



# Informe de Gestión Responsable 2025

Colombia Telecomunicaciones S.A ESP BIC





## Tabla de Contenido

CARTA DE GERENCIA .....	8
1. ACERCA DE ESTE INFORME .....	11
1.1. PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME .....	12
2. ORGANIZACIÓN: MOVISTAR COLOMBIA.....	13
2.1. COMPOSICIÓN ACCIONARIA .....	14
2.2. MISIÓN, VISIÓN Y PILARES.....	15
2.3. ESTRATEGIA.....	15
2.3.1. PLAN OPERATIVO DE EFICIENCIAS .....	17
2.3.2. ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD.....	17
2.3.2.1. APORTE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE .....	18
2.4. MODELO DE NEGOCIO .....	19
2.4.1. DESPLIEGUE, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE REDES .....	19
2.4.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS .....	20
2.4.3. RELACIÓN CON CLIENTES .....	21
2.4.4. CADENA DE VALOR .....	21
2.5. PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS .....	23
2.6. PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES.....	23
2.7. RECONOCIMIENTOS, PREMIOS Y RANKINGS .....	24
2.8. GESTIÓN CERTIFICADA.....	24
2.9. MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS .....	26
2.9.1. PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS .....	27
2.9.2. ROLES Y RESPONSABILIDADES .....	28
2.9.3. PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES .....	29
2.10. GESTIÓN Y RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS.....	29
2.10.1. MATERIALIDAD.....	34
2.10.1.1. METODOLOGÍA PROCESO DE DOBLE MATERIALIDAD .....	35
2.10.1.2. TEMAS MATERIALES .....	36
2.10.1.3. VINCULACIÓN DE LOS ASUNTOS MATERIALES A LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO .....	37
GESTIÓN 2025 .....	39
3. GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	39
3.1. FUENTES Y USOS.....	41
3.1.1. FINANCIACIÓN SOSTENIBLE: .....	41



<b>E – CONSTRUIR UN FUTURO MÁS VERDE.....</b>	<b>43</b>
4. <b>GESTIÓN AMBIENTAL .....</b>	<b>43</b>
4.1. <b>GESTIÓN DE PROGRAMAS AMBIENTALES .....</b>	<b>44</b>
4.2. <b>CAMBIO CLIMÁTICO .....</b>	<b>45</b>
4.2.1. <b>RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL CAMBIO CLIMÁTICO .....</b>	<b>46</b>
4.3. <b>ENERGÍA .....</b>	<b>47</b>
4.4. <b>EMISIONES .....</b>	<b>48</b>
4.5. <b>AGUA.....</b>	<b>50</b>
4.6. <b>GESTIÓN DE RESIDUOS .....</b>	<b>51</b>
4.6.1. <b>PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA CIRCULAR .....</b>	<b>52</b>
4.7. <b>COMPROMISO CON LA BIODIVERSIDAD .....</b>	<b>53</b>
4.8. <b>MOVILIDAD SOSTENIBLE.....</b>	<b>54</b>
4.9. <b>DIGITALIZACIÓN Y EFICIENCIA OPERATIVA .....</b>	<b>54</b>
4.10. <b>FORMACIONES AMBIENTALES .....</b>	<b>55</b>
4.11. <b>AUDITORÍAS Y EVALUACIONES AMBIENTAL .....</b>	<b>55</b>
4.12. <b>PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN .....</b>	<b>56</b>
4.13. <b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO AMBIENTAL.....</b>	<b>56</b>
<b>S – AYUDAR A LA SOCIEDAD A PROSPERAR .....</b>	<b>57</b>
5. <b>CONECTIVIDAD PARA EL CRECIMIENTO DIGITAL.....</b>	<b>57</b>
5.1. <b>MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DIGITAL .....</b>	<b>57</b>
5.2. <b>FIBRA MOVISTAR: LIDERAZGO, EXPANSIÓN Y CONECTIVIDAD.....</b>	<b>58</b>
5.3. <b>GESTIÓN DE LA RED Y SERVICIOS MÓVILES.....</b>	<b>60</b>
5.3.1. <b>DESPLIEGUE Y CONSOLIDACIÓN DE LA RED 5G .....</b>	<b>61</b>
5.3.2. <b>POSPAGO.....</b>	<b>61</b>
5.3.3. <b>PREPAGO .....</b>	<b>62</b>
5.4. <b>DESEMPEÑO Y CRECIMIENTO DEL SEGMENTO B2B.....</b>	<b>62</b>
5.4.1. <b>SOLUCIONES DIGITALES PARA EMPRESAS .....</b>	<b>62</b>
5.4.2. <b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE ALTO IMPACTO .....</b>	<b>63</b>
5.4.3. <b>INNOVACIÓN Y LANZAMIENTO DE PRODUCTOS B2B .....</b>	<b>64</b>
5.5. <b>INNOVACIÓN .....</b>	<b>65</b>
5.5.1. <b>INNOVACIÓN ABIERTA Y ALIANZAS CON LA ACADEMIA .....</b>	<b>65</b>
5.6. <b>AGILIDAD Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL .....</b>	<b>66</b>
5.7. <b>DESARROLLO SOCIAL Y CRECIMIENTO DIGITAL .....</b>	<b>67</b>



