

2013

Informe de Sostenibilidad  
Telefónica Colombia



# Ser más sostenibles

*Telefónica*





# Informe de Sostenibilidad\_

Telefónica Colombia  
2013

*Telefónica*

---

# Contenido\_

---

Cartas de los  
presidentes

p. 4

---

Acerca del  
informe

p. 8

---

Perfil de  
Telefónica  
Colombia

p. 10

---

Motor de  
progreso

p. 12

---

Cadena de  
suministro

p. 54

---

Clientes:  
personas e  
instituciones

p. 66

---

---

Enfoque de  
sostenibilidad

p. 16

---

Gestión de  
la ética

p. 22

---

Derechos  
humanos

p. 26

---

Accionistas e  
inversionistas

p. 32

---

Empleados  
Teléfono

p. 40

---

Niños, niñas,  
jóvenes y  
docentes

p. 80

---

Gestión  
medioambiental

p. 90

---

Principales  
indicadores de  
sostenibilidad

p. 104

---

Tabla de  
indicadores GRI

p. 108

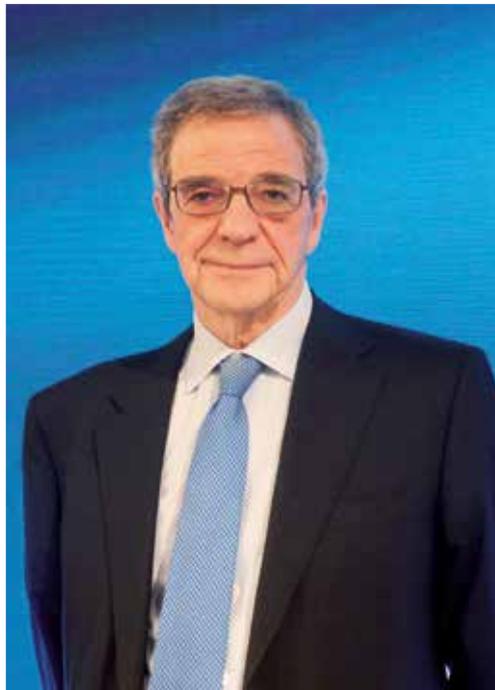
---

Glosario

p. 118

---

# Carta del Presidente de Telefónica\_



## Estimados amigos,

Un año más tengo el placer de dirigirme a ustedes para presentarles el *Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa*, que recoge nuestras actividades en materia de gestión de riesgos y aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social.

Este Informe, que Telefónica lleva publicando desde 2002, tiene como objetivo responder a las inquietudes de información y transparencia de los distintos grupos de interés con los que nos relacionamos. Asimismo supone anticipar el cumplimiento de la *Directiva 2013/34* de la Unión

Europea en lo que respecta a la “divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos”. Adicionalmente, tiene la voluntad de dar respuesta a las exigencias de información que, bajo el formato ‘informar o explicar’, se están desarrollando en algunos de los países en los que operamos.

En Telefónica estamos convencidos de que la sostenibilidad corporativa y la transparencia son fuentes de competitividad y progreso en el largo plazo. No sólo ayudan a afianzar nuestra legitimidad para operar en los diferentes países en los que estamos presentes, sino que también tienen repercusiones positivas en la gestión de nuestro negocio, y por ende en nuestros resultados. Además, las TIC, basadas en la conectividad, están liderando los procesos de transformación de nuestra sociedad y son un factor esencial para la creación de empleo, el crecimiento económico, el ahorro energético y la transparencia, según demuestran las agendas digitales de los organismos públicos y privados más relevantes del mundo.

En este informe podrán ver los avances que Telefónica Colombia ha conseguido en el ejercicio en las tres dimensiones básicas de la sostenibilidad: económica, social y ambiental.

Por el lado del impacto económico, que en materia de sostenibilidad tiene que ver sobre todo con la forma en la que obtenemos nuestros ingresos y realizamos nuestras actividades, en 2013 destacan los resultados de nuestra Oficina de Principios de Actuación, los avances en el cumplimiento de los principios de sostenibilidad de nuestra cadena de proveedores y el progreso que hemos realizado en materia de privacidad y protección de datos.

En Telefónica estamos convencidos de que la sostenibilidad corporativa y la transparencia son fuentes de competitividad y progreso en el largo plazo

En el impacto social, en este *Informe de Sostenibilidad Corporativa 2013* hemos destacado la gestión de la diversidad en la plantilla, los proyectos de inclusión digital e innovación social, así como los importantes proyectos de fomento del emprendimiento en los que estamos inmersos.

Por la parte medioambiental, en este Informe podrán encontrar toda la información acerca de nuestra política ambiental. Seguimos reduciendo nuestro consumo energético e incrementando notablemente la facturación electrónica como alternativa al consumo de papel, y además nuestros servicios *Green* han cosechado importantes avances, que se están traduciendo ya en ingresos para la Compañía.

Como podrán comprobar, la sostenibilidad se va incorporando de forma gradual a la cadena de valor de Telefónica. Así, colaboramos activamente con todos los grupos de interés que se relacionan con nuestra Compañía y ofrecemos una información exhaustiva de la evolución de los temas más relevantes, nuestros indicadores y nuestras políticas de sostenibilidad bajo los criterios de publicación estándares, como son GRI y el *Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact)*.

Todo ello ha permitido que en 2013 nuestra compañía haya sido incluida en el índice mundial Dow Jones Sustainability Index; ocupe la quinta posición en el Carbon Disclosure Project y en el índice Sustainalytics; haya sido reconocida como *Excellence Investment Register* por el índice Ethibel Sustainability; y, por duodécimo año consecutivo, forme parte del índice FTSE4Good. Y como consecuencia de todo, Telefónica ha sido reconocida en 2013 como la

empresa más admirada entre las compañías de telecomunicaciones europeas y la segunda en el mundo por la revista *Fortune*.

Me gustaría concluir recordándoles que nuestra Compañía está posicionada en la actualidad como un actor fundamental en el sector. Contar con el reconocido equipo de profesionales que tenemos, me da la confianza para decirles que Telefónica va a tener un papel cada vez más decisivo en el mundo digital, porque estamos convencidos de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas, empresas y administraciones públicas para que puedan *Ser más*.

Quisiera agradecer el apoyo de nuestros grupos de interés que, con sus opiniones y sugerencias, nos han ayudado a avanzar en la consecución de nuestra visión.

Muchas gracias.



**César Alierta Izuel**  
*Presidente de Fundación Telefónica*

# Carta del Presidente de Telefónica Colombia

El 2013 fue un año de consolidación del negocio, marcado por importantes avances en la creación de valor financiero, social y ambiental, que Telefónica Colombia genera de cara a sus grupos de interés.

Tras el fortalecimiento patrimonial y la emisión de bonos internacionales que Colombia Telecomunicaciones realizó en el 2012, la compañía reconoció en 2013, como nuevo grupo de interés, a los inversionistas que han depositado su confianza en el manejo responsable del negocio en Colombia y en la promesa de crecimiento a futuro de esta operación dentro del ecosistema digital colombiano. En consecuencia y en nuestra nueva calidad de emisor de bonos internacionales, emprendimos un proceso de actualización de las políticas de buen gobierno corporativo, con el fin de que las mismas se ajustaran a la nueva estructura corporativa de la Compañía.

Para mejorar la experiencia de nuestros usuarios, avanzamos en cuatro grandes frentes que responden a las necesidades tradicionales de calidad, cobertura y servicio, así como a la emergente demanda por una vida digital portable.

Telefónica Colombia aumentó la inversión en infraestructura, lo cual se reflejó en un mejor desempeño de las redes de telecomunicaciones y en una mayor estabilidad de las plataformas tecnológicas. Se fortaleció la red comercial con la apertura de 131 puntos nuevos a lo largo del territorio nacional. Asimismo, desarrollamos, implementamos y lanzamos en tiempo récord los servicios móviles de cuarta generación 4G con tecnología LTE gracias a un esquema de colaboración sin precedentes con otro operador móvil, mediante el cual las dos empresas construimos y compartimos una red de cobertura nacional.

Con la introducción del nuevo Firefox OS de Mozilla, un sistema operativo móvil basado en un estándar Web abierto HTML5, pusimos de manifiesto nuestro compromiso al ofrecer, a un precio asequible, opciones para el creciente segmento de usuarios que quieren controlar sus experiencias digitales, liberándose de sistemas operativos propietarios y de las tiendas de aplicaciones cerradas. Con Firefox OS, las aplicaciones se basan en estándares que permiten trasladar las aplicaciones entre dispositivos y no están asociados a sistemas operativos concretos. En resumen, los usuarios de Firefox OS disfrutaron de la portabilidad de la vida digital, a diferencia de los que utilizan sistemas como Android e iOS, que solo permiten aplicaciones diseñadas específicamente para ellos.

De cara a nuestros empleados y sus familias, avanzamos en la consolidación de un programa de beneficios de calidad de vida UNO, que contribuye al balance de la vida personal y profesional de los colaboradores. Este programa, sumado al conjunto de buenas prácticas de gestión del talento nos permitió ser reconocidos como la segunda mejor empresa para trabajar en el país, por el Great Place to Work Institute (GPTW), entre 179 empresas.

Durante este año también asumimos nuevos retos que reiteran el compromiso empresarial con el desarrollo sostenible, frente al cual nos reconocemos como "Arquitectos de un mundo mejor", que es la nueva expresión que quienes hacemos parte del Pacto Global de Naciones Unidas hemos adoptado y que significa una apuesta decidida desde el sector privado por alinear las misiones y estrategias corporativas con la visión post 2015, produciendo resultados que benefician a la sociedad y a la economía global, mientras se construye el éxito empresarial.

La gestión de impactos, riesgos y oportunidades en materia de sostenibilidad continúa siendo parte esencial de nuestro quehacer empresarial

Bajo este marco y con el reto local que como colombianos enfrentamos en la construcción de una nueva etapa como país, Telefónica Colombia se adhirió a la plataforma global de Naciones Unidas "Business for Peace". Esta adhesión representa la voluntad de ser un actor proactivo en la construcción de un entorno de paz, estabilidad y desarrollo a través del ejercicio de nuestro negocio y ratifica el compromiso de la Compañía con los 10 Principios del Pacto Global en materia de Derechos Humanos y Laborales, el respeto al Medio Ambiente y una cultura de cero tolerancia a la corrupción.

De la misma manera, entendiendo la imperante necesidad de promover el empoderamiento de la mujer como un eje clave para el desarrollo sostenible, asumimos el compromiso con la sociedad colombiana de fortalecer la acción empresarial en materia de Equidad de Género a través del programa piloto del Ministerio del Trabajo "Sello de Equidad Laboral (Equipares)".

Así mismo, nos complace haber cerrado el año 2013 consolidando nuestro sistema de gestión medioambiental con la certificación ISO 14001, la primera certificación otorgada a una empresa del sector en Colombia.

La gestión de impactos, riesgos y oportunidades en materia de sostenibilidad continúa siendo parte esencial de nuestro quehacer empresarial. Con el ánimo de seguir avanzando en el propósito de identificar, gestionar y rendir cuentas sobre los asuntos más relevantes para cada uno de los grupos de interés, invito a todos los lectores de éste, el octavo informe de sostenibilidad, a hacer uso del canal de comunicación institucional que hemos dispuesto y que encontrarán al final de este documento, para que nos hagan llegar

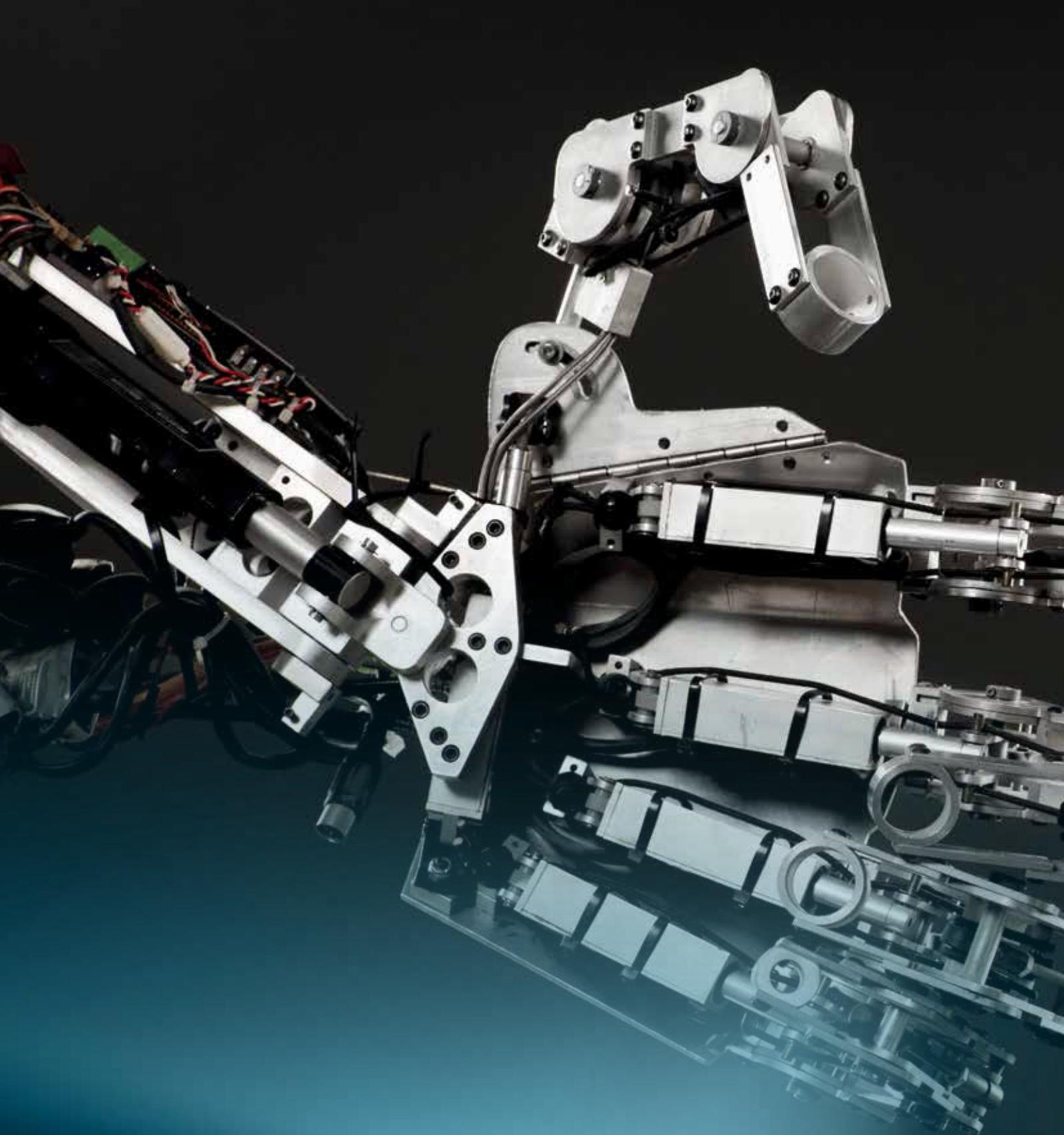


los comentarios y sugerencias que permitan fortalecer nuestro siguiente ciclo de gestión y mantener el estándar que este año fijamos como "la empresa de telecomunicaciones más sostenible en Colombia", según el estudio independiente que realizó la Revista Semana Sostenible, en alianza con la firma Sustainalytics.

Cordialmente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'AGP', written over a light blue grid background.

**Alfonso Gómez Palacio**  
*Presidente Ejecutivo Telefónica Colombia*



Acerca  
del Informe\_

A close-up photograph of a person's hand holding a cylindrical metal component of a complex mechanical assembly. The hand is positioned in the center-right of the frame, with the fingers gripping the component. The background is dark, making the metallic parts stand out. The lighting highlights the textures and shapes of the machinery.

Telefónica Colombia, comprometida con mantener relaciones de confianza con sus grupos de interés, a partir de la transparencia en la comunicación, presenta su octavo Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa, documento que incluye el desempeño, los logros, las experiencias y los aprendizajes corporativos en los ámbitos económico, social y ambiental del 2013.

El informe se dirige a los distintos grupos de interés de la Compañía y está realizado en función de los aspectos que han sido más destacados en su relación con la organización. Da respuesta a las temáticas expuestas desde una perspectiva de sostenibilidad para la empresa y cómo ésta contribuye al desarrollo sostenible.

El presente informe toma en consideración la retroalimentación del informe del 2012, hecha por el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (Cecodes), responde a los parámetros de la Guía G3.1 del Global Reporting Initiative (GRI), incluye los principios de la Norma AA1000 (APS) y describe las acciones desarrolladas para cumplir con el compromiso corporativo con los Diez Principios del Pacto Mundial.

La información cualitativa y cuantitativa sobre el desempeño económico, social y ambiental de la operación ha sido verificada por EY, bajo los principios definidos por la Norma AA1000AS (2008), unos valores que buscan "garantizar la calidad del Informe de Sostenibilidad de la organización y de los procesos, sistemas y competencias que sirven de base para su ejecución por parte de toda la organización".



Perfil de Telefónica  
Colombia\_



# Un sector en transformación\_

Telefónica Colombia hace parte del Grupo Telefónica, uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder en el mundo en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia operativa en Europa y Latinoamérica. Telefónica está presente en 24 países y cuenta con una base de clientes que supera los 323 millones. El grupo cotiza en las bolsas españolas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, así como en las de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires. En Colombia articula su oferta comercial bajo la marca Movistar, así como en España y Latinoamérica.

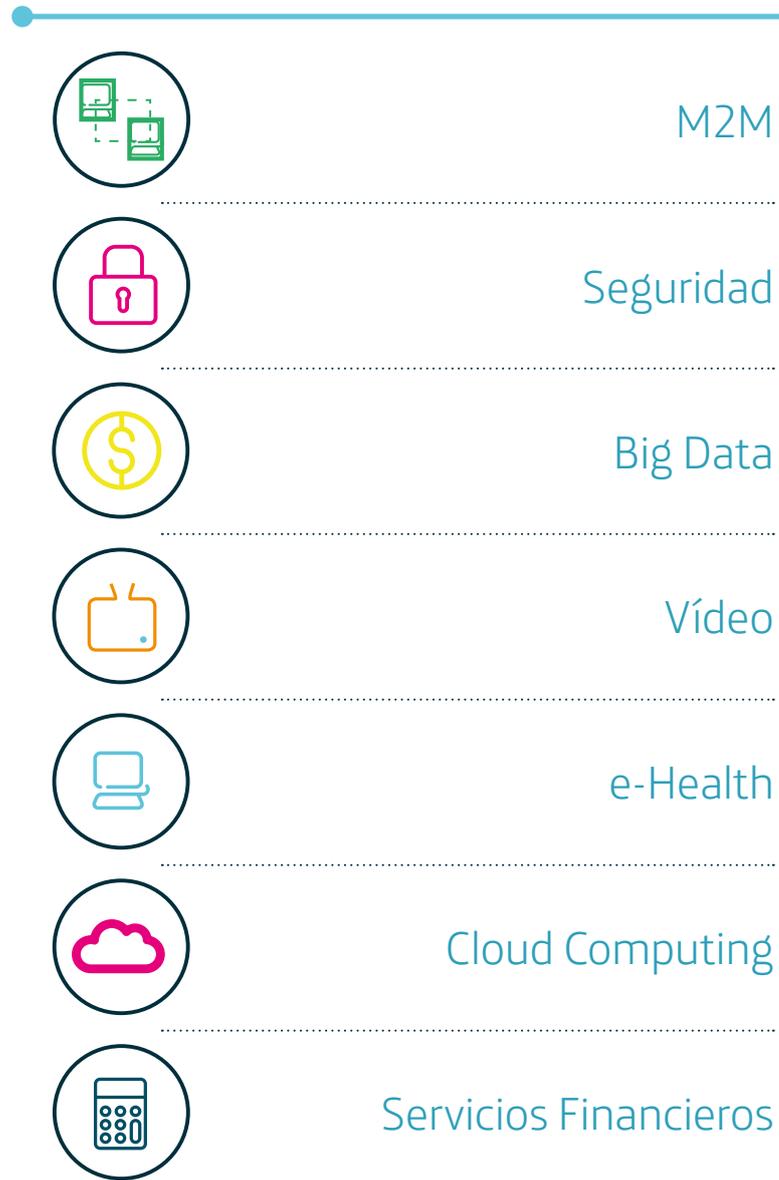
Internet está presente en la vida cotidiana de las personas. En la actualidad, Internet pone en contacto a una tercera parte de la humanidad, y su influencia está transformando todas las sociedades, en sus aspectos tanto económicos como políticos y sociales.

Por esto, Telefónica Colombia está evolucionando a ser una compañía de telecomunicaciones digital. Esto significa ser una organización que combina todos sus activos de las telecomunicaciones con los activos digitales necesarios para ayudar a sus clientes a acceder y disfrutar de todo lo que la tecnología puede ofrecerles.

Las tecnologías digitales están cambiando la manera de vivir, de compartir el conocimiento, de crear, de producir, de distribuir y de consumir. Las mayores capacidades e inteligencia de red demandan más que una simple renovación de portafolio de servicios. La tecnología ofrece una gran variedad de oportunidades, como lo son los accesos fijos de fibra, las redes móviles de cuarta generación, la computación en nube, el tratamiento de volúmenes masivos de datos en tiempo real o las conexiones máquina a máquina (M2M).

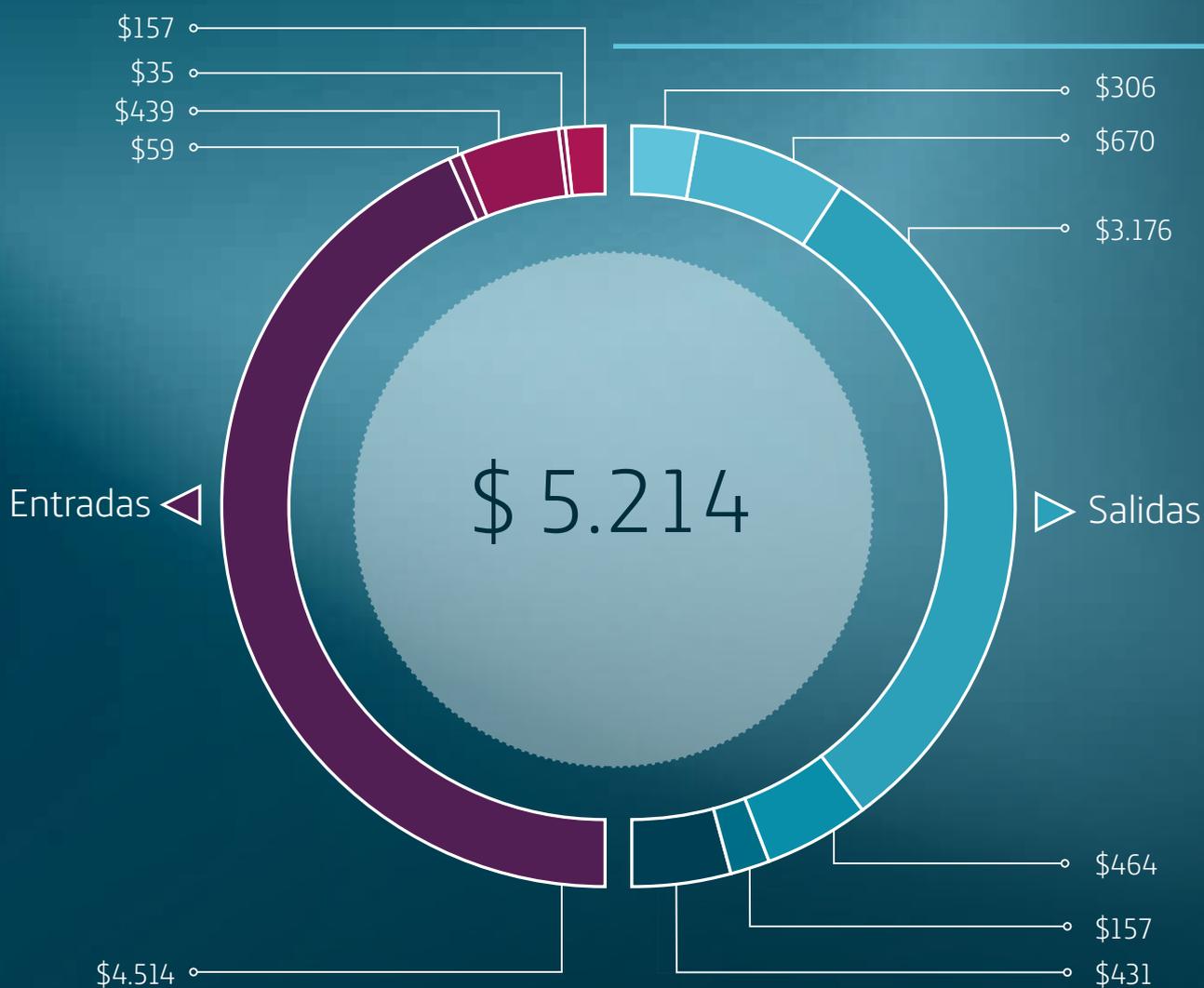
Los productos y servicios digitales ayudarán a las personas, empresas e instituciones públicas a mejorar su productividad y sostenibilidad.

## Nueva oferta de soluciones digitales de Telefónica Colombia\_



# Motor de progreso

Telefónica Colombia tiene vocación de ser un motor de desarrollo económico, social y tecnológico.



Cifras en miles de millones de pesos

El pago a proveedores correspondió al 61% de las salidas, por 3,1 billones de pesos.

## Progreso local

### Salidas

- Empleados
- Administraciones Públicas
- Proveedores (Opex y Capex)
- Inversiones
- Acreedores Financieros
- Otros Gastos

### Entradas

- Clientes
- Desinversiones
- Nueva Deuda
- Otros Ingresos
- Saldo Inicial

En el 2013 Telefónica Colombia pagó 670 mil millones de pesos a las administraciones públicas.

En el 2013, el valor generado y distribuido por la Compañía → alcanzó los **5,2** billones de pesos = **0,74%** del PIB nacional.



Los clientes significaron el 87% de los ingresos de la Compañía, que llegaron a los 4,5 billones de pesos.



El pago a proveedores correspondió al 61% de las salidas, por 3,1 billones de pesos.



El pago a las administraciones públicas significó el 13%, con un valor cercano a los 670 mil millones de pesos.

#### Notas

La información publicada en esta página se obtuvo de fuentes internas de caja de Telefónica Colombia y fue contrastada por el verificador del informe de RC.

Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos que producirían modificaciones en su contenido. Esta información se ha calculado con criterios de pago, mientras que existe información en las páginas siguientes, que se expone con criterio devengado contratado.

Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados de Telefónica Colombia, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

## Además de generar valor económico, Telefónica Colombia es motor de progreso, porque:



En el 2013 la Compañía se adhirió a la plataforma global de las Naciones Unidas "Empresas por la Paz" (Business for Peace - B4P), y reconoció el papel primordial que las empresas pueden desempeñar en la transición hacia una cultura de paz, desde sus procesos y la cultura que promueve.



Telefónica Colombia fue una de las primeras veinte empresas en Colombia en adoptar el compromiso con la equidad de género, a través de la iniciativa del Sello de Equidad Laboral "EQUIPARES", del Gobierno Nacional, y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD.



En el 2013 fue la segunda mejor empresa para trabajar en Colombia, según el ranking del Great Place to Work Institute (GPTW).



Con el programa Proniño, de la Fundación Telefónica Colombia, se atendieron más de 32 mil niños, niñas y adolescentes trabajadores en 50 municipios del país.



Telefónica Colombia es la empresa de telecomunicaciones más sostenible en Colombia, según la firma Sustainalytics.

Durante el 2013, Telefónica Colombia aportó cerca de **154.000** millones de pesos



a todos los Fondos de Servicio Universal que existen en el país. Estos recursos fueron de 52.810 millones de pesos generados en los servicios fijos, incluyendo televisión, y de 100.588 millones de pesos por los servicios móviles. Ambos montos incluyen los pagos por espectro.

**28.000** accesos de banda ancha en hogares estratos 1 y 2, de 38 localidades del país, entre noviembre del 2012 y el 2013.



se pusieron en operación por parte de la Compañía, en el marco del programa Hogares Digitales, del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Min TIC), que busca masificar el acceso a Internet, con el fin reducir la pobreza y generar empleo.



Genera estrategias de formación en uso y apropiación de las TIC, y fortalece los procesos de aprendizaje y enseñanza, a través de las Aulas de la Fundación Telefónica Colombia y las Aulas Hospitalarias. Durante el 2013 se formaron 3.276 docentes a nivel nacional.



A través de WAYRA se invirtieron aproximadamente 800 millones de pesos como capital semilla, en ocho emprendimientos de base tecnológica, que recibieron más de 250 horas de capacitación y mentorías dirigidas a reforzar conocimientos y fortalecer sus casos de negocio.



Primera empresa de telecomunicaciones en Colombia en certificarse bajo la Norma ISO 14001 en sistemas de gestión ambiental.



La Compañía obtuvo el Premio Internacional por Colombia al mejor proyecto de innovación en transparencia, el cual se logró gracias al cumplimiento de nuestra promesa al cliente a través de los contenidos web.

A close-up, shallow depth-of-field photograph of a hand holding a pen over a document. The document is out of focus, showing a grid and a star symbol. The background is a dark, teal gradient.

Enfoque de  
Sostenibilidad\_



Materialidad

Interacción  
con grupos  
de interés



La tecnología es increíble, y cada día nos sorprende con nuevos avances, pero la tecnología no es nada sin las personas. Lo realmente importante es cómo potencia sus vidas. La misión de Telefónica Colombia es acercar las posibilidades de la tecnología a todas las personas, e instituciones para que puedan *Ser más*.

La estrategia de sostenibilidad de la Compañía forma parte de esta misión, y se traduce en resultados claros:



**Ayudamos a la gente a vivir mejor.** En Telefónica Colombia estamos convencidos de que con nuestra tecnología y servicios podemos ayudar a mejorar la calidad de vida y seguridad de nuestros usuarios.



**Transformamos la sociedad.** En Telefónica Colombia sabemos que allí donde hay TIC, hay desarrollo y oportunidades, y que las nuevas tecnologías son una fuente de emprendimiento e innovación social.



**Cuidamos el planeta.** En Telefónica Colombia trabajamos para gestionar eficientemente los riesgos ambientales de nuestra operación, y brindar servicios que promuevan la sostenibilidad ambiental de personas y ciudades.

La sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso: ayuda a reducir la prima de riesgo en los mercados financieros, aumenta el valor de marca y la diferenciación ante los clientes, facilita la fidelización de los empleados, garantiza un proyecto estable como empresa y, de cara a la sociedad, afianza la legitimidad para operar y permitir el desarrollo sostenible de las comunidades en las que la Compañía está presente.

En Telefónica Colombia, la sostenibilidad se analiza desde una perspectiva de valor con tres líneas principales: crecimiento en la actividad, incremento en la rentabilidad y la gestión del riesgo.

