

Telefónica Colombia
Informe de Responsabilidad
Corporativa 2006
Resumen ejecutivo



“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación.”

Espíritu de Progreso

Telefonica



Foto: Alejandra Quintero / Foto Portada: Paulina Dubod

Telefónica en Colombia (2006)

10,2 millones de accesos de clientes

7,8 millones de clientes de telefonía móvil

2,4 millones de clientes de telefonía fija

Presente en los 998 municipios de los 1.098 existentes

7.132 empleados directos y 7.678 indirectos

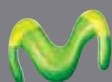
1.471 proveedores adjudicados

\$15 mil millones invertidos en telefonía social en 2006

Pagamos a nuestros proveedores \$2,8 billones en 2006

Gracias a Proniño, 4.000 menores volvieron a estudiar

Telefónica



movistar

Telefónica



telecom

terra



ATENTO:

Si quieres ampliar la información
 consulta nuestro informe online en
www.telefonica.com.co/responsabilidadcorporativa



www.telefonica.com.co



www.telefonica.com.co/responsabilidadcorporativa



Telefónica Colombia publica su primer Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al ejercicio 2006. Con el objetivo de ofrecer una visión general del comportamiento de Telefónica se ha publicado este resumen ejecutivo impreso. Existe también una versión online del Informe completo, para responder a las necesidades de aquellos grupos de interés que demandan mayor detalle acerca del compromiso, políticas y desempeño de Telefónica en relación a su responsabilidad corporativa. El Informe de Responsabilidad Corporativa incluye la información del comportamiento de Telefónica a escala mundial y nacional, y recoge numerosos casos prácticos que describen ejemplos de diferentes negocios o actividades de Telefónica en relación con sus grupos de interés.





A+

El GRI (Global Reporting Initiative) ha comprobado que el Informe de RC 2006 de Telefónica responde a los criterios establecidos por sus directrices G3, otorgándole el nivel de aplicación A+.

Esta comprobación no implica ninguna opinión sobre la calidad y contenido del Informe, sino una opinión acerca de la aplicación del Modelo de Reporte establecido por el GRI, que se encuentra descrito en la versión online del informe.

Carta del Presidente de Telefónica S.A.	3
Carta del Director General de Telefónica Latinoamérica y del Presidente de Telefónica Colombia	5
La visión de Telefónica	8
Motor de Progreso	10
Modelo de gestión de Responsabilidad Corporativa	11
Grupos de Interés	
Clientes	16
Empleados	18
Sociedad	20
Medio Ambiente	24
Proveedores	26



Verificación Independiente

Un mensaje de Ernst & Young

Hemos revisado el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006 de Telefónica Colombia. El Informe consta de dos partes: el presente documento impreso y la versión online completa del mismo, disponible en www.telefonica.com.co/responsabilidadcorporativa

Nuestro trabajo ha consistido en la verificación de la adecuación del contenido del Informe a:

- los principios recogidos en la guía AA1000 Assurance Standard emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Colombia.
- los principios e indicadores establecidos en la guía de referencia G3 del Global Reporting Initiative (GRI), para el perímetro de Telefónica de Colombia detallado en nuestro informe.

La verificación de este informe, se integra dentro de la verificación que E&Y ha realizado tanto a nivel corporativo con Telefónica S.A., como la verificación del Informe a nivel local en Argentina, España, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Reino Unido.

Nuestras conclusiones sobre el rendimiento de los estándares mencionados se han obtenido mediante la realización de entrevistas con los directivos de las áreas corporativas y de los países mencionados, revisión de información relevante del Grupo y de noticias de prensa, revisión de los procesos de recopilación de información y comprobación de la trazabilidad de los datos e informaciones reportadas para cada uno de los indicadores. Es importante mencionar que se han seguido las directrices establecidas en la norma ISAE3000 aplicable a la verificación de informes no financieros.

Nuestro Informe de verificación independiente contiene el alcance del trabajo, el nivel de verificación, las conclusiones y nuestra independencia. Dicho Informe se encuentra disponible en www.telefonica.com.co/responsabilidadcorporativa

ERNST & YOUNG, SERVICIOS CORPORATIVOS, S.L.
Madrid, 10 de julio de 2007

Carta del Presidente de Telefónica S.A.



Querido amigo,

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o la Responsabilidad Corporativa (RC) –que es la expresión con la que en Telefónica nos sentimos más cómodos – se ha instalado ya dentro de los esquemas de trabajo de la empresa del siglo XXI.

En otras palabras, la RC ha superado el ámbito de los debates académicos para convertirse en una realidad. Especialmente en América Latina, donde los clientes, empleados, accionistas reclaman a las compañías un comportamiento más íntegro o responsable. Adicionalmente, nuestro deseo de que la sociedad latinoamericana entienda que las empresas son parte de la solución al desarrollo económico y social, y no la causa del problema, es una realidad.

Telefónica es una de las principales empresas de telecomunicaciones del mundo. Con presencia en 23 países, más de 203 millones de clientes y 233.000 empleados, somos capaces de dedicar más de 4.300 millones de euros a la innovación tecnológica y 50 millones de euros en proyectos de acción social. Hemos tenido que hacernos globales, porque el mundo es global en la economía y la información. Pero sabemos que el día a día de nuestros clientes es local, que su cultura es local y que los servicios han de adaptarse a las culturas, a las lenguas y a las costumbres.

Pero, sobre todo, queremos ser una compañía orientada a nuestros clientes. Por eso, nuestra visión consiste en “mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación”.

Definido este marco conceptual con la visión y los principios de actuación, el siguiente paso era convertir esas palabras en hechos. Es decir, el siguiente paso era pasar del papel a la realidad. ¿Cómo vamos a hacerlo?

En primer lugar, nuestra primera responsabilidad son los clientes. Su fidelidad es clave para la sostenibilidad del negocio, y nuestra meta es satisfacer sus demandas y expectativas y conseguir con ello que sean nuestros mejores embajadores.

En segundo lugar, el ejercicio de la Responsabilidad Corporativa se centrará en aproximar todo lo posible las acciones económicas y sociales a nuestra estrategia de negocio. En este sentido, tenemos la intención de corresponder nuestro crecimiento en la región con un crecimiento del 200% en el número de niños beneficiados por el programa Proniño de Fundación Telefónica.

En tercer lugar, nuestra Responsabilidad Corporativa se centrará cada vez más en asegurar la confiabilidad de nuestras operaciones y en reducir los posibles impactos negativos de la cadena de valor. En este sentido, la implantación de los Principios de Actuación será decisiva.

Y en cuarto y último lugar, el ejercicio de la Responsabilidad Corporativa se centrará decisivamente en promover la inclusión social a través de las TIC, para contribuir a disminuir la denominada brecha digital.

Un año más, también, quisiera dejar constancia del compromiso firme que Telefónica tiene con el Global Compact de Naciones Unidas, así como con el cumplimiento de sus principios. Esta iniciativa es un reflejo de lo que la responsabilidad corporativa representa para Telefónica: multistakeholder, global y local al mismo tiempo, voluntaria y dirigida al comportamiento empresarial excelente.

Quisiera, para terminar, reafirmar con usted nuestro compromiso de mejora continua en este informe de Responsabilidad Corporativa. Esta mejora no sería posible sin la comprensión y apoyo de nuestros grupos de interés. A todos aquellos que, con sus opiniones y sugerencias, nos han ayudado a avanzar en la consecución de nuestra visión, quisiera hacerles llegar mi más sincero agradecimiento.

César Alierta
Presidente Ejecutivo, Telefónica S.A.

Carta del Director General de Telefónica Latinoamérica
y del Presidente de Telefónica Colombia



José María Álvarez-Pallete
Director General de Telefónica Latinoamérica



Alfonso Gómez Palacio
Presidente Telefónica Colombia

Estimado lector:

Telefónica es hoy el más importante grupo integrado de telecomunicaciones en Colombia. Telefónica Colombia se compone de cuatro empresas: Telefónica Telecom, Telefónica Movistar, Terra y Atento. Pertenecemos a un grupo que en el mundo es una de las cinco empresas más importantes por capitalización bursátil y con presencia en 23 países.

