados de Telefónica Colombia se caracteriza por la participación de las mujeres, quienes constituyen el 49,3% del total de empleados directos, y ejercen el 25%² de cargos directivos de la Compañía. En el marco de las prácticas de inclusión, el Grupo cuenta con 14 discapacitados entre sus empleados, para quienes dispone de las comodidades y medidas de seguridad necesarias para facilitar su labor.

Mujeres en posiciones directivas

2009

Telefónica Telecom	Telefónica Movistar	Terra
13%	26%	28%

La búsqueda permanente de la excelencia y la mejora continua sustentan la gestión del desarrollo y la compensación de los empleados del Grupo Telefónica, lo cual los estimula a superar su desempeño, a aprovechar las nuevas oportunidades de crecimiento, a capacitarse para asumir nuevas responsabilidades y a buscar los beneficios del reconocimiento por su labor.



¹ Los datos del 2009 solo incluyen las operaciones de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar.

² Este porcentaje ha sido calculado sobre el número total de empleados directivos.

Formación

El Grupo Telefónica se ha propuesto ser "la mejor empresa para trabajar, ofreciendo oportunidades de desarrollo a todos los niveles", objetivo marco para los programas virtuales y presenciales, que la Compañía ha puesto a disposición de sus empleados, como Organización coherente y comprometida con el desarrollo del talento humano.

Las opciones de formación, disponibles bajo el formato de entrenamiento, contribuyen a fortalecer las competencias técnicas que requieren los empleados para un mejor desempeño de sus actividades cotidianas, mientras que los programas agrupados bajo el concepto de capacitaciones aportan al desarrollo personal y profesional de los miembros de la Compañía.

• Formación online

La oferta de capacitación *e-learning* del Grupo Telefónica está orientada a satisfacer necesidades individuales, mediante un esquema que le permite a cada participante fijar su ritmo de aprendizaje, el tiempo de dedicación a los programas y la frecuencia con la que desea desarrollar su formación, lo cual favorece el establecimiento de metas y objetivos personales.

• Otros programas

La Academia Telefónica articula las ofertas formativas necesarias para el logro de los objetivos estratégicos de las Compañías, las cuales son diseñadas en conjunto con las diferentes áreas, lo cual garantiza la alineación de los contenidos de la capacitación con la estrategia del negocio. Esta iniciativa también busca sinergias de capacitación corporativas que optimicen los recursos, promueve a los líderes formadores, destacados por el logro excepcional de resultados y su interés por la formación, y favorece el reconocimiento de formadores y empleados al hacer visible su participación en un proyecto retador y ambicioso.

"Impulsaremos la igualdad de oportunidades y trataremos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares".

"Más oportunidades para tí"

Los Principios de Actuación de Telefónica y la implementación de la Promesa Empleado estimulan el respeto a la igualdad de oportunidades para el desarrollo de los empleados.

En el Grupo Telefónica, el desarrollo profesional se concibe como una oportunidad de crecimiento, a la cual se accede por los resultados demostrados en la actividad cotidiana, sin discriminaciones de ninguna clase. Este sistema permite que los empleados de la Compañía puedan avanzar en una línea de promoción profesional de acuerdo con sus capacidades, perfil, aspiraciones personales y niveles de desempeño y competencias.

Durante el 2009, en el marco del programa "Ahora, más oportunidades para tí", que considera a los empleados de la Compañía como la primera opción en los procesos de selección, más del 50% de las plazas publicadas fueron cubiertas por empleados directos e indirectos de la Compañía, con independencia de su género, edad, discapacidad, creencias e ideologías.



Con estas acciones, Telefónica Colombia contribuye a alcanzar el Objetivo de Desarrollo del Milenio No. 3: **Promover la equidad de género y la autonomía de la mujer.**

Principio 7 del Pacto Mundial

“Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”.

“Tu Gestión de Desarrollo”

Telefónica Colombia promueve el proceso de evolución profesional a través del modelo “Tu Gestión de Desarrollo”, el cual integra los sistemas de evaluación de desempeño y de valoración de competencias con los espacios de retroalimentación.

Por medio del desempeño se identifican los aportes de los empleados al logro de los objetivos de negocio, visibilizando así los logros y las metas individuales, mientras que la valoración de competencias destaca las habilidades, actitudes y comportamientos que deben caracterizar a los empleados para hacer posibles los resultados del negocio.



En el 2009, Telefónica Colombia realizó 292 estudios de impacto ambiental e invirtió más de 500 millones de pesos en adecuaciones, para prevenir los posibles impactos ambientales de su operación.

En el 2009, Telefónica Colombia participó activamente en la creación del Sistema de Gestión Global de la Compañía, el cual garantiza el cumplimiento de unos estándares comunes y homogéneos de gestión en todas las operaciones del Grupo, persiguiendo establecer las mejores prácticas ambientales.

Actualmente Telefónica Movistar cuenta con una certificación que avala el cumplimiento de las disposiciones de la norma ISO 14001, por parte de los Sistemas de Gestión Ambiental, SGA, y ratificó su certificado de gestión ambiental según la Norma internacional ISO 14001:2004 de AENOR, la Asociación Española de Normalización y Certificación. Por su parte, Telefónica Telecom ha implementado su Sistema de Gestión Ambiental y se encuentra en proceso de obtener la certificación ambiental.

Como parte del Sistema de Gestión Ambiental, la Compañía estructuró en el 2009 un mapa de riesgos ambientales, con el

objetivo de diseñar tanto las medidas de prevención como las acciones de mitigación de los impactos ambientales que generan las operaciones fija y móvil.