Esto se traduce en una serie de proyectos clave. Protección del menor, sostenibilidad en la cadena de suministro, la privacidad y libertad de expresión, los derechos humanos en todas sus vertientes, la gestión de las oportunidades vinculadas a impactos positivos de nuestros servicios en la sociedad y en el medioambiente, son algunos de los proyectos en desarrollo.

Éstos obedecen al análisis de materialidad, que se realiza con base en la información y diálogo con nuestros grupos de interés.



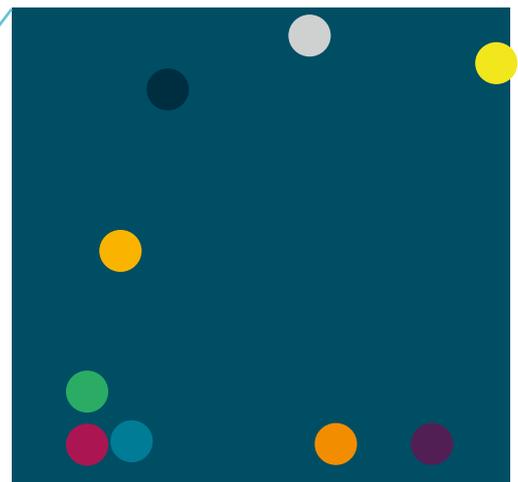
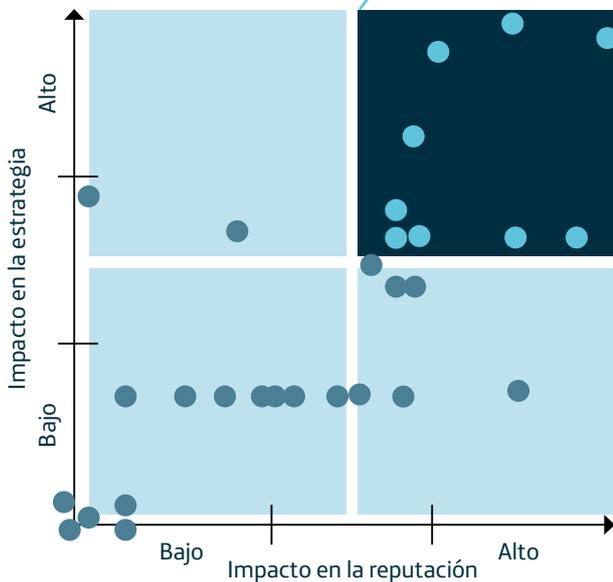
# Materialidad

En coherencia con su propósito corporativo de avanzar en la implementación de los principios de la Guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI), Telefónica Colombia realizó un análisis de materialidad global, el cual permitió verificar los aspectos que mejor reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales más significativos de la operación de la Compañía.

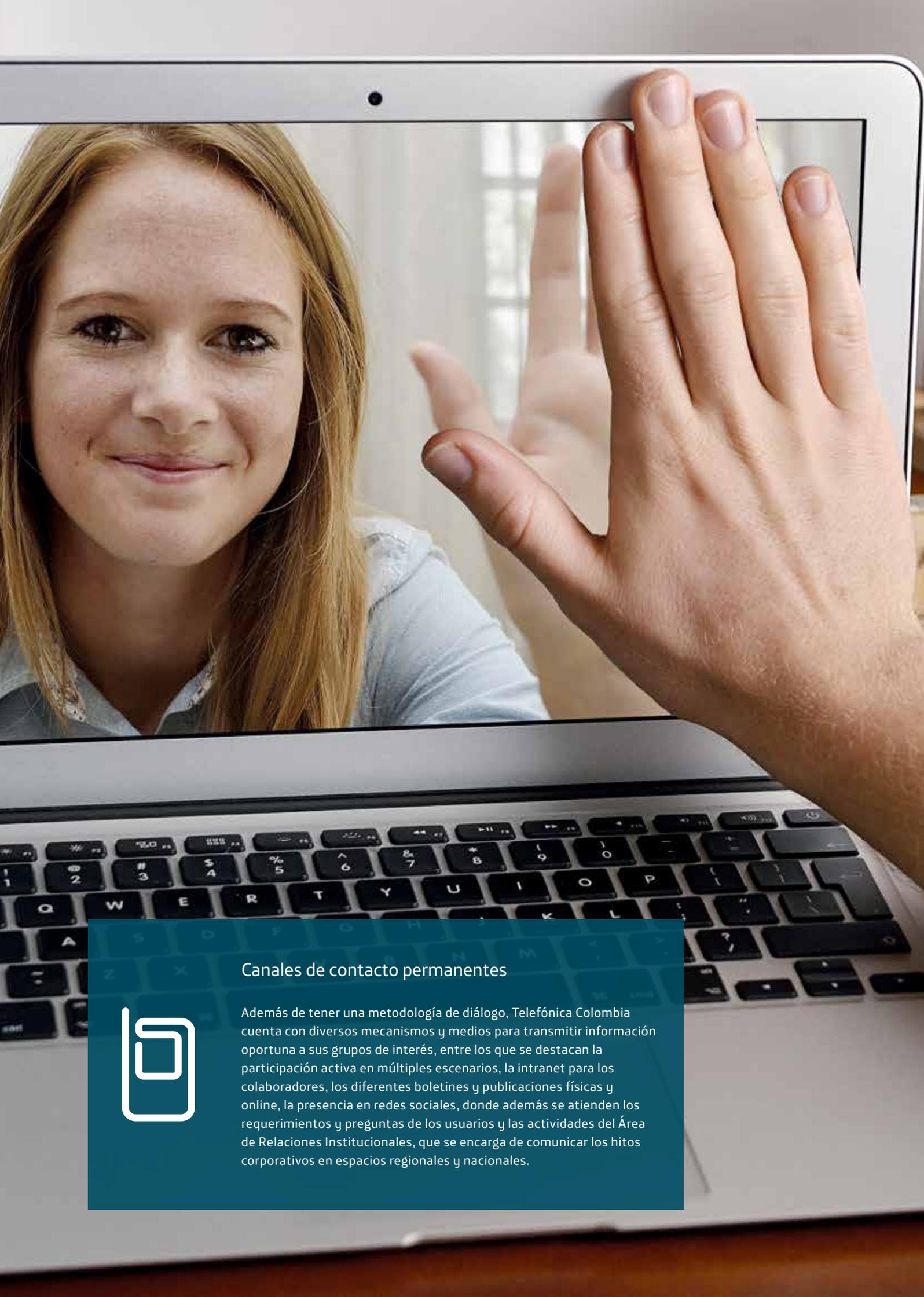
Este proceso le ha permitido a Telefónica Colombia contar con una matriz de materialidad más exhaustiva, que incluye, además, aquellos temas que mayor relevancia tienen en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés, tanto a escala corporativa como en cada uno de los países en donde opera. El procedimiento desarrollado permite también elaborar una matriz general, que refleja los asuntos del reporte y matrices específicas para cada aspecto material relevante.

En el caso de Colombia, es importante anotar que teniendo en cuenta el contexto, la Compañía ha reconocido la Paz como un asunto material, en el que tiene la voluntad y el compromiso de ser un actor proactivo y participativo.

## Modelo de Proyectos Asuntos Estratégicos



- Integridad
- Externalización y deslocalización
- Privacidad y protección de datos
- Publicidad responsable
- Servicio al cliente
- Inclusión digital (accesibilidad)
- Adquisición y retención de talento
- Relaciones con la comunidad
- Derechos Humanos



## Canales de contacto permanentes



Además de tener una metodología de diálogo, Telefónica Colombia cuenta con diversos mecanismos y medios para transmitir información oportuna a sus grupos de interés, entre los que se destacan la participación activa en múltiples escenarios, la intranet para los colaboradores, los diferentes boletines y publicaciones físicas y online, la presencia en redes sociales, donde además se atienden los requerimientos y preguntas de los usuarios y las actividades del Área de Relaciones Institucionales, que se encarga de comunicar los hitos corporativos en espacios regionales y nacionales.



# Interacción con los grupos de interés

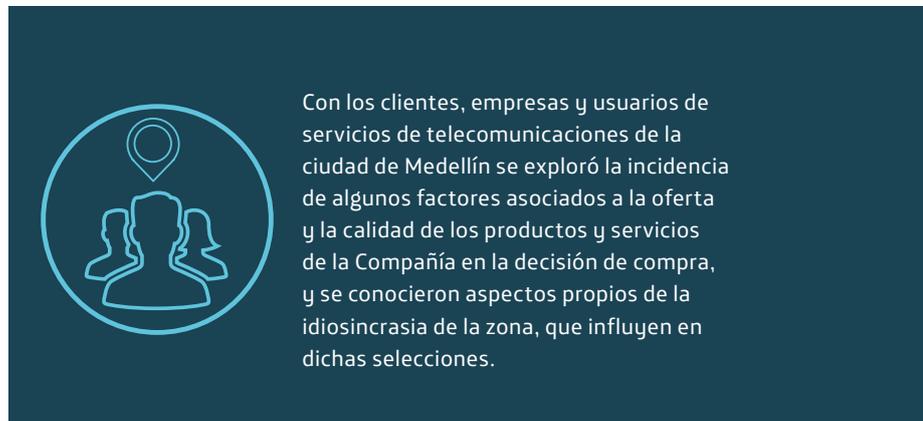
Las relaciones de confianza que Telefónica Colombia sostiene con sus diferentes interlocutores exigen, además de un relacionamiento constante y una revisión frecuente de los compromisos adquiridos y de su grado de cumplimiento, una comunicación fluida, una gestión eficiente y un comportamiento corporativo transparente, acciones que maximizan el aporte de la Compañía para sus accionistas y para las sociedades en donde está presente.

## Diálogos

Durante el 2013 la Compañía continuó profundizando en las temáticas que se agrupan bajo los asuntos relevantes de su matriz de materialidad, a través de los espacios de diálogo con los grupos de interés, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora y aprendizajes replicables en sus diferentes áreas de gestión.

Con los empleados se indagó por algunos aspectos particulares de la gestión humana, como la comunicación, el sentido de equipo y el orgullo hacia la Compañía y la calidad del servicio, factores que permitieron identificar los avances logrados en el tiempo de vigencia de la nueva estructura corporativa, así como los riesgos que plantea el contexto actual.

El asunto sobre el que la Compañía puso mayor énfasis en este ejercicio de diálogo fue el de la cultura digital, tema que fue abordado con líderes de opinión en la materia, de Barranquilla y Cali; con jóvenes estudiantes destacados como líderes en Bogotá, y con empresarios que hacen parte de la cadena de valor de Telefónica Colombia. Las sesiones de conversación giraron



Con los clientes, empresas y usuarios de servicios de telecomunicaciones de la ciudad de Medellín se exploró la incidencia de algunos factores asociados a la oferta y la calidad de los productos y servicios de la Compañía en la decisión de compra, y se conocieron aspectos propios de la idiosincrasia de la zona, que influyen en dichas selecciones.

en torno a la innovación, al papel de la Compañía en el contexto actual y a los desafíos que representa el mundo digital.

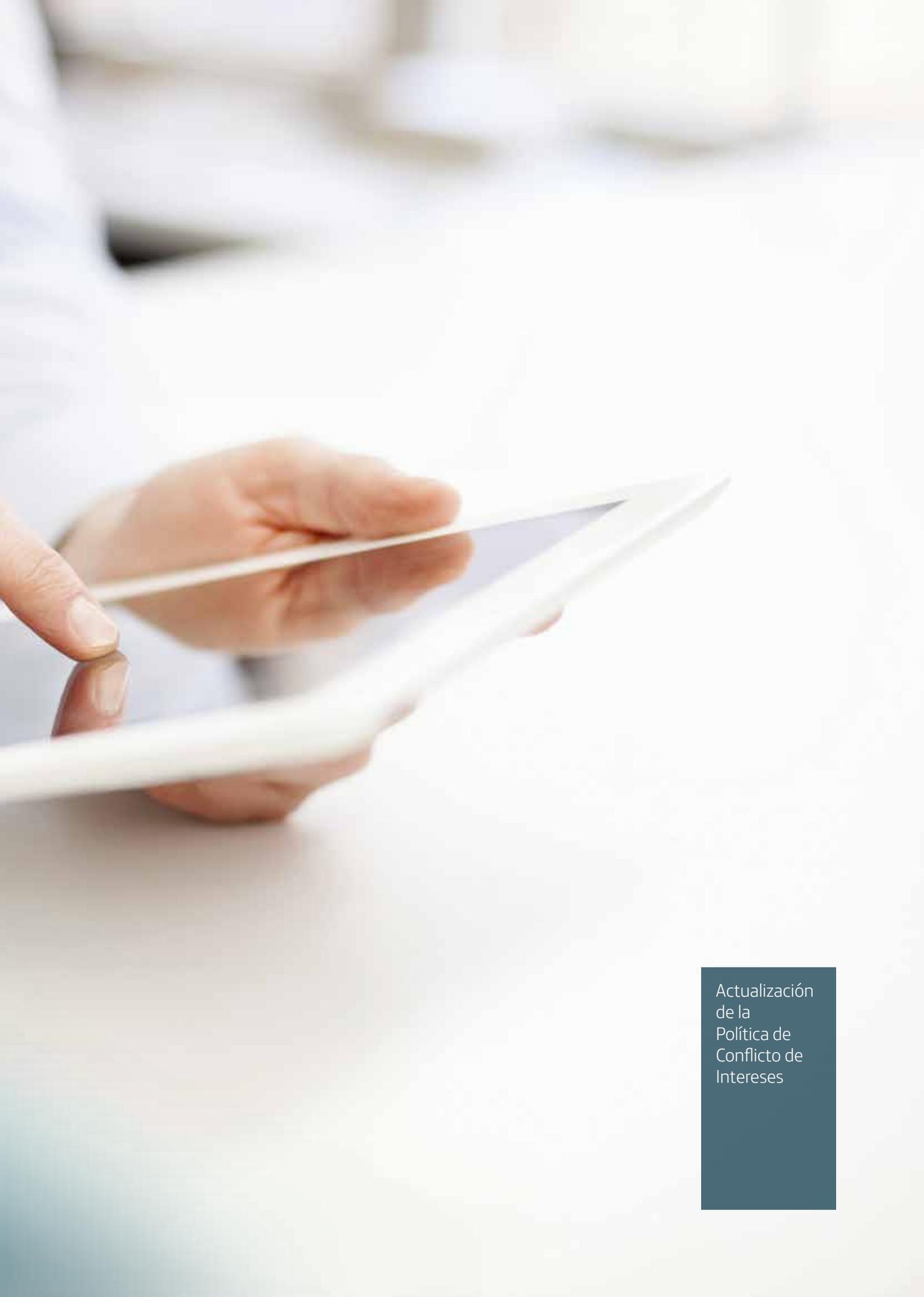
Las conclusiones de estos diálogos han sido analizadas por las diferentes áreas responsables en la Compañía, quienes han tenido en cuenta las expectativas, sugerencias y demandas de los distintos interlocutores en sus planes de acción para el año 2014. Este informe también da respuesta a esas inquietudes, señala los logros obtenidos por la Compañía en cada tema y plantea estrategias de respuesta.



# Gestión de la ética\_

“ Nuestros Principios de Actuación son la base de la solidez y el prestigio de nuestra empresa. Gracias a ellos logramos la confianza de nuestros grupos de interés y maximizamos el valor a largo plazo para nuestros accionistas y para la sociedad en general. ”

**Fabián Hernández Ramírez.**  
Director | Relaciones Institucionales, Regulación  
y Fundación Telefónica Colombia.



Actualización  
de la  
Política de  
Conflicto de  
Intereses

Contar con un sistema de gestión de la ética corporativa es sin duda un requisito para aquellos que quieren proteger su capital e inversiones y para construir confianza en la sociedad.

De acuerdo con la versión más reciente del Índice de Percepción de Corrupción 2013, divulgado por Transparencia Internacional, el país mantiene la calificación de 36 sobre 100 (siendo 0 mayor percepción de corrupción y 100 menor percepción de corrupción), lo que lo ubica en el puesto 94 entre 177 países evaluados. Los niveles de corrupción en un país ponen en tela de juicio su capacidad de atraer capital y su perfil competitivo.

Frente a este reto, el sector privado puede y debe desempeñar un papel activo en la construcción de una sociedad transparente e íntegra.

A nivel global, el Grupo Telefónica impulsa, en todas las naciones en donde ha establecido operación, la observancia del Código de Ética, los Principios de Actuación, los cuales constituyen la guía fundamental para que todos los miembros de la organización tomen decisiones y actúen con integridad, tanto en el diseño e implementación de los procesos de trabajo como en la manera en la que se interactúa con los clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad en general. Esta herramienta contribuye a materializar, además, el compromiso corporativo con los Principios del Pacto Mundial, en especial con el principio 10, de compromiso con la Transparencia.

A través de la Oficina de Principios de Actuación, Telefónica Colombia promueve estos parámetros y hace seguimiento a las actividades asociadas a su gestión.





# Actualización de la Política de Conflicto de Intereses

Durante el 2013 se revisó y actualizó esta política, con el propósito de ajustar sus contenidos a la realidad particular de las operaciones en Colombia, y facilitar además su comprensión y aplicación por parte de todos los colaboradores. Las principales modificaciones de la **Política de Conflicto de Intereses** fueron:



**Actualización de los grados de parentesco civil** y de afinidad que pueden generar un posible conflicto de intereses.



**Obligatoriedad en el reporte de conflicto** de intereses por parte de todos los empleados, de manera anual.

Tras la revisión de la política también entraron en actualización los canales de registro, y se tomó la decisión de realizar el ejercicio formal de reporte de conflictos al inicio de cada año, por lo cual no se presenta una cifra de reportes en el 2013.

## Capacitaciones sobre el código ético

Como cierre del plan de formación que se inició en el 2012, se realizaron **12** charlas de Principios de Actuación y gestión del canal de denuncias en las ciudades de Pitalito, Neiva, Ibagué y Villavicencio, a través de las cuales se impactó a **257** empleados.

## Sensibilización y capacitación

### Campaña Valórate

Esta iniciativa tiene como objetivo motivar la reflexión sobre la responsabilidad individual frente las acciones, omisiones y permisividad ante las irregularidades que se puedan presentar en las operaciones. A través de un decálogo de recomendaciones se pretende facilitar el manejo asertivo de situaciones de conflicto de intereses y de dilema ético, en las que se ponen a prueba valores como la honestidad y la lealtad de los colaboradores hacia la Compañía.

Esta iniciativa incluyó las siguientes acciones:



comunicados en la intranet.

+



empleados impactados en campañas presenciales.

=

**La campaña tuvo una duración aproximada de dos meses.**

## Seguimiento

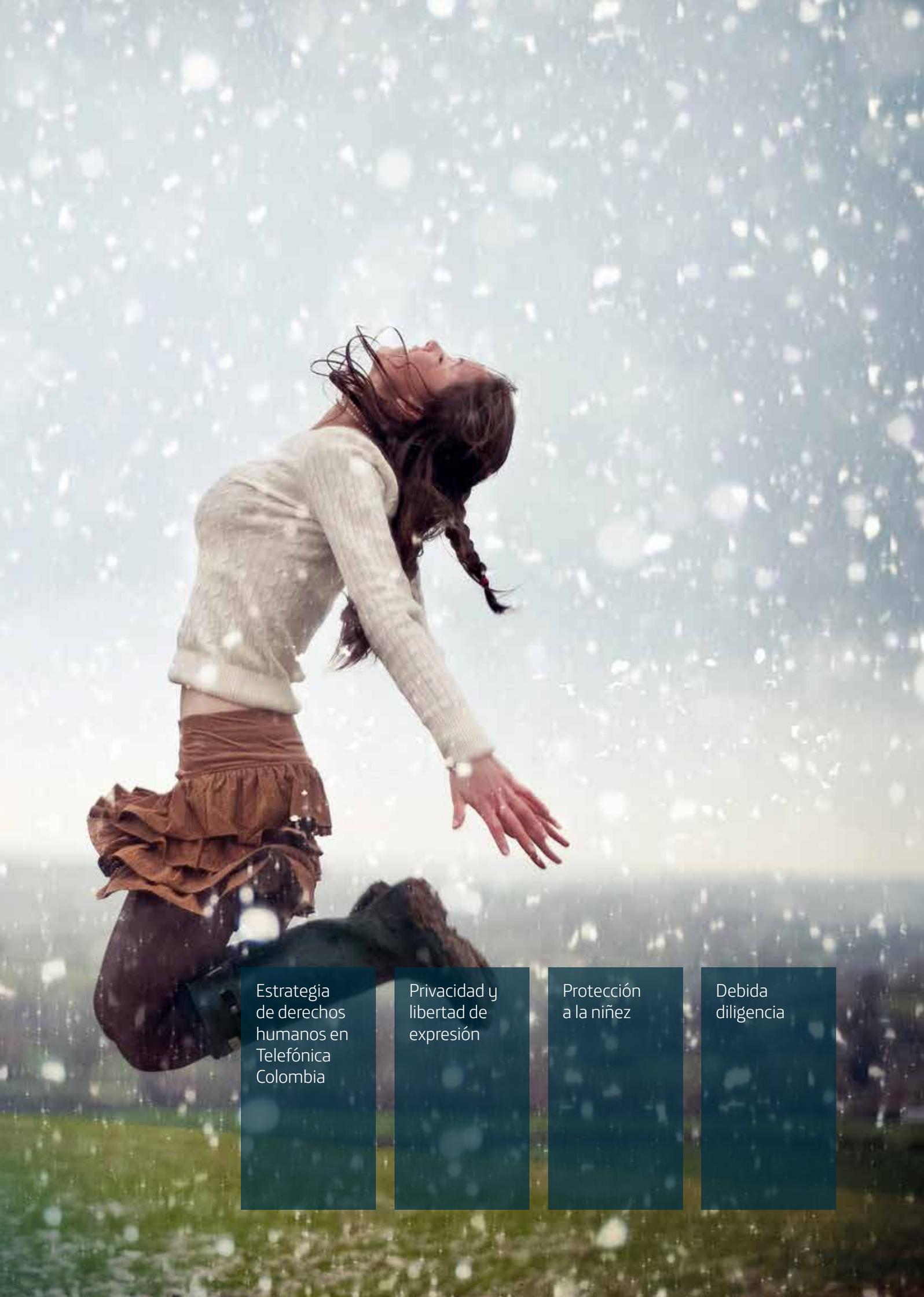
### Medición del clima ético, 2013

Como parte de la gestión del Código de Ética, los Principios de Actuación, se aplica una evaluación de clima ético, que permite identificar áreas en las que se deben tomar acciones de refuerzo en materia ética. Durante el 2013 se realizaron dos mediciones de clima ético, en los meses de junio y diciembre, que permitieron reducir las áreas susceptibles de intervención en un 30%.

# Derechos humanos\_

“ Telefónica Colombia ha sido una gran impulsora y generadora de conocimiento para otras empresas en materia de gestión del riesgo de trabajo infantil en su cadena de valor, promoviendo el trabajo en red y la acción colectiva. ”

**Carolina Borda,**  
Directora Unidad de Derechos Humanos y Responsabilidad Social,  
Trust Consultores en Construcción de Confianza.



Estrategia de derechos humanos en Telefónica Colombia

Privacidad y libertad de expresión

Protección a la niñez

Debida diligencia

El respeto y la protección de los derechos humanos son un principio fundamental de la agenda de la comunidad internacional y nacional. El desarrollo económico solo se concibe como parte de un trinomio, que incluye el desarrollo social y la protección del medioambiente.

En Colombia se ha logrado construir un marco conceptual y político de gran legitimidad y consenso, sobre la relación empresa y derechos humanos, expresado en el marco de proteger, respetar y remediar, de las Naciones Unidas, y los Principios Rectores sobre Derechos Humanos y Empresa.

La coyuntura actual de búsqueda de paz, y los desafíos nacionales para su construcción y mantenimiento, han dado inicio a un proceso de reflexión empresarial sobre su papel en el marco de sus competencias y capacidades.

El sector de las TIC desempeña un importante papel en la promoción de los derechos humanos, al contribuir al desarrollo económico y al progreso de los países, y mejorar la calidad de vida de las personas.

El Grupo Telefónica ha establecido el respeto a los derechos humanos como uno de sus Principios de Actuación y promueve su aplicación también en el mundo digital; por ello, aspectos como privacidad, libertad de expresión y protección de los niños frente a las pantallas, entre otros, cobran vital importancia para la organización.





# Estrategia en derechos humanos de Telefónica Colombia

A nivel global, la Compañía ha establecido una estrategia basada en cinco factores clave que cubren su área de influencia:

## Nuestra tecnología

Reconocemos que como proveedor global líder de tecnología, nuestra empresa puede ayudar a promover el cumplimiento de los derechos humanos.

## Nuestros socios comerciales

La responsabilidad que tenemos en el respeto de los derechos humanos se extiende a nuestras relaciones comerciales. Requerir altos niveles de desempeño –en las condiciones laborales, medioambientales y de seguridad y salud– a nuestra cadena de suministro, es para nosotros una forma de promover y obtener el mejor resultado para lograr cambios y mitigar los riesgos relacionados con comportamientos abusivos, en el marco de las relaciones empresariales.



## Nuestra gente

Respetamos a nuestros empleados definiendo e implementando elevados estándares laborales, medioambientales, de salud y de seguridad, además de contar con condiciones laborales justas, equitativas y de excelencia.

## Nuestro papel en las comunidades

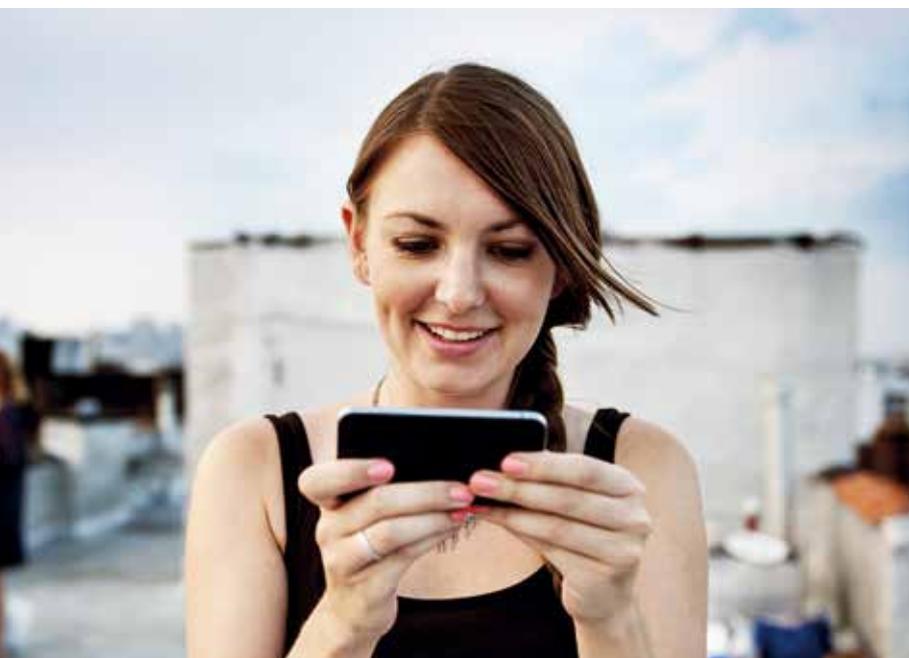
A través de nuestros productos y servicios, así como del conocimiento de los diferentes retos de las comunidades locales, podemos dar respuesta a algunas de las necesidades más relevantes, con la debida consideración de los derechos humanos.

## Nuestro papel para el cambio

Nos comprometemos a explorar todas las oportunidades relevantes de participación o alianza con grupos de interés externos, que permitan propiciar cambios sistémicos y promuevan el respeto de los derechos humanos.

# Privacidad y libertad de expresión

El derecho a la privacidad, que a menudo se daba por sentado, ha generado un detonante importante en el debate global en el ámbito de estados como de ciudadanos, originado además por los citados casos de espionaje internacional recientes.



En este contexto, cobra especial relevancia la resolución sobre "privacidad en la era digital", aprobada en noviembre del 2013 por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, en la que se establece que los derechos de las personas son universales y deben ser protegidos tanto fuera como dentro de internet.

En el 2012 Telefónica Colombia realizó la evaluación del impacto en derechos humanos en todas sus operaciones, considerando los derechos de la privacidad y de libertad de expresión como un riesgo material, tanto a nivel de compañía como de sector. La gran cantidad de información personal a la que se accede y procesa, tales como datos biográficos, registros de llamadas, ubicación de los usuarios, acceso a los contenidos de las comunicaciones y la vigilancia de las mismas,

## Protección a la niñez

Las tecnologías de la información y la comunicación forman parte del desarrollo de las nuevas generaciones. Telefónica Colombia, consciente de este hecho, pone gran énfasis en fomentar y participar en proyectos innovadores, para que los niños, niñas y adolescentes obtengan el máximo partido de estas tecnologías, a la vez que evitan los usos indebidos. Como eje fundamental de este compromiso, Telefónica

Colombia forma parte de una sólida red de organizaciones, organismos gubernamentales e instituciones, que permite, mediante acuerdos de colaboración, ofrecer un entorno más seguro en el uso de internet desde todas las plataformas (PC, tabletas, smartphones, entre otros). Parte de esta estrategia es Te Protejo, como un canal de denuncia virtual y anónimo, por medio del cual se pueden reportar contenidos ilegales y/o que ponen en riesgo a los menores de 18 años, principalmente abuso y explotación sexual de la infancia y la adolescencia a través de internet. Las denuncias se pueden hacer en la página de internet [www.teprotejo.org](http://www.teprotejo.org) o en las aplicaciones para smartphones y tablets en cuatro sistemas operativos (iOS - Android - BlackBerry - Windows Phone), desarrolladas por Telefónica Colombia. Las denuncias que se hacen en esta línea virtual se canalizan a las autoridades competentes.



Telefónica Colombia considera los derechos de la privacidad y de la libertad de expresión como un riesgo material, tanto a nivel de compañía como de sector

entre otros, genera una especial atención en la manera como procedemos con ellos. A partir de esto se creó el **Comité de Privacidad del Grupo**, que además de velar por el cumplimiento de las diferentes normativas internas asociadas con la privacidad, garantiza una posición pública, clara y coherente con respecto a sus prácticas de privacidad y protección de datos. Asimismo, Telefónica Colombia implantó la **Política Corporativa de Seguridad de la Información**, en la cual adquirió el compromiso de velar por el cumplimiento de la legislación vigente en materia de protección y seguridad de la información y de los sistemas, y consolidó así un grupo de trabajo local especializado, que se encarga de atender los asuntos relacionados con requerimientos en esta materia, tanto en protección de la información como en la salvaguarda de la libertad de expresión.

### Las acciones generadas durante el 2013 fueron:

|  |  |  |
|--|--|--|
|  <p>El 7 de junio Telefónica Colombia lanza la app, y logra ser "trending topic" en Twitter con #teprotejo.</p> |  <p>Un total de 7.100 descargas a 31 de diciembre del 2013.</p> |  <p>Durante el 2013 se realizaron 3.693 denuncias a través del canal.</p> |
|--|--|--|

# Debida diligencia

El informe final de la evaluación del impacto de las operaciones, realizado en el 2012, ha servido como punto de partida para desarrollar e implementar un plan de trabajo de ámbito corporativo y local.