2006 fue un año que nos aproximó a la visión de Telefónica y a lo que aspiramos ser en Colombia como grupo empresarial: Espíritu de Progreso. Este espíritu es una visión incluyente, que reconoce a nuestros grupos de interés para entablar con ellos un diálogo que nos permita crecer de manera sostenible.

No es difícil imaginar el alcance que tiene este propósito en Colombia, en donde Telefónica presta servicios a cerca de 10,2 millones de clientes, trabaja con 7.127 empleados, se apoya en más de 1.400 proveedores y opera en 998 de los 1.098 municipios que hay en Colombia.

Esto es lo que nos motiva a contar con un modelo de gestión de la Responsabilidad Corporativa. Telefónica ha asumido este modelo como una forma de hacer el negocio, de tal manera que sea a la vez rentable y positivo para las sociedades en las cuales estamos presentes.

En Telefónica Colombia, si bien todas las áreas se ven involucradas en el modelo de Responsabilidad Corporativa, hemos creado una unidad cuya misión es desarrollar el modelo de gestión en todas las operaciones del país, para alinear su estrategia y operación con los retos y compromisos que tenemos con nuestro entorno y grupos de interés.

Uno de esos retos es la generación de progreso económico. En 2006 registramos entradas por \$5,4 billones de pesos, y se estima que los ingresos de Telefónica Colombia contribuyeron con 1,34% del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

Además, en este periodo Telefónica Colombia pagó más de 658 mil millones de pesos en impuestos al Estado colombiano, y 2,8 billones de pesos al numeroso grupo de empresas que nos provee productos y servicios.

Igualmente, debe destacarse que en 2006 Telefónica cumplió a su socio, la Nación, al honrar todos los compromisos adquiridos al momento de capitalizar Colombia Telecomunicaciones. Estos, en su mayoría, significaban el desembolso y la liberación de recursos indispensables para el Estado¹.

En cuanto al progreso tecnológico, podemos reportar avances en el desafío de disminuir la brecha digital, perspectiva que en Colombia será un factor multiplicador del bienestar económico y social. Por ello, esta es una de las líneas vertebrales de acción en Telefónica Colombia.

Buena parte de nuestra inversión de 2006 estuvo dedicada principalmente a mejorar y ampliar la infraestructura de telecomunicaciones en el territorio colombiano. Gracias a estas inversiones, Telefónica Telecom aumentó la cobertura de banda ancha a 56 ciudades, y contribuyó en buena medida al crecimiento de los suscriptores de Internet de alta velocidad que, según cifras del regulador, superaron en más del 176%² a los usuarios registrados en el país el año anterior. Adicionalmente, la Compañía dio acceso a las telecomunicaciones, y por ello disponibilidad, a las personas más necesitadas, en las regiones más apartadas de país, a través de la telefonía móvil.

¹ Telefónica pagó en el 2006 640 mil millones de pesos de contraprestación al fondo estatal que gestiona los activos de las empresas de telecomunicaciones liquidadas. Igualmente, liberó a la Nación del respaldo de un crédito por 370 mil millones de pesos, y pagó un crédito público de 75 mil millones de pesos, otorgado por la Nación a Colombia Telecomunicaciones.

² Fuente: Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, (CRT). Informe Semestral de Internet, mayo 2007. Dato: aumento de suscriptores de Internet de banda ancha con tecnología xDSL.

Y es que no solo se trata de generar mayor cobertura, sino también de comprometernos con una oferta que contemple la realidad económica de los hogares y los pequeños negocios, pues solo así conseguiremos traer a todos los sectores de la población el desarrollo que conlleva la Sociedad de la Información.

En el negocio de telefonía móvil hemos tenido logros importantes en cuanto a cobertura y capacidad de las redes, pues la implementación de la tecnología GSM nos ha permitido llegar al 75% del territorio nacional. También fortalecimos decididamente nuestro portafolio de planes prepago, ofreciendo tarifas y servicios más flexibles, motivo inequívoco de la extensión en el uso de esta tecnología a todos los segmentos de la población colombiana. Muestra de ello fue el "Plan Pa' mi Pueblo", que además de poner a disposición de la sociedad un servicio accesible, agregó valor permitiendo a nuestros clientes tener historia crediticia cuando no contaban con esa condición.

Asimismo, en el negocio de telefonía fija venimos implementando un novedoso esquema en prepago, que permite a las personas de diversas condiciones económicas tener una línea telefónica y controlar su consumo. Estas líneas se comercializan principalmente a través del Plan Bianual, un proyecto que ejecutamos en asocio con el Ministerio de Comunicaciones, para ampliar y mejorar el servicio en pequeñas y apartadas poblaciones colombianas. Nuestra motivación es incluir a toda la población, desestimando en ocasiones la completa rentabilidad de algunos mercados.

Participamos también con arrojo en proyectos ambiciosos que tengan potencial para dinamizar a la sociedad. Con este espíritu, Telefónica Colombia atiende la conectividad y los servicios de valor agregado de organismos como el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), primer referente de formación técnica gratuita en el país, y la Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada (Renata), que interconecta las redes de investigación de las universidades regionales con sus pares en el continente.

Finalmente, algo que nos produce un enorme orgullo y motivación es la posibilidad que tenemos también de generar progreso social, a la par con nuestra contribución al desarrollo económico y tecnológico de Colombia.

En 2006 lanzamos en el país la Fundación Telefónica, el brazo que articula las acciones filantrópicas del Grupo. La Fundación retoma las iniciativas que ya venía adelantando Telefónica Movistar Colombia, y asume nuevos proyectos alineados con nuestro propósito de aportar a la sociedad a partir del corazón de nuestro negocio.

Vemos una oportunidad inmejorable para ello en la promoción de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación, y hacia allí orientaremos nuestra acción.

De los proyectos en marcha hay que destacar el aporte logrado por Proniño, el cual se ha consolidado como un programa viable y de mucho calado en la sociedad colombiana. Ya son más de 4.000 los niños a los cuales Proniño les ha dado la oportunidad de regresar a sus estudios y aplazar sus alternativas de trabajo. Se trata de una acción que involucra también a las familias de los menores beneficiados, al sector educativo y a nuestros empleados, que se han vinculado gustosamente aportando tiempo y recursos.

Estos tres pilares de progreso –económico, tecnológico y social – nos imponen retos ante todos nuestros grupos de interés, como se desprende de un primer autodiagnóstico del modelo de Responsabilidad Corporativa, que nos enseñó resultados muy satisfactorios y nos hizo identificar varias áreas de mejoramiento.

Con nuestros clientes fomentaremos el diálogo sobre el uso responsable de los productos y el mejoramiento de los canales de comunicación. Con nuestros proveedores trabajaremos en la generación de estándares ambientales y de contratación de su personal, para fortalecer la confianza mutua en la relación. En la sociedad seguiremos trabajando en la inclusión digital, en afianzar la relación con las comunidades y en hacer más riguroso el cuidado del medio ambiente en nuestra operación.

A nuestros empleados los involucraremos aún más en el debate de la Responsabilidad Corporativa y reforzaremos el cumplimiento de la normatividad que asegura su bienestar dentro de la empresa. Tenemos el propósito de continuar siendo destacados por organizaciones como Great Place to Work® Institute, en cuya clasificación de 2006 Telefónica Movistar Colombia ocupó el decimoprimer lugar entre 73 empresas de más de 100 mil empleados.

Queremos ser reconocidos como el mejor lugar para trabajar en Colombia. Sabemos que éste, el primer informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia, se convertirá en una herramienta para fortalecer la relación con nuestros grupos de interés, en la misma medida en que ha contribuido al seguimiento de la forma en la cual estamos llevando nuestros negocios y haciendo nuestro aporte a la sociedad.

Es por ello que lo hemos sometido a verificaciones de referencia internacional, como el estándar AA1000/AS, el cual revisa el cumplimiento de las expectativas de los grupos de interés. También tuvimos en cuenta la estructura y los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI), y la verificación de los datos estuvo a cargo de Ernst & Young.