Asimismo, se realizaron evaluaciones de impacto ambiental que permitieron definir las medidas de control asociadas a la planificación, la construcción, el mantenimiento y el desmantelamiento de la red fija y móvil. Dentro del Sistema de Gestión Ambiental de la Compañía se recogen una serie de buenas prácticas, que orientan las medidas preventivas que se deben tener en cuenta en el despliegue de la red:

- Estudios de impacto ambiental
- Gestión de residuos
- Evaluación del impacto visual de las torres de comunicación
- Programa de control y monitoreo de ruido y emisiones radioeléctricas

Indicadores Global Reporting Initiative*

EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Estudios de impacto ambiental	Unidades	242	248	292
Mediciones de ruido	Unidades	78	167	192
Mediciones campos electromagnéticos	Unidades	17	15	36
Formación ambiental a empleados	Horas	6.150	6.851	3.234

EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales

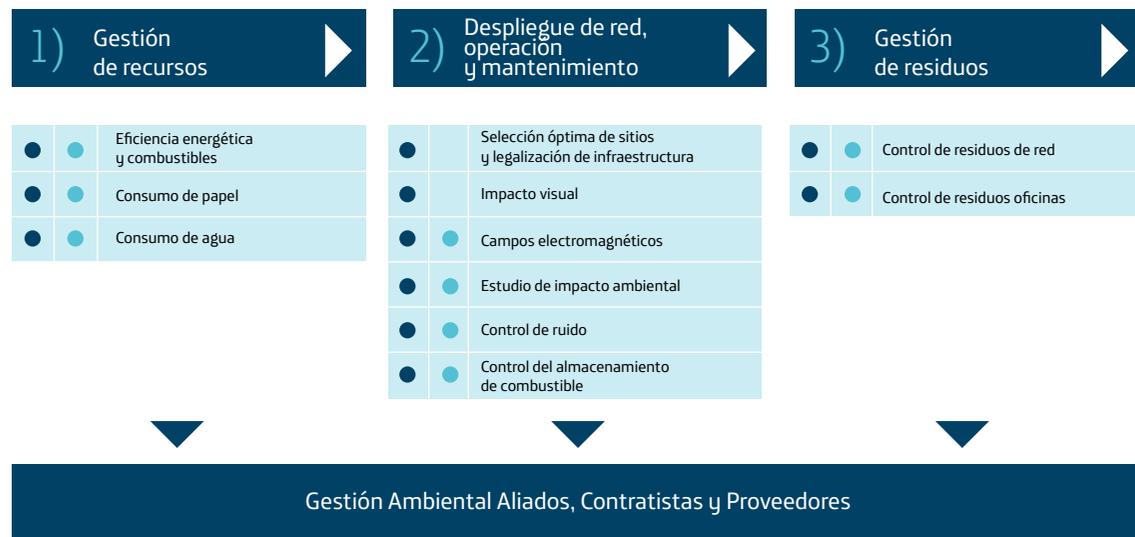
Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos	Miles de pesos	88.330	34.464	49.400
Inversión adecuaciones impacto acústico	Miles de pesos	411.332	1'779.505	1'777.010
Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de red	Miles de pesos	6.085	No disponible	7.657
Inversión de adecuaciones impacto visual	Miles de pesos	266.985	538.592	525.370

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

Los empleados recibieron 3.234 horas de formación ambiental durante el 2009

En el siguiente diagrama se muestran los principales programas en los que se ha enfocado el desempeño ambiental en Colombia para el 2009 y sobre los cuales se seguirá trabajando en el 2010.

Prácticas de Gestión Ambiental Telefónica Colombia



Formación y sensibilización

Otro aspecto clave de la prevención de los impactos de la operación de la Compañía es la formación y sensibilización ambiental a los empleados, quienes recibieron durante el 2009, 3.234 horas de formación sobre el uso adecuado de recursos y el control ambiental, en el marco del Sistema de Gestión Ambiental. En formación presencial se registraron 1.798 horas y en formación virtual, por medio de la herramienta "A+", 1.436.

"Estaremos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno".

Minimización del impacto ambiental

En el 2009, Telefónica Colombia llevó a cabo 292 estudios de impacto ambiental con el fin de crear las estrategias necesarias para mitigar el efecto que podría generar la instalación de nuevas redes. Además de los estudios de impacto ambiental, se realizaron inversiones para las adecuaciones y reducciones de impacto visual, cercanas a los 525 millones de pesos.

Estudios de impacto ambiental



Tras un análisis de fragilidad visual se aplicaron medidas de mimetización, como la instalación de estructuras camufladas con vegetación, antenas en azoteas de edificios y falsas fachadas, que permitieron reducir el impacto visual de las instalaciones.



Con estas acciones, Telefónica Colombia contribuye a alcanzar el Objetivo de Desarrollo del Milenio No. 7: **Garantizar la sostenibilidad ambiental.**

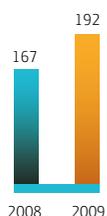
Principio 8 del Pacto Mundial

“Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”.

Control de ondas radioeléctricas y ruido

En la fase de mantenimiento de la red, aplicando el principio de precaución, Telefónica Colombia controla y monitorea sus niveles de emisión radioeléctrica, sin que esto sea aún requerido por la legislación colombiana, con el fin de garantizar el cumplimiento de las políticas internas del Grupo Telefónica, las normas vigentes y las recomendaciones europeas e internacionales.

Mediciones de ruido



En el último año la Empresa realizó 36 mediciones de campos electromagnéticos y practicó 192 mediciones de ruido, con el objetivo de ejercer control y regularlo. Asimismo, realizó una inversión para adecuaciones de impacto acústico por 1.777 millones de pesos.

Telefónica Colombia promueve hábitos racionales de consumo de recursos entre sus clientes y proveedores, a partir de los servicios y productos que ofrece y que demanda.