En él se identifican 15 asuntos prioritarios para Telefónica Colombia, en una combinación de riesgos y oportunidades.

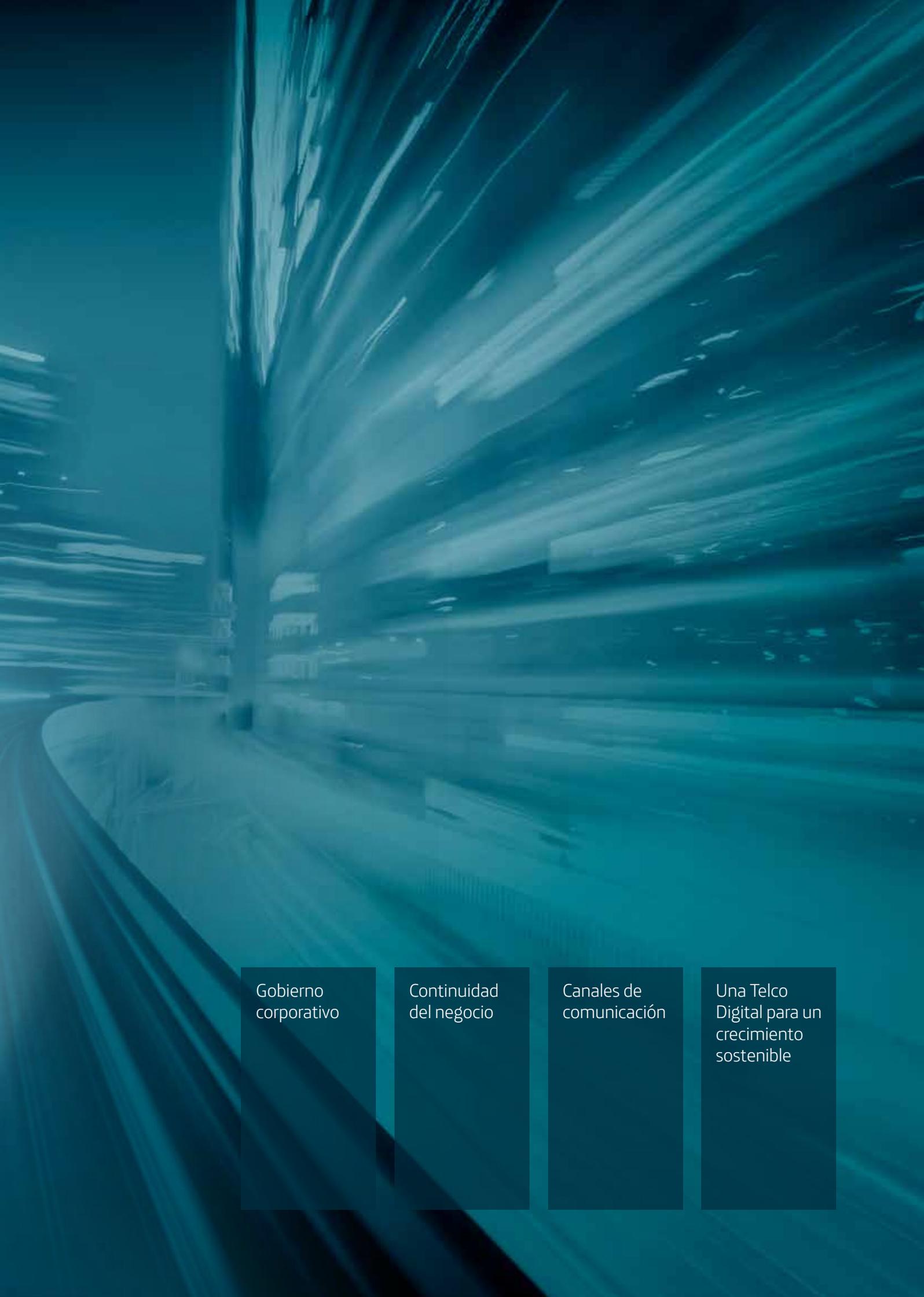
El plan se estructuró para desarrollar y reforzar diferentes proyectos a nivel global y local, adaptándolos a los contextos de los 16 países donde se realizó la evaluación. Las principales líneas de acción de dicho plan fueron:

- 1 Compartir los hallazgos con las áreas implicadas a nivel local.
- 2 Integrar los hallazgos, identificando las políticas, estrategias y sistemas de gestión ya existentes.
- 3 Estructurar grupos de trabajo internos y globales, para la gestión de aspectos clave identificados, como el Grupo de Trabajo de Privacidad y Libertad de Expresión o el Grupo de Trabajo de Empresas y Derechos del Niño.
- 4 Iniciar la construcción de un mapa de stakeholders y plataformas multistakeholders.
- 5 Seguimiento de los riesgos y oportunidades.

# Accionistas e inversionistas\_

“ En nuestra nueva calidad de emisor de bonos internacionales, emprendimos un proceso de actualización de las políticas de buen gobierno corporativo, con el fin de que las mismas se ajustaran a la nueva estructura corporativa de la Compañía. ”

**Alfonso Gómez Palacio,**  
Presidente Ejecutivo de Telefónica Colombia.



Gobierno  
corporativo

Continuidad  
del negocio

Canales de  
comunicación

Una Telco  
Digital para un  
crecimiento  
sostenible

Cada vez se hace más relevante para los actores del mercado financiero conocer información más precisa y relevante respecto a las compañías, transacciones, mercados y riesgos sobre la gestión de los activos intangibles de una organización.

Según el estudio del 2013 *How today's investors are framing conversations on corporate sustainability*, de EY, el inversor de hoy en día está interesado también en conocer información no financiera que le permita tomar mejores decisiones de inversión.

El mundo digital crea nuevas oportunidades de negocio. Telefónica Colombia quiere que sus accionistas y potenciales inversionistas sean más, beneficiándose de los ingresos del futuro digital y de una gestión responsable que apunta al crecimiento sostenible, una mayor rentabilidad y una adecuada gestión de riesgos de continuidad del negocio y en materia social, ambiental y reputacional.





# Gobierno corporativo\_

Con el fin de facilitar la interacción y diálogo con los accionistas e inversionistas, se estructuró la Oficina de Atención a los Accionistas, a cargo de la Gerencia de Asuntos Corporativos de Telefónica Colombia.

En el 2012 concluyó el proceso de fortalecimiento patrimonial de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP, en virtud del cual se realizó un reperfilamiento de la totalidad de la deuda de la Compañía con los recursos obtenidos en la primera emisión de bonos internacionales de Telefónica Colombia, en la cual se colocaron 750 millones de dólares a 10 años y a una tasa del 5,3%.

Cumplida esta operación, durante el 2013 la Compañía emprendió el proceso de evaluación diagnóstico y actualización de sus políticas de buen gobierno corporativo, con el fin de que las mismas se ajustaran a la nueva estructura corporativa de la Compañía, en especial frente a la calidad de emisor

de bonos internacionales que adquirió la sociedad tras la emisión y, por ende, ante la existencia de un nuevo grupo de interés, los inversionistas.

Este proceso se realizó en varias etapas, con el fin de garantizar que el código cumpla con los más altos estándares en gobierno corporativo, como lo son: los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE, los principios del Pacto Mundial, los principios para contrarrestar el soborno, de Transparencia Internacional, y los estándares del Código País. La Compañía asume estos estándares voluntariamente, como un compromiso ante todos sus grupos de interés, en especial sus accionistas e inversionistas.



El Código de Buen Gobierno que se debe aprobar en el 2014 contempla:

1

#### Crear la Oficina de Atención al Accionista e Inversionista.

Con el fin de facilitar la interacción y diálogo con los accionistas e inversionistas, se estructuró la Oficina de Atención a los Accionistas, a cargo de la Gerencia de Asuntos Corporativos de la Compañía, tendrá por objeto atender las necesidades e inquietudes de los accionistas e inversionistas en relación con sus derechos y obligaciones.

2

#### Otorgar nuevas funciones a la Oficina de Principios de Actuación en Gobierno Corporativo.

Con el objetivo de generar un canal de comunicación entre los empleados y la Compañía en materia de buen gobierno corporativo, se encargó a la Oficina de Principios de Actuación la tarea de tramitar los comentarios y peticiones de los colaboradores sobre las prácticas consignadas en el código. En caso de que la oficina reciba alguna petición para la Junta Directiva, la Oficina de Principios de Actuación, junto con la Gerencia de Asuntos Corporativos, darán trámite a la misma. De esta forma, la Compañía propicia espacios de diálogo entre el máximo órgano de gobierno y los empleados.

3

#### Comprometer a la Administración a la entrega de reportes al máximo órgano de gobierno en materia de gobierno corporativo y sostenibilidad.

El código estableció la obligación a la Administración de presentar a la Junta Directiva, como mínimo dos veces en el año, un informe sobre gobierno corporativo, gestión de los grupos de interés y responsabilidad social empresarial, a través del cual este órgano de gobierno pueda supervisar temas como la adherencia o cumplimiento de los estándares internacionales adoptados por la Compañía, como lo son el resultado de la medición del Dow Jones Sustainability Index y el cumplimiento y aplicación de los Principios de Actuación.

## Etapas de consolidación del Código de Buen Gobierno



### ETAPA I

**Diagnóstico.** Durante el primer trimestre del 2013, la Gerencia de Asuntos Corporativos de la Secretaría General de la Compañía realizó el diagnóstico sobre las oportunidades de mejora en las políticas de Gobierno Corporativo de la Sociedad. Así, realizó un estudio detallado de los resultados de la medición de la política y mecanismos de Transparencia Empresarial, entregados por Transparencia por Colombia, y efectuó una autoevaluación del cumplimiento por parte de la Compañía de los principios de la OCDE y las recomendaciones del Código País. Para la evaluación del cumplimiento de las recomendaciones del Código País se tomaron como referente los estándares de evaluación de gobierno corporativo adoptados por las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), en cumplimiento de la Circular Externa 055 de 2007, de la Superintendencia Financiera de Colombia.



# 4

**Comprometer a la sociedad a entregar información no financiera a los accionistas e inversionistas.** La Compañía proporcionará a sus accionistas e inversionistas la información requerida, para que estos evalúen la sostenibilidad de su inversión, entregando en la reunión ordinaria de la Asamblea de Accionistas un informe anual sobre gobierno corporativo, gestión de los grupos de interés y responsabilidad social. En este informe, además de los temas presentados a la Junta Directiva, se presentarán los resultados de la autoevaluación de los miembros de la junta.

# 5

**Establecer mecanismos de administración de conflictos de interés.** El reglamento de la Junta Directiva regulará los mecanismos de administración de conflictos de interés que se presenten dentro de la Junta Directiva, siguiendo para tal efecto los principios de independencia, abstención y confidencialidad.

# 6

**Comprometer a la Compañía a revelar información no financiera, para garantizar el acceso igualitario a la información.** Cuando, en criterio de la sociedad, la respuesta e información dada a un accionista pueda colocarlo en ventaja o influir en las decisiones que tome sobre su participación, la Oficina de Atención al Accionista remitirá las respuestas e información suministrada a todos los accionistas, de modo que las mismas estén a disposición de todos los interesados. Asimismo, la sociedad se comprometerá a revelar al mercado los perfiles de sus directores y directivos.



## ETAPA II

**Actualización.** Como resultado de la autoevaluación, se identificaron importantes oportunidades de mejora frente al reconocimiento expreso de los derechos y deberes de los accionistas de la sociedad, la revelación de información financiera y no financiera a todos los grupos de interés de la Compañía, el manejo de los conflictos de interés y los mecanismos de evaluación y rendición de cuentas de los miembros de la Junta Directiva.



## ETAPA III

**Reglamentos.** Adicionalmente, se construyeron los reglamentos internos de la Asamblea de Accionistas y la Junta Directiva, teniendo en cuenta el Acuerdo Marco de Inversión, los Estatutos Sociales y las buenas prácticas de Gobierno Corporativo adoptadas por el Grupo Telefónica.



## ETAPA IV

**Aprobación.** La Asamblea de Accionistas de Telefónica Colombia aprobará el Código de Buen Gobierno en marzo del 2014.



# Continuidad del negocio\_

En el 2013 la Compañía trabajó en el fortalecimiento del modelo de gestión de continuidad del negocio y sus diferentes componentes, de acuerdo con los lineamientos de la metodología corporativa y la Norma ISO 22301.



Se fortaleció la gestión de crisis, sus procesos y procedimientos, así como la capacitación del personal directivo de la Compañía. Se logró un nivel IV de madurez en las pruebas de gestión de crisis.

En cuanto a la gestión de los daños masivos presentados sobre la red, durante el 2013 se tuvo una mejora del 60% en el tiempo de reparación de los mismos. Estos eventos disminuyeron un 7% con respecto al 2012, lo cual implicó una disminución del 24% en los costos de reposición.

## Canales de comunicación\_



**Página web.**

<http://www.telefonica.com/es/shareholders-investors/jsp/home/home.jsp>



**Informe de gestión.**

[http://www.telefonica.co/portallInstitucional/descargables/Colombia\\_telecomunicaciones/informe\\_gestion\\_2013\\_CT.pdf](http://www.telefonica.co/portallInstitucional/descargables/Colombia_telecomunicaciones/informe_gestion_2013_CT.pdf)



**Presencial.**

Reuniones de la Asamblea General de Accionistas.



**Correo electrónico.**

[atencionaccionistas@telefonica.com](mailto:atencionaccionistas@telefonica.com)

# Una Telco Digital para un crecimiento sostenible

La estructura integrada de Telefónica Colombia ha generado grandes beneficios financieros, operativos y de posición competitiva. La Compañía cerró el 2013 con ingresos operacionales por 4,2 billones de pesos, y un Oibda de 1,29 billones de pesos, que representan un avance del 5,05% y 6,22%, respectivamente.

Además de ofrecer servicios de conectividad y equipamiento, Telefónica Colombia va más allá: ha ampliado el portafolio de servicios, de modo que brinda más a sus clientes con una variada oferta de soluciones digitales. Para clientes empresariales se están creando soluciones que les permitan aprovechar las oportunidades del mundo digital, con soluciones como: Data center, Machine to Machine y CloudComputing Center, entre otras. Esto le permite a la Compañía liderar las nuevas oportunidades de negocio que trae la tecnología.



## Negocio tradicional

### Conectividad

Esta evolución del sector plantea un reto a los responsables políticos y los entes reguladores de diseñar un esquema regulatorio lo suficientemente flexible y eficaz que permita el desarrollo completo del potencial de la nueva economía digital.

Para ello, desde Telefónica Colombia promoveremos el diálogo con los reguladores, para plantear que se tengan en cuenta los siguientes principios a la hora de revisar las políticas públicas del mundo digital:

1

**Un entorno propicio para la inversión.** Es importante garantizar la sostenibilidad económica de la infraestructura subyacente de internet y las nuevas inversiones en banda ancha. Esta es la base fundamental para ofrecer acceso a internet y nuevos servicios a los consumidores en el futuro.

2

**Reglas de juego uniformes.** Los mismos servicios deben regirse por las mismas normas, independientemente de las tecnologías subyacentes. Los responsables políticos deberían centrarse en una política basada en resultados, e intervenir en los casos en los que se advierta un comportamiento anticompetitivo por parte de alguno de los participantes del mercado.

3

**Convergencia de los mercados.** La regulación debería reconocer la mayor competencia entre entidades y servicios que anteriormente operaban en mercados distintos, para garantizar una supervisión homogénea y un trato igualitario, en beneficio de una competencia equilibrada.



# Empleados Telefónica\_

“ En plena transformación del sector, el bienestar y la productividad de nuestros empleados se convierten en un objetivo fundamental para la Compañía. ”

**Juan Carlos Álvarez,**  
Director Recursos Humanos Telefónica Colombia.



Empleados  
en cifras

Contar con el  
mejor equipo  
humano

Seguridad y  
salud laboral

Una nueva  
cultura:  
Ser más

Canales de  
comunicación

Embajadores  
Telefónica  
Colombia

Una Telco  
Digital para el  
beneficio de  
los empleados

El trabajo es un elemento esencial para el desarrollo humano, y las prácticas laborales socialmente responsables son fuente de dignidad personal, estabilidad familiar, paz en la comunidad, progreso social, crecimiento económico y desarrollo de las empresas.

El sector de las telecomunicaciones se ha redefinido completamente en un corto periodo de tiempo, pues aparecieron nuevos ecosistemas de negocio que obligan a las empresas a adaptarse y transformarse ante las nuevas realidades.

Para responder a las nuevas realidades del sector, en Telefónica Colombia la gestión de las personas se centra en disponer del mejor equipo humano y contar con una cultura de compañía adecuada, capaz de adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y poner en marcha el programa de transformación estratégico de Telefónica Colombia SER MÁS.

En la Compañía se busca crear un entorno laboral que permita a los empleados desarrollarse profesionalmente, mientras se sienten orgullosos y comprometidos con la obtención de logros. De igual manera, la seguridad y salud de las personas es una de las prioridades, así como la conciliación entre la vida personal y laboral. Telefónica Colombia tiene el compromiso de ser un gran lugar para trabajar.





# Empleados en cifras

En el 2013 Telefónica Colombia generó cerca de 24.000 empleos. 3.575 fueron directos, lo que representó un aumento del 10% con relación al año anterior, mientras que los empleos indirectos se redujeron en un 3%, y llegaron a los 20.336.

## Desglose de empleados directos por género



El 94% de los empleados directos cuentan con un contrato a término indefinido, solo el 1% es a término fijo. El 5% restante corresponde a contratos realizados a través del SENA.

\* Incluye becarios y Telefónica Colombia digital.

## Plantilla laboral de Telefónica Colombia, desglosada - 2013\*

| Cargo             | Admón. Central | Bogotá     | Caribe     | Noroccidente | Nororient  | Suroccidente | Surorient  | TOTAL        |
|-------------------|----------------|------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| Aprendiz          | 76             | 7          | 10         | 7            | 8          | 10           | 10         | 128          |
| Practicante       | 47             |            | 2          | 2            | 2          | 2            |            | 55           |
| Analista          | 521            | 59         | 76         | 55           | 50         | 76           | 50         | 887          |
| Técnico           | 64             |            | 10         | 12           | 15         | 10           | 9          | 120          |
| Profesional       | 1.519          | 31         | 89         | 73           | 63         | 93           | 35         | 1.903        |
| Líder Profesional | 87             | 20         | 24         | 15           | 14         | 19           | 15         | 194          |
| Jefe              | 219            | 11         | 13         | 12           | 10         | 12           | 6          | 283          |
| Gerente           | 142            | 2          | 2          | 3            | 2          | 2            | 2          | 155          |
| Director          | 48             |            |            |              |            |              |            | 48           |
| <b>TOTAL</b>      | <b>2.723</b>   | <b>130</b> | <b>226</b> | <b>179</b>   | <b>164</b> | <b>224</b>   | <b>127</b> | <b>3.773</b> |

\* Incluye becarios y Telefónica Colombia digital.

# Contar con el mejor equipo humano

El mejor equipo se consigue a través del desarrollo y captación de las cualidades necesarias, asegurando la retención del talento y la correcta atracción de nuevo talento. Alinear expectativas y conocer los problemas son claves para mantener a nuestros profesionales motivados y conseguir un alto compromiso.

## Modelo de Clima laboral

Telefónica Colombia diseñó un sólido modelo de clima laboral, que permite determinar focos de acción y planes de mejora en momentos específicos, a través de un proceso de medición, seguimiento e implementación de planes de acción.

En el marco de este programa estratégico global, se ha dado continuidad a la gestión del capital humano basada en el compromiso, entendido como el grado en el cual los colaboradores se comprometen con algo o alguien en la Compañía, y el esfuerzo que demuestran como resultado de este compromiso.

Cinco dimensiones de nivel de involucramiento de empleados:



Liderazgo

Jefe directo.  
Dirección.



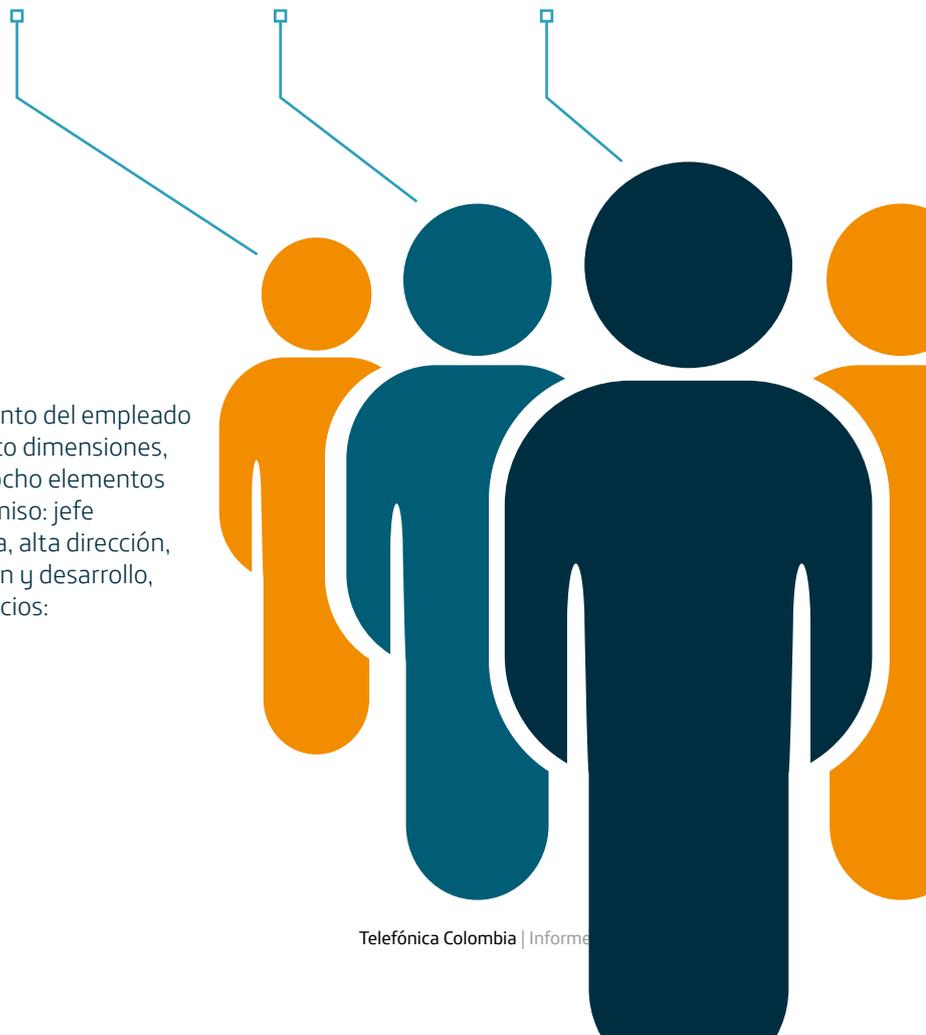
Imagen/orgullo

Imagen de la empresa y orgullo de pertenencia.



Trabajo diario

Trabajo como fuente de motivación, innovación, colaboración interna, acogida, medios y recursos.



El nivel de involucramiento del empleado se logra a través de cinco dimensiones, que comprometen en ocho elementos impulsores de compromiso: jefe directo, cultura, acogida, alta dirección, trabajo diario, formación y desarrollo, compensación y beneficios:



4  
**Desarrollo**

Eficacia de la formación, trabajo como fuente de desarrollo, oportunidades de desarrollo y carrera en la empresa.

5  
**Cliente**

Orientación al cliente, cumplimiento de compromisos adquiridos, conocimiento de los productos y servicios básicos.

Para monitorear el clima laboral se cuenta con tres instrumentos, como insumo para mejorar el ambiente laboral y el diseño de estrategias corporativas.

| A  | B  | C   |
|--|--|---|
| <b>Encuesta de clima - LATAM (medición trimestral y anual)</b> | <b>Termómetro de clima (medición trimestral)</b> | <b>Great Place to Work - Trust Index (medición anual)</b> |

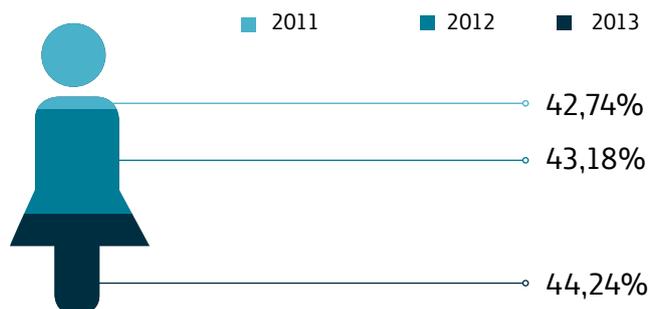
Las actividades realizadas durante el año en las diferentes áreas permitieron obtener un resultado de 90,24 de favorabilidad en la encuesta anual realizada por la firma Hay Group, con una participación del 92% de los colaboradores.

En el 2013 Telefónica Colombia obtuvo el reconocimiento como la segunda mejor empresa para trabajar en Colombia, según el ranking del Great Place to Work Institute (GPTW). Por once años consecutivos, la Compañía ha obtenido los mejores lugares. Este logro ha sido posible gracias a la gestión realizada a lo largo de los años.

**Equidad de género**

Este año Telefónica Colombia firmó un acuerdo voluntario con otras 19 empresas, para iniciar un proceso que permita mejorar las prácticas internas en temas de equidad e inclusión laboral de las mujeres. Dentro de los compromisos adquiridos está la participación en el Sello de Equidad Laboral "Equipares", iniciativa liderada por el Ministerio del Trabajo, con apoyo de la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y el PNUD, que busca resaltar las empresas comprometidas con la justicia social y la garantía del derecho a la igualdad.

**Porcentaje de mujeres en la Compañía**



La plataforma a+ se modificó para adaptarse al plan global de la Compañía, incorporando nuevas tecnologías, servicios y herramientas.



## Formación

La formación a terceros se fortaleció a través de la plataforma I-Campus, que logró llegar a 11.339 usuarios con dos o más cursos, cifra que representa un 90% de cubrimiento sobre la población estimada.

Durante el 2013 se incorporaron a la capacitación virtual 140 contenidos de negocio (cursos, píldoras, videos), para la capacitación de empleados, terceros y clientes disponibles en las plataformas de formación a+ (empleados), I-Campus (terceros) y en la página web de Movistar (clientes).

Además, con el lanzamiento de la nueva tecnología 4G, 8.393 personas de los diferentes canales de venta y servicios fueron capacitadas en temas relacionados con esta generación de telefonía móvil, mientras que 2.840 personas recibieron formación sobre procesos asociados y 5.942 sobre oferta comercial.



**88.160**

Número de horas en actividades de formación en el 2013



**91%**

% de empleados que participaron en actividades de formación



Más de

**\$1.891 millones**

Inversión en formación

### Horas de formación por nivel de cargo

| Cargos        | Cantidad | Horas presenciales | Horas virtuales | Total horas | Horas promedio |
|---------------|----------|--------------------|-----------------|-------------|----------------|
| Directivos    | 46       | 118                | 124             | 242         | 5,3            |
| Mandos medios | 575      | 10.930             | 7.686           | 18.616      | 32,4           |
| Otros         | 2.988    | 29.954             | 39.348          | 69.302      | 23,2           |

## Formación a Padres de Familia

Mediante la iniciativa Padres Socialmente Sostenibles (PASOS), del Programa de Voluntarios Telefónica Colombia, los empleados de la Compañía capacitaron a 41 padres de familia de los beneficiarios de Proniño de Bucaramanga y su área metropolitana, en técnicas comerciales, para que después puedan vincularse laboralmente a los agentes comerciales que ofrecen los productos de Movistar.



Capacitar a los padres de familia de los beneficiarios de Proniño en técnicas comerciales y de ventas, para que puedan vincularse a las comercializadoras aliadas como parte de la fuerza de ventas de Movistar.



Padres de familia de los beneficiarios del programa Proniño.



Bucaramanga y el área metropolitana (Piedecuesta, Girón y Floridablanca).



**Los padres participaron en 14 módulos de capacitación, de dos horas cada uno, en los cuales se trataron los siguientes temas:** Las jornadas se desarrollaron los sábados en la mañana, en compañía de los delegados de la Fundación Estructurar, y en algunas sesiones con el apoyo de la Caja de Compensación Familiar de Santander - Cajasán y de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Uno de los impactos más importantes del proyecto fue el desarrollo de competencias básicas en personas adultas, ya que algunas de ellas no sabían ni leer ni escribir bien, por lo que el apoyo de los voluntarios desempeñó un papel clave en el proceso.

El programa contribuye a mejorar la calidad de vida de los participantes del proyecto, generar estabilidad bajo un contrato laboral con prestaciones de ley, horarios de trabajo adecuados, permitirles a los colaboradores tener un tiempo de calidad con sus familias e impactar directamente en la disminución de horas laborales de los niños. La seguridad económica y adquirir herramientas y habilidades profesionales les abren las puertas para aspirar a cargos y empleos cada vez mejores.



### Módulos de capacitación

- Lanzamiento del programa
- El vendedor, sus valores y cualidades
- Técnicas de venta
- Políticas de prevención de fraude
- Conocimiento de las redes telefónicas fijas
- Conocimiento de las redes telefónicas móviles
- Productos y ofertas comerciales vigentes
- Etiqueta, protocolo y código de vestir
- Aplicación y uso de las TIC
- Clínica de ventas
- Economía del hogar
- Emprendimiento
- Relajación
- Belleza





## Principales resultados

De los 41 padres que iniciaron el proceso en Santander, 13 culminaron a satisfacción todos los módulos de capacitación. De los graduados, 7 se vincularon con los agentes comerciales.

Esta iniciativa surge como una réplica de PASOS Cúcuta, realizada en el 2012 como una de las iniciativas ganadoras del Concurso de Proyectos Sociales, que anualmente promueve la Fundación Telefónica Colombia entre los voluntarios. La experiencia en Cúcuta demostró que el programa puede ser implementado en cualquier parte del país con éxito, bajo la dirección de un líder y el acompañamiento de voluntarios que puedan aportar su conocimiento, experiencia y talento para el adecuado desarrollo del mismo.



## Programa de Liderazgo

Con el propósito de fortalecer las habilidades y competencias para nuevos líderes de la Compañía, se desarrolló el Programa de Liderazgo, el cual cuenta con varias etapas:



### Lidérame

Formación de nuevos líderes en la cultura de liderazgo propia, con alcance a las oficinas centrales y a las diferentes regionales.

**8**

talleres de lidérame, sobre un proyectado de seis (133%).

**147**

nuevos líderes.



### Diplomado de gestión de personas

Instancia dirigida a profesionales y líderes identificados como posibles sucesores de posiciones de mayor responsabilidad.

**50**

líderes (gerentes, jefes, profesional líder) identificados como posibles sucesores de posiciones de mayor responsabilidad.



### Mentoring

Fortalecimiento de habilidades de conversación.

**14**

líderes formados como mentores.