6.	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	74
6.1.	CONTRATACIONES Y ROTACIÓN .....	75
6.2.	DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN .....	75
6.2.1.	INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO .....	77
6.2.2.	DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL .....	78
6.2.3.	CULTURA INCLUSIVA Y DIVERSA .....	78
6.3.	LIBERTAD DE ASOCIACIÓN .....	81
6.4.	REMUNERACIÓN SALARIAL.....	81
6.4.1.	ESTRUCTURA SALARIAL .....	81
6.4.2.	RATIO DE COMPENSACIÓN .....	82
6.5.	BIENESTAR, TELETRABAJO Y CONCILIACIÓN .....	82
6.5.1.	BENEFICIOS UNO .....	83
6.5.2.	MOMENTOS MOVISTAR .....	84
6.5.3.	ESQUEMA HÍBRIDO DE TRABAJO .....	84
6.5.4.	FLEXIBILIDAD HORARIA .....	84
6.5.5.	PERMISO PARENTAL .....	85
6.5.6.	PRESTACIONES EMPLEADOS (AS).....	85
6.6.	FORMACIÓN Y DESEMPEÑO .....	86
6.7.	SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS(AS) .....	88
6.7.1.	MEDICINA LABORAL Y PREVENTIVA.....	90
6.7.2.	PARTICIPACIÓN Y CONSULTAS SOBRE SST DE EMPLEADOS (AS) .....	91
6.7.3.	FORMACIÓN DE TRABAJADORES SOBRE SST .....	92
6.7.4.	FOMENTO DE LA SALUD, PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE LOS IMPACTOS EN SST .....	92
6.7.5.	LESIONES POR ACCIDENTE LABORAL.....	93
6.7.6.	DOLENCIAS Y ENFERMEDADES LABORALES .....	93
7.	DERECHOS HUMANOS .....	94
7.1.	PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES.....	96
7.2.	COMPROMISOS Y MESAS DE TRABAJO EN DDHH .....	96
7.2.1.	GUÍAS COLOMBIA EN DERECHOS HUMANOS.....	97
7.2.2.	OTROS ESPACIOS PARTICIPACIÓN DDHH .....	98
7.3.	FORMACIÓN EN DERECHOS HUMANOS .....	99
G -	LIDERAR CON EL EJEMPLO.....	101
8.	GOBERNANZA Y GESTIÓN ÉTICA .....	101



8.1.	GOBIERNO CORPORATIVO.....	101
8.1.1.	ESTRUCTURA DE GOBIERNO .....	101
8.1.1.1.	ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS .....	102
8.1.1.2.	JUNTA DIRECTIVA .....	102
8.1.1.3.	COMITÉ DE AUDITORÍA JUNTA DIRECTIVA.....	106
8.1.2.	GESTIÓN CONFLICTO DE INTERÉS.....	107
8.1.3.	COMUNICACIÓN DE INQUIETUDES CRÍTICAS .....	108
8.2.	CULTURA ÉTICA Y PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE.....	109
8.2.1.	COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN .....	111
8.2.2.	MECANISMOS, CANALES DE ÉTICA Y CONSULTA .....	113
8.2.2.1.	CANAL DENUNCIAS.....	113
8.2.2.2.	BUZÓN CUMPLIMIENTO .....	115
8.2.2.3.	CANAL DE NEGOCIO RESPONSABLE .....	115
8.2.3.	RIESGOS RELACIONADOS CON LA CORRUPCIÓN .....	115
8.2.3.1.	CASOS DE CORRUPCIÓN Y MEDIDAS TOMADAS .....	117
8.2.4.	BUENAS PRÁCTICAS.....	117
8.2.5.	MEDICIONES Y CERTIFICACIONES.....	118
9.	CONFIANZA DIGITAL .....	119
9.1.	PROTECCIÓN DE DATOS, PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DIGITAL .....	119
9.1.1.	CULTURA Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES .....	120
9.1.1.1.	ALIADOS FORMADOS EN CIBERSEGURIDAD.....	120
9.1.2.	GESTIÓN Y PREVENCIÓN RIESGOS DE CIBERSEGURIDAD.....	121
9.2.	ÉTICA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL .....	121
9.3.	PROTECCIÓN DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN EL ENTORNO DIGITAL.....	123
10.	GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO .....	123
10.1.	DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES .....	124
10.2.	EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD EN PROVEEDORES.....	127
10.2.1.	AUDITORÍAS Y PLANES DE MEJORA A PROVEEDORES .....	127
10.3.	CANALES DE COMUNICACIÓN CON PROVEEDORES.....	128
11.	GESTIÓN DE LOS CLIENTES .....	129
11.1.	EXPERIENCIA Y ATENCIÓN A CLIENTES.....	129
11.1.1.	PRINCIPALES INICIATIVAS CANALES .....	129
11.1.2.	OPTIMIZACIÓN EN FACTURACIÓN Y COBRO .....	130