Con este Informe reiteramos, igualmente, nuestro compromiso con los principios del Pacto Global de Naciones Unidas, al cual están adheridas varias de nuestras empresas en Colombia.

Hemos hecho este ejercicio de rendición de cuentas con el firme convencimiento de que la Responsabilidad Corporativa acompañará el logro de nuestros objetivos de negocio, y hará de Telefónica un actor relevante en el progreso económico, tecnológico y social de Colombia.



José María Álvarez-Pallete
Director General de Telefónica
Latinoamérica



Alfonso Gómez Palacio
Presidente Telefónica Colombia



La visión de Telefónica:

Espíritu de Progreso

“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionando servicios innovadores, basados en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”.

Definir una visión de compañía no es tarea fácil. Por una parte, en lo conceptual, no existe un consenso académico ni empresarial sobre qué es una visión. Por otra, en la práctica de la gestión no siempre se llega a comprender el alcance y el potencial de contar con una visión.

En 2006 Telefónica inició un complejo proceso interno para redefinir su visión, que coincidió con la incorporación de nuevas empresas de varios países.

Ese proceso, que tenía como objetivo encontrar un valor superior con el cual Telefónica fuese capaz de instalarse en el imaginario de las personas, partía con los siguientes:

- Que reflejara una verdadera propuesta de valor diferencial de compañía;
- Que fuera capaz de “hablar” o traducirse, y encontrar significados concretos para todos los grupos de interés;
- Que fuese capaz de crear una propuesta de valor para toda la tipología de clientes de Telefónica: personas, hogares, emprendedores, pequeñas y medianas empresas, grandes empresas e instituciones;
- Que tuviera sentido en todos los mercados en los que opera la compañía: España, Europa y Latinoamérica;
- Que situase a la marca Telefónica como la verdadera marca principal del Grupo, es decir, aquella que refleja la altura de la tercera compañía de telecomunicaciones del mundo;
- Que sirviera de soporte para las marcas comerciales de Telefónica (Telefónica Colombia Movistar, Telefónica Telecom), proporcionando una transfusión de atributos de solidez, internacionalidad e innovación;
- Que fuera capaz de reconocer la diversidad de un grupo multidoméstico, multiproducto, multimercado, multimarca y multilingüe;
- Que con todo ello se armase una visión aspiracional creíble, realista y susceptible de ser firmada únicamente por Telefónica.

¿Qué significa la visión para...?



¿Cuales son nuestros valores?

Telefónica es una compañía...

Innovadora

Traducimos la tecnología en algo fácil de entender y de usar. La innovación es una fuente constante de inspiración para todo lo que hacemos y nos permite anticiparnos al mercado y a las expectativas de nuestros clientes.

Competitiva

La innovación nos ayuda a ser más competitivos. No nos conformamos con lo que ya hemos conseguido. Nuestra obligación es ir más allá en todo lo que hacemos, sin renunciar nunca a nada.

Abierta

Somos competitivos, pero actuamos de forma clara, abierta, transparente y accesible con todos. Somos una compañía que se implica y aprende de las realidades culturales y sociales de las comunidades en las que estamos presentes.

Comprometida

Demostremos nuestro compromiso cuando cumplimos lo que decimos y cuando sabemos que la forma de alcanzar el resultado es tan importante como el resultado en si mismo. Nuestra meta es ganar la confianza de todos.

Confiable

Confiable es resultado de fiabilidad y confianza. La fiabilidad sería fuente de diferenciación, de competitividad, de liderazgo y de relación con nuestras audiencia a largo plazo. La confianza se gana por nuestra fiabilidad y por nuestra capacidad de cumplir los compromisos adquiridos.

Con todos esos requerimientos surgió la visión que se presenta en estas páginas.

- ¿Qué significa mejorar la vida de las personas?
Pensar en el progreso de todas las personas y en todos los hogares, satisfaciendo todas sus necesidades de comunicación, ofreciendo un amplio conjunto de productos y servicios que mejoren su calidad de vida.
- ¿Qué significa facilitar el desarrollo de los negocios?
Pensar en el progreso de todas las empresas: ofreciendo soluciones integrales de comunicación.
- ¿Qué significa contribuir al progreso de las comunidades?
Contribuir al desarrollo de un país invirtiendo en redes e infraestructuras de comunicación, y convertirnos de esta forma en un socio y aliado de las comunidades, para consolidar el sector de las telecomunicaciones.
- ¿Qué significa ofrecer servicios innovadores, basados en las tecnologías de la información y la comunicación?
Invertir en I+D+i y crear futuro. Significa explorar al máximo las tecnologías de la información y la comunicación, así como las posibilidades de las comunicaciones fijas y de las comunicaciones móviles, para llevar a todos los rincones de los países voz, datos, sistemas, entretenimiento, soluciones integrales, tele-educación, tele-medicina, tele-seguridad, domótica, etc.

Entendida así, la visión se convierte en un hilo conductor de enorme potencial para integrar y dar sentido a toda actividad de un grupo que, como Telefónica, ya posee una escala global.

Y sobre todo, se convierte en un elemento que posibilita, desde ahora, la vertebración de toda la organización y la integración de las diferentes áreas, unidades y negocios de Telefónica.

**Espíritu de Progreso:
el equilibrio entre el cuerpo
(las magnitudes) y el alma (la forma de ser).**

En función de esta visión, el progreso para Telefónica representa un equilibrio entre sus resultados y su forma de gestionar.

El progreso para nosotros es un equilibrio entre nuestras capacidades (potencia financiera, liderazgo, experiencia, innovación, liderazgo internacional) y nuestra forma de hacer las cosas (cultura, valores, principios, motivaciones).

El progreso de Telefónica es el progreso de nuestros clientes, de nuestros accionistas, de nuestros empleados y de las sociedades de los países en los que operamos. Es un progreso que nos incluye a todos.





La visión puesta en marcha: Motor de Progreso

Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social de los países en los que opera

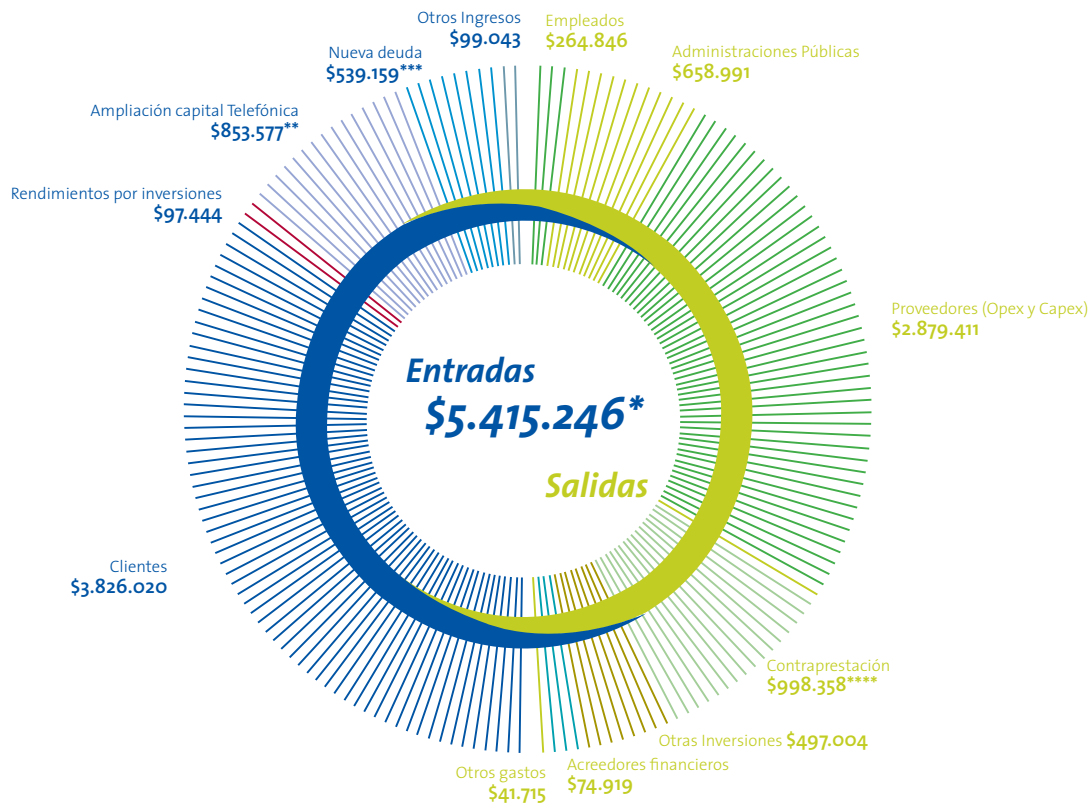
¿Cuánto dinero recibe Telefónica Colombia?