## Oportunidades de desarrollo

Telefónica Colombia reconoce la importancia de contar con el mejor talento, razón por la cual busca permanentemente atraer y retener los perfiles más calificados. La Compañía le da prioridad al cubrimiento de vacantes no directivas con personal interno, lo que permite ofrecer a todos los empleados oportunidades de desarrollo en un entorno en el que se valoran los logros a nivel profesional, se premia el desempeño individual y se promueve a las personas.

La identificación del talento en la organización permite conocer las capacidades y el potencial de los colaboradores para establecer probables sucesores en los cargos claves, visualizar posibles movilizaciones y/o reemplazos y establecer planes de desarrollo diferenciados.

Durante el 2013 se realizó la ubicación del 99,9% de la planta dentro de la matriz de talento. Esta labor se hizo con el compromiso de cada uno de los líderes de la organización. Con esta gestión se proporcionaron acciones diferenciadas de desarrollo de acuerdo con lo identificado. Es así como 550 colaboradores fueron promovidos.

Además, se cuenta con un Programa de Rotaciones Internacionales dentro del Grupo Telefónica, en el que profesionales de diversos países tienen la oportunidad de trabajar en proyectos de otras compañías de Telefónica en el mundo, y así crecer profesionalmente. A través de este programa, Telefónica Colombia quiere movilizar el talento y el conocimiento interno de la organización, brindando experiencias profesionales en el desarrollo de proyectos específicos. En el año 2013 hubo un total de nueve colaboradores seleccionados con destino a proyectos en Ecuador, Brasil, España y Perú.

Telefónica Colombia reconoce la importancia de contar con el mejor talento, razón por la cual busca atraer y retener los perfiles más calificados.



## Gestión del desempeño

En el Ciclo de Desarrollo de Personas, los empleados establecen Metas Crucialmente Importantes (MCI) de manera individualmente, y se plantean los comportamientos esperados SER MÁS. A través de una herramienta se evalúan, conjuntamente con el jefe, los resultados de los objetivos establecidos, ya sea para reconocer un trabajo bien hecho o para identificar cómo podría hacerse mejor.

La retroalimentación o feedback hace parte característica de la cultura de Telefónica Colombia.

En el 2013 la Compañía renovó y desarrolló su estrategia para incrementar los niveles de retención y confianza, y mantener a los empleados altamente motivados y satisfechos para el logro de sus objetivos.

## Reconocimiento

Desde el 2010, la Compañía cuenta con el programa "Un Aplauso para Ti", creado para resaltar el trabajo bien hecho, los logros alcanzados y hacer un reconocimiento a sus empleados por sus aportes, y para ello ofrece diferentes espacios:



**Reconocimiento cotidiano:** Todos los días está a disposición de los empleados la herramienta virtual, con el fin de que agradezcan a sus compañeros, jefes y subalternos por temas cotidianos.



**Reconocimiento diferencial:** Un día por trimestre la Compañía recibe todas las postulaciones diferenciales que los líderes hacen a sus subalternos o empleados de otras áreas, por los trabajos sobresalientes o grandes logros que hayan obtenido para la Compañía.



**Premios Movistar:** Este año, doce de los mejores empleados de Telefónica Colombia tuvieron la oportunidad de disfrutar de un viaje a las islas Bahamas con un acompañante, como premio a su reconocimiento diferencial por ser uno de los mejores del 2012.



**Desayunos mensuales de reconocimiento a equipos:** Al finalizar cada mes se revisan los trabajos de impacto realizados por los equipos, y se elige el más representativo. El equipo ganador es invitado a un desayuno.



**Días de reconocimiento:** Por medio de diferentes estrategias, un día al mes se realizan actividades, para que los empleados vivan una lluvia de aplausos.



# Seguridad y salud laboral

Telefónica Colombia cuenta con un proyecto de Medicina Laboral y Preventiva, para promover la prevención y control de patologías asociadas con factores de riesgos laborales. Se realizan periódicamente exámenes médicos ocupacionales, se cuenta con programas de vigilancia, seguimiento a las estadísticas y programas de promoción y prevención.

De igual manera, el proyecto de Higiene y Seguridad Industrial busca prevenir las lesiones y enfermedades causadas por las condiciones de trabajo y el ambiente físico en el cual se llevan a cabo las labores, a través de la identificación de los peligros existentes en las sedes, tareas y papeles de los funcionarios, y con estrategias de capacitación en las tareas de más alto riesgo dentro de la Compañía, algunas de las actividades más notables son el programa de prevención de caídas y las inspecciones de seguridad.

## Accidentalidad

Los accidentes ocurridos en el 2013 estuvieron relacionados en un 56% con caídas, resbalones y tropezones de personas al mismo nivel; por tal motivo, en el segundo semestre del año se lanzó una campaña, denominada "Accidente Cero", la cual busca informar y sensibilizar a los empleados sobre la prevención integral de accidentes laborales, enfocándose en caídas, tropezones y resbalones. Esta campaña tendrá continuidad durante el año 2014.

|  | 2013: | 2012: | 2011: |
|--|-------|-------|-------|
|  Accidentes reportados  | 47    | 35    | 31    |
|  Enfermedades laborales | 3     | 2     | 3     |
|  Número de fatalidades  | 0     | 0     | 0     |

## Salud

En la Compañía las enfermedades laborales están asociadas a desórdenes osteomusculares. Para ello se cuenta con un programa de vigilancia epidemiológica en desórdenes músculo-esqueléticos, en el cual se realizan diagnósticos de condiciones, talleres con población en medio y alto riesgo, pausas activas, inspecciones de puesto de trabajo, entre otras actividades.

Otros programas de prevención y promoción de la salud son los días saludables y la prevención de factores de riesgo cardiovascular.

## RUC 2013

En el mes de marzo se llevó a cabo el séptimo proceso de certificación en el Sistema de Seguridad, Salud en el Trabajo y Ambiente (SSTA), realizado por el Consejo Colombiano de Seguridad, que le dio a Telefónica Colombia una puntuación de 96 sobre 100 en el cumplimiento de los requisitos del RUC (Registro Uniforme de Evaluación del Sistema de Gestión en Seguridad, Salud Ocupacional y Ambiente para Contratistas) y le otorgó de nuevo la certificación. El resultado demuestra que la Compañía promueve un estilo de vida en el trabajo seguro y saludable, y cumple adecuadamente con las políticas internas y directrices legales.



|       |    |
|-------|----|
| 2013: | 96 |
| 2012: | 95 |
| 2011: | 96 |
| 2010: | 94 |
| 2009: | 91 |
| 2008: | 90 |
| 2007: | 85 |



# Una nueva cultura: Ser más\_

Para ser una Telco Digital con valor diferenciador, Telefónica Colombia promueve dentro su equipo humano una cultura organizacional de excelencia, orientada en la innovación tecnológica y el pensamiento global.

“Be More, queremos y podemos Ser más.”  
Se enfoca en tres actitudes:  
Descubrir, Desafiar, Demostrar.



En el mundo digital los empleados de Telefónica Colombia **DESCUBREN** las nuevas necesidades de los clientes, escuchándolos y tratándolos como personas, no como estadísticas.



Los empleados les **DEMUESTRAN** a los clientes que la Compañía cumple con lo que promete y responde ágilmente a sus necesidades.



Como líderes se anticipan a los cambios y **DESAFÍAN** el *status quo*, gracias a la experiencia digital y espíritu de apertura, y ofrecen soluciones creativas que responden a las necesidades de los clientes y que mejoran sus vidas.

## Canales de comunicación\_



**Boletín RRHH.** Este espacio de comunicación compila todas las notas, actividades y sucesos más relevantes desarrollados cada semana en la Compañía, con un lenguaje claro e incluyente para todos los empleados.



**Intranet.** Red privada de Telefónica Colombia, mediante la cual se comparte información de diversos temas, de interés para todos los colaboradores. A través de ella, los empleados participan activamente en la actualización de datos, consulta de boletines, intercambio de opiniones y experiencias, consulta de información relevante de cada una de las áreas del negocio.



**Encuesta de clima.** Mide el clima laboral.

## Embajadores Telefónica Colombia\_

Telefónica Colombia sabe que el desarrollo de las sociedades es posible gracias a la transformación de posibilidades en realidades. Esta se logra a partir del pensamiento diferente y creativo; por eso, impulsa la innovación como herramienta para alcanzar mayores resultados y promover el crecimiento del país. Innovación y talento son dos grandes motores que impulsan a empresas en el mundo global e hiperconectado, por lo que en el marco de su gira “Juntos para Transformar”, la Compañía convocó a sus empleados a participar de tres foros exclusivos de los Embajadores Telefónica Colombia: Ferran Adrià, reconocido chef; Lang Lang, el prodigio que transformó la música clásica, y los Millennials.

# Una Telco Digital para el beneficio de los empleados

Ser una Telco Digital consiste en acercar lo mejor de la tecnología a las personas. En el 2013 el 90% de los empleados utilizaron la herramienta virtual disponible para que cada uno pueda planear los beneficios del programa de acuerdo con su preferencia.

Con el fin de propiciar un balance de vida laboral y familiar, Telefónica Colombia pone a disposición de sus empleados el programa de beneficios extralegales UNO. Es un programa innovador, flexible, participativo, equitativo y personalizado. Los empleados son los responsables de gestionar aquellos beneficios más convenientes, de acuerdo con sus intereses, necesidades y ciclos de vida.

**Aseguramos tu futuro:** amparar al empleado en casos fortuitos.

**Tiempo para ti:** fechas especiales, para compartir en familia.

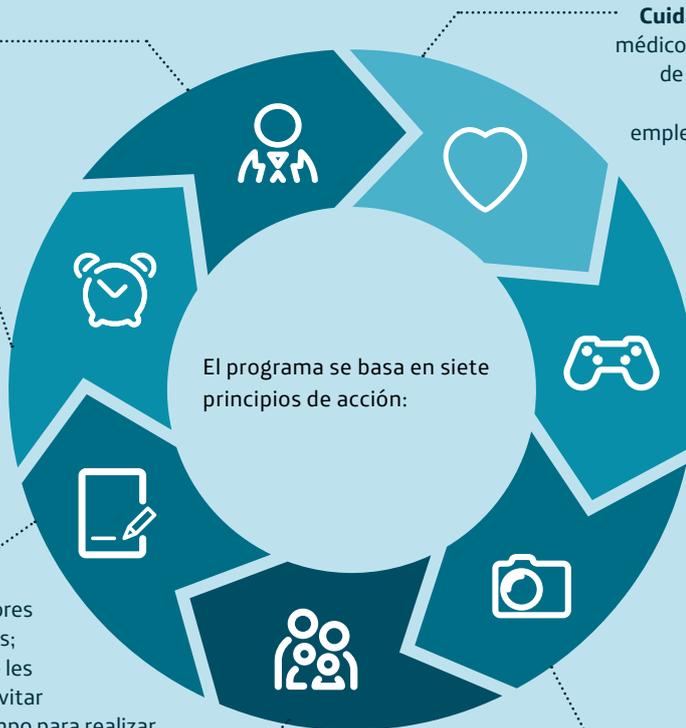
**Apostamos a tu desarrollo:** brindar a los empleados oportunidades de desarrollo personal y laboral.

**Te facilitamos tu vida:** más y mejores beneficios para nuestros empleados; se han implementado servicios que les permiten tranquilidad, seguridad, evitar desplazamientos y pérdidas de tiempo para realizar vueltas personales o diligencias necesarias.

**Cuidamos tu salud:** consultorio médico atendido por profesionales de las diferentes EPS a las que se encuentran afiliados los empleados que trabajan en estas instalaciones,

**Alimentamos tu gusto:** brindar a los empleados diferentes servicios que alimenten su bienestar, de acuerdo con su gusto.

**Momentos Telefónica Colombia:** brindar a los empleados actividades y eventos que fomenten y generen una mejor calidad de vida.



Las características generales del programa son:

1 ▼

Ocho beneficios propios y flexibles para cada empleado.

2 ▼

Mil créditos para crear un plan de calidad de vida.

3 ▼

Posibilidad de modificar el plan dos veces al año.

4 ▼

Vigencia de un año del plan.

5 ▼

Autogestionable por medio de plataformas virtuales.



# Cadena de suministro

“ Trabajamos continuamente en el desarrollo y crecimiento de nuestros proveedores, para garantizar el suministro de bienes y servicios con los mejores estándares. ”

**Olga María Castiblanco,**  
Director | Compras Telefónica Colombia



La cadena de suministro

Política de responsabilidad en la cadena de suministro

Premios y reconocimientos

Líneas de trabajo

Acompañamiento para el desarrollo de aliados

Evaluación de cumplimiento y auditorías

Canales de comunicación

Proyectos locales

Hacia una Telco Digital y la cadena de suministro

En el sector de las telecomunicaciones, la cadena de suministro se ha convertido en un eslabón clave para poder satisfacer a los clientes. Las compañías del sector dependen cada vez más de proveedores y contratistas especializados en diferentes productos y servicios. Al contar con empresas especializadas se puede ofrecer un mejor servicio; diversas actividades, como la atención al cliente y las de mantenimiento de red, son contratadas con un equipo experto en la labor.

La identificación y gestión de los riesgos asociados a la cadena de suministro es una responsabilidad inherente a cada empresa, como se pone de manifiesto en los Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos de la ONU.

Desde el 2010 Telefónica Colombia asume un compromiso público con la sostenibilidad en la cadena de suministro, incorporando a los criterios de compra aspectos sociales, laborales y medioambientales, a través de una Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro.

En el 2013 la gestión estratégica con las empresas contratistas se soportó en cinco líneas de trabajo:

- » Controles en la contratación
- » Acompañamiento para el desarrollo de aliados
- » Evaluación de cumplimiento y auditorías
- » Canales de comunicación
- » Proyectos locales





# La cadena de suministro en cifras

Telefónica Colombia clasifica a sus proveedores y contratistas según la función y tipo de relación con el cliente y el riesgo de contratación:



En el 2013 se fortaleció la clasificación y se pasó de contar con cuatro grupos a siete, lo que permite focalizar esfuerzos de acuerdo con la criticidad del impacto y el riesgo.





# Política de responsabilidad en la cadena de suministro

Desde el 2010, el Grupo Telefónica cuenta con una política de responsabilidad en la cadena de suministro, que promueve el cumplimiento de estándares éticos y laborales, medioambientales y de seguridad y salud en toda la cadena de suministro, y de esta manera fomenta una mejor condición de vida de los trabajadores que hacen parte del equipo extendido.

La política se basa en los siguientes cinco principios:



## Premios y reconocimientos



El Modelo de Gestión de Aliados fue seleccionado para la publicación "La contribución de América Latina y el Caribe al suministro responsable", realizada por el Centro Regional para América Latina y el Caribe, en apoyo al Pacto Mundial de Naciones Unidas y la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado.

Telefónica Colombia obtuvo un lugar sobresaliente entre las empresas de servicios públicos que participaron voluntariamente en la "Medición de Políticas y Mecanismos de Transparencia", promovida por la Corporación Transparencia por Colombia. El sistema de gestión de aliados desempeñó un papel crucial en los logros obtenidos en los componentes de la medición: Apertura, Reglas Claras, Diálogo y Control.



# Líneas de trabajo

## Controles en la contratación

La Compañía ha fijado una norma general, que establece los mecanismos para fomentar el cumplimiento de los requisitos derivados de la aplicación de los Principios de Actuación por parte de todos los proveedores que suministran bienes o servicios.

Los principios que Telefónica Colombia promueve están determinados bajo los estándares de Ética Laboral, Medioambiente, Salud y Seguridad.

Las prácticas que ha desarrollado la Compañía bajo los Principios de Actuación son incorporadas a los criterios de compras de los equipos de Compras y Líneas de Negocio; igualmente, deben ser asumidas como compromisos con la sostenibilidad y estar presentes en todo proceso de relacionamiento con los proveedores.

De esta forma se priorizan las actuaciones para trabajar en las áreas de mayor impacto en la sostenibilidad de la cadena de suministro, factor clave que marca la diferencia.

En el 2013 se fortaleció la intervención en la fase de tercerización de actividades del modelo de aliados, mediante la revisión de términos de contratación para la etapa de licitación de las diferentes actividades.



Norma general  
Principio de Actuación  
(PdA)





# Acompañamiento para el desarrollo de Aliados

La Compañía cuenta con un Marco de Gestión de Aliados, que garantiza los más altos estándares de cumplimiento a través del acompañamiento del desarrollo de sus aliados, consolidando un programa sostenible que brinda servicio consistente y de excelente calidad a los clientes.

## Inducción

Para la Compañía es importante que los nuevos aliados conozcan qué se espera de ellos, y que se apropien de la cultura organizacional. El programa de inducción de aliados, en el 2013, realizó tres capacitaciones con 21 empresas colaboradoras.



**5.599** cursos presenciales para empleados de empresas aliadas

**22.234** participantes



Dentro de las estrategias de formación en el 2013, la Compañía realizó, para el personal directo que tiene a su cargo la supervisión y administración de contratos con aliados, las siguientes actividades:

### Minimización de riesgos laborales



**12** talleres

**142** supervisores



### Diplomado de Gestión Integral de Contratistas

**36** supervisores

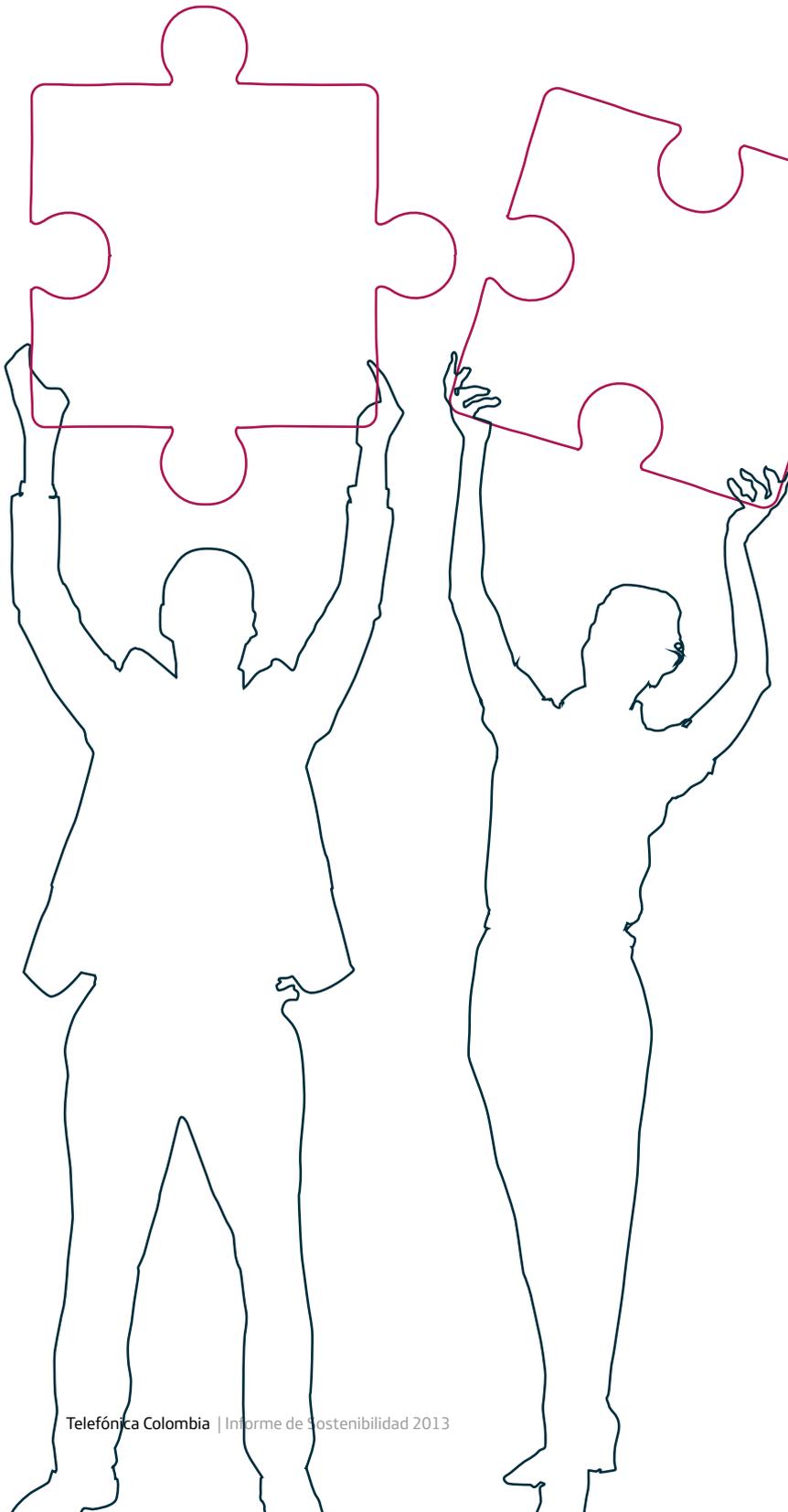
## Capacitación presencial

En el 2013 se desarrollaron diferentes programas con los aliados, para fomentar el cumplimiento de estándares de calidad y servicio:

- 1 Talleres de seguimiento de aspectos de Salud y Seguridad en el Trabajo (SST) en diferentes empresas, para la revisión de los temas en seguridad y salud en el trabajo y programas que se tienen establecidos para las actividades en alturas.
- 2 Programa de Formación para Aliados, enfocado al desarrollo de los individuos y el cumplimiento de los objetivos del contrato con la Compañía.
- 3 Taller de Aliados Ambientales, mediante el desarrollo de los aspectos ambientales asociados con los contratos, la legislación ambiental y el compromiso ambiental de Telefónica Colombia con sus proveedores.
- 4 Taller de medición del clima laboral en Aliados.
- 5 Inducción Aliados y Técnicos.
- 6 Capacitaciones presenciales sobre requisitos legales y contractuales en SST, para el control de Tareas de Alto Riesgo (TAR).
- 7 Programa Piloto de Trabajo Seguro en Alturas Nocturno (TSAN).



Para la Compañía es importante que los nuevos Aliados conozcan qué se espera de ellos, y que se apropien de la cultura organizacional



### Capacitación virtual

Telefónica Colombia cuenta con una plataforma de e-Learning a disposición de las empresas colaboradoras para que formen a sus empleados. En la plataforma I-Campus se ofrecen cursos virtuales para terceros durante todo el año.

En el 2013 se logró la siguiente participación en I-Campus:



11.339

usuarios con dos o más cursos



73.878

cursos realizados



77.784

horas de formación



Curso e-learning de supervisión de contratos

69

supervisores

# Evaluación de cumplimiento y auditorías

Telefónica Colombia hace seguimiento para evaluar el cumplimiento de sus empresas contratistas. Existen tres formas de auditoría: *In situ*, administrativas y de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).



En el 2013 se realizaron 74 auditorías de campo y 187 administrativas, mediante la generación de planes y acciones de mejora en manejo de personal, salud y seguridad en el trabajo, que fueron aceptados y desarrollados por las empresas aliadas.

Adicionalmente, un externo realizó diez auditorías de RSC, las cuales las exige nuestra casa matriz, y se escogen de manera aleatoria las empresas aliadas. En esas auditorías se cubren temas de Principios de Actuación, Derechos Humanos,

Seguridad y Salud, Medioambiente e injerencia de la Compañía en el proveedor.

El Consejo Colombiano de Seguridad envía periódicamente a Telefónica Colombia un informe del estado de las certificaciones RUC (Registro Uniforme de Evaluación del Sistema de Gestión en Seguridad, Salud Ocupacional y Ambiente para Contratistas) de sus contratistas, con base en el cual, a través de las auditorías programadas, se realiza seguimiento.



74

Auditorías "in situ"



187

Auditorías administrativas



10

Auditorías RC

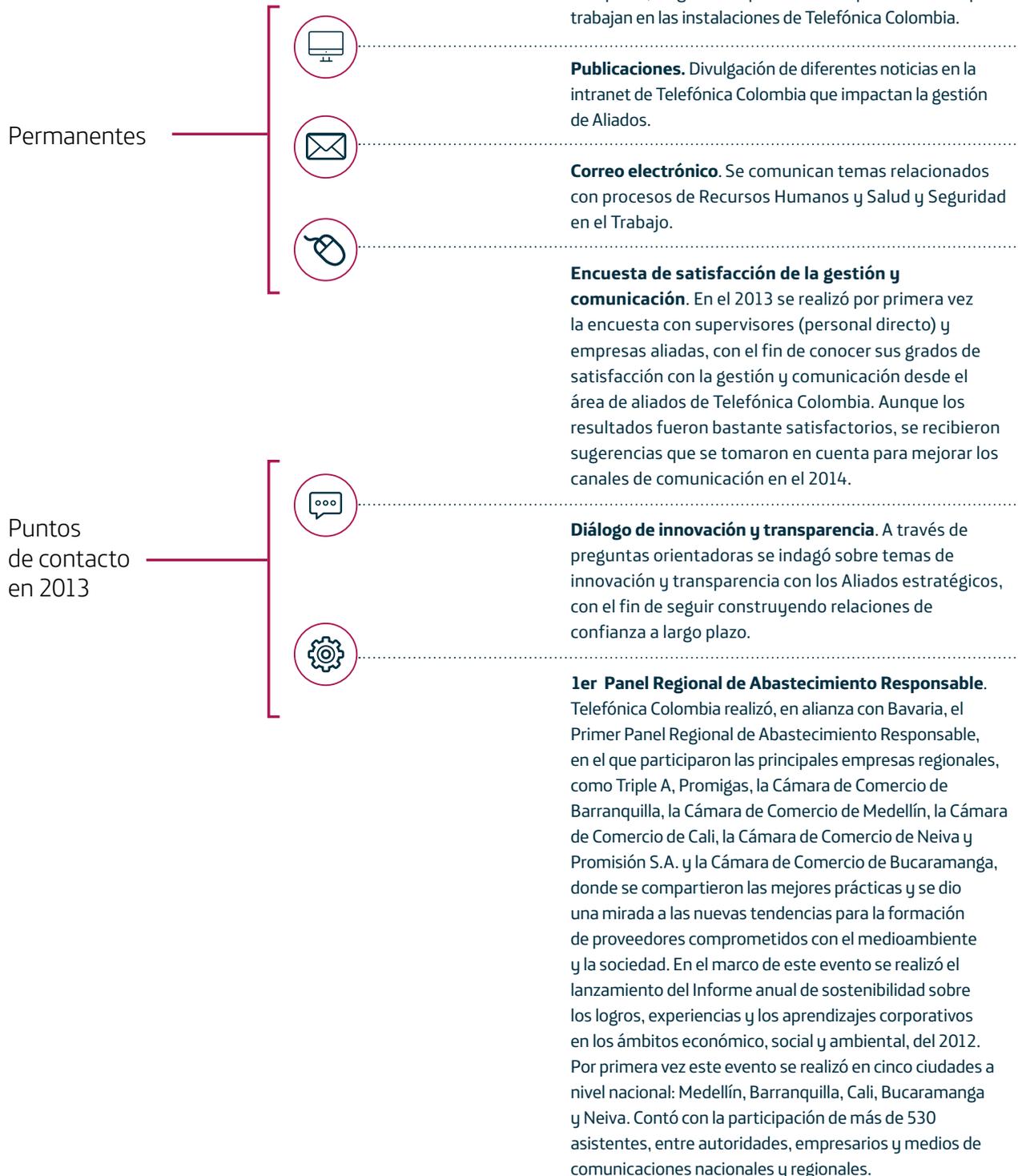


75

Planes de mejora



# Canales de comunicación



# Proyectos locales

Para Telefónica Colombia el ambiente laboral de sus contratistas es clave para ofrecer un mejor servicio a sus clientes.



## Rumbo Pymes

En el 2013 se continuó con el programa Rumbo Pymes, de Transparencia por Colombia, en el cual se formaron y certificaron otras ocho empresas en la construcción e implementación de su programa ético.

El programa es una herramienta autogestionada de manejo gerencial, que sirve a las pequeñas y medianas empresas para llevar la ética a la acción como modelo de gestión, y crear valor y confianza en las relaciones del negocio. Incluye más de 280 horas de acompañamiento.

## Medición del clima para Aliados

Para Telefónica Colombia el ambiente laboral de sus contratistas es clave para ofrecer un mejor servicio a sus clientes. En el 2013 se desarrolló un taller de formación acerca de la importancia de trabajar en la mejora del clima laboral, con la participación de 30 empresas aliadas. Posteriormente se puso a disposición de estas empresas la herramienta de medición del clima, sin ningún costo. Doce empresas realizaron la medición, y a partir de los resultados trazaron planes de mejoramiento, a los cuales se les hace seguimiento.

El modelo permite evaluar el clima organizacional y el compromiso de los empleados de las empresas aliadas, a través de los mismos factores que la Compañía utiliza con los empleados directos.



3.763

Número de empleados encuestados



12

Número de empresas contratistas



87,6%

Satisfacción general

Por otra parte, 31 empresas aliadas cuentan con una medición del clima laboral propia.

# Hacia una Telco Digital y la cadena de suministro

La tecnología le permite a Telefónica Colombia impulsar iniciativas a través de su cadena de suministro, con el fin de gestionar riesgos identificados.

## Aquí estoy y actúo

La Fundación Telefónica Colombia desarrolló una herramienta digital, que pone a disposición de todas las empresas que quieran comenzar a gestionar el riesgo de trabajo infantil en su cadena de valor. "Aquí estoy y actúo" es el nombre de esta plataforma virtual que apoya a las compañías.

En la actualidad, la iniciativa ofrece cuatro líneas de apoyo a las compañías:

- 1 Da a conocer a los trabajadores las responsabilidades de los empresarios y de los profesionales para la erradicación del trabajo infantil, además de la guía de cómo actuar cuando se tiene conocimiento de uno de estos casos.
- 2 Crea equipos internos en las compañías, que se hacen responsables de la ejecución de un plan voluntario de mejora continuo en este ámbito.
- 3 Facilita herramientas y guías para conseguir la prevención del trabajo infantil en toda la actividad (incluyendo proveedores y cadenas de suministro).
- 4 Evalúa a las empresas con un modelo que permite clasificar sus actuaciones e impulsa su avance mediante el compromiso de mejora.



A través de la página [www.yodigoaquiestoy.com](http://www.yodigoaquiestoy.com) cualquier empresa puede acceder gratuitamente a la herramienta, que proporciona un itinerario metodológico online para analizar, evaluar y gestionar los factores críticos del entorno y de la operación empresarial que pueden dar lugar a la existencia del trabajo infantil en su ámbito de influencia.

Al cierre del 2013, 'Aquí estoy y actúo' está siendo utilizada por más de 100 empresas en doce países de Latinoamérica, lo que significa que ha llegado a un total de 180.000 empleados. Por un lado, Telefónica Colombia ya emplea la plataforma en Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá y Perú. Además, hay otras muchas empresas de sectores diversos que también la han incorporado a sus procesos.