Indicadores Global Reporting Initiative*

EN01 Materiales usados por peso o volumen
EN03 Consumo de energía desglosado por fuentes primarias
EN03 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias
EN07 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Total consumo papel blanco (incluido facturas)	Kilogramos	483.728	413.161	409.573
Total consumo papel reciclado (incluido facturas)	Toneladas	44.944	9.535	11.238
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	2.513	817	1.004
Consumo eléctrico edificios oficina**	MWh	7.462	6.011	4.727
Consumo eléctrico en operaciones	MWh	155.790	146.165	198.197
Consumo de agua	Miles de litros	301.949	276.924	213.186

** Estos datos solo incluyen la operación móvil.

EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
CO ₂ totales	Toneladas	36.215	47.238	39.904
CO ₂ emisiones directas	Toneladas	7.462	9.581	4.086
CO ₂ emisiones indirectas (electricidad)	Toneladas	28.754	36.059	32.835
CO ₂ emisiones indirectas (procedentes de viajes)	Toneladas	No disponible	1.598	2.983

EN22 Peso total de los residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento
EN24 Peso de los residuos transportados, que se consideran peligrosos según el convenio de Basilea
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y persona

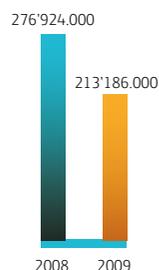
Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Residuos de papel y cartón	Kilogramos	82.229	35.716	34.017
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica	Kilogramos	44.481	135.044	146.847
Residuos de baterías	Kilogramos	790.619	348.722	110.625
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes)	Kilogramos	10.800	93.039	3.300
Residuos de aceites	Litros	10.909	No disponible	21.369
Reutilización de equipos	Unidades	No disponible	No disponible	1.146
Derrames combustible	Unidades	No disponible	13	23
Volumen combustible derramado	Litros	No disponible	3.406	7.223

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

La promoción del uso racional de los recursos le permitió a la Compañía reducir su consumo de agua en un 23%

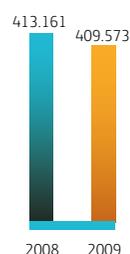
Para la gestión adecuada de los recursos, Telefónica Colombia se enfoca en la aplicación de prácticas que garanticen el uso eficiente de los mismos. Frente al consumo de agua la Compañía ha instalado sensores ahorradores de agua en grifos y baños de sus principales sedes administrativas en todo el país, acción apoyada por los programas de capacitación y sensibilización permanente a empleados y contratistas, sobre el uso sostenible del agua, el manejo y control de fugas y la importancia del mantenimiento preventivo del recurso. En el 2009, Telefónica tuvo un consumo de agua de 213 millones de litros.

Consumo de agua (en litros)



En el 2009 Telefónica Colombia registró un consumo de 53.978 kilogramos de papel blanco en oficinas y 355.594 kilogramos en facturas, cifras que evidencian el trabajo desarrollado por la Compañía en la promoción del uso racional de este recurso, con el objetivo de extender el modelo de "Oficina sin papeles".

Consumo de papel blanco (en kilogramos)



Los aliados de Telefónica Colombia y el medio ambiente

Los aliados, contratistas y proveedores, desempeñan un papel esencial en las operaciones y procesos de la Compañía, por lo cual se han establecido requisitos ambientales especiales para este grupo, que contribuyen a alcanzar los objetivos corporativos. La incorporación de cláusulas ambientales en todos los contratos ha sido complementada con 614 horas de formación ambiental para proveedores y el desarrollo de auditorías especializadas, 18 para aliados de Telefónica Movistar y 21 para aliados de Telefónica Telecom.

E-factura

La implementación de la factura electrónica, e-factura, promueve en los clientes la adopción de hábitos responsables con el medio ambiente, al invitarlos a reemplazar la factura de papel por la consulta de la misma a través de medios virtuales. Con este objetivo se creó un comité interdisciplinario que trabaja por la masificación de la e-factura, lo cual genera beneficio no solo para la Compañía, sino también para los clientes. En el 2009 se logró que 10.000 nuevos clientes se unieran a esta iniciativa amigable con el medio ambiente.

La promoción de buenas prácticas ambientales entre los contratistas se desarrolla a través de iniciativas como el tercer encuentro de aliados ambientales, realizado en el marco de la semana ambiental. El evento incluyó la presentación de los principios y procesos del SGA de la Empresa y un taller de identificación de riesgos ambientales, en el cual cada aliado determinó los riesgos potenciales en los que puede incurrir en la labor que desarrolla para la Compañía.

En la última etapa del evento se realizó un ejercicio dinámico, denominado "Métele un gol a la contaminación", en el cual los asistentes, organizados en tres equipos (residuos, recursos y aire), debían armar su mascota, un robot salvador del planeta, con materiales reciclables. A continuación cada equipo creó una consigna y designó a cinco jugadores, quienes cobraron una pena máxima después de explicar la consigna de su equipo y dar a conocer sus argumentos para meterle un gol a la contaminación.



"Estaremos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno".

Gestión de residuos y reciclaje

Telefónica Colombia ha desarrollado programas internos que garantizan el reuso, reciclaje y correcta disposición de los residuos generados en las operaciones. Reconocidos proveedores nacionales e internacionales adelantan la adecuada disposición de los residuos de acuerdo con los más altos estándares de calidad, actividad que durante 2009, le generó a la Compañía 3.463 millones de pesos de ingresos, por la venta de residuos y 102 millones de pesos en gastos.

En el 2009, la Empresa envió a reciclaje más de 118 mil kilos de residuos peligrosos y 146 mil kilos de residuos de equipos eléctricos y electrónicos.

Con los clientes, la Compañía ha logrado generar conciencia acerca de la importancia de la adecuada disposición de los teléfonos celulares usados y de sus accesorios. Las campañas de información sobre este tema que ha adelantado la Compañía, han logrado motivar a los clientes a entregar los dispositivos en desuso, que de lo contrario irían a parar a rellenos sanitarios. Aunque el proceso es voluntario y derivado de la autogestión, entre 2007 y 2009 se recolectaron y reciclaron 522.000 dispositivos.