En 2006 Telefónica Colombia registró entradas por 5,4 billones de pesos, y se estima que su participación en el PIB de Colombia fue de 1,34% para ese período. Si bien el 70% de las entradas son producto de las ventas de la Compañía, en 2006 tienen una gran relevancia los recursos provenientes de la capitalización de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP, correspondientes a 853,5 mil millones de pesos (16%) del total de las entradas percibidas.

¿Qué hace Telefónica con este dinero?

En 2006, Telefónica Colombia gestionó recursos por más de 5 billones de pesos, una cifra muy similar a las entradas que percibió. Esto demuestra el impacto que tiene la operación de la Compañía en la economía colombiana.

Los recursos pasaron a diversos sectores económicos a través de pagos, como los más de 264 mil millones de pesos destinados a nuestros empleados (5% del total de pagos); más de 658 mil millones de pesos pagados a las administraciones públicas –impuestos y contribuciones- (12%); 2,8 billones de pesos pagados a nuestros proveedores –Opex y Capex– (54%); a nuestros acreedores financieros transferimos recursos por 74 mil millones de pesos (1%), y en concepto de la contraprestación****), transferimos más de 998 mil millones de pesos (18%) a la Nación. Este es el efecto de creación de riqueza y progreso económico.



* Cifras en millones de pesos. Datos correspondientes al flujo de caja de las operadoras fija y móvil. Los datos corresponden al año corrido 2006, mientras que los datos del Informe de Telefónica S.A. (España) corresponden a 8 meses del año 2006 en lo respectivo a Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP, debido al momento en el cual Telefónica integra a esta operadora.

** Ampliación del capital de Telefónica: en abril del 2006, Telefónica Internacional S.A.U. ganó la subasta para capitalizar a Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP mediante el pago de \$853.577 millones de pesos, entre otros compromisos. De esta manera, accedió al 50% + 1 de las acciones de Colombia Telecomunicaciones y sumó esta operación de telefonía fija a sus empresas en Colombia.

*** Nueva deuda: ingresos por financiamiento de inversiones requeridas por Telefónica Móviles Colombia.

**** Contraprestación: también como parte de estos compromisos, en 2006 Telefónica pagó 640 mil millones de pesos de contraprestación al fondo estatal que gestiona los activos de las empresas de telecomunicaciones liquidadas, y realizó una serie de pagos periódicos, hasta causar en 2006 los 998 mil millones de pesos mencionados en el concepto de contraprestación.



En Colombia iniciamos la aplicación del diagnóstico de RC

Nuestro modelo de Responsabilidad Corporativa involucra a nuestros grupos de interés

¿Cómo entendemos la Responsabilidad Corporativa?

En Telefónica entendemos la Responsabilidad Corporativa (RC) como una manera de gestionar el negocio en relación con todos nuestros grupos de interés.

En la medida en la que seamos capaces de generar un impacto positivo con nuestra actividad, seremos capaces de garantizar también la propia sostenibilidad de la compañía y la de las relaciones con nuestros grupos de interés. En definitiva, se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económicos y financieros como la forma en la que los obtenemos.

Para Telefónica, la gestión de la RC implica:

- Gestionar el negocio de forma excelente: la principal responsabilidad de una compañía es “hacer bien lo que tiene que hacer”, es decir, desarrollar de la mejor manera su actividad de negocio.
- Minimizar los posibles impactos negativos de nuestra actividad. El objetivo es merecer la confianza de todos nuestros grupos de interés, al desarrollar toda nuestra actividad de acuerdo con nuestros Principios de Actuación.
- Desarrollar proyectos de acción social, fundamentalmente enfocados en el ámbito de la educación, a través de Fundación Telefónica.
- Maximizar el potencial de los nuevos servicios, como herramienta de inclusión social y desarrollo sostenible.

Nuestros indicadores de RC

Definimos dos indicadores de seguimiento, externos y globales, para evaluar el cumplimiento de nuestro objetivo estratégico de ser percibidos como una empresa comprometida y responsable.

- En primer lugar, efectuamos un seguimiento de las evaluaciones realizadas por analistas y observadores en RC. Consideramos a este colectivo experto en RC y creemos que sus críticas acerca del desempeño responsable son un fiel indicador de las cuestiones a las que debe hacer frente la empresa. Entre estos analistas, para Telefónica es determinante la renovación de su presencia en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), referencia mundial en inversión socialmente responsable.
- En segundo lugar, realizamos encuestas a la sociedad acerca de su percepción sobre Telefónica y otras compañías, de acuerdo con el modelo RepTrak® elaborado por el Reputation Institute en colaboración con el Foro de Reputación Corporativa. Desde 2005 se realizan mil encuestas anuales por compañía en Argentina, Brasil, Chile, España, México y Perú. En el último trimestre de 2006 extendimos esta metodología a Colombia.





¿Cómo hemos puesto en práctica nuestro modelo de gestión?



Nuestro modelo de gestión

La gestión de la RC en Telefónica es responsabilidad de todas las unidades de negocio, coordinada para todas las regiones – Latinoamérica incluida- desde la Dirección de Reputación, Marca y Responsabilidad Corporativa, área encuadrada en la Secretaría General Técnica de la Presidencia de Telefónica S.A., e impulsada por la Comisión de RR.HH. y RC del Consejo de Administración del Grupo.

En Colombia, la gestión de la RC es tarea de la Dirección de Responsabilidad Corporativa y Relaciones Institucionales, área perteneciente a la Vicepresidencia de Relaciones Institucionales, que reporta a la Presidencia de Telefónica Colombia. La Dirección de RC coordina la aplicación del modelo para Telefónica Móviles Colombia Movistar y Telefónica Telecom, previéndose en un futuro coordinar también las acciones de las demás empresas de Telefónica en Colombia.

Esta gestión de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica responde a un proceso de mejora continua, en virtud del cual realizamos un diagnóstico previo, tanto de los aspectos de riesgo como de las expectativas de los grupos de interés.

Sobre esa base ponemos en marcha acciones de mejora que adaptamos a las particularidades de cada línea de negocio. Al evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos y comunicárselo a los grupos de interés, iniciamos un nuevo ciclo, de forma que todo el proceso se repita periódicamente en el tiempo.

El modelo se presentó internamente en el Primer Foro de RC de Telefónica, celebrado en Madrid en julio de 2006, con la asistencia de más de 100 profesionales. A lo largo del año se dieron los primeros pasos para su aplicación.

Se desarrolla en las diferentes funciones asignadas a la corporación, los centros de coordinación regional y los países. Además, definimos las competencias que deben tener los profesionales de RC de Telefónica, estableciendo las bases para una posible carrera profesional en esta función.

Tras la capitalización de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP, Telefónica articuló la estrategia de Responsabilidad Corporativa de sus empresas en Colombia, incorporando aspectos que venían desarrollándose en Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP. Tal es el caso del diagnóstico y consulta con los grupos de interés, con lo cual consiguió agregar valor en su modelo de gestión de la RC, haciéndolo sistemático y comparable con las operadoras de Latinoamérica y con otras compañías en el mundo.

Diagnóstico del modelo de RC en Telefónica Colombia

Por primera vez Telefónica Colombia realizó el diagnóstico contemplado en el modelo de RC para los negocios de telefonía fija y móvil, evaluando la gestión del modelo y la percepción de los grupos de interés.