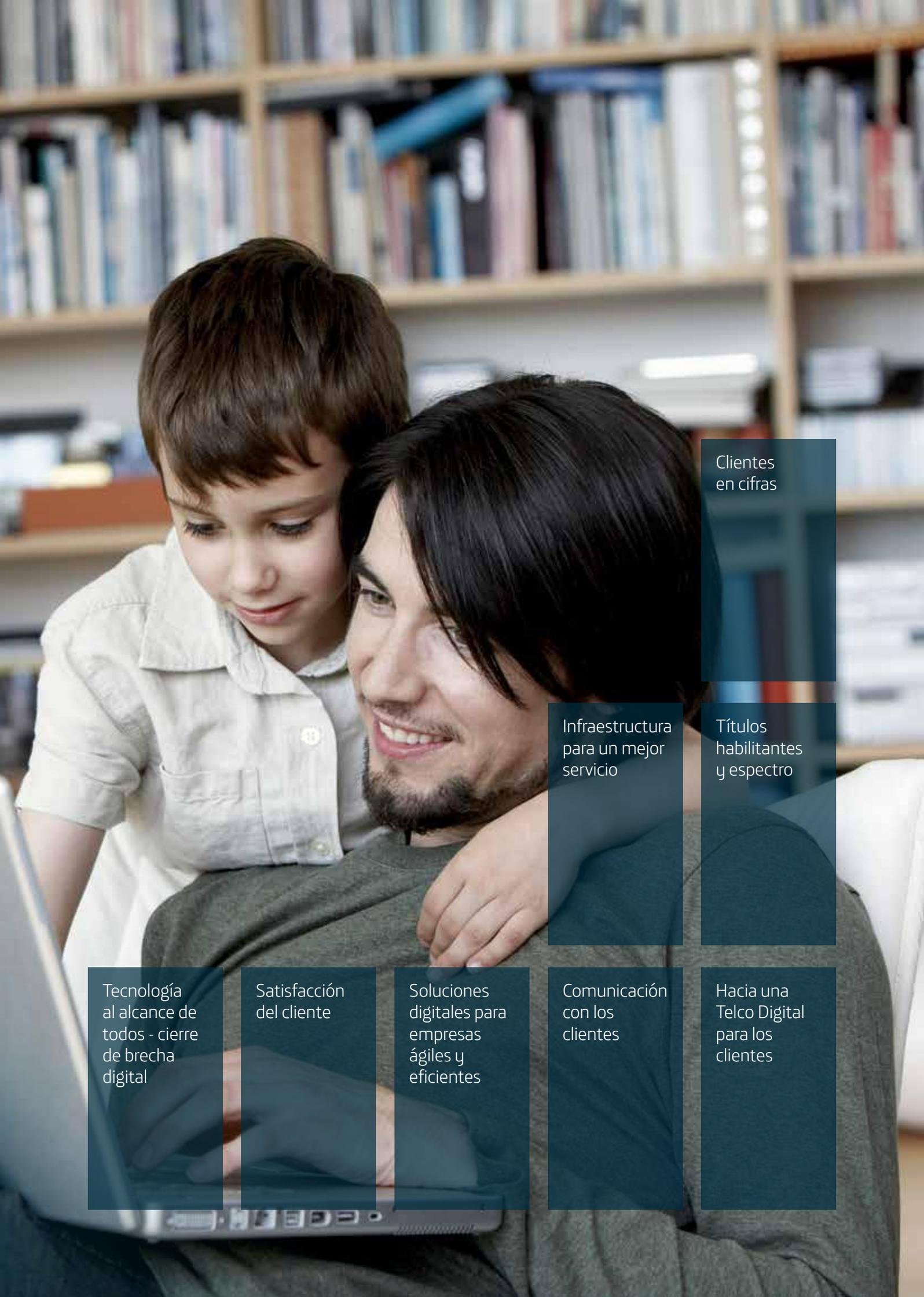
En el 2013 Telefónica Colombia recibió el Premio Social Investment Pioneer Awards 2013, en la categoría Negocios Responsables, para empresas de más de 250 empleados, que entrega el Pacto Mundial de la Organización de Naciones Unidas (ONU) por "Aquí estoy y actúo".



# Clientes: personas e instituciones\_

“ Telefónica Colombia está desarrollando productos y servicios para M2M y el Internet de las cosas, que ayudarán a empresas y administraciones públicas a mejorar su productividad y sostenibilidad”. ”

**Juan Vicente Martín,**  
Director I Empresas Telefónica Colombia.



Cientes en cifras

Infraestructura para un mejor servicio

Títulos habilitantes y espectro

Tecnología al alcance de todos - cierre de brecha digital

Satisfacción del cliente

Soluciones digitales para empresas ágiles y eficientes

Comunicación con los clientes

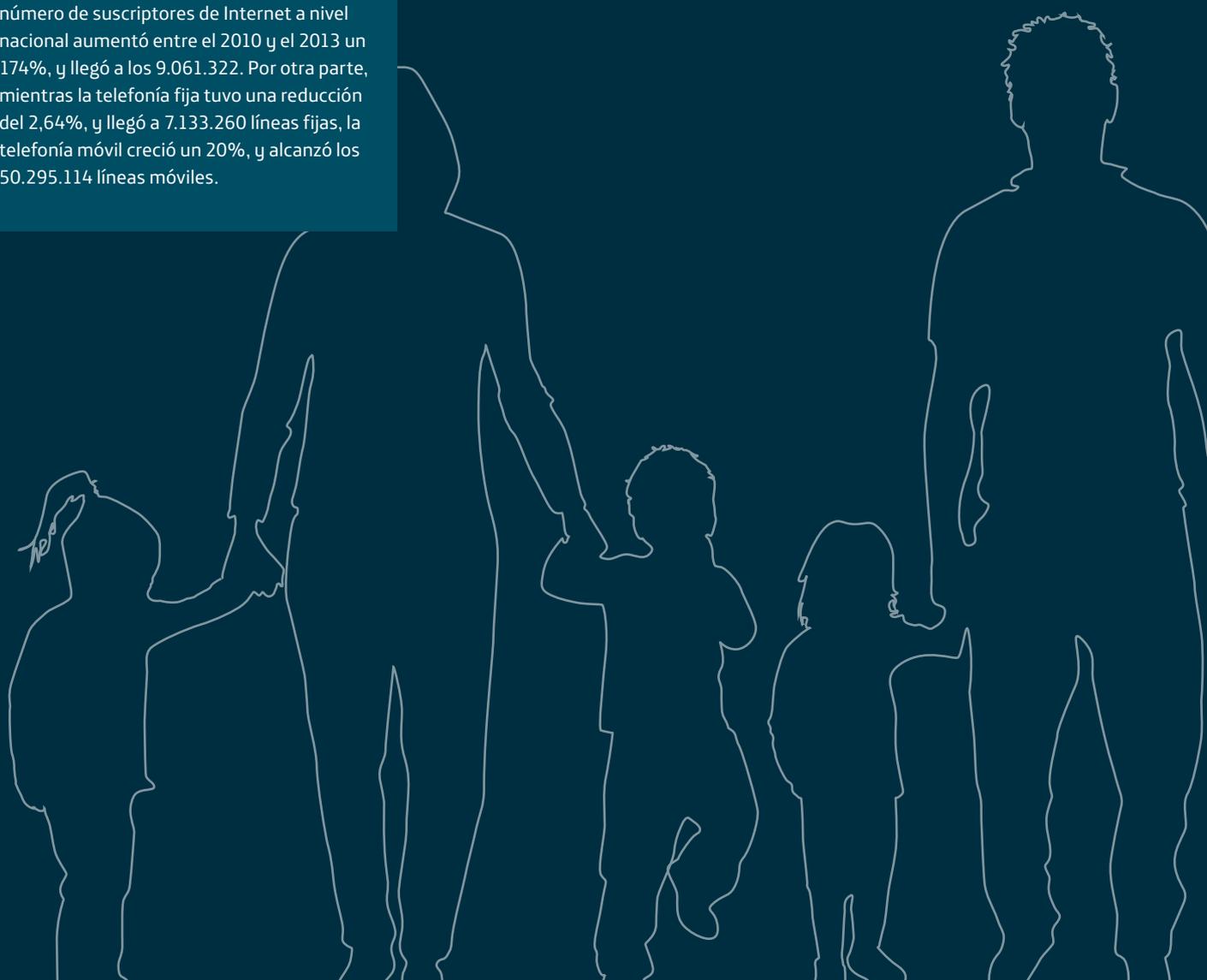
Hacia una Telco Digital para los clientes

Estamos en medio de una nueva revolución: la Revolución Digital. Un cambio que ya comenzó y va a transformar para siempre las reglas establecidas; no solo desde el punto de vista de las personas, sino de las empresas y los gobiernos en la forma de relacionarse con los consumidores y ciudadanos.

La conectividad de alta velocidad a Internet y los servicios innovadores son catalizadores de la Revolución Digital. Se espera que durante los próximos cinco años la economía presente una tasa que alcance hasta el 18% anual en países en vías de desarrollo (fuente: BCG, The 4.2 Trillion opportunity - The Internet Economy in the G20; marzo 2012).

En Colombia, el sector de las telecomunicaciones ha mostrado una tendencia creciente. Según las estadísticas del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el número de suscriptores de Internet a nivel nacional aumentó entre el 2010 y el 2013 un 174%, y llegó a los 9.061.322. Por otra parte, mientras la telefonía fija tuvo una reducción del 2,64%, y llegó a 7.133.260 líneas fijas, la telefonía móvil creció un 20%, y alcanzó los 50.295.114 líneas móviles.

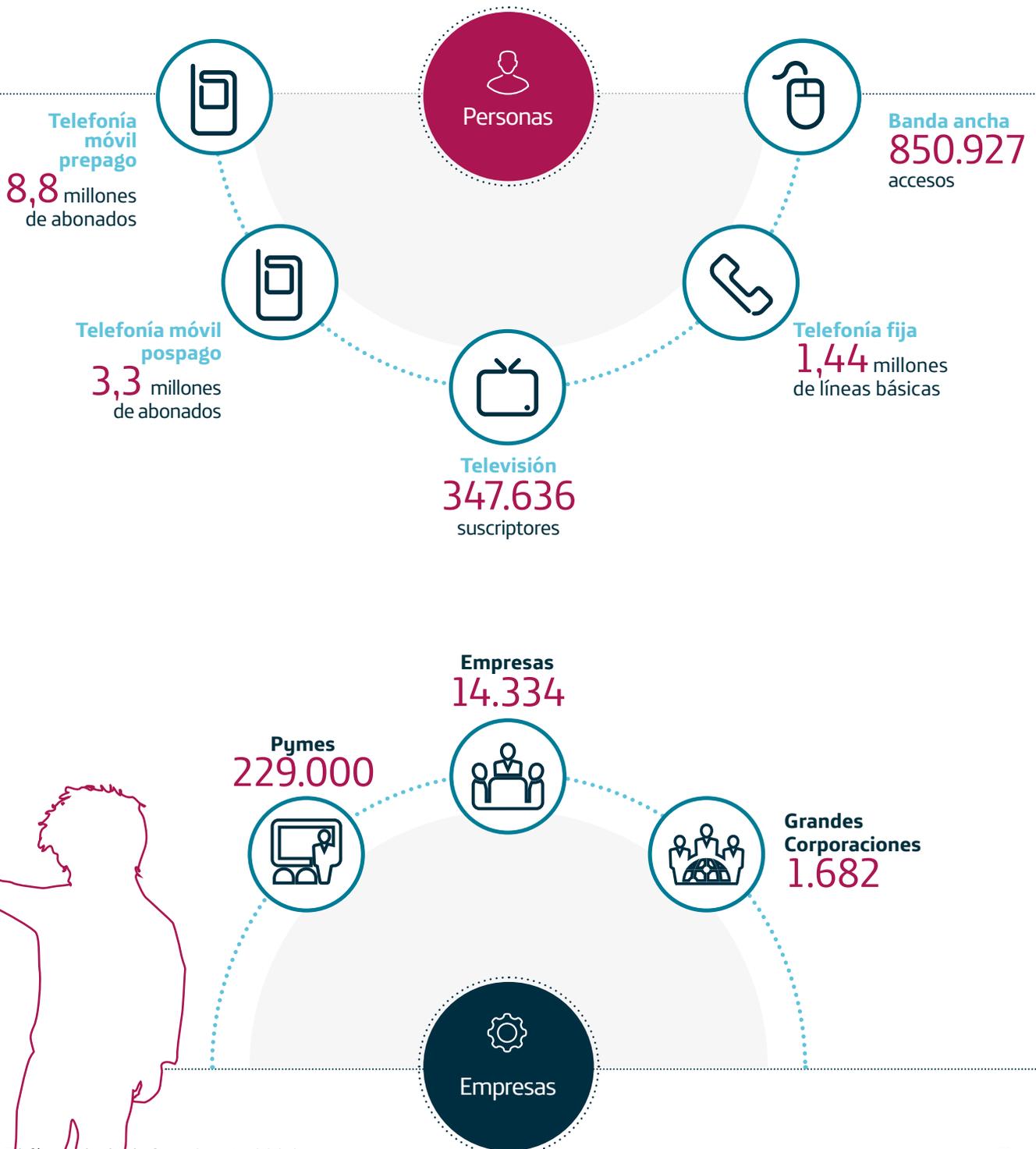
Telefónica Colombia quiere que sus clientes mejoren su calidad de vida, descubriendo, comprendiendo y usando la tecnología. La Compañía ha estado inmersa en un proceso de transformación para convertirse en una compañía de telecomunicaciones digital, dando impulso e intensificando los esfuerzos para crear nuevas oportunidades, para crear valor económico y social, a través de servicios como el *Big Data*, la conexión entre máquinas (M2M), las comunicaciones multimedia del futuro (FRC, por sus siglas en inglés), *cloud*, la salud en línea (*e-Health*) y la ciberseguridad.





# Clientes en cifras

La Compañía ha trabajado por mejorar la calidad en la atención, como un factor diferenciador que genera valor para los clientes, gracias al cual en el 2013 se registró un crecimiento en todos los servicios prestados por la Compañía.



# Infraestructura para un mejor servicio

La estabilidad y calidad de la infraestructura de telecomunicaciones, tanto para soluciones fijas como para el soporte de los servicios de comunicación móvil, son una ventaja competitiva de Telefónica Colombia



En el 2013 se profundizó esta ventaja, gracias a una acertada estrategia de crecimiento en las diferentes tecnologías, así como a un significativo incremento de la inversión, de más de un billón de pesos.

El crecimiento de la red fue un resultado del equilibrio entre el incremento de clientes y el mantenimiento de fuertes estándares de calidad, tanto en voz como datos, fijos y móviles. En la red celular se aumentó la capacidad de tráfico y la cobertura, manteniendo los niveles de servicio dentro de los estándares de calidad. Para lograr mejoras en la disponibilidad de la red con respecto al año 2012, uno de los pilares en el 2013 fue el control y seguimiento a los incidentes presentados sobre la red que soporta los servicios móviles.

Además, se incrementó el tendido de fibra óptica para enlazar las estaciones base. Más de 200 sitios fueron conectados entre sí para reforzar la transmisión y mejorar las prestaciones de la red 3G y puesta en marcha de la nueva red 4G. Igualmente, se habilitaron nuevos enlaces interurbanos.

Por otra parte, para atender el crecimiento del servicio de Internet, se instalaron 246 mil puertos de banda ancha y voz en 133 municipios de Colombia, de modo que se reforzó en este frente el atributo de Telefónica Colombia como un operador nacional.

En la plataforma backbone DWDM de la red de transmisión se hicieron ampliaciones, para soportar el crecimiento de la banda ancha fija y móvil; esta misma ampliación permitió incorporar el tráfico de grandes clientes. También creció la red de transmisión de acceso en microondas, para la puesta en operación de más de 300 nuevas estaciones base celular.



# Títulos habilitantes y espectro

Luego de la amplia discusión de las condiciones para la subasta del espectro 4G en las bandas de 2,5 GHz, AWS y 1900, en la que participaron no solo los proveedores del sector, sino también la SIC, la Contraloría y el Congreso de la República, con el fin de garantizar las mejores condiciones para la competencia, Telefónica Colombia obtuvo 30 MHz en la banda de AWS el 27 de junio del 2013.

Asimismo, asumió la obligación de pagar 197 mil millones de pesos y cumplir con el compromiso de cobertura en 58 municipios el primer año, y de ahí en adelante 255 municipios adicionales, que se distribuyen en 25% cada año, además de cumplir con la política de masificación en el acceso a Internet a través de 119.263 tabletas.

De otra parte, el Ministerio TIC expidió el Decreto 2044 de 2013, con el cual se reglamentó el procedimiento para la renovación de los permisos para espectro IMT en general, y en especial el aplicable a los operadores que, como Telefónica Colombia, se encontraban en el régimen de transición a la habilitación general establecida por la Ley 1341 de 2009, por ser concesionario para la prestación del servicio de telefonía móvil celular.

Siguiendo dicho procedimiento, el 28 de noviembre la empresa se acogió al régimen de habilitación general, y logró la modificación de su registro TIC el 17 de diciembre del 2013; además, solicitó formalmente la renovación de todos los permisos requeridos, tanto para la banda de 850 MHz como de 1900, así como del espectro punto a punto asociado a la red móvil, toda vez que las concesiones finalizarían el 28 de marzo del 2014.



El acogimiento a la Ley le permitirá a la Compañía la renovación de dichos permisos por un periodo adicional de diez años. Las condiciones de la renovación están pendientes de ser definidas por el ministerio. El decreto también estableció que en el proceso de liquidación de los contratos de concesión se determinará lo correspondiente a la reversión de los bienes afectos, de acuerdo con lo que se establezca en la Sentencia C-555 de 2013, de la Corte Constitucional, la cual aún no ha sido notificada y se refirió a la exequibilidad condicionada de los artículos 4 de la Ley 422 de 1998 y 68 de la Ley 1341 de 2009.

# Tecnología al alcance de todos, cierre de brecha digital

Telefónica Colombia siempre ha estado comprometida con los planes de masificación de Internet en el país.

## Hogares Digitales

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a través de la Dirección de Conectividad, anteriormente Compartel, diseñó el proyecto "Hogares Digitales", como una de las estrategias del plan Vive Digital para acortar la brecha digital del país.

Este proyecto tiene como objetivo que los hogares colombianos de menores ingresos tengan posibilidad de conectarse a la autopista de la información. Es así como Telefónica Colombia ha puesto en operación más de 28.000 accesos de banda ancha en hogares estratos 1 y 2, de 38 localidades del país, desde noviembre del 2012.

Con la implementación de este plan de conectividad de banda ancha la Compañía, en conjunto con el Ministerio TIC, busca que los beneficiados del proyecto, además de contar con el

servicio, tengan la oportunidad de acceder a cursos que les permitirán ampliar sus conocimientos básicos en el uso de Internet y de las aplicaciones, e impulsar así el cierre de brechas digital de los municipios de Colombia.

## Subsidios a la banda ancha

El programa de subsidios a la banda ancha fija recibió del Gobierno Nacional un presupuesto de 300 mil millones de pesos para todo el mercado, por el periodo de septiembre del 2012 y diciembre del 2014, con el fin de incrementar el número de conexiones de los estratos 1 y 2.

De ese monto, Telefónica Colombia aplicó a sus clientes 8.329 millones de pesos en el 2012 y 31.083 millones de pesos en el 2013. El esquema comenzó con 318 mil clientes subsidiados, y al cierre de diciembre del 2013 se incrementó hasta los 448 mil.

## Nueva oferta en TV

Para mejorar su oferta de servicios, en el 2013 la Compañía cambió su estrategia en televisión, e inició un cambio en la tendencia a través de contenidos satélite y equipo, masificación de calidad HD y una oferta de canales competitivos, donde siempre permanecen los 50 más vistos en Colombia y 20 adicionales. Con esta estrategia el crecimiento en el 2013 fue del 22% de suscriptores de televisión.

Servicios para mejorar la vida de las personas





### Oferta de servicios personalizada

Con el lema "podemos y queremos Ser más", Telefónica Colombia quiere lograr que la tecnología sea parte de la vida de sus clientes, al permitir que estos la usen para mejorar sus vidas y logren sus aspiraciones personales. Igualmente, las oportunidades que la tecnología ofrece facilitan a las empresas e instituciones desarrollar más y mejores capacidades de crecimiento y de procesos de aprendizaje.

Por tal motivo, la Compañía no solo se esmera por mejorar el portafolio de productos y servicios que ofrecen conectividad, con su respectivo equipamiento, sino va más allá, y brinda tecnologías de la información y soluciones tecnológicas con diferentes beneficios adicionales.

### Tecnología 4G LTE para mayor velocidad

Respondiendo a un mundo digital que evoluciona y demanda conectividad más veloz, Telefónica Colombia fue pionera en ofrecer el servicio de navegación 4G LTE, la cuarta generación de tecnologías de telefonía móvil que ofrece mayor velocidad de navegación en Internet. Esta nueva tecnología permite a los usuarios navegar, descargar, compartir contenidos digitales en Internet hasta diez veces más rápido respecto a la tecnología 3G. Inicialmente se lanzó Movistar 4G LTE en las cinco ciudades principales y sus áreas metropolitanas (Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga).

### Firefox OS: sistema operativo abierto

Los dispositivos móviles se están convirtiendo en el principal medio de acceso a Internet. El actual ecosistema cerrado de aplicaciones para smartphones ha concentrado demasiado poder en manos de pocas empresas. Los sistemas operativos no deberían limitar la capacidad de elección de los usuarios ni dificultar la competencia. El elemento clave para revertir esta situación es un sistema operativo para móviles abierto.

Por lo anterior, en el 2013 Telefónica Colombia, en alianza con Firefox, lanza al mercado el sistema operativo Firefox OS, con el objetivo de acercar a más colombianos a un equipo smartphone, con planes y ofertas de navegación económicamente asequibles. Este sistema es abierto, cuenta con un alto potencial web, millones de aplicaciones y contenidos al alcance de las personas.

Con Firefox OS los consumidores pueden, por primera vez, comprar un smartphone basado de principio a fin en estándares web abiertos. Básicamente, esto significa que Firefox OS libera a los consumidores y desarrolladores de las restricciones que suponen los ecosistemas cerrados existentes, al utilizar la web como plataforma para todas las funciones y aplicaciones



# Satisfacción del cliente

Con el fin de brindar mayor calidad y satisfacción a los clientes Movistar, se implementó un modelo de atención convergente, que unifica los servicios del segmento masivo, pymes y técnico, en el Contact Center.



Se realizaron mejoras en los procesos dirigidos a usuarios finales de telefonía fija y móvil, gracias a la colaboración de los aliados. Como resultado, se alcanzó una mayor priorización de soluciones y fidelización de clientes de la Compañía.

En el 2013 se posicionó el modelo de gestión de calidad unificado, para la retención de productos fijos y móviles a través de campañas de fidelización. Lo anterior generó una notable disminución de bajas, principalmente en productos prepago, la cual pasó de 5,03 a 2,74%, mientras que en productos fijos este indicador se redujo en un 26%. El indicador de satisfacción al cliente se ubicó en 7,37, en una escala de 1 a 10.

Con el fin de brindar mejor atención a los usuarios, aumentar su satisfacción con los productos y

En el 2013 se destacaron las siguientes acciones:



Actualización del modelo de atención y solución en primer contacto para los canales telefónico y presencial.



Implementación de mejoras en el modelo de atención PQR escrita, con lo cual se logró unificar los procesos de gestión de productos fijo-móvil en una sola operación convergente.



Mesas de trabajo con equipos internos, para la mejora de procesos que impactaron el número de reclamos.



Mesas de trabajo con la Superintendencia de Industria y Comercio.

**Logros:**



Evolución de los tiempos que se toma la compañía en responder una petición, queja o requerimiento, de **15 días hábiles**, establecidos legalmente a **13 días promedio** de respuesta para casos escritos.



Aumento del indicador de **solución en primer contacto**, a través de acompañamientos y refuerzos a los canales de atención.



servicios y disminuir la cantidad de peticiones, quejas y recursos (PQR), Telefónica Colombia implementó un modelo de calidad orientado al seguimiento continuo de las respuestas emitidas a los clientes y puntos de control a procesos claves de gestión, para asegurar la promesa al cliente.

### Más antenas para una mejor calidad del servicio

La creciente demanda de servicios de telefonía móvil en el mercado colombiano ha exigido el fortalecimiento de la infraestructura y la instalación de un mayor número de antenas de telecomunicaciones. Sin embargo, existen inquietudes sobre los potenciales efectos que estas pueden tener sobre la salud de las personas y en las condiciones del entorno.

De acuerdo con estudios realizados por la OMS, la exposición a las emisiones producidas por las estaciones de base y tecnologías inalámbricas suele ser mil veces inferior a los límites establecidos por las normas internacionales. Nada demuestra que las señales producidas por las estaciones de base tengan efectos adversos a corto o largo plazo en la salud.

Telefónica Colombia cumple con los permisos y trámites establecidos por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el Decreto 195 de 2005, cuyo objeto fue establecer los límites de exposición de las personas a campos electromagnéticos.

Para aclarar las dudas de la ciudadanía, durante el 2013 la Compañía divulgó información acerca de los campos y las ondas electromagnéticas, y aclaró los impactos que tienen las antenas de telecomunicaciones y la infraestructura en general.

## Mitos y realidades sobre las emisiones de las antenas de telecomunicaciones



# 1

¿ Las antenas de telecomunicaciones pueden producir cáncer ?

No existe ningún estudio que compruebe la generación de cáncer como consecuencia de las emisiones de las antenas.

La radiación que las antenas producen es **NO** ionizante, es decir, no es perjudicial para la salud.



# 2

Las antenas de transmisión generan altos niveles de radiación.

Las antenas de telecomunicaciones generan muy bajos niveles de emisiones electromagnéticas.

La instalación de las antenas y su funcionamiento producen incluso menor radiación que los electrodomésticos.



# 3

¿ Es cierto que si las antenas se ubican más lejos la radiación es menor ?

**NO.** Una mayor cantidad de antenas disminuye los niveles de radiación, pues se reduce la potencia que la comunicación requiere.

A mayor cantidad de antenas y torres, mayor calidad en las telecomunicaciones y menor nivel de radiación.



# Soluciones digitales para empresas ágiles y eficientes

Cada día aparecen nuevos, innovadores y atractivos servicios basados en comunicaciones entre máquinas, Big Data, Cloud Computing y redes sociales. Internet y la economía digital no son un fenómeno pasajero: ninguna sociedad o comunidad es inmune al poder transformador de la revolución digital.



La vida conectada –eso que a menudo se define como el “Internet de las cosas”– constituye la próxima y apasionante fase en la evolución de la red de redes. Ahora mismo es posible que cualquier objeto o dispositivo se comunique con otro a través de una red de telefonía fija o móvil. En el 2020, veinte mil millones de objetos en todo el mundo estarán conectados a través de Internet.

Telefónica Colombia continuó brindando en el 2013 soluciones innovadoras e integrales para pequeñas y grandes empresas, que agregan valor a sus negocios y les permiten alcanzar sus metas corporativas. La tecnología ofrece nuevas oportunidades de negocio y permite aumentar la productividad. La Compañía ofrece herramientas digitales y conocimientos para que las empresas se puedan adaptar al ritmo que exige el mercado. Mediante estas soluciones digitales, estas pueden optimizar costos y ser ágiles y eficientes para capturar más oportunidades de mercado.



## Aplicateca para PYMES

Telefónica Colombia desarrolló la Aplicateca, una tienda virtual de aplicaciones, en donde se ofrecen productos que ayudan al mejoramiento de gestión de las pequeñas y medianas empresas. Se ofrecen cinco grupos de aplicaciones, divididas en las siguientes categorías:

**Gestión:** orientadas al mejoramiento de la gestión del negocio.

**Formación:** diseñadas para mejorar el desempeño del equipo de trabajo y crecimiento de la empresa.

**Colaboración:** enfocadas en la comunicación a distancia (conferencias, capacitaciones o cursos).

**Localización:** contacto directo con los clientes del negocio, para dar a conocer la información que la empresa quiere transmitir.

**Marketing:** creadas para promocionar productos y servicios de forma innovadora.



## Machine to machine (M2M)

M2M es una solución que provee el servicio de conectividad entre dos máquinas remotas, que puede ser usada en diversas aplicaciones y se diseña a la medida de los requerimientos del cliente. Se ofrecen soluciones de:

**Automatización de procesos logísticos y operaciones,** como seguimiento y control vehicular, entre otros.

**Automatización de la fuerza de ventas,** que permite a los vendedores acceder de forma remota a la información necesaria para atender y tomar decisiones frente a los clientes.

**Servicios de seguridad de televigilancia,** alarmas en oficinas y almacenes, carreteras, entre otros, que permiten a sus clientes obtener el máximo rendimiento de las nuevas tecnologías digitales, disfrutando de una protección integral frente a todo tipo de riesgos y amenazas. De igual manera, las empresas y el sector público tienen acceso a servicios de seguridad de la información y de seguridad electrónica, que garantizan la continuidad de sus negocios y la privacidad de sus clientes y usuarios, así como la integridad de sus datos y de sus activos físicos.



## Data center

Telefónica Movistar ofrece soluciones digitales a sus clientes empresariales para gestionar la información de la empresa de manera segura y sin invertir en espacio para servidores. Dentro de las opciones que se ofrecen están:

### Virtuales

Hosting 2.0 Premium  
Servidores  
Almacenamiento  
Backup  
Seguridad  
Balanceo  
Escritorios virtuales  
Servicios web compartidos

### Físicos

Collocation  
Hosting



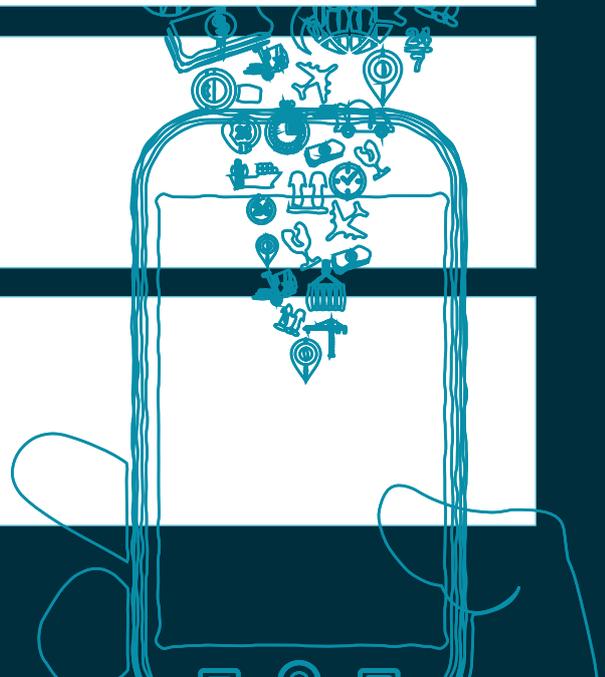
## Cloud computing

Es una herramienta que permite el acceso a un conjunto de servicios tecnológicos en Internet y facilita el almacenamiento de información en la nube, con acceso rápido y seguro.



## Terabox

Con el fin de reducir espacios físicos en las oficinas, destinados a almacenar información, se ofrece un espacio en la web, que permite almacenar toda la información de la empresa de manera segura.





# Comunicación con los clientes

Telefónica Colombia implementó el primer Contact Center en Quibdó; este proyecto tuvo como objetivo garantizar la inclusión laboral sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de la población afrocolombiana en esta alejada región del país. Cuenta con un equipo conformado por más de 80 personas y atiende aproximadamente 130 mil llamadas al mes, mediante 50 estaciones de trabajo instaladas.