Principio 9 del Pacto Mundial

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

Ahorro de energía

En el 2009 Telefónica Colombia creó la Oficina de servicios públicos y valorización de la energía, la cual trabaja por alcanzar el objetivo corporativo de reducir el 30% del consumo eléctrico por acceso equivalente de las redes del Grupo Telefónica, para el 2015, con base en el consumo registrado en el año 2007.

Adicionalmente la Oficina desarrolló iniciativas orientadas a disminuir el consumo de energía en las instalaciones y operaciones de la Compañía, entre las cuales se destacan:

- Aprovechamiento y disminución de áreas técnicas donde, por temas de operación, se requiere aire acondicionado.
- Premiación de la central que más ahorra energía en el 2009.
- Apagado y control diario de luces por parte de las áreas administrativa y de seguridad.
- Campaña “Luz que no utilizas la debes apagar”.
- Campaña de apagado de computadores en la noche.
- Concurso “Ahorrando ando” en todas las sedes del país.
- Política de reubicación de plantas eléctricas de emergencia.
- Cese de instalación de plantas eléctricas en las ciudades con flujo de energía estable.
- Apagado completo de la red TDMA y migración a la tecnología CDMA por Telefónica Movistar.
- Apagado de más de 33 sedes durante “La Hora del Planeta”, actividad desarrollada en asocio con la WWF Colombia.

La implementación de estos programas generó en el 2009 un ahorro de energía del 4% en Telefónica Telecom y una reducción del 7% en el consumo de energía de Telefónica Movistar.

La Compañía tiene la fortuna de pertenecer al sector de Telecomunicaciones, el cual hace parte de la solución al problema del cambio climático y realiza un gran aporte al cuidado del medio ambiente.

El sector de las telecomunicaciones ha innovado con tecnologías que propenden por el cuidado, el respeto y la protección del entorno, lo que permite utilizar los recursos con mayor eficiencia.

Telefónica Colombia, por medio de la oferta de los productos y servicios de telefonía fija y móvil, de Internet y televisión, logra que sus clientes sean más eficientes en el uso de los recursos, pues reducen y evitan desplazamientos innecesarios, los cuales son generadores de gases de efecto invernadero, en particular gracias a los servicios de teleconferencia y videoconferencia, los cuales sustituyen la cantidad de viajes y, por ende, los altos costos y tiempos relacionados con los mismos. Estos servicios se orientan no solo a acercar más a los miembros de una empresa, sino también a sus clientes, proveedores y aliados.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) tienen una gran oportunidad en la creación de soluciones ambientales para la comunidad, en especial por su incidencia positiva en términos de transporte y energía. Según el informe del GeSI (*Global e-Sustainability Initiative*), al 2020 las TIC pueden lograr un ahorro de emisiones de 7,8 miles de millones de toneladas de CO₂ aproximadamente.

Energía renovable

Desde su compromiso con el medio ambiente, Telefónica Colombia incentiva el consumo racional y eficiente de los recursos hídricos y energéticos de los que hace uso en sus instalaciones, con el fin de reducir y dar tratamiento adecuado a las Emisiones de Gases Efecto Invernadero –GEI–. Dichas iniciativas son denominadas Proyectos de Mecanismo de Desarrollo Limpio –MDL–.

El Grupo Telefónica ha desarrollado iniciativas que tienen el propósito de identificar fuentes de energía renovable para reducir el consumo de energía tradicional en sus operaciones y sedes administrativas.

- Telefónica Movistar desarrolla un estudio piloto para reemplazar las fuentes de energía de las tecnologías existentes, mediante la implementación de energías alternativas, como la solar y la eólica, con el objetivo de contribuir a mejorar la eficiencia energética de las operaciones de su red.
- Telefónica Telecom instaló varias fotoceldas en sus sedes de todo el país, con el objetivo de proporcionar energía renovable y alternativa a los servicios técnicos de las operaciones.

Indicadores Global Reporting Initiative*

EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Número de clientes con factura electrónica	Unidades	No aplica	16.569	10.000

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

Las TIC podrían contribuir, para el año 2020, a generar un ahorro de emisiones de CO₂ de 7,8 millones de toneladas

En el 2009 se alcanzó un número de 1.027 unidades de paneles solares instalados y en operación, con una capacidad de producción de 2,1 GJ al año.

Instalaciones con energía solar



- La Compañía ha diseñado un proyecto modelo, para utilizar automáticamente soportes de bancos de baterías, con el objetivo de reemplazar el uso de plantas eléctricas que consumen ACPM cuando se presenta una falla con la energía eléctrica en un lugar determinado. Esta propuesta consiste en modificar el modo de operación de los equipos motogeneradores de las redes, de tal forma que pasen de un esquema de encendido automático, ante cualquier anomalía en la red comercial, a un modo de arranque controlado y temporizado, con el propósito de que las plantas solo se enciendan cuando la condición anómala sobrepase un tiempo de una a dos horas. Con esta práctica se logra disminuir el mantenimiento preventivo, el consumo de combustible y la emisión de CO₂ a la atmósfera.
- Como parte de la solución al problema del cambio climático, Telefónica ha implementado un proyecto de eficiencia energética, consumo de combustibles y la racionalización de los viajes, por medio del cual se busca reducir, en un 30%, las emisiones generadas por la Compañía para el año 2015.



“Estaremos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno”.

Telepresencia en la Presidencia de Colombia

Con la asistencia del Presidente de la República, Álvaro Uribe, el Ministro de Defensa, Gabriel Silva y el Presidente Ejecutivo de Telefónica en Colombia, Alfonso Gómez, se inauguró la Sala de Telepresencia en la Casa de Nariño.

La infraestructura de red de Telefónica Colombia permite una comunicación instantánea entre el Casa de Gobierno y diferentes puntos geográficos, sin necesidad de realizar desplazamientos, permitiendo un proceso de toma de decisiones rápido y efectivo. La implantación de esta tecnología que brinda Telefónica, representa para el Gobierno colombiano, ahorros en desplazamientos, mejoras en la productividad, seguridad y agilidad en la gestión gubernamental.