Estos resultados han sido doblemente motivadores. De una parte, el resultado de Telefónica Colombia es superior, aunque levemente, al de las operadoras del Grupo en el mundo y en Latinoamérica.

De otra parte, el diagnóstico nos indica que estamos a mitad del camino, y que aún tenemos mucho por hacer, pues de 1.000 puntos posibles hemos obtenido 555,5 en promedio. Gracias a este diagnóstico hemos identificado las acciones del plan que se va a seguir en 2007, cuyos principales hitos se reflejan en el capítulo “Retos 2007” de este informe.

Telefónica Colombia en el diálogo sectorial y el debate de la RC

Telefónica Colombia es un actor involucrado en el diálogo sectorial promovido por las organizaciones gremiales y sociales, tanto aquellas especializadas en telecomunicaciones como en las asociaciones empresariales en general.

El propósito de Telefónica es contribuir en el debate de temas relevantes para su acción empresarial y su impacto en la sociedad, tales como investigación, cooperación, regulación, desarrollo de la Sociedad de la Información y, por supuesto, la responsabilidad corporativa.

Muestra de ello es que las empresas del Grupo Telefónica se encuentran adheridas al Pacto Global de Naciones Unidas, compromiso que consiste en reportar el comportamiento de la compañía en materia de derechos humanos, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Adicionalmente, participamos en asociaciones que adelantan el debate de la RC, como el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) y el Centro Colombiano para el Desarrollo Sostenible (Cecodes), o en aquellas que promueven acuerdos de protección al medio ambiente, como explicamos en el capítulo de este Informe relacionado con el tema.

Asimismo, mantenemos una intensa agenda con organismos dedicados al análisis y promoción del progreso sectorial, tales como la Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (Ahciet), la Asociación de la Industria Celular de Colombia (Asocel), la Asociación de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes (Andesco), la Asociación de Usuarios de las Telecomunicaciones (Asucom), la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT), Global System for Mobile Communications Association (GSMA) y el Centro de Investigación de las Telecomunicaciones (Cintel).

Telefónica Colombia también participa en agremiaciones como la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) y la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), que fomentan la competitividad de la empresa privada y el desarrollo del comercio de bienes y servicios.

Además, promueve la relación con asociaciones dedicadas a la cooperación internacional, como Cámara de Comercio Hispano Colombiana (CCHC).

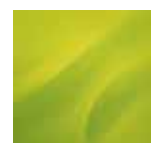




Foto: Alejandra Quintero



Grupos de interés



Cientes	16
Empleados	18
Sociedad	20
Medio Ambiente	24
Proveedores	26



Más de 10 millones de clientes en Colombia

Queremos hacer de cada cliente un fan de Telefónica

Telefónica Colombia es el primer operador integrado de telecomunicaciones en el país, con un portafolio que incluye telefonía móvil, telefonía fija, acceso a Internet de banda ancha, televisión digital, transmisión de datos y servicios de valor agregado, contenidos de Internet y contact centers.

Esta amplia oferta nos impone el reto de satisfacer a un grupo muy diverso de clientes, 10,2 millones en total. Sabemos que en la oferta diferencial es en donde encontraremos las claves para atender sus necesidades.

Tenemos un decidido compromiso de ofrecer la mejor propuesta de valor para nuestros clientes, y por eso en 2006 diseñamos un plan que identificó, según las expectativas que nos han manifestado, todas las acciones que debemos emprender en 2007 para asegurar su entera satisfacción con nuestro servicio. Esto es lo que llamamos la promesa al cliente, y pondremos todo nuestro empeño y recursos en cumplirla.

Qué estamos ofreciendo a nuestros clientes

En 2006 iniciamos la comercialización de servicios empaquetados, mediante ofertas de dúos y tríos para clientes residenciales, que integran servicios de voz (telefonía fija), banda ancha y televisión.

En telefonía móvil, asimismo, diseñamos paquetes de servicios que incluyen, además de voz y SMS, acceso a Internet y correo electrónico desde el equipo móvil.

Por separado, el empaquetamiento está dando ya alternativas de beneficio y ahorro para nuestros clientes, así que Telefónica Telecom y Telefónica Movistar están trabajando para avanzar hacia el terreno de la convergencia de los servicios de telefonía fija y móvil.

Entretanto, nuestros puntos de atención ya reflejan la sinergia entre los dos negocios, pues tanto en canales *on line* como presenciales nuestros clientes pueden acceder a la gama entera de productos disponibles para ellos.

Es particularmente destacable que 58 puntos de atención presencial de Telefónica Telecom en el país empezaron en 2006 a ofrecer igualmente productos y servicios móviles de Telefónica Movistar. Todo en un mismo lugar.

Otro hito de cara a los clientes fue la creación de una unidad de negocio enfocada en pequeñas y medianas empresas. Es la primera vez que este segmento cuenta con una oferta especializada y una atención comercial exclusiva. La propuesta en preparación para estos clientes significará un antes y un después en la oferta de telecomunicaciones para las Pymes colombianas.

No obstante, son las grandes empresas el segmento que está empezando a experimentar más claramente la convergencia de servicios. Ahora nuestros clientes corporativos reciben, a través de un único canal de contacto y venta consultiva, una oferta integral para sus comunicaciones, incluyendo voz, móvil y fija, transmisión de datos y servicios de valor agregado.

Cómo fue la satisfacción del cliente en el 2006

Telefónica Colombia monitorea frecuentemente el grado de satisfacción de sus clientes, a través de mediciones para las cuales se apoya en empresas externas especializadas. Tal es el caso de la medición del Nivel de Satisfacción del Usuario (NSU).

En 2006, el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC), que representa el grado de bienestar que percibe el cliente en su relación con la empresa, fue de 6,58 puntos, consolidado para Telefónica Telecom telefonía fija y Telefónica Movistar, en una escala de 10 puntos.

Aunque estas puntuaciones se sitúan en la media latinoamericana y mundial, creemos que podemos hacerlo mejor, y de ahí se deriva nuestro plan de acciones para mejorar la experiencia del cliente.

Como primera medida, en 2006 iniciamos una inversión en Telefónica Movistar para ampliar y mejorar nuestras plataformas tecnológicas y de gestión de clientes, que en su totalidad alcanzará 1,34 billones de pesos. La implementación de estas tecnologías permitió la ampliación de oferta de servicios como Internet móvil y valores agregados en los mensajes de texto. Pero causó algunas incomodidades a nuestros clientes producto del ajuste y puesta en servicio de estas nuevas plataformas.

Entre otras acciones adicionales, cabe destacar la creación en 2006 de la Dirección de Calidad, que vela por medir, priorizar y optimizar los procesos de calidad y satisfacción del cliente, con el objetivo de mantener y obtener las certificaciones correspondientes en cada empresa.

La Dirección de Calidad ha desplegado varias iniciativas, entre las cuales merece una mención la metodología SeisSigma, basada en el control de la variabilidad de los procesos, la disminución de los defectos y la formación de las personas.

En 2006 Telefónica Colombia tenía en marcha 76 proyectos de mejoramiento identificados por SeisSigma, y en 2007 se desarrollarán 25 proyectos adicionales que involucrarán procesos y capacitación de colaboradores de las operaciones fija y móvil.

Caso de éxito:

Ponemos a prueba nuestros procesos de satisfacción

Telefónica confía en la certificación de procesos como una forma de monitorear, estandarizar y mejorar el funcionamiento de la organización. Por ello somete a certificación procesos vitales, como aquellos que determinan la relación con el cliente.

En 2006 Telefónica Movistar consiguió la ratificación de la certificación ISO 9001:2000 para los procesos de atención de clientes y reclamación en el servicio posventa, para todos los productos de voz en el territorio nacional.

Telefónica Telecom, por su parte, inició en 2006 todos los preparativos para obtener también la certificación en los procesos relacionados con el cliente.