## Canales de atención digitales

Telefónica Colombia, durante el 2013, continuó siendo líder en atención al cliente en redes sociales. En el 2013 se registró un incremento del 38% en atenciones digitales a través de redes sociales, y se logró resolver más de 85 mil casos únicos. Las consultas más frecuentes por medio de estos canales están relacionadas con planes, activación o desactivación de paquetes.



Twitter fue el canal con mayor interacción: **130.820** menciones directas a la marca.

**14.295 RT** publicaciones destacadas.



Facebook ganó mayor protagonismo en el último semestre del año. En el 2013 se incrementó el número de seguidores en **519.200**, y llegó a **673.000**.

Se contó con más de **32 mil** personas hablando sobre el contenido de Movistar.



Más de **2,7 millones** de reproducciones en el 2013.

La campaña de **4G** generó más de **1,6 millones** de reproducciones en diciembre.



En el 2013 se registró un incremento del **22%** en el tráfico del sitio web, que llegó a **42 millones** de visitas.

## Centros de Experiencia Movistar

Se consolidaron en el 2013 como el segundo canal en ventas de la Compañía, además de registrar resultados positivos en los indicadores de atención presencial, solución, satisfacción y nivel de servicio; el indicador de solución en el primer contacto se mejoró en un 50%, con la implementación del nuevo esquema de servicio técnico, y pasó de una efectividad del 25 al 86% interanualmente.

En el 2013 se adecuaron en forma física y tecnológica nueve centros de experiencia, ubicados en Barranquilla, Tumaco, Barrancabermeja, Ibagué, Cali (3), Bucaramanga y Soacha. Los cambios facilitaron el acceso de los clientes a los productos y servicios, y contribuyeron a mejorar la imagen de la Compañía y el cumplimiento de los estándares de calidad y atención.

## Mi Movistar

En el 2013 se llevó a cabo el relanzamiento de Mi Movistar, plataforma virtual para consultas de cuentas de forma rápida y segura, con una nueva imagen, diseño y la posibilidad de navegar desde cualquier tipo de dispositivo. A través de Mi Movistar los usuarios crean cuentas para consultar sus facturas, pagarlas en línea, activar números gratis y preferidos, realizar reposiciones de equipos, adquirir paquetes de Internet, entre otros.

# Hacia una Telco Digital para los clientes\_

Telefónica Colombia trabaja para llevar al alcance de todo el mundo la tecnología, ese es el sentido de ser una Telco Digital.

La Compañía quiere que sus clientes *Sean Más\_*: descubriendo, comprendiendo y usando la tecnología para mejorar sus vidas, y que las empresas puedan adaptarse al ritmo que exige el mercado, gracias a las herramientas y conocimientos que les brindamos. Se ofrecen a los clientes nuevas soluciones, que aportan valor a sus vidas y a sus negocios.

Además, la Compañía le ayuda a acompañar el aprendizaje de las personas y negocios a para acceder, comprender y disfrutar más de lo que la tecnología puede ofrecerles.

## Ciberseguridad



Telefónica cuenta en el mundo con un equipo de más de 700 profesionales expertos en ciberseguridad, que se encargan no solo de diseñar productos y servicios que respalden la

seguridad de la información de nuestros clientes, sino de monitorear los posibles ataques que puedan presentarse.

En el 2013 se desarrolló una solución de ciberseguridad, un servicio innovador que permite tener inteligencia en las redes públicas y deep web, para detectar alertas que afecten las operaciones de red, la marca y la reputación del cliente. Con este panorama, Telefónica Colombia tiene un enfoque proactivo, que identifica no solo el sistema que es atacado y cómo lo hacen, sino quién y cuáles son sus razones. Así, el tiempo de vida de cada ataque y la información relevante no sobrepasan las 24 horas.

Además, hemos diseñado herramientas exclusivas, que les permiten a nuestros clientes tener el control de su información:

- **Metashield:** evita la fuga de información de la empresa de una manera sencilla y definitiva. Con esta solución se eliminan automáticamente los metadatos de los archivos que se encuentren alojados en los servidores (WEB IIS, Sharepoint y servidores de archivos - FTP).
- **Faast:** es un servicio de Penetration Testing, que implementa y automatiza las más actuales técnicas, para reducir así el tiempo de detección de las brechas de seguridad.
- **Latch:** es un servicio que permite agregar un nivel extra de seguridad a los servicios online. Para ayudar a evitar un uso no autorizado, Latch proporciona al usuario la capacidad de desconectar sus cuentas con un solo movimiento cuando no las esté utilizando.
- **Email Protection,** aseguran la limpieza del correo, manteniéndolo 99,9% libre de amenazas y previniendo la fuga de datos
- **Web Security Gateway,** el servicio que provee una experiencia segura a los usuarios que navegan por Internet, evitando fugas de información sensible, así como el filtrado del acceso a Internet en función del contenido de las páginas web
- **SMDM,** software que permite proporcionar seguridad, monitorización, creación de un contenedor de aplicaciones, rastreo de equipos, sincronización de equipos y archivos, reporte de equipos, borrado de información, acceso y administración de dispositivos móviles (smartphones & tablets) de forma remota
- **Seguridad Gestionada,** permite delegar en Telefónica Colombia la gestión de infraestructura de seguridad, monitorización, alertas y respuesta a incidentes
- **Tráfico Seguro,** servicio de conexión seguro, flexible, confiable y adaptable a las necesidades de la empresa, que permite asegurar el acceso a los recursos de infraestructura de Tecnologías de Información, sin importar el medio de acceso o dispositivo utilizado.

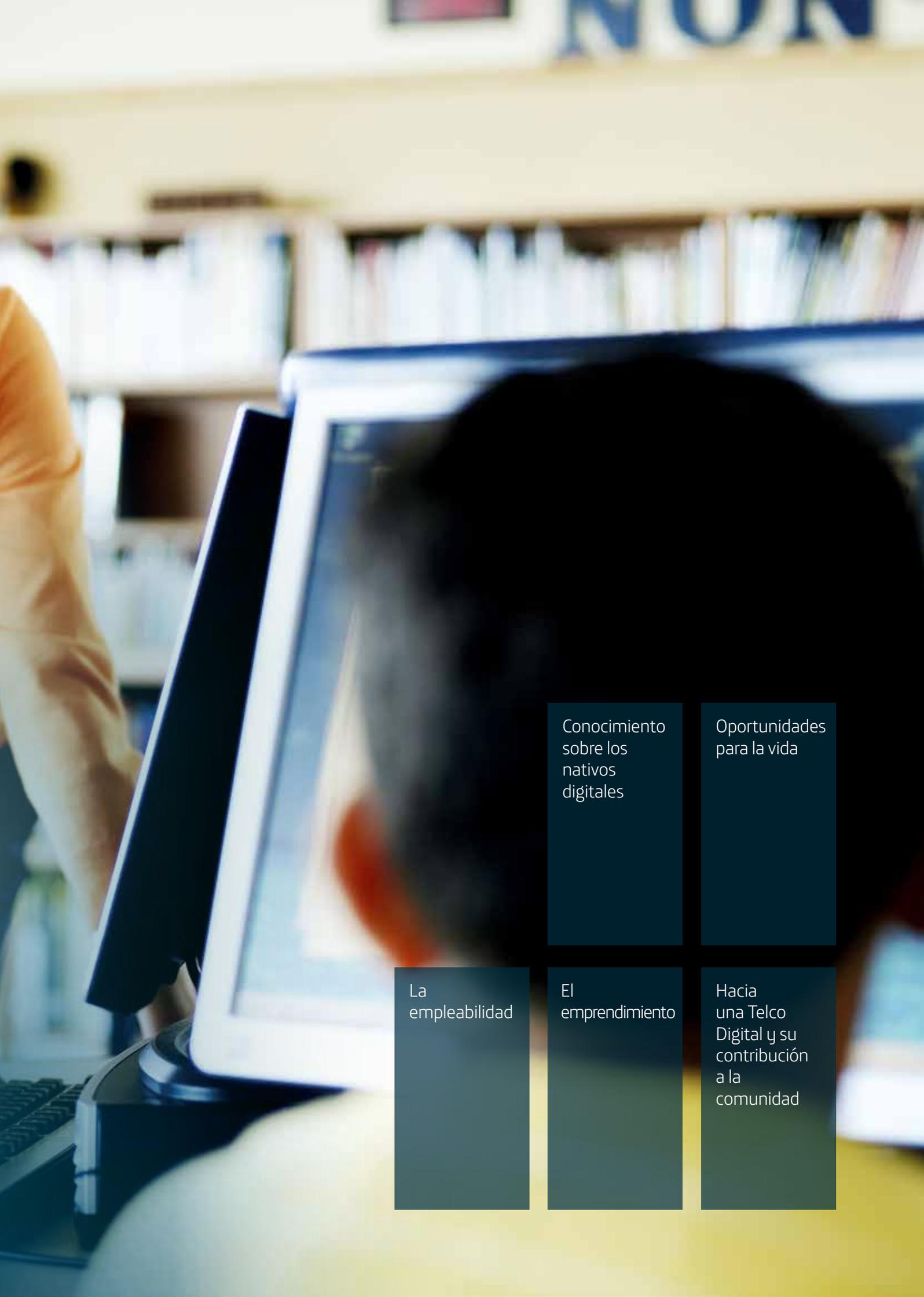


# Niñas, niños, jóvenes y docentes\_

“ Lograr que más niños, niñas y adolescentes puedan ejercer su derecho a la educación es dar oportunidades para la vida y potenciar su capacidad de emplearse o ser emprendedores en el futuro. Por esto, hemos trabajado por años desde Fundación Telefónica en la erradicación del trabajo infantil. Hacia el futuro, nuestros esfuerzos se concentrarán en el desarrollo de competencias para el mundo digital. ”

**María Jimena Durán**

Directora Relaciones Institucionales y Fundación Telefónica Colombia



Conocimiento  
sobre los  
nativos  
digitales

Oportunidades  
para la vida

La  
empleabilidad

El  
emprendimiento

Hacia  
una Telco  
Digital y su  
contribución  
a la  
comunidad

Los esfuerzos públicos y privados para expandir la cobertura de las telecomunicaciones en Colombia ha permitido avanzar significativamente en el cierre de la brecha digital. A partir del uso eficiente de las tecnologías, algunas comunidades rurales, gobiernos locales, organizaciones de la sociedad civil y otras instituciones han desarrollado ya iniciativas y emprendimientos exitosos.

La conectividad, acompañada de información, participación y capacitación adecuada, debe conducir a una apropiación tecnológica capaz de mejorar la calidad de vida de las personas y la de su entorno.

El papel de la tecnología en los procesos educativos será transformador para las comunidades rurales y urbanas, y acelerará su competitividad y crecimiento.

Telefónica Colombia tiene el compromiso de colaborar con actores públicos, privados y sociedad civil para mejorar la calidad educativa y la cultura de emprendimiento desde la infancia, a partir del uso de las telecomunicaciones, el desarrollo de competencias para innovación social y el fortalecimiento del ecosistema digital en zonas rurales y urbanas.



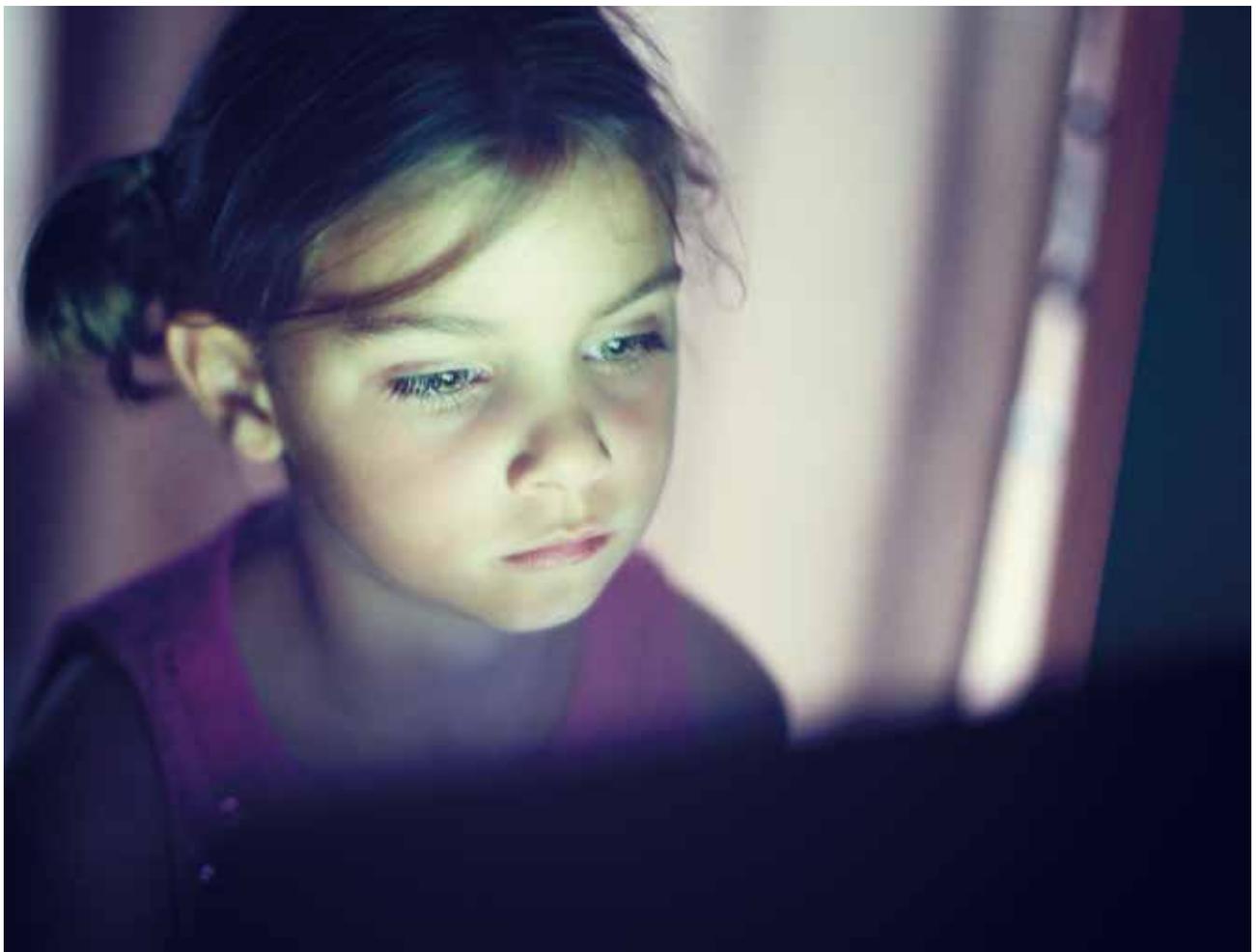


# Conocimiento sobre los nativos digitales

En el 2013 más de 12 mil jóvenes entre los 18 y 30 años, de 27 países, participaron en una investigación global realizada por Telefónica y The Financial Times, con el propósito de entender cómo piensa, qué la motiva, cómo se proyecta y qué barreras encuentra esta población, denominada la generación “Millennials”.

En el estudio, realizado entre enero y febrero del 2013, Colombia tuvo un importante papel, ya que contó con un grupo de jóvenes encuestados y resultó ser el país con mayor porcentaje de líderes; un 27% de los entrevistados está catalogado de esta manera, mientras que en el mundo representan tan solo el 11% de la generación global del milenio. Entre los resultados se destaca

que el 81% de los encuestados nacionales consideran que la tecnología crea oportunidades para todos, en contraste con un 69% a nivel global, y el 71% de nuestros entrevistados consideran un importante logro convertirse en emprendedor, a diferencia de un 22% a nivel mundial. Los resultados fueron presentados en el tercer Foro de Cultura Digital del año.



# Oportunidades para la vida

De la calidad educativa dependen las competencias que niños y jóvenes desarrollen, para asumir sus papeles como: sujetos de derechos, consumidores, miembros de una comunidad, colaboradores y líderes de alguna institución, y actores clave de desarrollo para la sociedad.

En Colombia, para el 2013, según las cifras del DANE, el trabajo infantil representó una tasa de 9,7%, y a pesar de su disminución en los últimos años, continúa representando un reto y manifiesta un problema de desescolarización y de vulneración de derechos importante para el país.

Frente a este contexto, la Fundación Telefónica Colombia, a través del programa Proniño, ha consolidado un modelo de atención integral a niños, niñas y adolescentes (NNA) trabajadores, con el objetivo de vincularlos a espacios educativos formales.

Para el 2014 el compromiso es adelantar la sistematización del modelo Proniño y la creación de redes que permitan replicar y escalar el modelo de intervención, que ha atendido a más de 47.000

niños, niñas y adolescentes (NNA) en situación de trabajo o en riesgo de estarlo. El porcentaje de retiro anual (de trabajo infantil) de los niños atendidos por Proniño es equivalente al 34%, y el de NNA que reducen horas de jornada es del 67%.

## Programa jóvenes: becas

Para garantizar el bienestar y el éxito de la intervención realizada por el programa Proniño en los niños, niñas y adolescentes que atiende, desde el 2011 la Fundación Telefónica ha implementado el programa Becas Plus, a través del cual otorga auxilios educativos a los mejores alumnos egresados de Proniño, para que puedan entrar a estudiar la carrera que deseen.

El programa ha tenido dos ediciones (2011 y 2013), en las cuales ha beneficiado a 27 jóvenes egresados en total, de diez municipios del país, quienes estudian tecnologías y carreras profesionales.

El beneficio consta de un auxilio educativo del 90% de la matrícula y un estipendio de manutención semestral, siempre y cuando se mantenga un nivel académico óptimo.

Para acceder a este beneficio, la Fundación Telefónica realiza una convocatoria entre los egresados del programa, que deben cumplir requisitos específicos de documentación, realizar una entrevista con un directivo de Telefónica de su ciudad o departamento, para posteriormente ser evaluados y seleccionados por un comité, integrado por la Dirección de la Fundación Telefónica, sus gerentes y el Director de Recursos Humanos de Colombia Telecomunicaciones.

Durante la convocatoria del 2013 se seleccionaron once jóvenes egresados de Proniño.

El trabajo de los NNA se desarrolla principalmente en entornos urbanos, con un 91%, frente al 9% del trabajo rural:

En el **entorno rural**, los NNA trabajadores se concentran principalmente en plantación o cosecha, con un 26%; también con un 26% se sitúa el trabajo doméstico, y sigue manejo de animales, con un 25%.



En el **entorno urbano**, los NNA trabajadores se concentran en labor doméstica, con un 25%, seguida de comercio ambulante, con un 23%.

## Aulas Fundación Telefónica

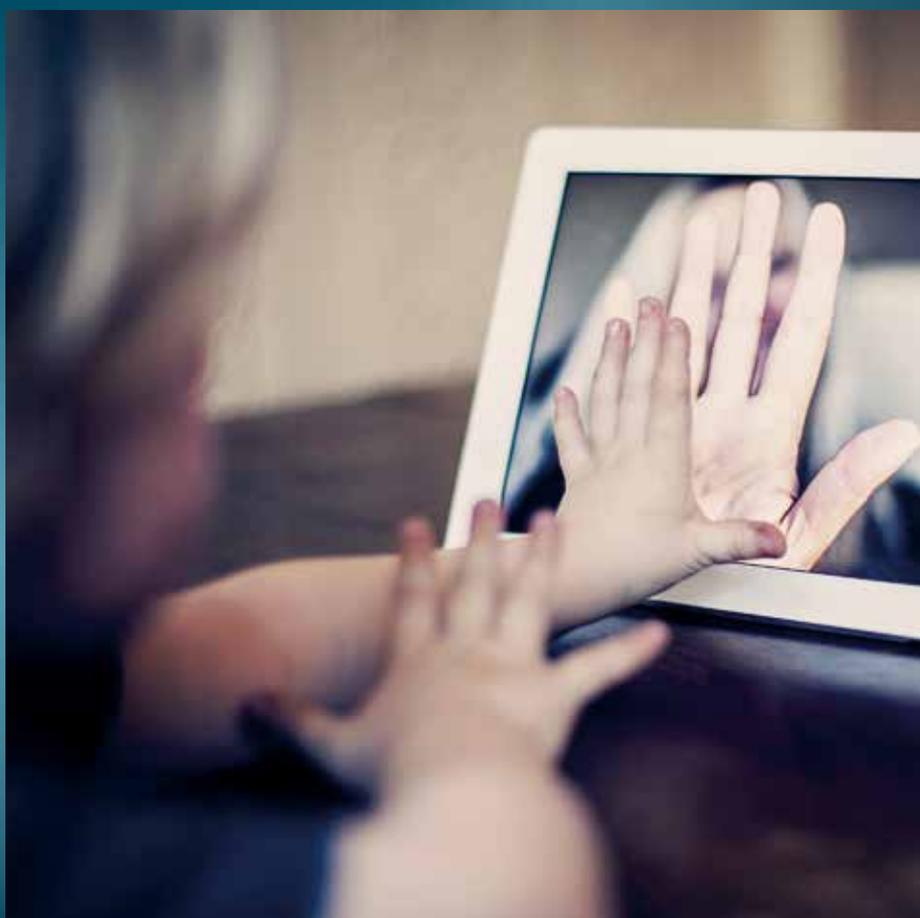
En el 2013 continuamos desarrollando el proyecto Aulas Fundación Telefónica. De las 59 aulas en instituciones educativas y centros de acogida, ubicadas en 27 ciudades, graduamos 19, y llegamos a beneficiar más de 49.200 niños, niñas y adolescentes, gracias a la formación de los docentes de este proyecto. De igual manera, desde un proceso de apropiación pedagógica, llevamos a cabo actividades de formación con 2.142 docentes, de manera presencial.

### Laboratorios Educativos de Innovación Social

En Colombia, en el 2010 había 40.000 docentes formados en el uso educativo de las TIC, según cifras del Ministerio de Educación\*. Hoy en día, en el país hay más de 135.000 docentes formados, y para el 2014 se espera que sean más de 200.000. Las TIC son el medio actual para que todo sistema educativo innove, construya una cultura que priorice la investigación y la generación de conocimiento, y mejore la capacidad de los docentes para educar mejores ciudadanos y profesionales.

En este contexto, y acompañando las operaciones de Telefónica Colombia, la Fundación Telefónica fortaleció los procesos de enseñanza y aprendizaje por medio de tres laboratorios de innovación social, desde los cuales genera espacios educativos para la apropiación de las TIC.

Durante el 2013 se buscó fortalecer y potenciar las competencias de los docentes frente a los retos del siglo XXI, a partir de iniciativas y programas que incluyeran el uso de las TIC como medio para el aprendizaje y la enseñanza, que combina entornos virtuales y presenciales para facilitar procesos educativos interactivos.



19

Aulas graduadas



27

Ciudades



49.200

Niños beneficiados



2.142

Docentes en formación

### Foros de Cultura Digital

La cultura digital exige cada vez más adaptación y aprendizaje de los medios digitales y virtuales, por esta razón Telefónica Colombia y su Fundación han impulsado la creación de espacios, con el fin de fortalecer las dinámicas de la emergente sociedad de la información, en la cual el uso de las TIC es indispensable para el desarrollo económico-social del país.

Durante el 2013 se realizaron tres foros Telefónica, con la participación presencial de más de 2.500 personas.

En el primer foro, Ferran Adrià compartió cómo desde la gastronomía se pueden desarrollar procesos innovadores, y cómo la creatividad cumple un papel importante en la realización de nuevas propuestas culinarias; también nos compartió el uso que le ha dado a las nuevas tecnologías en su carrera.

Para el segundo foro, *Música y TIC*, contamos con la participación de Lang Lang, considerado el mejor pianista del mundo, quien ha logrado combinar la música clásica con expresiones modernas e innovadoras, acercando este género musical a todos los públicos a través del uso de las TIC.

Para la realización del tercer foro presentamos la encuesta Millennials Global, para dar a conocer la visión de los jóvenes colombianos sobre temas relacionados con la tecnología, su entorno social y económico, las oportunidades que ofrece la actualidad y la capacidad de liderazgo juvenil.



### Cambio social en el país de la mano de los voluntarios

La Compañía cuenta con un grupo de voluntarios que impulsan y fortalecen actividades que contribuyen a cada una de las líneas de acción de la Fundación.

Durante el 2013 desarrollaron tres actividades principales: **Un día por ellos**, **Día internacional del voluntariado** y **Vacaciones Solidarias**, que los involucran con el desarrollo del país y aumentan su sentido de compromiso social.



1.399

Colaboradores donan tiempo o dinero



325

millones de pesos en recursos



215

iniciativas desarrolladas



16.900

horas donadas



# La empleabilidad

Telefónica Colombia reconoce que como gran empresa puede aportar al desarrollo del país, al mejorar la empleabilidad de las personas. Por lo tanto, en el 2013 se enfocó en dos grupos poblacionales: los jóvenes profesionales en búsqueda de obtener experiencia laboral y padres de niños que necesitan mejorar sus competencias laborales para poder aumentar sus oportunidades de emplearse.

## Jóvenes profesionales

La cultura de Telefónica permite a todos sus profesionales poder desarrollar al máximo sus habilidades y experiencia en una compañía de carácter internacional, brindándoles mayores herramientas para su desarrollo y llevando al máximo cada una de sus cualidades.

Durante el 2013 el programa de jóvenes profesionales tomó más fuerza, al encontrar en el talento joven la oportunidad de traer a la Compañía una visión de negocio diferente, dinamizada por entornos digitales.

En este año se incorporaron 62 jóvenes menores de 28 años, recién graduados, de alto potencial y con experiencia laboral hasta de un año, para

realizar proyectos en diferentes áreas de negocio. De los jóvenes profesionales que participaron en la convocatoria, en el 2013, 16 se encuentran vinculados en la planta de directa de la Compañía.

A los jóvenes se les ofrecen programas de formación y coaching, para afianzar sus competencias y contribuir al desempeño de su trabajo. En el 2013 se realizaron tres sesiones de coaching, con foco en fortalecer la identidad propia, el servicio de vida y el liderazgo, con 31 jóvenes.

Adicionalmente, estos jóvenes tienen espacios de diálogo con el CEO de Telefónica Movistar, Ariel Pontón, a través de la actividad *Cafés con Ariel*, una oportunidad para conocer de primera mano la visión del modelo de liderazgo en la Compañía y, sobre todo, para recibir consejos de él.





# Hacia una Telco Digital y su contribución a la comunidad

Con el lema de que todo el mundo debería tener a su alcance la tecnología para poder *Ser Más*\_, la Compañía desarrolla programas para que las oportunidades que brinda la tecnología lleguen a todos y puedan ser potencializadas por cualquier persona.

Un ejemplo de lo anterior es el Programa Aulas en Hospitales, de la Fundación Telefónica, un programa educativo desarrollado en aulas ubicadas en instituciones de salud pública, con la finalidad de mantener a los niños, niñas y adolescentes en condición de enfermedad en el sistema educativo durante su tiempo de permanencia en la institución de salud.

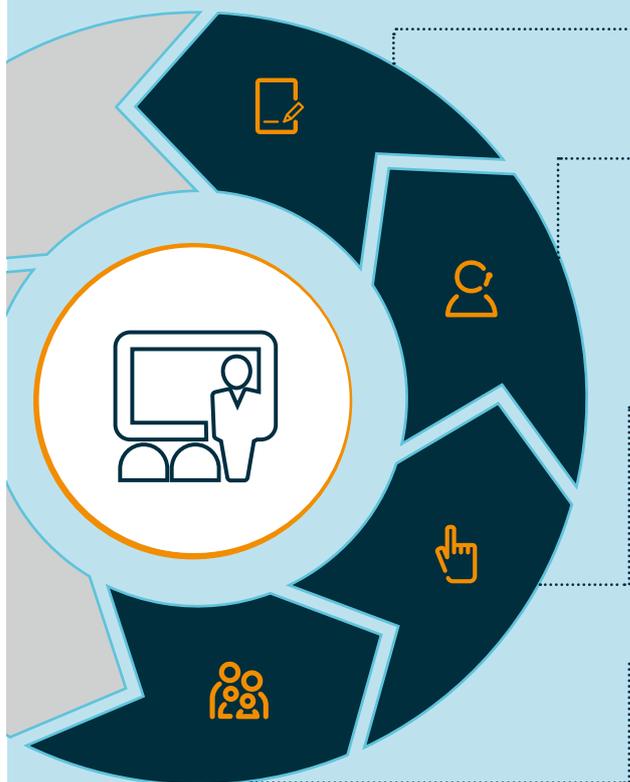
El programa educativo está centrado en el fortalecimiento de habilidades que contribuyen a superar el rezago educativo y facilitar, de ser el caso, la reincorporación al sistema educativo formal en mejores condiciones; al desarrollo

de la autonomía, capacidad de decisión y manejo del tiempo, integrando tecnología e innovación y facilitando la comunicación con el mundo exterior, sus familiares y amigos.

El programa cuenta con once aulas, ubicadas en siete ciudades del país, y ha beneficiado a más de 8.200 niños, niñas y adolescentes.

## Logros en el 2013

- ▶ Se entregaron becas a ocho docentes hospitalarios, para realizar la Especialización en Uso de las TIC para la Atención Educativa, con la Universidad de La Laguna, de España.
- ▶ Mediante los mecanismos de movilización política y social desarrollados, la Fundación Telefónica acompañó el desarrollo del Decreto 1470 de 2013, del Ministerio de Educación Nacional, por medio del cual se reglamentó el apoyo académico a niños y jóvenes con cáncer, y como aporte a este decreto está la elaboración y aprobación del Modelo Educativo Flexible para los niños en condición de enfermedad.
- ▶ Se inició la investigación sobre el impacto que tienen las aulas hospitalarias en el ámbito emocional de los niños crónicos, donde se busca validar la pertinencia de estos espacios lúdico-pedagógicos para el mejoramiento del tratamiento, y así evitar una estadía prolongada en el hospital. La Fundación CardioInfantil y la Fundación Valle del Lili son los investigadores principales, con apoyo de la Universidad de Barcelona.
- ▶ Se realizó un Estudio sobre el Impacto Social de las Aulas Hospitalarias; esta evaluación ha permitido validar el impacto que estos espacios tienen dentro de la Institución, entre personal médico, el docente hospitalario, el niño, niña y/o adolescente y su familia.





# Gestión medioambiental

“ Hacia el futuro, nos proyectamos como una empresa de telecomunicaciones que ofrece también soluciones digitales para mejorar la eco eficiencia de nuestros clientes. ”

**Daniel Emiliano González Echeverri**  
Director de Corporaciones Telefónica Colombia



Sistema de Gestión Ambiental

Programas Ambientales

Inversión y gasto ambiental

Canales para comunicar temas ambientales

Hacia una Telco Digital y su contribución medioambiental

Cómo hacer un uso eficiente de los recursos naturales, cómo gestionar los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y cómo aumentar la red sin afectar significativamente el entorno, son los retos ambientales más relevantes en el sector de las telecomunicaciones.