Esta tecnología de punta ofrece a las personas una nueva forma de reunirse y colaborar, mediante voz y video. La comunicación instantánea que simula una reunión presencial, puede darse punto a punto (2 salas), o multipunto (más de 2 salas), en reuniones de hasta 300 personas al mismo tiempo distribuidas por todo el mundo.

Gracias a esta tecnología, el Gobierno de Colombia puede mantener una sesión de trabajo con participantes que se encuentran en diferentes localizaciones de una forma tan real como si estuviesen presentes en la misma sala, con colores naturales, iluminación sin sombras, y sin problemas de resolución.



Principio 10 del Pacto Mundial

“Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”.

Emisiones de CO₂

Consciente de que implementar un despliegue de red responsable, una operación eficiente y un consumo racional contribuye a la reducción del impacto ambiental, en el 2009, Telefónica Colombia continuó avanzando en su compromiso por la disminución del consumo eléctrico de su red y de sus oficinas, y, con ello, en la reducción de emisiones de GEI –Gases de Efecto Invernadero–. Los logros alcanzados fueron verificados a través de la metodología *Greenhouse Gas Protocol* y de la ISO 14064, norma que cuantifica las emisiones generadas por los proveedores de productos y servicios para Telefónica, el consumo de energía eléctrica de la Organización y las emisiones de CO₂ en los viajes de sus trabajadores.

CO₂ totales (T CO₂)

	2007	2008	2009
CO ₂ emisiones directas	7.462	9.581	4.086
CO ₂ emisiones indirectas (electricidad)	28.754	36.059	32.835
CO ₂ emisiones indirectas (procedentes de viajes)	No disponible	1.598	2.983

La Compañía basa su filosofía y estrategia corporativa en la construcción de confianza con todos aquellos con quienes se relaciona

Principios de Actuación

Consciente de la necesidad de afectar sus entornos de manera positiva, Telefónica Colombia ha apostado por consolidar una base organizacional íntegra y transparente, capaz de extender sus comportamientos éticos hacia sus entornos más próximos.

Los Principios de Actuación son la apuesta del Grupo Telefónica por asegurar una cultura de trabajo íntegra, que gestiona sus actividades cotidianas de acuerdo con éstos. Inspiran y definen conductas y comportamientos éticos, construyen la reputación de la Compañía y hacen de Telefónica Colombia una empresa merecedora de la confianza de todos aquellos con quienes interactúa.

El Grupo Telefónica, a través de sus Principios de Actuación, estipula que su contribución a la sociedad y su actuación como ciudadano corporativo se ciñe a una actuación institucional de absoluta neutralidad política. Estos Principios en la práctica se traducen en la abstención de toma de posiciones a favor o en contra de procesos y actores políticos legítimos. Así, la Compañía no efectúa donaciones o contribuciones de ninguna índole a aquellos actores de la sociedad cuya actividad esté claramente vinculada a la política.

Con la confianza como el activo más importante para generarle valor a sus grupos de interés, desde el año 2007 la Compañía ha focalizado sus esfuerzos en promover arduamente la integridad y la transparencia, y asegurar que estos atributos sean recono-

cidos como una fortaleza, para generar orgullo y sentido de pertenencia en todos los colaboradores.

Asimismo, el 93,6% de los directivos ratificaron su compromiso con los Principios de Actuación, manifestando:

- Conocer los Principios de Actuación y actuar en concordancia con ellos.
- Liderar con el ejemplo y replicar los mismos con su comportamiento en el entorno en el que desarrollan su actividad.
- Informar sobre los procesos y/o actuaciones que vayan en contra de los Principios.

Para asegurar el cumplimiento de los Principios de Actuación, en el 2009 se implementó una estrategia con tres frentes de trabajo: comunicación, formación y seguimiento del canal de consultas y denuncias.

Comunicación

En el frente de comunicación se desarrolló una estrategia encaminada a generar recordación sobre los diferentes mensajes asociados con los Principios de Actuación. Para este fin se implementaron diferentes piezas de comunicación, que les permitieron a los empleados reconocer situaciones cotidianas y posibles dilemas éticos a los que podrían enfrentarse en el ejercicio de sus labores.

Indicadores Global Reporting Initiative*

SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización

HR3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos

SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2007	2008	2009
Empleados formados en Principios de Actuación	Porcentaje	92,5	94,5	93,6
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	No disponible	No disponible	3
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	No disponible	No disponible	19

* Para más información www.telefonica.com.co/rc09

“Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”.



El cumplimiento y la observancia de los Principios de Actuación supone un ejercicio de razonamiento, que requiere de unos líderes altamente dispuestos, no solo para replicar con el ejemplo, sino para resolver inquietudes y gestionar dilemas en el interior de los equipos de trabajo. Por esta razón, se diseñaron guías de refuerzo, de manera que los líderes de la Organización contaran con las herramientas suficientes para brindar información oportuna a sus colaboradores.

Formación

El 93,6% de los empleados de Telefónica han realizado el curso de Principios de Actuación, disponible a través de la herramienta de *e-learning* A+. No obstante, y en aras de reforzar el conocimiento de los mismos, en el 2009 se diseñó un taller presencial, mediante el cual los empleados de las operaciones en Colombia, a través de un estudio de casos, podían reflexionar sobre las diversas situaciones que pueden presentarse y tomar la mejor decisión.