El interés en los procesos de mejoramiento de la atención a nuestros clientes es tal, que Telefónica Colombia participa en los comités para el desarrollo y la actualización de las normas técnicas que lidera el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (Icontec).





Una meta a cuatro años

Queremos ser el mejor lugar para trabajar en Colombia

La importante transformación de nuestras empresas en 2006, con el fin de preparar sus estructuras para actuar dentro de una organización sinérgica e integral, tuvo un especial impacto entre nuestros colaboradores.

Este es el punto de partida para iniciar nuestro plan de trabajo, orientado a mejorar la satisfacción de los empleados de Telefónica Colombia.

Desarrollo profesional

El modelo de desarrollo de nuestro talento humano se compone principalmente de dos etapas: primero establecemos el estado de sus competencias, en una medición en la cual participan pares, superiores, clientes (internos o externos) y proveedores (internos o externos) de cada empleado.

Luego, con estos resultados y las propias expectativas del empleado, trazamos un plan de formación individualizado, que le permitirá fortalecer todas aquellas competencias que él mismo quiera desarrollar.

En 2006 iniciamos la aplicación de este nuevo modelo en los niveles directivos y gerenciales, y será llevado a todos los niveles y empresas durante 2007.

Sin embargo, durante el año atendimos las necesidades de capacitación alineando los programas con las retadoras metas que debíamos alcanzar en 2006.

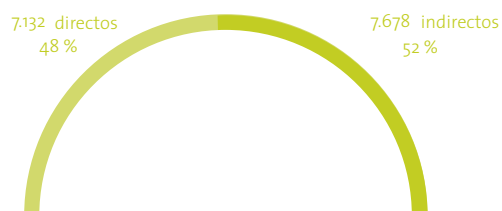
Como complemento de los planes de formación, y con el propósito de ofrecer a nuestros empleados una alternativa de desarrollo dentro de la organización, Telefónica Colombia participa en iniciativas del Grupo Telefónica dirigidas a todas sus operadoras, y a través de las cuales nuestros colaboradores se interrelacionan con sus pares de otros países, para lograr a la vez un óptimo escenario de intercambio de mejores prácticas y crecimiento profesional.

Telefónica Colombia seleccionó varios de sus colaboradores para participar en iniciativas como la Universidad Corporativa de Telefónica, con sede en Barcelona (España), en programas de rotación internacional, encuentros del programa Jóvenes de Alto Potencial y programas de desarrollo gerencial para mandos intermedios; muchos participaron también en los primeros programas de e-learning.



Foto: Alejandra Quintero

Telefónica en Colombia
Empleados directos e indirectos



Caso de éxito:

Un lugar destacado entre las 73 mejores

En 2006, Telefónica Movistar ocupó el puesto 11 entre las mejores empresas para trabajar en Colombia, según la medición del Great Place to Work® Institute. Esta medición, hecha a partir de encuestas aplicadas a los empleados sin intervención de sus directivos, valora el nivel de desarrollo de aspectos considerados clave en el bienestar del recurso humano de las organizaciones.

El lugar ocupado por Movistar en esta clasificación de empresas colombianas se debe a la valoración que han hecho los empleados de las iniciativas mediante las cuales la compañía identifica y proyecta el potencial de sus empleados, a la imparcialidad en las decisiones sobre remuneración y proyección personal, la valoración justa del aporte de los empleados, la promoción del equilibrio en la vida personal y laboral y la aplicación práctica de los valores corporativos.





Comprometidos con la sociedad, la inclusión digital, la calidad de la educación y el medio ambiente.

Con Proniño más de 4.000 menores colombianos dejaron de trabajar y volvieron a estudiar

La Fundación Telefónica en Colombia

La misión de la Fundación Telefónica es contribuir a la construcción de futuro en las regiones donde operamos, e impulsar el desarrollo social a través de la educación, utilizando para ello nuestra fortaleza y capacidad tecnológica, nuestra presencia nacional y nuestra extensa base de clientes y empleados.

Su acción está concentrada en el despliegue de los proyectos sociales de Telefónica Colombia, entre los cuales ya están en marcha Proniño y Voluntariado. En 2007 la Fundación lanzará Educared.

Telefónica Colombia cuenta con 741 voluntarios, colaboradores de las empresas que se vinculan a las iniciativas sociales de la Fundación, mediante el aporte de recursos de su salario y la donación de tiempo en el cual comparten sus conocimientos y experiencias, principalmente con ex beneficiarios de Proniño.

Nos interesa la opinión de la sociedad

Durante el último trimestre de 2006 Telefónica Colombia participó por primera vez en la medición del RepTrack, al que se someten varias operadoras del Grupo.

Esta herramienta permite establecer la reputación de una compañía en opinión de la sociedad donde actúa, aislando su notoriedad y concentrándose en cualidades concretas percibidas por su entorno.

En 2007 estarán disponibles los primeros resultados del RepTrack de Telefónica Colombia, que nos dejarán conocer la evaluación que hace la sociedad de nuestra oferta comercial, el lugar de trabajo que hemos creado para nuestros colaboradores, nuestra integridad, el ejercicio de la buena ciudadanía, la innovación y liderazgo, así como sobre nuestra magnitud económica.

Reciclaje: más allá del cuidado ambiental

Tanto Telefónica Telecom como Telefónica Movistar hallaron una complementariedad muy satisfactoria entre cuidado ambiental y aporte social, a través del reciclaje.

En Telefónica Telecom, los recursos generados con el material reciclado son donados a Fisulab, una organización que rehabilita a niños con labio leporino y paladar hendido. Fisulab fue seleccionada por votación entre los colaboradores de la empresa.

En asocio con la Fundación Amigos de los Hospitales Infantiles, que se encarga de obtener los recursos del papel reciclado, Telefónica Telecom recolectó y recicló 47 toneladas de material, valorado en 20 millones de pesos. Con estos recursos fue financiado el tratamiento de tres niños de Fisulab, y se aseguró la continuidad de la atención médica para su completa rehabilitación.

Telefónica Movistar inició el proceso de reciclaje de cartuchos de tinta, entregando más de 600 de ellos a la Fundación Niños de los Andes, que trabaja en beneficio de los menores que habitan la calle y de sus familias.

Con estos recursos, la Fundación Niños de los Andes les da la opción de optar por una nueva alternativa de vida, facilitando su reintegro familiar e inclusión social.

De otra parte, Telefónica Movistar gestionó el reciclaje de residuos domésticos aprovechables, como plástico y papel, a través de la Fundación Koala. Esta organización se dedica a asegurar la distribución adecuada de residuos para su total aprovechamiento. La Fundación Koala entregó la totalidad del papel recolectado a Fibras Nacionales, reingresándolo así a la cadena productiva del papel y sus derivados.





Telefonía accesible para personas con discapacidad auditiva

Telefónica Accesible es el proyecto integral para las personas con discapacidad, y tiene por objeto hacer de Telefónica un Grupo plenamente accesible en todos sus procesos y contribuir activamente a la plena igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad. En él participan las diferentes empresas del Grupo y líneas de negocio, aportando sus capacidades y conocimientos.

En 2006 Telefónica Telecom³ fue seleccionada para desarrollar y operar una solución de telecomunicaciones accesible para personas con discapacidad auditiva, por encargo del Fondo de Comunicaciones del Ministerio sectorial.

Así, Telefónica Telecom creó el Centro de Relevo, el cual funciona apoyándose en un agente de atención al cliente, capacitado para esta tarea, que actúa como traductor entre la persona discapacitada y el destinatario de una llamada.

Esto es posible gracias a un chat disponible en la página web de Telefónica Colombia o de teléfonos de texto ubicados en los centros de atención al cliente, comunicándose con una línea gratuita.

Actualmente el Centro de Relevo cuenta con 190 terminales, entre computadores y teléfonos de texto, dedicadas exclusivamente a este servicio en 62 localidades de Colombia.

Telefónica Movistar, de otra parte, diseñó servicios móviles para personas con discapacidad auditiva, trabajando conjuntamente con la Federación Nacional de Sordos de Colombia.