En el 2013 en Colombia se decretó la Ley 1672, para la adopción de una política pública de gestión integral de Residuos de Aparatos Electrónicos y Eléctricos (RAEE), que obliga a los comercializadores de aparatos eléctricos y electrónicos a brindar apoyo técnico y logístico a los productores, en la recolección y gestión ambientalmente segura de los residuos de estos productos. También nos insta a motivar a los consumidores a asumir su rol para devolver de manera voluntaria estos residuos.

La estrategia de medio ambiente de Telefónica Colombia está diseñada para promover la sostenibilidad ambiental de sus operaciones, clientes y ciudades. Permite generar valor a la Compañía en términos de reducción de costes y generación de nuevos ingresos.





# Política Ambiental

Las operaciones que realiza la Compañía están guiadas por 6 principios globales de gestión ambiental:



Medición del desempeño ambiental



Gestión global de los riesgos



Cumplimiento de la legislación



Despliegue responsable de la red



Sistema de gestión ambiental



Eco eficiencia

La contribución de Telefónica Colombia se centra en 4 compromisos contenidos en la política ambiental:

**01**

Promover el desarrollo de servicios de telecomunicación que contribuyan a la protección ambiental y al desarrollo de la sociedad.

**02**

Actuar conforme a las leyes, normativas ambientales nacionales e internacionales y otros requisitos que nos sean de aplicación.

**03**

Mejorar continuamente en el comportamiento medioambiental.

**04**

Trabajar la prevención de la contaminación mediante el cumplimiento de sus objetivos y metas ambientales.

# Sistema de Gestión Ambiental

En el 2013, al finalizar el proceso de unificación de las operaciones fijas y móviles a nivel nacional, la Compañía obtuvo la recertificación ISO 14001:2004, y así logró que la empresa certificadora AENOR otorgara el aval para mantener el certificado de Gestión Ambiental por tres años más. Este logro se dio gracias a que la Compañía demostró su compromiso ambiental en la auditoría de seguimiento al Sistema de Gestión Ambiental en todo el país, y se ha mantenido desde el 2007, cuando fue certificado por primera vez.

El Sistema de Gestión Ambiental de Telefónica Colombia se enmarca en nueve elementos fundamentales:

01

## Política Ambiental

Define los compromisos y directrices del Sistema de Gestión Ambiental.



02

## Evaluación Aspectos Ambientales y Legislación Ambiental

A través de estos elementos se realiza el diagnóstico de impactos ambientales que genera la operación y los requisitos ambientales que se deben cumplir.



03

## Programas y Objetivos Ambientales

Los programas de gestión establecen mecanismos y estrategias para asegurar el cumplimiento de nuestras metas ambientales.



04

## Capacitación y Comunicación

Ofrecemos canales de comunicación interna y externa para solucionar inquietudes de carácter ambiental.



## Programas ambientales

Telefónica Colombia cuenta con seis programas de Gestión Ambiental:



Gestión eficiente de recursos



Aliados responsables

05\_

#### Documentación y Procesos

Este componente contempla nuestros procesos, procedimientos, manuales y otros documentos de tipo ambiental.



06\_

#### Control Operacional y Planes de emergencia

Hace referencia a aquellos controles establecidos en nuestros procesos operacionales y las estrategias para prevención de emergencias y de la contaminación.



07\_

#### Plan de Monitoreo

Ejecutamos seguimiento y control ambiental de forma periódica, a través de planes de monitoreo de emisiones electromagnéticas, ruido, vertimientos y residuos.



08\_

#### Auditorías Internas y a Proveedores

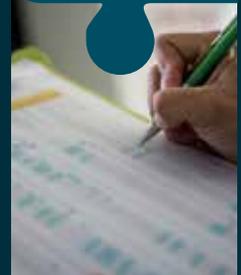
Por medio de auditorías ambientales realizamos el seguimiento del sistema, para garantizar su grado de implementación y el nivel de gestión de nuestros proveedores.



09\_

#### Informes de Gestión y Revisiones del SGA

Reportamos la cuenta de resultados de nuestro sistema de gestión a través de informes, auditorías y revisiones gerenciales, entre otros, que aseguran la transparencia y veracidad de los resultados.



Cambio climático



Gestión de residuos



Despliegue responsable de red



Monitoreo de emisiones electromagnéticas



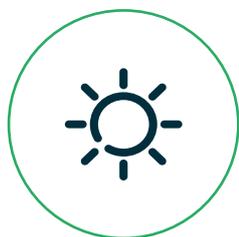
## Gestión eficiente de los recursos

### Energía

En el 2013, en las oficinas se consumió 18% menos energía en relación con el año anterior. Por medio del programa de Uso Racional de Energía (URE), se invitó a los empleados a ser “embajadores URE”, y así adquirieron compromisos como:

-  Apagar siempre el computador.
-  Desconectar los cargadores.
-  Apagar las luces.
-  Conectar equipos autorizados (computadores y herramientas de oficina).
-  Aprovechar la luz natural.
-  Reportar desperdicios de energía.

Aunque el consumo energético en edificios de operación, en el 2013, presentó un aumento global del 3%, a causa del cambio de tecnología y al despliegue de red, al incrementar la cantidad de equipos en diferentes lugares a nivel nacional, el proyecto Energy Services Companies ECO RECTIFICADORES permitió obtener una reducción del 5% de consumo mensual de energía en las estaciones intervenidas. Este proyecto se implementó en 40 localidades a nivel nacional, donde se sustituyeron plantas rectificadoras obsoletas y/o de muy baja eficiencia por equipos de alta eficiencia. El ahorro aproximado equivale a dejar de consumir 25.700 KWh al mes.



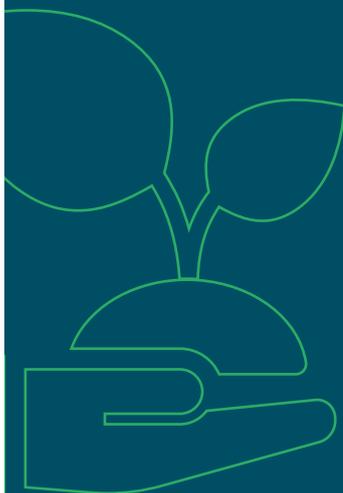
### Uso de paneles solares

Por otra parte, apostándole a energías alternativas, se desarrolló el proyecto ECOSALAS en la sede corporativa de Bogotá. El proyecto consiste en la iluminación de tres salas de juntas con energía solar. Se reutilizaron paneles solares y baterías de la operación de red que se encontraban en desuso. Adicionalmente, se instalaron paneles para la recarga de bicicletas y motocicletas eléctricas en la zona de parqueo.

#### Consumo eléctrico en oficinas, MWh



#### Consumo eléctrico en edificios de operación, MWh





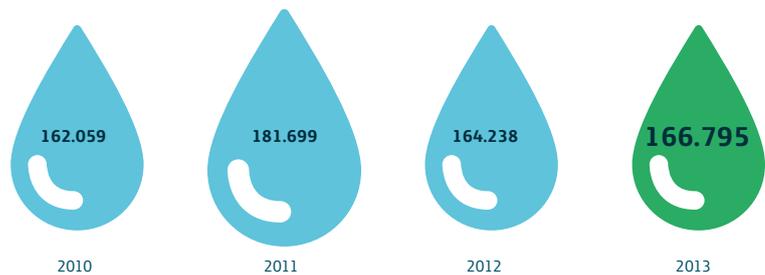
## Agua

Telefónica Colombia, para sus operaciones, hace uso del agua proveniente de las empresas de acueducto. Para el 2013, el consumo de agua fue de 166.795 m<sup>3</sup> a nivel nacional. Esta medición incluye el consumo en sanitarios y climatización en edificios de oficinas, tiendas y edificios técnicos.

Se llevó a cabo la campaña de "Uso eficiente del agua" con empleados. En el 2013, el promedio de consumo de agua por trabajador fue de 0,64 m<sup>3</sup>; el aumento, con relación al año anterior, se presentó por la integración de las operaciones fijas y móviles.

En el 2013 se implementó una prueba piloto, para aprovechar el agua lluvia en el riego de las áreas comunes. En la prueba se logró recoger 8.000 litros en un periodo de cuatro meses. Para el 2014, la Compañía instalará cuatro tanques adicionales, los cuales permitirán cubrir mayor área de riego, y así generar un ahorro de 4.000 litros de agua.

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



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



## Gestión de residuos

Para dar un adecuado manejo a los residuos generados, Telefónica Colombia ha dispuesto un programa de cobertura nacional, en el cual se proponen prácticas adecuadas para la recuperación, reciclaje, valorización y disposición de los materiales resultantes por la operación.

El manejo de los residuos se hace a través de un gestor autorizado, el cual se encarga de la recolección y la gestión para el aprovechamiento de cada residuo. En el proceso se destacan los siguientes aspectos:



Recolección y tratamiento de residuos que de otra manera estarían siendo fuente de contaminación, por residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), o se encontrarían en depósitos de almacenamiento.



Programa estandarizado y centralizado con gestores de residuos especializados en desmonte de red y manejo de RAEE.



Propuesta de nuevos materiales, resistentes y de uso industrial, para la elaboración de cajas, cercas o estibas, que ofrecen alternativas diferentes a la madera como materia prima para estos elementos.



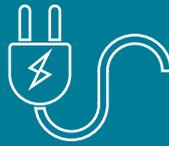
Inventario tipificado de RAEE para el sector de las telecomunicaciones.

El manejo de los residuos peligrosos se realiza de acuerdo con sus características, de la siguiente forma:



### RESIDUOS PROVENIENTES DE MANTENIMIENTO

Se realiza el acopio, para luego ser entregados a los gestores autorizados, y así garantizar las prácticas establecidas por la autoridad y la normatividad ambiental.



### RESIDUOS CON BATERÍA DE RED (PLOMO ÁCIDO)

Por medio de un plan posconsumo, el fabricante nacional autorizado se encarga de la gestión, de tal forma que se reincorporan los componentes en su proceso de fabricación.



### RESIDUOS PROCEDENTES DE CLIENTES

Los residuos son exportados y tratados en concordancia con el convenio de Basilea, reincorporándolos como materia prima en la cadena productiva.

En el 2013 los residuos peligrosos presentan un aumento, debido al cambio de bancos de baterías, ya que cumplieron con su vida útil. Este cambio se realizó a nivel nacional, y se gestionaron un total de 117.000 kilogramos de residuos de baterías.

La Compañía efectuó la recuperación y recolección de equipos, módems y decos en desuso, desactualizados o que presentaban fallas, y que se encontraban en propiedad de clientes

bajo la modalidad de comodato. Estos equipos se sometieron a revisiones técnicas, de modo que se definió, en algunos casos, su reparación y su posible reintegro a la operación, y en otros casos, a disposición final.

Por otra parte, la Compañía realizó la limpieza de sus bodegas, y envió a disposición final elementos que habían finalizado su vida útil, junto con los aparatos eléctricos y electrónicos de los clientes.





### Residuos gestionados (en toneladas)



RESIDUOS DE PAPEL

2012: **38,6**  
2013: **34,4**



RESIDUOS DE CABLES, TUBERÍAS Y METALES

2012: **1.155,1**  
2013: **1.295**



RESIDUOS DE BATERÍAS\*

2012: **29,2**  
2013: **117**



RESIDUOS DE FLUORESCENTES\*

2012: **3,0**  
2013: **0,71**



TOTAL RESIDUOS DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS (RAEE)

2012: **338,7**  
2013: **421,12**

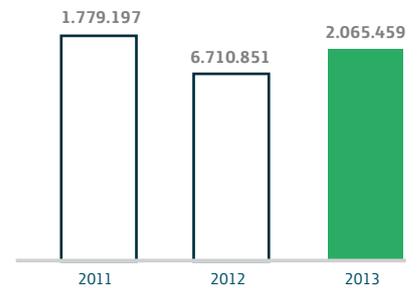
Total residuos gestionados 2012: **1.564,5**  
2013: **1.868,23**

RAEE de operaciones: 270,3  
RAEE de oficinas: 0,1  
RAEE de clientes (sin teléfonos móviles): 67,0  
Teléfonos móviles de clientes, gestionados: 1,3

\* Disposición final realizada por gestor autorizado.

### Residuos no peligrosos (kg)

En el 2013 los residuos no peligrosos se redujeron en un 69%, después de un alza en el 2012, al optimizar los procesos de tal manera que se incentiva la reutilización, y la optimización, al máximo, de cada uno de los materiales que se disponen.





## Aliados responsables

Telefónica Colombia realizó 17 auditorías a proveedores críticos, con el objetivo de verificar su nivel de gestión ambiental.

Adicionalmente, la Compañía desarrolló capacitaciones con Aliados, en temas de: sistema de gestión ambiental, gestión de residuos y requisitos para contratistas, en alianza con el Centro de Servicios Compartidos y Seguridad y Salud en el trabajo. Se realizaron 22 capacitaciones a nivel nacional, con una participación de 213 asistentes.

## Despliegue responsable de la red

Se tienen identificados doce emplazamientos, ubicados en espacios naturales protegidos: seis de la red móvil y seis de la fija. Estos se encuentran ubicados en los departamentos de Magdalena, Cundinamarca, Boyacá, Valle del Cauca, Nariño y Norte de Santander, y son sitios gestionados por el Ministerio de Medio Ambiente o por la administración de Parques Nacionales Naturales. Sin embargo, la operación de las sedes técnicas no influye en posibles modificaciones en el entorno natural; por ende, no se han reportado incidentes ambientales en estas zonas.

En concordancia con la política ambiental de la Compañía, Telefónica Colombia desarrolla evaluaciones ambientales previas al emplazamiento de sitios de red; de esta forma se garantiza el avance responsable en áreas donde podrían surgir impactos ambientales negativos.

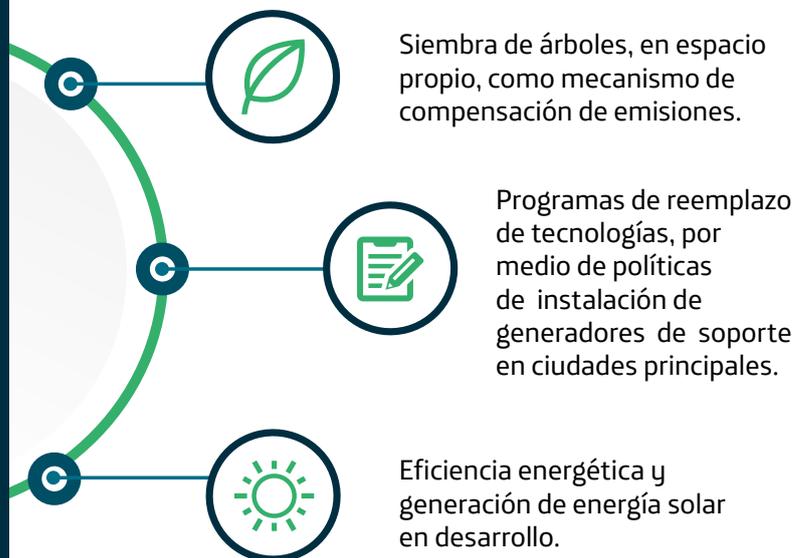
Por otra parte, cuando se expande la red, se trabaja en mitigar el posible impacto visual generado por la instalación de torres de infraestructura. Para minimizarlo se realizan evaluaciones de impacto o fragilidad visual. La evaluación tiene un rango de 1 a 5, donde 5 representa un impacto visual muy alto y 1 constituye uno muy bajo; para un óptimo resultado, el promedio debe ser de 3. Para el 2013, la Compañía realizó 410 evaluaciones, con un promedio de fragilidad de 2,1.

Igualmente, se realiza mimetización de las antenas de comunicación, para garantizar mínima intervención del paisaje natural de las zonas de instalación de las antenas. En el 2013 se realizaron diez mimetizaciones, por un valor de 135 millones de pesos.

## Cambio climático

La Compañía realizó el cálculo de las emisiones producidas por las fuentes primarias, y se establecieron iniciativas para lograr la reducción, en un 20%, de la generación de gases efecto invernadero (GEI), con respecto a la línea base 2010.

Entre las iniciativas asociadas al programa de reducción de gases efecto invernadero, en apoyo a la estrategia de cambio climático, se encuentran:



La medición de la huella de carbono fue realizada por la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética, tomando como base la ISO 14064, GHG Protocol & ITU-T L1420. Para el 2013, la Compañía generó un total de 36.960 tCO<sub>2</sub>e.



Gracias a la generación y compra de energía renovable se evitó la emisión de 227 tCO<sub>2</sub>e.



### Bosque Movistar

Para la mitigación de la huella de carbono generada, la Compañía realizó el lanzamiento del proyecto piloto "Bosque Movistar". Con la colaboración de Voluntarios Telefónica y sus familias, se llevó a cabo la siembra de 250 árboles en la Estación Terrena de Comunicaciones Especiales Chocontá. Adicionalmente, el proyecto apoya la conservación y recuperación de especies de flora y del agua de la zona.

## Monitoreo de radiaciones electromagnéticas y ruido



### Monitoreo de radiaciones electromagnéticas

Telefónica Colombia realiza mediciones de radiaciones electromagnéticas, de acuerdo con requerimientos de la comunidad y entidades, o en lugares donde hay procesos de negociación para entrar a operar. En el 2013 se realizaron 44 mediciones. El resultado de los monitoreos, realizados por una entidad independiente y validada por las autoridades correspondientes, concluye que la Compañía cumple con los niveles de emisión electromagnética permitidos, y obtiene valores de medición de hasta diez veces menos de los valores máximos establecidos.

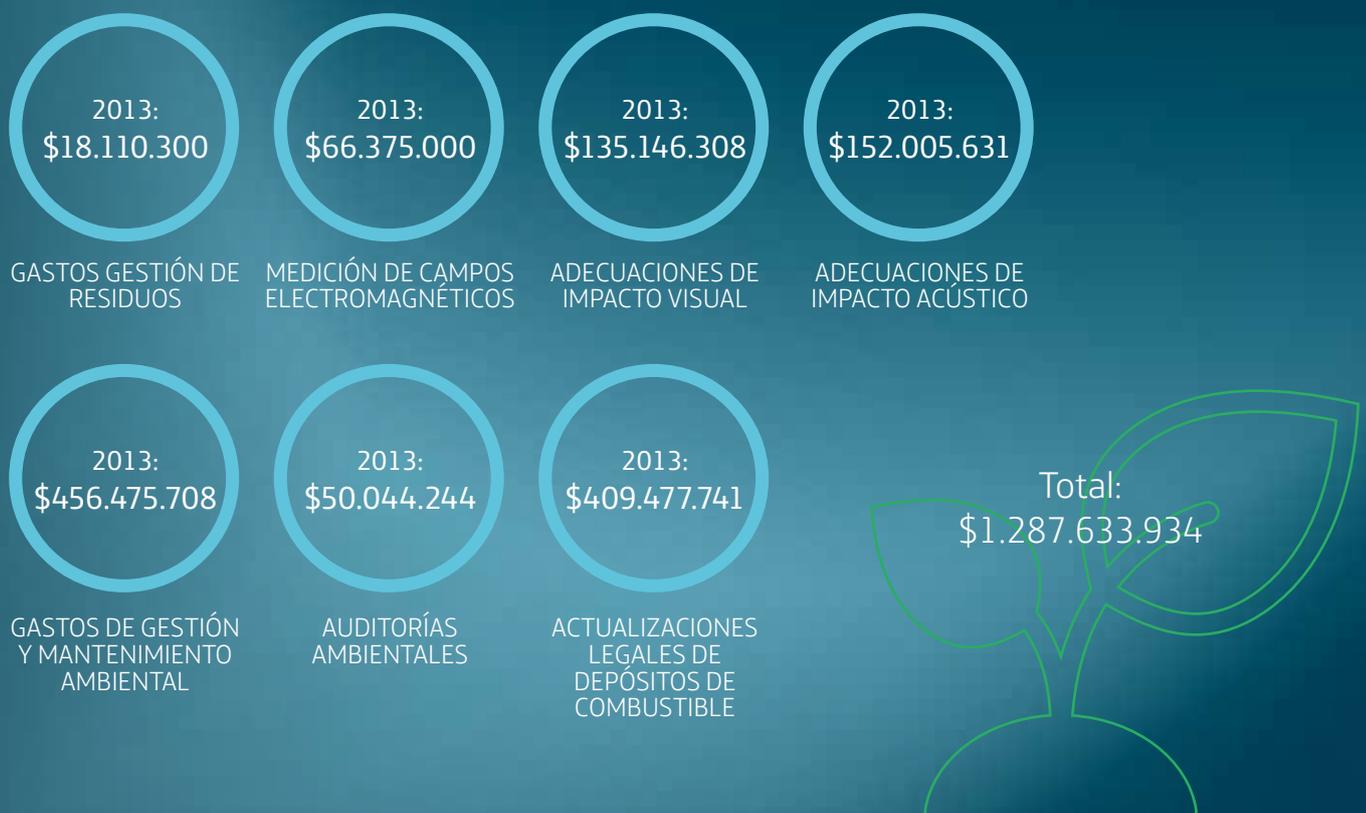


### Monitoreo de ruido

Igualmente se realizan mediciones de ruido, con el fin de identificar puntos donde se pueda ver afectada la comunidad o el medio ambiente. Se desarrollaron 214 mediciones de ruido en sitios técnicos y 66 administrativos. 173 lugares técnicos y 13 administrativos están por encima de los niveles de emisión de ruido, según la norma. Para el 2014, la Compañía intervendrá gradualmente estos espacios.

# Inversión y gasto ambiental

En el 2013, Telefónica Colombia destinó 1.290 millones de pesos en inversiones y gastos ambientales.



## Canales para comunicar temas ambientales



**Página ambiental en la intranet.** Se comunican constantemente los resultados y avances de la gestión ambiental y se impulsan diferentes iniciativas.



**Eventos.** En octubre se realizó, a nivel nacional, la Semana de la Sostenibilidad, con el objetivo de sensibilizar a los colaboradores en temas ambientales desarrollados por la Compañía.

- Se realizó un taller con Aliados.
- Concursos de pintura y fotografía ambiental.



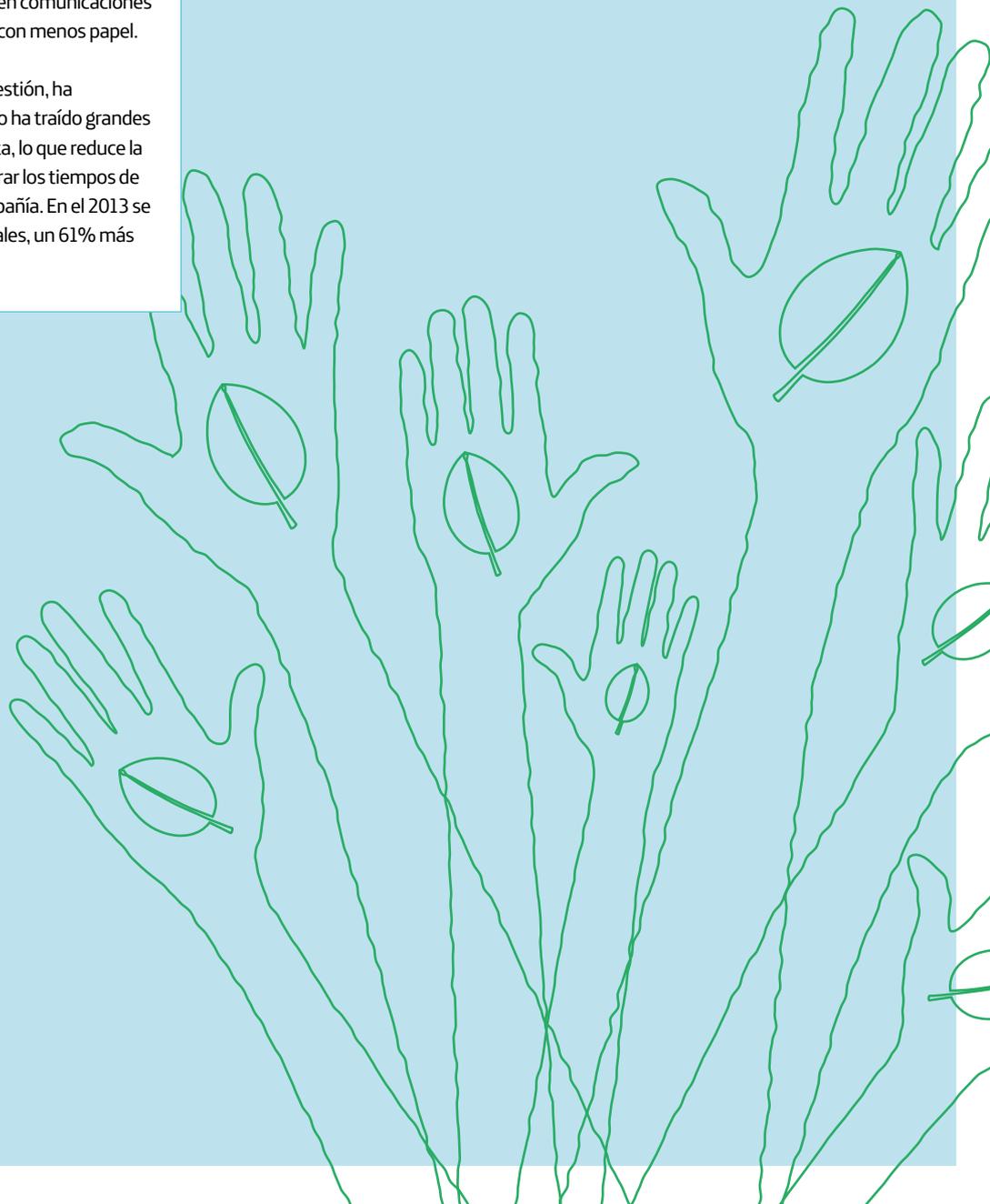
**Boletín verde.** Se divulgan internamente notas de carácter ambiental y de impacto para la organización.

# Hacia una Telco Digital y su contribución medioambiental\_

La innovación y la tecnología tienen el reto de ofrecer a la sociedad nuevas soluciones sostenibles. La tecnología digital ofrece nuevas oportunidades para las personas y tiene el poder de transformar a la sociedad de forma positiva y contribuir a la preservación del ambiente.

Hacer que más personas puedan tener al alcance la tecnología es una oportunidad de acercar patrones de vida más sostenibles. Internet, y las posibilidades que ofrece, como los servicios de videoconferencia y el correo electrónico, permiten pensar en comunicaciones sin necesidad de desplazamientos y con menos papel.

Telefónica Colombia, dentro de su gestión, ha impulsado la factura electrónica. Esto ha traído grandes beneficios: se usa menos papel y tinta, lo que reduce la demanda de recursos, permite mejorar los tiempos de entrega y ahorra costos para la Compañía. En el 2013 se generaron 21.033.529 facturas digitales, un 61% más que en el 2012.