Seguimiento del canal de consultas y denuncias

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

En Colombia, la Oficina la dirige el Comité de Principios de Actuación, el cual está conformado por las Vicepresidencias de Recursos Humanos de Telefónica Telecom y Telefónica Movistar, Auditoría, Intervención e Inspección, Secretaría General y Relaciones Institucionales; a través de la coordinación de la Oficina

Conflicto de Intereses

En abril del 2009, Telefónica Colombia aprobó la Política de Conflicto de Intereses, creada con el fin de regular las relaciones de los empleados de las Empresas del Grupo Telefónica con terceros. Para su implementación se dispuso de un canal confidencial de reporte, el cual es administrado por las áreas de Recursos Humanos, en conjunto con la Oficina.

se surten los debidos procesos para cada una de las peticiones que se reciben por medio del canal confidencial, el cual ha sido dispuesto para que cualquier colaborador de la Organización ponga de manifiesto inquietudes o cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios.

Principios para la administración del canal de consultas y denuncias:

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

En el 2009 la Oficina atendió un total de 41 casos, entre consultas y denuncias.

“Estableceremos los controles adecuados para gestionar los riesgos del negocio, las personas y la reputación”

Telefónica Colombia cuenta con diferentes mecanismos para controlar y asegurar el cumplimiento de los Principios de Actuación, que han sido establecidos para el desarrollo de su negocio y para la contribución formal al desarrollo de los lugares donde opera. En este sentido cuenta en su estructura con algunos elementos que ratifican este propósito:

Unidad Centralizada de Inspección

Realiza trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias que atañen la operación del negocio y en algunos casos inobservancias frente al comportamiento inadecuado de los empleados.

Unidad de Control Fraude

Especializada en el monitoreo del ciclo del negocio para prevenir, detectar e investigar desviaciones que puedan poner en riesgo la operación.

Oficina de Principios de Actuación

Integrada por diferentes áreas de la Organización que tramitan consultas y denuncias asociadas al incumplimiento del código de ética de la Compañía y da origen a políticas y proyectos que promueven la gestión responsable.

Dirección de Seguridad

En coordinación con las áreas anteriormente mencionadas se da trámite y se surten las respectivas investigaciones asociadas al incumplimiento de las normativas corporativas.



04

Análisis de Materialidad

Mecanismos de cumplimiento

Con el objetivo de hacer seguimiento a la aplicación de los propósitos corporativos, Telefónica Colombia ha implementado diferentes procesos que aseguran su cumplimiento:

Auditorías periódicas

Para la revisión de la información de los diferentes procesos del negocio que alimentan directamente las cuentas de Telefónica, como los procesos de pagos, gastos e inversión.

Verificaciones internas y externas

Del cumplimiento normativo en materia laboral y protección de datos.

Mecanismos de denuncia

Para el cumplimiento de la Ley Sarbanes Oxley en los aspectos relacionados, como el control interno y auditoría de las cuentas anuales y la contabilidad.

Verificación independiente

De sus estados financieros.

Código de ética

Asegura el comportamiento correcto de todos aquellos que trabajan en la Compañía.

Para la elaboración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Telefónica Colombia desarrolló un estudio de materialidad. Este ejercicio exigió un análisis exhaustivo de las expectativas de los grupos de interés frente a la capacidad de respuesta de la Compañía.

El estudio se desarrolló a partir de la información recibida a través de los canales de peticiones, quejas o reclamos (PQR), las líneas de servicio al cliente, los estudios de marca, los *focus group* adelantados por las diferentes áreas con proveedores, empleados y clientes y las encuestas de satisfacción a estos mismos grupos de interés.

Adicionalmente, se tuvo en cuenta la fase de evaluación y retroalimentación, sobre la información que ha sido previamente reportada por la Empresa en los informes de RC de ejercicios anteriores y la cual identifica las percepciones y expectativas de todos los grupos de interés, frente a los diferentes temas que conciernen a la operación misma del negocio.

Esta fase se materializó a través de los procesos de diálogo *multistakeholder*, realizados en el 2009, los cuales permitieron determinar el interés que generan entre los públicos objetivo los asuntos propuestos y evaluar el desempeño económico, social y ambiental de Telefónica Colombia, a través de una matriz de cualificación y cuantificación de percepciones positivas y negativas.

El proceso de diálogo se realizó en Bogotá, Cali, Cúcuta, Medellín, Neiva y Valledupar, y contó con una participación de 88 personas, representantes de los contratistas y proveedores, de los empleados, clientes, competidores, asociaciones y gremios y de organizaciones sociales y de usuarios, entre otros.

En la primera parte de los diálogos se capturaron las expectativas de los grupos de interés, a través de una conversación dirigida por el consultor en RSE de Telefónica Colombia, en el marco del modelo de gestión responsable de la Compañía. En la segunda parte del ejercicio se les propuso a los asistentes el siguiente listado de temas:

- Calidad: de los productos y servicios ofrecidos en cuanto a funcionamiento.
- Disponibilidad de los canales de atención: acceso fácil y rápido a los puntos de venta y servicio.
- Reducción de reclamaciones: trámite ágil, a tiempo, efectivo.
- Oferta integral de telecomunicaciones: variedad de productos y soluciones a grupos objetivos y sus necesidades específicas.
- Desarrollo de los empleados: oportunidades de crecimiento profesional, remuneración, reconocimiento y equilibrio entre el tiempo que el empleado dedica a sus asuntos personales y el tiempo laboral.
- Cadena de suministro y gestión de terceros: extensión de buenas prácticas corporativas a la cadena de valor de la Compañía.
- Comunicación: Telefónica comunica claramente a sus grupos de interés.
- Ética y transparencia: entrega, claridad y disponibilidad de la información para todos los grupos de interés.
- Privacidad y protección de datos: manejo adecuado y confidencial de la información personal de los clientes.
- Impacto económico y social: Telefónica Colombia, como motor social y económico, contribuye a la generación de desarrollo y progreso.
- Productos accesibles: oferta de productos y servicios dirigidos a poblaciones con condiciones particulares, como discapacidades.
- Compromiso con el medio ambiente y contribución a la prevención del cambio climático: políticas medioambientales,

interiorización de las mismas dentro de la Compañía, divulgación hacia dentro y hacia afuera, cumplimiento, y generación de valor.