Este plan, sin cobro de cargo básico, contempla paquetes de mensajes de texto (SMS) y atención al cliente especial para este colectivo a través de la página web.

³ Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP. La empresa inició la licitación de este proceso antes de su integración al Grupo Telefónica, y una vez adjudicado tuvo continuidad.

En 2007, Telefónica Colombia está trabajando en la convergencia de las iniciativas de sus operadoras de telefonía fija y móvil, para crear un portafolio integral de servicios de telecomunicaciones para personas con discapacidad auditiva. Por ejemplo, ambas empresas están desarrollando una herramienta para solicitar apoyo del Centro de Relevo a través de un código corto enviado por un teléfono móvil.

Telefonía social

Telefónica Telecom es consciente de su responsabilidad como el operador de telefonía fija con mayor cobertura del país. Por ello se ha involucrado en programas de telefonía social en asocio con el Ministerio de Comunicaciones, y en ocasiones con recursos propios, para asegurar la prestación de un servicio con óptimas condiciones, en poblaciones apartadas y de difícil acceso en las cuales las telecomunicaciones son aún más esenciales.

Es parte de nuestra visión llevar el servicio a estas zonas, contribuir con el progreso de estas comunidades, a pesar de que los bajos consumos que registran no compensan los enormes costos de inversión, operación y mantenimiento asociados a la prestación del servicio. Simplemente, entendemos que la facilidad para comunicarse contribuirá al desarrollo de la población que allí se encuentra.

Uno de estos programas es el Plan Bianual, en el cual participa el Ministerio de Comunicaciones con recursos del Fondo de Comunicaciones, y la empresa con aporte de recursos propios.

En su primera etapa, el Plan Bianual repuso 62 mil líneas telefónicas e instaló 15 mil líneas nuevas en pequeños municipios de 23 departamentos del país. La segunda etapa, que culminará en 2008, contempla la reposición e instalación de 44 mil líneas en 280 localidades colombianas. Estas inversiones llevan a zonas poco accesibles servicios de telefonía, Internet y datos, soportados en tecnología de nueva generación. Así se hace



Foto: Alejandra Quintero

posible, por ejemplo, que las poblaciones de estos lugares se beneficien de innovaciones como líneas telefónicas en prepago para controlar el consumo mensual.

De otra parte, el Ministerio de Comunicaciones se apoya también en Telefónica Telecom para desarrollar su programa de telefonía social Compartel. Este programa contempla la ampliación y reposición de redes para prestar servicios de telecomunicaciones, entre los cuales se destaca el de banda ancha, en centros de servicio a las comunidades de estratos 1, 2 y rural, particularmente en instituciones educativas, alcaldías, centros de salud, entre otros.

En 2006 Compartel instaló 11.842 nuevas líneas en Ocaña, Neiva, Quibdó, Florencia, Cúcuta y Buenaventura; y repuso 63.580 líneas en Santa Marta, Arauca, Santander de Quilichao, Pitalito, Ocaña, Neiva, Quibdó, Florencia, Cúcuta y Buenaventura, posibilitando la prestación del servicio de banda ancha. Este programa tiene como meta reponer 95 mil líneas e instalar más de 29 mil nuevas líneas.

Apoyo para la atención de emergencias

Telefónica Movistar ha aportado una solución de comunicación móvil a los organismos encargados de atender emergencias, prevención de desastres y seguridad, con el fin de facilitar la oportunidad e inmediatez necesarias para su labor.

Los planes de 200, 400 y 800 minutos están siendo donados a varias instituciones, como la Cruz Roja, la Policía Nacional de Colombia, el Departamento de Prevención de Desastres y la Organización Mundial de la Salud.

El Plan de Responsabilidad Civil ha logrado involucrar también a proveedores para la donación de equipos móviles, y en otros casos Telefónica ha entregado equipos nuevos y otros dados de baja pero aún funcionales.

Caso de éxito:

Proniño

Proniño es el proyecto de la Fundación Telefónica que está más desarrollado hasta el momento. Ha logrado que más de 4.000 niños de diez ciudades colombianas, que estaban por fuera del sistema escolar desempeñando algún tipo de trabajo, regresen a la escuela.

Esta alternativa, que apoya la escolarización infantil, involucra también a las familias de los niños, acompañando las becas escolares con complementos, como jornadas extracurriculares, atención en salud y nutrición, alimentación, programas de generación de ingresos para los adultos, talleres con familias y educadores, como un elemento fundamental para lograr la permanencia de los niños en el medio educativo.

En ello colabora un buen número de Voluntarios Telefónica, los cuales han donado más de 3.600 horas para compartir conocimientos con ex beneficiarios de Proniño, como la preparación de entrevistas de trabajo y la superación de las pruebas asociadas a los procesos de selección de personal. Los voluntarios, además, han contribuido con el aporte de 149 millones de pesos para el programa.





Modelo de Gestión Ambiental de Telefónica Colombia

Tendemos a minimizar el impacto de nuestra acción en el ambiente

Como parte del compromiso de crecer sosteniblemente, Telefónica Colombia presta una gran atención al impacto de sus operaciones en el medio ambiente, y dedica importantes esfuerzos en disminuir los posibles efectos.

Por eso, en 2006 creó el Comité de Gestión Ambiental, que además de ser un órgano consultivo de la corporación, es responsable de velar por el cumplimiento, en todas las operadoras, de las políticas internas para el cuidado ambiental, así como el apego de nuestras acciones a la normatividad jurídica nacional e internacional.

El Comité de Gestión ya ha trazado una política y plan de acción para 2007, que involucra tanto a Telefónica Movistar como a Telefónica Telecom.

Compromiso con las iniciativas de protección medioambiental

Paralelamente con el desarrollo de una política interna, Telefónica ha suscrito varios convenios con organizaciones dedicadas a la protección del medio ambiente.

En el mundo, el Grupo se ha adherido al Pacto Global de las Naciones Unidas, así como al Global e-Sustainability Initiative (GeSI), liderado por las Naciones Unidas y la Unión Internacional de Telecomunicaciones para promover el desarrollo sostenible de la Sociedad de la Información. Telefónica también participó de la Declaración de Sostenibilidad de la European Telecommunication Network Operators Association.

En el país, Telefónica Colombia participa además en el Centro Empresarial para el Desarrollo Sostenible (Cecodes) y en la Junta Directiva del Comité Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE). Igualmente, como miembro de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Telefónica Colombia participa en la promoción y discusión de la regulación ambiental, en conjunto con las autoridades. Y a través de la Asociación de Empresas Celulares (Asocel) hemos venido tratando con los organismos gubernamentales las problemáticas de la expansión de la red móvil y la disposición final de baterías.

Gestión del impacto al medio ambiente

Somos conscientes de la creciente preocupación en la sociedad por las emisiones electromagnéticas de la infraestructura de telecomunicaciones. Por ello tenemos en cuenta las normativas nacionales e internacionales, en un esfuerzo por asegurar la inocuidad de estas emisiones.

De la misma manera, contamos con una rigurosa planeación de la red móvil, que incluye un parámetro para cuantificar el impacto visual de las estaciones base. Este parámetro, conocido como “fragilidad visual”, nos indica el grado de alteración de una infraestructura sobre el paisaje y la comunidad, para hacer los correctivos correspondientes.



Foto: Alejandra Quintero

En cuanto al control del ruido de nuestras instalaciones, principalmente derivado de los aires acondicionados y los equipos de respaldo energético, hemos tenido importantes avances trabajando con nuestros suministradores, haciendo controles durante 2006 con medidas acústicas e instalando cabinas de insonorización en los casos en que era necesario.

Telefónica Movistar se encarga de la correcta gestión de los residuos generados, entendida como el conjunto de actividades que abarcan desde la generación hasta el tratamiento final de los mismos. Esta gestión se hace con el apoyo de empresas autorizadas para el tratamiento de residuos, que cuentan con las certificaciones requeridas y son controladas por la normatividad legal en la materia. Además, está en desarrollo nuestro plan de acción para gestionar el impacto generado por el consumo de energía.