# Principales indicadores de sostenibilidad\_



| Indicadores GRI y Principios del Pacto Mundial       |                              | UNIDADES | 2007      | 2008      | 2009      | 2010      | 2011      | 2012      | 2013      |
|--|------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Impacto Económico</b>                             |                              |          |           |           |           |           |           |           |           |
| Ingresos Telefónica Colombia                         | Millones de pesos            |          | 4.700.000 | 5.926.000 | 5.520.000 | 5.453.843 | 5.459.513 | 8.187.876 | 5.204.055 |
| Inversión en innovación tecnológica                  | Millones de pesos            |          | 314.900   | 537.356   | 484.112   | 348.058   | 441.347   | 441.529   | 464.282   |
| Pagos a Administraciones Públicas                    | Millones de pesos            |          | 851.156   | 827.812   | 759.000   | 827.534   | 933.978   | 1.295.415 | 669.560   |
| Pagos a empleados                                    | Millones de pesos            |          | 293.826   | 328.325   | 331.000   | 330.388   | 324.221   | 318.386   | 305.940   |
| Inversiones en infraestructuras                      | Millones de pesos            |          | 1.021.320 | 1.328.567 | 920.000   | 838.802   | 1.040.586 | 811.661   | 1.132.399 |
| Volumen compras adjudicadas                          | Millones de pesos            |          | 2.700.000 | 3.070.593 | 2.152.786 | 2.731.137 | 2.678.195 | 2.778.960 | 2.334.130 |
| <b>Impacto Social</b>                                |                              |          |           |           |           |           |           |           |           |
| Total inversión social                               | Millones de pesos            |          | 6.555     | 12.185    | 14.182    | 22.991    | 23.989    | 23.082    | 22.704    |
| Beneficiarios de Proniño                             | Número de niños beneficiados |          | 6.035     | 12.634    | 17.652    | 19.454    | 23.468    | 33.319    | 32.033    |
| <b>Derechos Humanos</b>                              |                              |          |           |           |           |           |           |           |           |
| <b>Principios 1-2</b>                                |                              |          |           |           |           |           |           |           |           |
| Empleados formados en los Principios de Actuación    | Porcentaje (%)               |          | 92,5      | 94,5      | 93,67     | 99,6      | 96        | 89        | 71*       |
| Índice de satisfacción cliente Fija                  | Unidades                     |          | 6,21      | 6,68      | 7,21      | 7,65      | 7,75      | n.d       | .n.d      |
| Índice de satisfacción cliente Movistar              | Unidades                     |          | 7,44      | 7,47      | 8,08      | 7,78      | 7,87      | 7,76**    | 7,37      |
| Número de proveedores auditados bajo criterios de RC | Unidades                     |          | n.d       | 7         | 15        | 17        | 8         | 10        | 10***     |

\* Dato acumulado a través del tiempo  
 \*\*A partir de 2012 se realiza la medición de grupo (fija y móvil)  
 \*\*\* Realizadas por el consultor externo PricewaterhouseCoopers

|                                 |                |  |       |       |       |       |        |        |        |
|---------------------------------|----------------|--|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| <b>Estándares laborales</b>     |                |  |       |       |       |       |        |        |        |
| <b>Principios 3-6</b>           |                |  |       |       |       |       |        |        |        |
| Número total de empleados       | Unidades       |  | 6.472 | 4.886 | 6.348 | 4.925 | 4.203  | 3.452  | 3.575* |
| Horas de formación por empleado | Horas          |  | 473   | 105   | 85    | 195   | 31,67  | 29,69  | 24,60  |
| Mujeres                         | Porcentaje (%) |  | 48%   | 42%   | 49%   | 29%   | 42,80% | 43,18% | 43,18% |

|                                     |                |    |    |     |     |        |        |        |
|-------------------------------------|----------------|----|----|-----|-----|--------|--------|--------|
| Mujeres directivas                  | Porcentaje (%) | 1% | 1% | 25% | 24% | 19,60% | 25,00% | 23,91% |
| Número de personas con discapacidad |                | 4  | 6  | 14  | 3   | 2      | 1      | 1      |

\*No Incluye becarios y temporales

**Medio Ambiente****Principios 7-9**

|  |                           |         |           |         |         |         |         |         |
|--|---------------------------|---------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Estudios de impacto ambiental                                  | Unidades                  | 242     | 248       | 292     | 375     | 320     | 183     | 183     |
| Mediciones de ruido  | Unidades                  | 78      | 167       | 192     | 319     | 64      | 207     | 224     |
| Mediciones campos electromagnéticos                            | Unidades                  | 17      | 15        | 36      | 32      | 45      | 32      | 44      |
| Formación ambiental a empleados                                | Horas hombre              | n.d     | 6.851     | 3.234   | 3.638   | 19.552  | 6.627   | 1.599   |
| Gastos e inversión mediciones de campos electromagnéticos      | Miles de pesos            | 88.330  | 34.464    | 49.400  | 52.071  | 66.150  | 55.885  | 66.375  |
| Inversión adecuaciones impacto acústico                        | Miles de pesos            | 411.332 | 1.779.505 | 505.745 | 236.211 | 204.976 | 94.159  | 152.005 |
| Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de red | Miles de pesos            | 6.085   | n.d       | 7.372   | 780     | n.d     | 73.225  | 0       |
| Inversión adecuaciones impacto visual                          | Miles de pesos            | 266.985 | 538.592   | 505.745 | 895.892 | 420.610 | 20.536  | 135.146 |
| Total consumo papel blanco (Incluido facturas)                 | Kilogramos                | 483.728 | 413.161   | 409.573 | 404.842 | 332.246 | 291.000 | 288.000 |
| Total consumo papel reciclado (Incluido facturas)              | Kilogramos                | 44.944  | 9.535     | 11.238  | 10.996  | 10.100  | n.d     | 0       |
| Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)                 | Miles de litros           | 2.513   | 817       | 797     | 549     | 296     | 359     | 387     |
| Consumo eléctrico edificios oficina                            | MWh                       | 7.462   | 6.011     | 30.392  | 30.695  | 29.275  | 22.254  | 18.221  |
| Consumo eléctrico en operaciones                               | MWh                       | 155.790 | 146.165   | 222.101 | 224.502 | 218.688 | 235.706 | 241.869 |
| Consumo de agua  | Miles de litros           | 301.949 | 276.924   | 213.186 | 162.059 | 181.699 | 164.238 | 166.795 |
| CO <sup>2</sup> Totales  | Toneladas CO <sup>2</sup> | 41.841  | 40.783    | 47.155  | 50.321  | 53.390  | 55.744  | 36.960  |
| CO <sup>2</sup> emisiones directas                             | Toneladas                 | 7.462   | 9.581     | 8.204   | 8.795   | 9.019   | 9.655   | 8.870   |



|   |            |         |         |         |         |         |         |         |
|---|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| CO <sub>2</sub> emisiones indirectas (electricidad)                                       | Toneladas  | 28.754  | 36.059  | 37.777  | 38.181  | 43.576  | 45.333  | 28.090  |
| <b>Residuos</b>   |            |         |         |         |         |         |         |         |
| Residuos de papel y cartón  | Kilogramos | 82.229  | 35.716  | 34.017  | 77.084  | 68.353  | 38.600  | 138.811 |
| Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica                                 | Kilogramos | 44.481  | 135.044 | 146.847 | 217.773 | 785.249 | 270.381 | 421.120 |
| Residuos de baterías  | Kilogramos | 790.619 | 348.722 | 110.625 | 118.902 | 531.519 | 29.222  | 117.000 |
| Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)                                 | Kilogramos | 10.800  | 93.039  | 3.300   | 654     | 51.444  | 66.962  | 83.930  |
| Residuos de aceites   | Litros     | 10.909  | n.d     | 21.369  | 20.094  | 18.393  | 1.465   | 21.600  |
| Reutilización de equipos  | Unidades   | n.d     | n.d     | 1.146   | n.d     | 1.159   | n.d     | n.d     |
| Derrames combustible  | Unidades   | n.d     | 13      | 23      | 17      | n.d     | 8       | 2       |
| Volumen combustible derramado   | Litros     | n.d     | 3.406   | 7.223   | 1.753   | 2.371   | 1.110   | 500     |
| <b>Anticorrupción</b>   |            |         |         |         |         |         |         |         |
| Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación          | Unidades   | n.d     | n.d     | 3       | 7       | 5       | 2       | 3*      |
| Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación | Unidades   | n.d.    | n.d     | 19      | 37      | 12      | 21      | 1*      |

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

# Tabla de Indicadores GRI\_

| Indicadores GRI                          |   | Respuesta directa o ubicación dentro del informe  |
|--|---|---|
| <b>Estrategia y análisis</b>             |   |   |
| 1.1.                                     | Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización, sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización.  | Cartas de los presidentes   |
| 1.2.                                     | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.   | Cartas de los presidentes   |
| <b>Perfil de la organización</b>         |   |   |
| 2.1.                                     | Nombre de la organización.  | Perfil Telefónica Colombia  |
| 2.2.                                     | Principales marcas, productos y/o servicios.  | Perfil Telefónica Colombia y Clientes conectados  |
| 2.3.                                     | Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos.   | Perfil Telefónica Colombia  |
| 2.4.                                     | Localización de la sede principal de la organización.   | Bogotá, D. C. Transversal 60 N.º 114A-55  |
| 2.5.                                     | Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria. | Perfil Telefónica Colombia  |
| 2.6.                                     | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.  | <p>Telefónica Colombia es una sociedad anónima con un régimen especial, prestadora de servicios públicos, creada en virtud del Decreto Ley 1616 de 2003 y sometida al régimen jurídico privado, de conformidad con lo establecido en el artículo 55 de la Ley 1341 de 2009 y sus modificaciones.</p> <p>De acuerdo con el libro de accionistas de la sociedad, la participación privada en el capital social de Telefónica Colombia es del 70%.</p> <p>La Nación - Ministerio de Hacienda y Crédito Público es el titular del 30% de las acciones de Telefónica Colombia.</p> |
| 2.7.                                     | Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).   | Clientes: personas e instituciones  |
| 2.8.                                     | Dimensiones de la organización informante.  | Perfil de la organización   |
| 2.9.                                     | Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria, en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.   | Durante el 2013 no se presentaron cambios significativos.   |
| 2.10.                                    | Premios y distinciones obtenidos durante el periodo.  | En el 2013, Telefónica Colombia recibió el Premio Social Investment Pioneer Awards 2013, en la categoría Negocios Responsables, para empresas de más de 250 empleados, que entrega el Pacto Mundial de la Organización de Naciones Unidas (ONU) por "Aquí estoy y actúo".   |
| <b>Parámetros de la memoria</b>          |   |   |
| <b>Perfil de la memoria</b>              |   |   |
| 3.1.                                     | Periodo cubierto por la información incluida en la memoria.   | Gestión del año 2013  |
| 3.2.                                     | Fecha de la memoria anterior (si la hubiere).   | Informe de sostenibilidad 2012  |
| 3.3.                                     | Ciclo de presentación de la memoria (anual, bianual).   | Anual   |
| 3.4.                                     | Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.  | estefania.sampedro@telefonica.com   |
| <b>Alcance y cobertura de la memoria</b> |   |   |
| 3.5.                                     | Proceso de definición del contenido de la memoria.  | Acerca del informe  |
| 3.6.                                     | Cobertura de la memoria (países, divisiones, filiales).   | Acerca del informe  |
| 3.7.                                     | Indicar la existencia de limitaciones del alcance y la cobertura de la memoria.   | Acerca del informe  |



| Indicadores GRI  |  | Respuesta directa o ubicación dentro del informe  |
|--|--|---|
| 3.8.   | La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar la comparabilidad entre periodos.           | Acerca del informe  |
| 3.9.   | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. | Los indicadores se calculan a través de medición directa, con excepción del cálculo de la huella de carbono, realizado por Telefónica España a través de la metodología citada.   |
| 3.10.  | Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.  | No se ha reexpresado información con respecto a informes anteriores   |
| 3.11.  | Cambios significativos relativos a periodos anteriores, en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados a la memoria.  | Con respecto al 2012, no hay cambios significativos que modifiquen el alcance, cobertura o métodos de valoración del informe.   |
| 3.12.  | Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria.  | Tabla GRI   |
| <b>Índice del contenido del GRI</b>  |  |   |
| 3.13.  | Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.   | Se realiza verificación externa.<br>Declaración de aseguramiento Ernst&Young.   |
| <b>Gobierno corporativo, compromisos, retos y participación de grupos de interés</b> |  |   |
| <b>Gobierno</b>  |  |   |
| 4.1.   | La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno, responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.           | De acuerdo con los estatutos sociales, corresponde a la Junta Directiva, entre otros: (i) Cooperar con el Gerente General en la administración y dirección de los negocios sociales; (ii) Disponer, cuando lo considere oportuno, la formación de comités ejecutivos, consultivos o técnicos, integrados por el número de miembros que determine, para que asesoren al Gerente General en determinados asuntos; (iii) Salvo por lo indicado en los estatutos, determinar la estructura interna de la empresa; la planta de personal; la escala salarial y el régimen de remuneración y compensación del personal; el modelo de negocios de la sociedad y su reglamento de contratación; (iv) Examinar, cuando lo tenga a bien, directamente o por medio de una comisión, los libros de contabilidad y demás documentos de la sociedad; (v) Interpretar las disposiciones dudosas de los estatutos y determinar su sentido, mientras se reúne la próxima Asamblea General de Accionistas para someter la cuestión. |
| 4.2.   | Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (de ser así, explicar su función dentro de la organización y las razones que lo justifican).                       | De acuerdo con lo establecido en los estatutos sociales, el Presidente de la Junta Directiva será el Presidente Ejecutivo de la sociedad, quien además de las funciones correspondientes a los miembros de la Junta Directiva, ejerce las siguientes: (i) Representar institucionalmente a la sociedad; (ii) Presidir la Junta Directiva de la sociedad y juntas especiales, y los actos oficiales de la sociedad; (iii) Ejercer cualquier otra facultad que la Junta Directiva o la Asamblea General de Accionistas le delegue.  |
| 4.3.   | En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.                                      | De acuerdo con los estatutos sociales, la sociedad cuenta con una Junta Directiva, compuesta por diez (10) miembros principales con sus respectivos suplentes personales, todos estos elegidos por la Asamblea General de Accionistas de la sociedad. Al menos tres (3) de dichos miembros principales deberán ser miembros independientes.   |
| 4.4.   | Mecanismos de los accionistas y los empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.  | Accionistas e Inversionistas  |



| Indicadores GRI                               |   | Respuesta directa o ubicación dentro del informe  |
|---|---|---|
| 4.5.  | Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.  | Los miembros de la Junta Directiva percibirán honorarios una vez que sean elegidos por la Asamblea de Accionistas. Los honorarios de la Junta Directiva serán fijados por la Asamblea de Accionistas, atendiendo la responsabilidad del cargo, la dimensión de la sociedad y las directrices del mercado. |
| 4.6.  | Procedimientos implementados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.   | Accionistas e Inversionistas  |
| 4.7.  | Procedimientos de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar las estrategias de la organización en los aspectos económicos, ambientales y sociales.  | Accionistas e Inversionistas  |
| 4.8.  | Declaración de misión y valores desarrollados internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, social y ambiental, y el estado de su implementación.  | Gestión de la ética   |
| 4.9.  | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionados, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios. | Accionistas e Inversionistas  |
| 4.10.   | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, social y ambiental.   | Accionistas e Inversionistas  |
| <b>Compromisos con iniciativas externas</b>   |   |   |
| 4.11.   | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.   | Enfoque de sostenibilidad   |
| 4.12.   | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.  | Motor de progreso<br>Competencias para la vida, la empleabilidad y el emprendimiento<br>Gestión medioambiental  |
| 4.13.   | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.   | ANDESCO<br>ANDI<br>Cámara Hispano Colombiana<br>Pacto Global  |
| <b>Participación de los grupos de interés</b> |   |   |
| 4.14.   | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.  | Enfoque de sostenibilidad   |
| 4.15.   | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.   | Enfoque de sostenibilidad   |
| 4.16.   | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.   | Enfoque de sostenibilidad   |
| 4.17.   | Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés, y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.  | Enfoque de sostenibilidad   |



| Indicadores GRI                           |   | Respuesta directa o ubicación dentro del informe  | Comunicación avance del progreso Pacto Mundial |
|---|---|---|--|
| <b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b> |   |   |  |
| Desempeño económico                       |   |   |  |
| EC1                                       | Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | Motor de progreso   |  |
| EC2                                       | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.   | Información no disponible   | Principios 7, 8 y 9                            |
| EC3                                       | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.  | No aplica   |  |
| EC4                                       | Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.   | Sostenibilidad clientes conectados - Hogares digitales y Subsidios a la banda ancha.                  |  |
| Presencia en el mercado                   |   |   |  |
| EC5                                       | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   | Información no disponible   | Principio 6                                    |
| EC6                                       | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   | Sostenibilidad en la cadena de suministro   |  |
| EC7                                       | Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.  | Información no disponible   | Principio 6                                    |
| Impactos económicos indirectos            |   |   |  |
| EC8                                       | Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público, mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.  | Competencias para la vida, la empleabilidad y el emprendimiento<br>Clientes: personas e instituciones |  |
| EC9                                       | Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.   | Motor de progreso<br>Competencias para la vida, la empleabilidad y el emprendimiento                  |  |
| <b>INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL</b> |   |   |  |
| Materiales                                |   |   |  |
| EN1                                       | Materiales utilizados, por peso o volumen.  | Principales indicadores de responsabilidad corporativa y sostenibilidad                               | Principio 8                                    |
| EN2                                       | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.   | Gestión medioambiental  | Principio 8                                    |
| Energía                                   |   |   |  |
| EN3                                       | Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias.   | Gestión medioambiental  | Principio 8                                    |
| EN4                                       | Consumo indirecto de energía, desglosado por fuentes primarias.   | Gestión medioambiental  | Principio 8                                    |
| EN5                                       | Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.  | Gestión medioambiental  | Principios 8 y 9                               |
| EN6                                       | Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.                                      | Información no disponible   | Principios 8 y 9                               |
| EN7                                       | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.   | Información no disponible   | Principios 8 y 9                               |
| Agua                                      |   |   |  |
| EN8                                       | Captación total de agua por fuentes.  | Gestión medioambiental  | Principio 8                                    |



| Indicadores GRI                        | Respuesta directa o ubicación dentro del informe   | Comunicación avance del progreso Pacto Mundial  |                  |
|--|--|---|------------------|
| EN9                                    | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.  | No aplica. El agua consumida por Telefónica Colombia es captada de los acueductos municipales.                                      | Principio 8      |
| EN10                                   | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.  | Gestión medioambiental  | Principios 8 y 9 |
| <b>Biodiversidad</b>                   |  |   |                  |
| EN11                                   | Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad, en zonas ajenas a áreas protegidas.    | Gestión medioambiental  | Principio 8      |
| EN12                                   | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. | Gestión medioambiental  | Principio 8      |
| EN13                                   | Hábitats protegidos o restaurados  | Gestión medioambiental  | Principio 8      |
| EN14                                   | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.  | Gestión medioambiental  | Principios 7 y 8 |
| EN15                                   | Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el grado de amenaza de la especie.   | Información no disponible   | Principio 8      |
| <b>Emisiones, efluentes y residuos</b> |  |   |                  |
| EN16                                   | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.   | Gestión medioambiental  | Principio 8      |
| EN17                                   | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.  | Principales indicadores de responsabilidad corporativa y sostenibilidad   | Principio 8      |
| EN18                                   | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.  | Gestión medioambiental  | Principios 8 y 9 |
| EN19                                   | Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.  | No aplica   | Principio 8      |
| EN20                                   | NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire, por tipo y peso.  | No aplica   | Principio 8      |
| EN21                                   | Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino.   | Solo se consume agua doméstica, por lo que los vertidos van directamente al sistema de alcantarillado de las ciudades y municipios. | Principio 8      |
| EN22                                   | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.  | Gestión medioambiental  | Principio 8      |
| EN23                                   | Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.  | Principales indicadores de responsabilidad corporativa y sostenibilidad   | Principio 8      |
| EN24                                   | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.  | Gestión medioambiental  | Principio 8      |
| EN25                                   | Biodiversidad y hábitats afectados por vertimiento de aguas.   | No aplica   | Principio 8      |
| <b>Productos y servicios</b>           |  |   |                  |
| EN26                                   | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.   | Gestión medioambiental  | Principios 8 y 9 |
| EN27                                   | Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.   | Telefónica Colombia recoge los residuos en la etapa de posconsumo. Gestión medioambiental.  | Principios 8 y 9 |

| Indicadores GRI                                    |  | Respuesta directa o ubicación dentro del informe  | Comunicación avance del progreso Pacto Mundial |
|--|--|---|--|
| Cumplimiento                                       |  |   |  |
| EN28   | Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.   | En el 2013 no fueron impuestas sanciones en contra de la compañía por incumplimiento de la normativa ambiental. | Principio 8                                    |
| Transporte   |  |   |  |
| EN29   | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.   | No material   | Principio 8                                    |
| General  |  |   |  |
| EN30   | Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.   | Gestión medioambiental  | Principio 8                                    |
| INDICADORES DE PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO |  |   |  |
| Empleo   |  |   |  |
| LA1  | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.  | Empleados Telefónica  |  |
| LA2  | Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.   | Información no disponible   | Principio 6                                    |
| LA3  | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosados por actividad principal.   | Empleados Telefónica  | Principio 6                                    |
| LA15   | Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.   | Información no disponible   |  |
| Relaciones empresa/trabajadores                    |  |   |  |
| LA4  | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.   | Derechos Humanos  | Principio 3                                    |
| LA5  | Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.  | Información no disponible   | Principio 3                                    |
| Salud y seguridad en el trabajo                    |  |   |  |
| LA6  | Porcentaje del total de trabajadores que están representados en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. | Información no disponible   |  |
| LA7  | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región.  | Empleados Telefónica  |  |
| LA8  | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad, en relación con enfermedades graves.                        | Empleados Telefónica  |  |
| LA9  | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.  | No aplica   | Principio 3                                    |
| Formación y educación                              |  |   |  |
| LA10   | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.  | Empleados Telefónica  |  |
| LA11   | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.  | Empleados Telefónica  |  |
| LA12   | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.  | Empleados Telefónica  |  |
| Diversidad e igualdad de oportunidades             |  |   |  |
| LA13   | Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.  | Empleados Telefónica  | Principio 6                                    |



| Indicadores GRI  |   | Respuesta directa o ubicación dentro del informe | Comunicación avance del progreso Pacto Mundial |
|--|---|--|--|
| <b>Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b> |   |  |  |
| LA14   | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.  | Información no disponible                        | Principio 6                                    |
| <b>INDICADORES DE DERECHOS HUMANOS</b>                 |   |  |  |
| <b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>         |   |  |  |
| HR1  | Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos, y contratos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.                             | Cadena de suministro                             | Principios 1 al 6                              |
| HR2  | Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.  | Cadena de suministro                             | Principios 1 al 6                              |
| HR3  | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | Gestión de la ética                              | Principios 1, 4, 5                             |
| <b>No discriminación</b>                               |   |  |  |
| HR4  | Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.   | Información no disponible                        | Principios 1 y 6                               |
| <b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>   |   |  |  |
| HR5  | Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.                   | Gestión de la ética                              | Principios 1 y 3                               |
| <b>Explotación infantil</b>                            |   |  |  |
| HR6  | Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.  | Cadena de suministro                             | Principios 1 y 5                               |
| <b>Trabajos forzados</b>                               |   |  |  |
| HR7  | Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.   | Información no disponible                        | Principios 1, 2 y 4                            |
| <b>Prácticas de seguridad</b>                          |   |  |  |
| HR8  | Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización, en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.   | Información no disponible                        | Principios 1 y 2                               |
| <b>Derechos de los indígenas</b>                       |   |  |  |
| HR9  | Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas, y medidas adoptadas.  | Información no disponible                        | Principio 1                                    |
| <b>Evaluación</b>                                      |   |  |  |
| HR10   | Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.   | Información no disponible                        | Principios 1, 2, 4, 5 y 6                      |
| <b>Medidas correctivas</b>                             |   |  |  |
| HR11   | Número de quejas relacionadas con los derechos humanos, que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.   | Información no disponible                        | Principios 1, 4, 5 y 6                         |
| <b>INDICADORES DE SOCIEDAD</b>                         |   |  |  |
| <b>Comunidad</b>                                       |   |  |  |
| SO1  | Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.                             | Niños, niñas, jóvenes y docentes                 | Principio 1                                    |



| Indicadores GRI   |   | Respuesta directa o ubicación dentro del informe   | Comunicación avance del progreso Pacto Mundial |
|---|---|--|--|
| S09   | Operaciones con efectos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.   | Gestión medioambiental   | Principio 1                                    |
| S010  | Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos.   | Gestión medioambiental   | Principio 1                                    |
| <b>Corrupción</b>                                       |   |  |  |
| S02   | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.  | Gestión de la ética  | Principio 10                                   |
| S03   | Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.  | Gestión de la ética  | Principio 10                                   |
| S04   | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.  | Principales indicadores de responsabilidad corporativa y sostenibilidad  | Principio 10                                   |
| <b>Política pública</b>                                 |   |  |  |
| S05   | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".   | Accionistas e Inversionistas   | Principio 10                                   |
| S06   | Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.   | Información no disponible  | Principio 10                                   |
| <b>Comportamiento de competencia desleal</b>            |   |  |  |
| S07   | Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.  | <p>Del año 2011 a la fecha existe una sola investigación en contra de Telefónica Colombia, por prácticas restrictivas de la competencia, la cual está pendiente de expedición de Informe Motivado por parte de la Superintendencia Delegada para la Protección de la Competencia, luego del cual se esperará la decisión final del Superintendente de Industria y Comercio.</p> <p>La investigación se inicia por una presunta restricción de la Compañía a los operadores de larga distancia nacional por el uso de los prefijos de larga distancia de dichos operadores en las redes del servicio de Telefonía Pública Básica Conmutada Local y de Local extendida de la Compañía.</p>                                 | Principio 10                                   |
| <b>Cumplimiento normativo</b>                           |   |  |  |
| S08   | Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.  | <p>En los asuntos de conocimiento de la Dirección de Regulación y de la Gerencia de Gestión Legal en telecomunicaciones, a la fecha no existen sanciones en firme por incumplimiento en el régimen legal y regulatorio vigente de telecomunicaciones, ni en asuntos relacionados con la normatividad de libre y leal competencia.</p> <p>Sin embargo, vale la pena señalar que existe una sanción por incumplimiento de los indicadores de calidad en algunas regiones geográficas (Mitú, Barranquilla y Medellín) para finales del año 2011 y principios del 2012, pero la sanción no se encuentra en firme, dado que la resolución inicial fue recurrida en reposición y en subsidio de apelación por la Compañía.</p> |  |
| <b>INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO</b> |   |  |  |
| <b>Salud y seguridad del cliente</b>                    |   |  |  |
| PR1   | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. | Gestión medioambiental   |  |



| Indicadores GRI                            | Respuesta directa o ubicación dentro del informe   | Comunicación avance del progreso Pacto Mundial  |
|--|--|---|
| <b>Acceso</b>                              |  |   |
| PR2  | Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | A la fecha no han sido impuestas sanciones en contra de la Compañía por actos contrarios a normas relacionadas con servicios de salud o de seguridad.   |
| <b>Etiquetado de productos y servicios</b> |  |   |
| PR3  | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.   | No aplica   |
| PR4  | Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.   | No aplica   |
| PR5  | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.   | Clientes: personas e instituciones  |
| <b>Comunicaciones de marketing</b>         |  |   |
| PR6  | Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.   | Telefónica Colombia se encuentra afiliada a la UCEP, donde se compromete desde el momento de su ingreso con el respeto y aplicación de las normas y principios éticos publicitarios contenidos en el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria. |
| PR7  | Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.   | En el 2013 no fueron impuestas sanciones en contra de la Compañía por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio.   |
| <b>Intimidad del cliente</b>               |  |   |
| PR8  | Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.  | En el 2013 se presentaron 168 casos de <i>habeas data</i> .   |
| <b>Cumplimiento normativo</b>              |  |   |
| PR9  | Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.   | En total el costo fue de \$486.940.000 COP. (No incluye incumplimiento por reclamaciones)   |

# Glosario\_

**AA1000 APS:** Norma de Principios de AccountAbility AA1000APS (2008). Pone énfasis en los aspectos que deben orientar el relacionamiento con los grupos de interés. Los tres principios son Inclusividad, Relevancia y Capacidad de Respuesta.

**AA1000 AS:** Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000 AS (2008). Proporciona una plataforma para alinear los aspectos no financieros de la sostenibilidad con los informes financieros y el aseguramiento de sostenibilidad.

**Cloud computing:** Sistema informático basado en internet y centros de datos remotos para gestionar servicios de información y aplicaciones. La computación en nube permite que los consumidores y las empresas gestionen archivos y utilicen aplicaciones sin necesidad de instalarlas en cualquier dispositivo con acceso a internet.

**Churn:** La tasa de cancelación de clientes, en inglés *churn rate* o *attrition rate*, es un término empresarial que hace referencia a la migración, rotación o cancelación de clientes. También puede referirse al movimiento de mercancías.

**Eco-eficiencia:** Creación de más bienes y servicios utilizando menos recursos y generando menos residuos.

**e-Health:** Uso, en el sector de la salud, de información digital, transmitida, almacenada u obtenida electrónicamente para el apoyo al cuidado de la salud, tanto a nivel local como a distancia.

**GHG Protocol:** *Greenhouse Gas Protocol*, es el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero, la herramienta internacional utilizada para el cálculo y comunicación del inventario de emisiones.

**GRI:** En inglés, *Global Reporting Initiative*, y en español, Iniciativa de Reporte Global. Es una organización líder en el campo de la sostenibilidad. GRI promueve el uso de las memorias de sostenibilidad, como una manera para que las organizaciones sean más sostenibles y contribuyan al desarrollo sostenible.

**GSMA:** Asociación de operadores móviles y compañías relacionadas, dedicada al apoyo de la normalización, la implementación y promoción del sistema de telefonía móvil GSM.

**ISO 14001:** Estándar internacional para el desarrollo e implantación de los sistemas de gestión ambiental.

**LTE:** En inglés, *Long Term Evolution*, y en español, Evolución a Largo Plazo. Es una tecnología de banda ancha inalámbrica, que está principalmente diseñada para poder dar soporte al constante acceso de teléfonos móviles y de dispositivos portátiles a internet.

**M2M:** Acrónimo de *Machine to Machine*. Es un concepto genérico que se refiere a la capacidad de intercambiar datos entre dos máquinas remotas, de forma que mediante este

intercambio, es posible controlar y supervisar de forma automática procesos en los que intervienen máquinas.

**Materialidad:** Procesos de análisis cualitativo, cuantitativo y de debate, para determinar si un asunto es material; es decir, que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, así como los aspectos que influirían significativamente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

**OCDE:** Acrónimo de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Entidad intergubernamental cuya misión principal consiste en proporcionar ayuda a los países miembros, para conseguir un crecimiento económico basado en el desarrollo sostenible.

**Pacto Mundial:** Iniciativa voluntaria de la ONU, cuyo fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y organizaciones no gubernamentales (ONG), y en la que las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y sus operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas, a saber: derechos humanos, estándares laborales, medioambiente y anticorrupción.

**PYMES:** La pequeña y mediana empresa es una empresa con características distintivas, y tiene

dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto también el término MiPyME, acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa", que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

**RAEE:** Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos.

**Startup:** Es un término utilizado en la actualidad en el mundo empresarial, y hace referencia a las empresas que buscan arrancar, emprender o montar un nuevo negocio, y se emplea especialmente para designar a las empresas emergentes apoyadas en la tecnología. Por lo general son empresas asociadas a la innovación, al desarrollo de tecnologías, al diseño web o desarrollo web. Son empresas de capital-riesgo.

**Telco Digital:** Es un nombre genérico utilizado para designar a una gran empresa de telecomunicaciones que ofrece soluciones digitales.

**4G:** La cuarta generación de tecnologías de telefonía móvil, que ofrece mayor velocidad de navegación en internet. Esta nueva tecnología permite a los usuarios navegar, descargar, compartir contenidos digitales en internet hasta diez veces más rápido respecto a la tecnología 3G.

Informe  
de revisión  
independiente\_

## INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2013 TELFÓNICA MOVISTAR COLOMBIA

A la Presidencia de Telefónica Movistar Colombia por encargo de la Comisión de Asuntos Institucionales de Telefónica, S.A.

### **Alcance del trabajo**

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe de Sostenibilidad 2013 Telefónica Movistar Colombia (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

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

El perímetro considerado por Telefónica Movistar Colombia para la elaboración del Informe está definido en el capítulo "Perfil Telefónica Movistar Colombia" del Informe adjunto.

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

### **Criterios**

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

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

### **Procedimientos realizados**

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

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

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

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

### **Independencia**

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

## Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe de Sostenibilidad 2013 Telefónica Movistar Colombia, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados", concluimos que:

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

## Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Presidencia de Telefónica Movistar Colombia nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y con las actuaciones realizadas con los principales grupos de interés identificados. Las recomendaciones más significativas se refieren a:

### a) **Inclusividad:**

En el año 2013 se han venido potenciado los diferentes canales de diálogo con los grupos de interés. Nuestra recomendación es mejorar la utilización de la información recogida en dichos canales para la determinación de los objetivos en materia de sostenibilidad.

### b) **Relevancia:**

En el año 2013 el Grupo Telefónica ha desarrollado una metodología a nivel corporativo para la identificación de aspectos materiales siguiendo los principios establecidos por la versión G4 de GRI. Nuestra recomendación es seguir trabajando en adaptar la identificación de los riesgos más significativos a la situación específica de Colombia.

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

En el Informe se recogen los aspectos materiales identificados a fin de dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés. Nuestra recomendación es definir objetivos en materia de desarrollo sostenible, para cada uno de los aspectos identificados y alinearlos directamente con las expectativas de los grupos de interés.

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

#### 1) Dimensión económica:

Durante el año 2013 se ha presentado la información relativa a tributaciones e impuestos y gobierno corporativo, lo que refleja el compromiso de Telefónica Movistar Colombia con la transparencia. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a quejas y reclamaciones.

#### 2) Dimensión ambiental:

Durante el año 2013 se ha seguido trabajando en la gestión eficiente de los recursos a los efectos de reducir el impacto ambiental. Nuestra recomendación es continuar con el desarrollo de los "Servicios Green" y la medición de su impacto en la sociedad.

#### 3) Dimensión social:

Durante el año 2013 Telefónica Movistar Colombia ha continuado trabajando en su compromiso con la sociedad, impulsando los proyectos relativos a la innovación, el emprendimiento y la protección del menor. Nuestra recomendación es establecer métodos para medir el impacto de estos proyectos en la Sociedad.

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

ERNST & YOUNG, S.L.



**AA1000**  
Licensed Assurance Provider  
000-59



Ana Mª Prieto González  
Socia  
Madrid 30 de julio de 2014

Para comentarios o sugerencias escriba a:



[institucional.colombia@telefonica.com](mailto:institucional.colombia@telefonica.com)

Síguenos en:



Twitter: [@RCySost\\_co](https://twitter.com/RCySost_co) [@Telefonica\\_Col](https://twitter.com/Telefonica_Col)



Blog: [www.rcycostenibilidad.telefonica.com/blogs/colombia/](http://www.rcycostenibilidad.telefonica.com/blogs/colombia/)

Telefonica



*Telefonica*

---