- Gobierno corporativo: buenas prácticas de administración.
- Derechos laborales: el respeto, la protección y promoción de los derechos de los empleados.
- Compromiso social: Fundación Telefónica.

Los participantes de los diálogos calificaron la importancia, para la Compañía, de los asuntos del listado, el desarrollo de cada uno en el sector de las telecomunicaciones y el desempeño de Telefónica Colombia frente a cada aspecto.

Con los resultados de la calificación se elaboró la matriz de asuntos relevantes, la cual estableció las prioridades de trabajo para los temas propuestos, a través de las siguientes categorías:

- Diferenciar: esta categoría agrupa los asuntos en los cuales los asistentes perciben que el desempeño de Telefónica es estándar y no hay diferenciación con otras organizaciones.

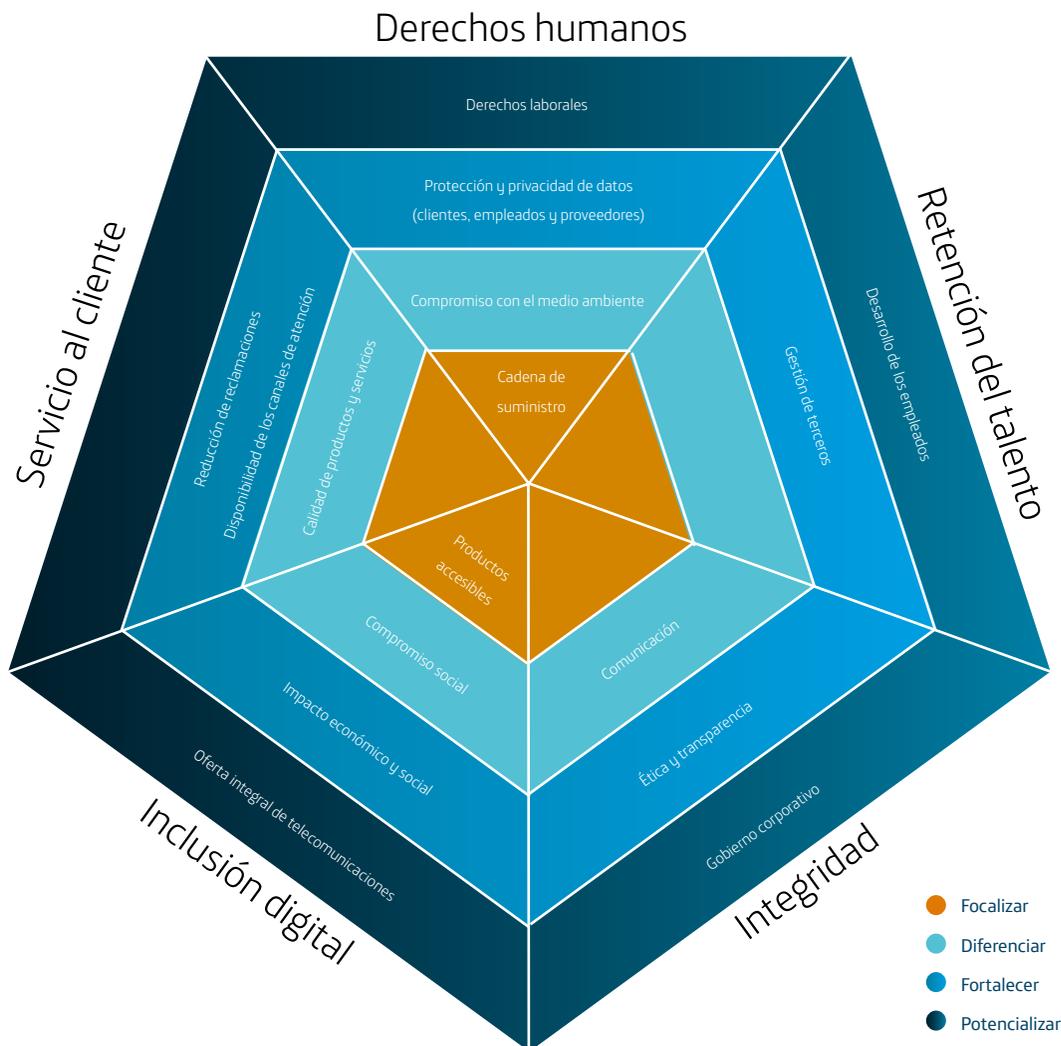
- Fortalecer: bajo esta categoría se clasifican los asuntos en los cuales los asistentes perciben un buen desempeño.

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

- Redefinir: asuntos cuya importancia y desempeño fueron calificados como bajos, por lo cual es necesario buscar una mayor claridad en la presentación de sus objetivos y alcances, generando así un mayor interés por parte de los participantes.

Esta información fue incluida en el plan estratégico de responsabilidad corporativa de la Compañía y comunicada al Comité de Principios de Actuación, con el fin de integrarla a los sistemas de gestión de la Compañía.

Para efectos de este informe los asuntos fueron agrupados bajo las categorías establecidas en el direccionamiento estratégico de la Organización, el cual estableció los temas que pueden tener influencia en la reputación de la Compañía y la estrategia del Grupo en Colombia.



05

Indicadores Clave

Telefónica cuenta con una serie de indicadores que muestran su desempeño económico, social y medioambiental.