11.1.3.	TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN PAGOS .....	131
11.2.	SATISFACCIÓN CLIENTE: NET PROMOTER SCORE -NPS-.....	133
12.	GESTIÓN LEGAL.....	134
12.1.	INVERSIONES DE LA SOCIEDAD EN OTRAS COMPAÑÍAS.....	134
12.2.	OPERACIONES CON ACCIONISTAS Y ADMINISTRADORES.....	134
12.3.	PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR.....	134
12.4.	LIBRE CIRCULACIÓN DE FACTURAS .....	134
12.5.	IMPLEMENTACIÓN PRÁCTICAS CORPORATIVAS - CÓDIGO PAÍS.....	134
12.6.	CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN Y LAS NORMATIVAS .....	135
12.7.	CASOS DE INCUMPLIMIENTO COMUNICACIONES DE MARKETING.....	135
12.8.	RECLAMACIONES PRIVACIDAD DE DATOS DE CLIENTES .....	135
13.	GESTIÓN REGULATORIA.....	136
13.1.	ESPECTRO .....	136
13.2.	LEYES ADOPTADAS .....	136
13.3.	NORMAS EXPEDIDAS POR LA CRC.....	136
13.4.	COMPETENCIA .....	137
14.	FUNDACIÓN TELEFÓNICA MOVISTAR COLOMBIA .....	138
14.1.	ESTRATEGIA FUNDACIÓN TELEFÓNICA MOVISTAR .....	138
14.2.	ALCANCE E IMPACTO 2025 .....	139
14.3.	INVERSIÓN DE LA FUNDACIÓN TELEFÓNICA MOVISTAR .....	139
14.4.	PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	139
14.4.1.	PROFUTURO .....	139
14.4.2.	ESCUELA TIC FAMILIA .....	140
14.4.3.	PIENSA EN GRANDE .....	141
14.4.4.	CONECTA EMPLEO .....	141
14.4.5.	EJE DE CONOCIMIENTO Y CULTURA DIGITAL.....	142
14.4.6.	PROGRAMA DE ACCIÓN SOCIAL Y VOLUNTARIADO .....	142
14.5.	ENFOQUE TERRITORIAL DE LA INTERVENCIÓN.....	143
14.6.	ALIANZAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS .....	143
14.6.1.	COLABORACIÓN CON EL SECTOR PÚBLICO.....	143
14.6.2.	ALIANZAS: SECTOR PRIVADO, GREMIOS Y FUNDACIONES .....	144
14.6.3.	COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y MULTILATERALES .....	144
14.6.4.	ARTICULACIÓN CON TELEFÓNICA MOVISTAR .....	144



14.6.5.	RESULTADOS DE LA ARTICULACIÓN TERRITORIAL.....	144
14.6.6.	VALOR ESTRATÉGICO GENERADO .....	145
14.7.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES Y REPUTACIÓN.....	145
15.	REPORTE DE GESTIÓN BIC.....	146
15.1.	MODELO DE NEGOCIO .....	146
15.2.	GOBIERNO CORPORATIVO .....	148
15.3.	PRÁCTICAS LABORALES.....	149
15.4.	PRÁCTICAS AMBIENTALES .....	150
15.5.	PRÁCTICAS CON LA COMUNIDAD .....	151
16.	ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI .....	153
17.	ESTADOS FINANCIEROS (SEPARADOS).....	162



## Carta de Gerencia

(GRI Contenido 2-22)