Caso de éxito:

Involucramos a nuestros proveedores

Telefónica Colombia, además de gestionar el impacto de su operación, involucra a su cadena de suministro en las preocupaciones medioambientales de la sociedad.

Por ello, los contratos con los proveedores de Telefónica Movistar y Telefónica Telecom incluyen cláusulas que exigen el cumplimiento de las normas de protección al medio ambiente y la aplicación de planes de gestión de residuos.

Telefónica Colombia también promueve mesas de trabajo conjuntas con sus proveedores, y lidera campañas de capacitación y sensibilización sobre los retos medioambientales del país.

También nos preocupamos por hacer seguimiento, así, en Telefónica Movistar, hemos iniciado un programa de auditorías ambientales a proveedores de servicios de impacto potencial, como es el caso de aquellos que suministran combustible y servicios de transporte.





Queremos generar relaciones transparentes y de largo plazo con un modelo de compras responsables

En 2006 pagamos a nuestros proveedores 2,8 billones de pesos

Telefónica Colombia cuenta con más de 1.400 proveedores en todo el país, con los cuales contrató servicios por más de 2,8 billones de pesos en 2006. Por el volumen de nuestras compras y el compromiso de generar progreso económico y social, tenemos la responsabilidad de contar con procedimientos de selección y gestión de proveedores que estén a la altura de nuestros retos.

Telefónica cuenta con un modelo global para la gestión de sus compras en todo el mundo, que se caracteriza por la transparencia y la igualdad de oportunidades para todos los aspirantes. Así, las empresas colombianas que nos ofertan productos y servicios entran a formar parte del catálogo de proveedores de Telefónica en el mundo, con las oportunidades que esto implica en los diferentes mercados donde está presente la Compañía.

Modelo de compras

El modelo de compras de Telefónica, para todas sus empresas, se basa en los siguientes principios:

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

Telefónica contempla mecanismos para lograr la aplicación de estos principios, entre los cuales pueden destacarse las mesas de compras, donde participan todas las áreas implicadas y se toman decisiones unánimes; herramientas de comercio electrónico, para garantizar la transparencia; como también normativas y procedimientos que señalan no solo la operatividad del proceso de compras, sino también las guías de actuación ante conflictos de interés y otras situaciones que se presentan en la relación con los proveedores.

Comercio electrónico para la transparencia y competencia

Telefónica ha generado importantes innovaciones para optimizar la relación con sus proveedores. Para ello ha implementado soluciones que permiten la negociación y formalización electrónica de compromisos.

Creemos que estas prácticas promueven no solo la eficiencia en la relación, sino que fomentan la transparencia y la confianza.

Es evidente que los procesos electrónicos aportan a nuestros proveedores mayor eficiencia operativa, así como agilidad y seguridad en el intercambio de información. Para Telefónica, el comercio electrónico hace posible el propósito de relacionarnos con nuestros proveedores garantizando la igualdad de oportunidades, la objetividad en las adjudicaciones y el cumplimiento al que estamos obligados para hacer productiva la relación.



Foto: Alejandra Quintero

Caso de éxito:

Auditorías a los contratistas

Esta iniciativa busca garantizar que los contratistas de Telefónica Telecom cumplan cabalmente las normas laborales y de seguridad establecidas. La Compañía realiza una auditoría periódica a los contratistas, basada en indicadores que miden el grado de aplicación de los procedimientos de seguridad jurídica, salud ocupacional y seguridad en la ejecución (por ejemplo, trabajo en alturas, en espacios confinados, en bodegas y con vehículos).

En 2006, de todas las empresas contratistas de Telefónica Telecom, el 89% cumplió con los indicadores de seguridad jurídica, con un aumento de 139% respecto a la medición de 2005. De otra parte, el 94% de las empresas lograron cumplir con los indicadores de seguridad en la ejecución, y consiguen una mejoría comparativa del 80% respecto al año anterior. Sin embargo, en el mismo período, el 90% reportan cumplimiento de los indicadores de salud ocupacional, con una leve desmejora respecto al año anterior.

Caso de éxito:

Cooperativas de trabajo asociado

Esta iniciativa creó oportunidades de autoempleo para los ex trabajadores de la empresa estatal de telecomunicaciones de Colombia, liquidada en 2003 y reemplazada por Colombia Telecomunicaciones, hoy Telefónica Telecom.

Ya en 2006 se había promovido la creación de siete cooperativas de trabajo asociado, que se encargan del mantenimiento de 760 mil líneas fijas de Telefónica Telecom y generan más de 600 empleos directos.

La Compañía ha apoyado la creación de estas cooperativas mediante la firma de un acuerdo con Fundes, organización experta en el desarrollo de Pymes. Asimismo, las cooperativas están participando en el programa de certificación de procesos promovido por Telefónica Telecom.



Retos de 2007

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	Hacer el informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica Colombia 2006 verificado bajo la óptica del AA1000 y con metodología GRI. Este informe debe hacer referencia a Telefónica Movistar, Atento y Telefónica Telecom.
	Hacer dos diálogos con grupos de interés alrededor del Informe de Responsabilidad Corporativa.
	Implementar el sistema de gestión de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en las empresas del grupo en Colombia. Primera etapa: Telefónica Telecom y Telefónica Movistar. Segunda etapa: Terra y Atento.
PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN	Difundir y capacitar al 100% de los empleados de Telefónica en los Principios de Actuación (operadoras fija y móvil).
REPUTACIÓN	Implementar el modelo corporativo de gestión de riesgo de reputación para Telefónica Colombia. Primera etapa: Telefónica Movistar y Telefónica Telecom. Segunda etapa: todas las empresas del Grupo en Colombia.
	Mejorar el índice de reputación de Telefónica Movistar y Telefónica Telecom en por lo menos 2 puntos porcentuales. Particularmente en la dimensión de ciudadanía.
INCLUSIÓN DIGITAL Y ACCESIBILIDAD	Articular el portafolio de telecomunicaciones para personas sordas logrando convergencia fijo móvil.
	Sacar adelante un piloto de apropiación de TIC's en la base de la pirámide.
MEDIO AMBIENTE	Implantación de un sistema de gestión ambiental que homogenice los procesos en las operaciones de Telefónica en Colombia.
	Homogenización de sistemas de control operacional en Telefónica Telecom y Telefónica Movistar.
	Progreso en la certificación ISO14001 de los sistemas de gestión ambiental.
	Mejora de los sistemas de gestión de residuos.

CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el Proyecto “Experiencia Cliente”, con el objetivo de incrementar nuestro ISC, logrando un posicionamiento de acuerdo con los estándares globales. En el caso de Telefónica Movistar, la implementación y seguimiento del sistema de gestión de Excelencia en Relación con los Clientes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar un programa de uso responsable de las TIC’s.
	<ul style="list-style-type: none"> • Implantar la Política de Uso Aceptable de los Servicios de Internet.
	<ul style="list-style-type: none"> • Implantar la Política de Protección de la Infancia
	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de una Política de Publicidad Responsable.
EMPLEADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la satisfacción del empleado (conseguir un nivel de satisfacción del 65% de los empleados).
	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilización del índice de frecuencia de accidentes laborales.
	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la “promesa del empleado” en las dos operaciones fija y móvil.
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de una política de compras responsables en el Grupo Telefónica.
	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha de la fase de auditorías selectivas a proveedores de riesgo.
	<ul style="list-style-type: none"> • Política de compras a proveedores sociales.
SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de productos orientados a fomentar la “Inclusión Digital”.
	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar los proyectos de voluntariado corporativo, integrando los enfoques de Fundación Telefónica.
	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzar Educared en Colombia
	<ul style="list-style-type: none"> • Duplicar el número de beneficiarios del programa Proniño

Adentro:
Retos 2007



Foto: Alejandra Quintero



Telefónica Colombia

Informe de Responsabilidad Corporativa 2006 | Resumen ejecutivo

Encuentra el Informe detallado en:

www.telefonica.com.co/responsabilidadcorporativa

Para cualquier comentario sobre este informe por favor dirígete a:
responsabilidadcorporativa@telefonica.com.co