	Unidad de medida	2007	2008	2009
Impacto Económico				
Recursos movilizados Telefónica Colombia	Millones de pesos	4'700.000	5'926.000	5'520.000
Inversión en innovación tecnológica	Millones de pesos	314.900	537.356	484.112
Pagos a Administraciones Públicas	Millones de pesos	851.156	827.812	759.000
Pagos a empleados	Millones de pesos	293.826	328.325	331.000
Inversiones en infraestructuras	Millones de pesos	1'021.320	1'328.567	920.000
Volúmen compras adjudicadas	Millones de pesos	2'700.000	3'070.593	2'152.786

Impacto Social				
Total inversión social	Millones de pesos	6.555	12.185	14.182
Beneficiarios de Proniño	Número de niños beneficiados	6.035	12.634	17.652

Derechos Humanos				
Principios 1-2				
Empleados formados en los Principios de Actuación	Porcentaje (%)	92,5	94,5	93,67
Índice de satisfacción cliente	Unidades	6,92	7,17	7,72
Número de proveedores evaluados bajo criterios de RC	Unidades	45	254	249
Número de proveedores auditados bajo criterios de RC	Unidades	No aplica	7	15

Estándares Laborales				
Principios 3-6				
Número total de empleados	Unidades	6.472	4.886	6.348*
Horas de formación por empleado	Horas	473	105	85
Mujeres	Porcentaje (%)	48%	42%	49%
Mujeres directivas	Porcentaje (%)	1%	1%	25%**
Número de personas con discapacidad		4	6	14

* Este incremento se debe a la vinculación formal que Atento realizó de los empleados que anteriormente estaban contratados por medio de una empresa de personal temporal.

** Este porcentaje ha sido calculado sobre el número total de empleados directivos.

Telefónica Colombia

trabaja de forma constante
por generar con sus grupos
de interés relaciones
de confianza

	Unidad de medida	2007	2008	2009
Medio Ambiente				
Principios 7-9				
Estudios de impacto ambiental	Unidades	242	248	292
Mediciones de ruido	Unidades	78	167	192
Mediciones campos electromagnéticos	Unidades	17	15	36
Formación ambiental a empleados	Horas	6.150	6.851	3.234
Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos	Miles de pesos	88.330	34.464	49.400
Inversión adecuaciones impacto acústico	Miles de pesos	411.332	1'779.505	1'777.010
Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de red	Miles de pesos	6.085	No disponible	7.657
Inversión adecuaciones impacto visual	Miles de pesos	266.985	538.592	525.370
Nº de emplazamiento compartidos con operadores	Unidades	786	1.176	1.435
Gastos mantenimiento ambiental	Miles de pesos	No disponible	591.951	468.025
Otros gastos gestión ambiental	Miles de pesos	No disponible	59.193	223.559
Inversión en adecuación para cumplimiento legal ambiental	Miles de pesos	No disponible	2'556.238	3'025.444
Consumos				
Total consumo papel blanco (incluido facturas)	Kilogramos	483.728	413.161	409.573
Total consumo papel reciclado (incluido facturas)	Toneladas	44.944	9.535	11.238
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	2.513	817	1.004
Consumo eléctrico edificios oficina*	MWh	7.462	6.011	4.727
Consumo eléctrico en operaciones	MWh	155.790	146.165	198.197
Consumo de agua	Miles de litros	301.949	276.924	213.186
CO ₂ totales	Toneladas	36.215	47.238	39.904
CO ₂ emisiones directas	Toneladas	7.462	9.581	4.086
CO ₂ emisiones indirectas (electricidad)	Toneladas	28.754	36.059	32.835
CO ₂ emisiones indirectas (procedentes de viajes)	Toneladas	No disponible	1.598	2.983
Residuos				
Residuos de papel y cartón	Kilogramos	82.229	35.716	34.017
Residuos de baterías	Kilogramos	790.619	348.722	110.625
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos (oficinas y operaciones)	Kilogramos	44.481	135.044	146.847
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes)	Kilogramos	10.800	93.039	3.300
Residuos de aceites	Litros	10.909	No disponible	21.369
Reutilización de equipos	Unidades	No disponible	No disponible	1.146
Derrames combustible	Unidades	No disponible	13	23
Volumen combustible derramado	Litros	No disponible	3.406	7.223
Viajes				
Viajes por trabajo en avión*	Unidades	No disponible	7.879	7.138
Anticorrupción				
Número de empleados formados en los Principios de Actuación	Porcentaje	92,5	94,5	93,6
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	No disponible	No disponible	3
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	7.771	No disponible	19

* Viajes nacionales, continentales e intercontinentales.



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

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE (VERIFICACIÓN) DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2009 DEL GRUPO TELEFÓNICA EN COLOMBIA.

A las Juntas Directivas y Órganos de Dirección de las operaciones de Telefónica en Colombia y al Comité de Principios de Actuación.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 del Grupo Telefónica en Colombia disponible en www.telefonica.com.co/rc09, y su adaptación conforme a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), para el perímetro de Telefónica Colombia.
- Los principios recogidos en la Guía AA1000 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability), para las actividades desarrolladas por Telefónica en Colombia.

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

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).

Procedimientos realizados

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

1. Entrevistas con directivos y personal de las áreas de Responsabilidad Corporativa de Telefónica, S.A. y entrevistas con una selección de directivos y personal clave de las líneas de negocio de telefonía fija y móvil de Colombia. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas corporativas de Responsabilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en las estrategias de las entidades.
2. Revisión de información relevante, tal como las actas de las reuniones del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. o las actas de las reuniones celebradas por la Comisión de Recursos Humanos y

Reputación Corporativa, en las que se han tratado asuntos relacionados con la Responsabilidad Corporativa.

3. Revisión de los procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.
4. Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica en Colombia a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
5. Comprobación selectiva de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2009 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

Los procedimientos aplicados para cada indicador se detallan en la Tabla de Indicadores GRI que se adjunta a continuación y que forma parte integrante de este Informe, habiéndose obtenido para cada uno de ellos documentación soporte correspondiente.

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 no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 del Grupo Telefónica en Colombia contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3)
- Los principios recogidos en la Norma AA1000AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).

En esta hoja se recogen los principales procedimientos y conclusiones de nuestra verificación; el contenido íntegro del presente informe de revisión, junto con las recomendaciones y detalle de los procedimientos de verificación aplicados a los indicadores GRI G3 se encuentra en: www.telefonica.com.co/rc09