### 2025: Conectar para transformar el futuro de Colombia

El año 2025 fue decisivo para Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC. En un entorno macroeconómico desafiante, marcado por presiones inflacionarias, alta competencia y cambios regulatorios relevantes, la Compañía demostró resiliencia, foco estratégico y disciplina financiera. Cerramos el ejercicio con ingresos operacionales aproximados de COP 6,2 billones, un EBITDA cercano a COP 1,4 billones y una inversión en CAPEX de COP 533 mil millones, concentrada principalmente en el fortalecimiento de nuestra red móvil con la red única, la fibra óptica y la mejora continua del servicio al cliente. Estos resultados reflejan una gestión responsable que equilibra el crecimiento competitivo con un compromiso profundo por la sostenibilidad y el desarrollo del país. En coherencia con esta visión, durante 2025 negociamos cerca de COP 1 billón en deuda vinculada a indicadores ESG —liderazgo femenino, ciberseguridad, eficiencia energética y reducción de emisiones—, integrando de manera estructural la sostenibilidad en nuestra estrategia financiera.

Nuestra misión de ofrecer la mejor experiencia digital a todos nuestros clientes, proporcionando conectividad y servicios avanzados que se adaptan a sus necesidades, orienta cada decisión que tomamos. Este propósito se sustenta en la innovación tecnológica y en la excelencia en el servicio como pilares para fortalecer la confianza y acompañar el desarrollo digital de las personas, las empresas y las administraciones públicas en todo el territorio nacional.

Esta apuesta se hace tangible en el despliegue de la fibra óptica y la red de 5G como motores de conectividad inclusiva; avanzamos de manera significativa en el despliegue de la red 5G, ampliando la cobertura a 98 municipios y mejorando sustancialmente la capacidad y experiencia del servicio. Este avance fue reconocido por Ookla como la mejor experiencia de velocidad móvil 5G del país y se implementó bajo criterios de eficiencia energética, alineando la expansión tecnológica con los compromisos de sostenibilidad de la Compañía. De igual manera, en 2025 consolidamos nuestro liderazgo como operador número uno en fibra en Colombia, con cerca de 1,6 millones de hogares y empresas conectadas y más de 6 millones de hogares pasados en 96 municipios. Este liderazgo estuvo respaldado por reconocimientos relevantes, como el Speedtest Award de Ookla recibido por séptima vez consecutiva al contar con el internet fijo más rápido del país y el mejor para gamers, reflejo de la calidad y robustez de nuestra infraestructura.

La innovación tecnológica fue un pilar fundamental para adaptar los servicios a necesidades concretas de 92 mil empresas clientes, y para acompañar la transformación digital de más de 38 mil que ya implementan soluciones digitales Movistar. Este enfoque permitió consolidar a la Compañía como un referente en innovación organizacional y socio estratégico del crecimiento empresarial y del sector público.

En la experiencia del cliente, se avanzó de manera decidida hacia modelos más simples, digitales y confiables. El fortalecimiento de la atención en el primer contacto, la digitalización de procesos comerciales y de pago, y la incorporación transversal de analítica avanzada e inteligencia artificial mejoraron la capacidad de gestión clientes y la prevención de costos relevantes. De forma complementaria, la formación en nuevas capacidades digitales fortaleció el talento interno, aceleró



la innovación y redujo los tiempos de salida al mercado, consolidando un modelo organizacional más ágil y orientado a datos.

Estos avances se sustentaron en un sólido sistema de gobierno corporativo y en Sistemas de Gestión certificados bajo estándares internacionales, que refuerzan la gestión de riesgos, la ética, la transparencia y la protección de los derechos humanos y digitales, pilares irrenunciables de nuestra actuación empresarial.

Nada de lo alcanzado sería posible sin el compromiso, la diversidad y el talento de las personas. En 2025, la Compañía contó con 4.993 colaboradores directos, consolidando una gestión centrada en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI). El 47,1% de la plantilla estuvo conformado por mujeres, así como el 40% de las posiciones directivas, mientras que más de un tercio de los colaboradores fueron menores de 35 años. Gracias a este enfoque, Telefónica Movistar Colombia se posicionó como empresa referente en DEI, obteniendo el Sello Oro Equipares Nivel II y ubicándose en el Top 10 del ranking AEQUALES. Este desempeño se reflejó también en un eNPS de 82 puntos, evidencia de los altos niveles de compromiso, bienestar y sentido de pertenencia de su equipo humano.

De manera complementaria, la operación generó más de 13.600 empleos indirectos a través de aliados y proveedores, a quienes se extendieron altos estándares de sostenibilidad, ética y responsabilidad social. Iniciativas como Mujeres en Red —reconocida por el Foro Económico Mundial como DEI Lighthouse y seleccionada como Top 5 en los UNIDO ONE World Sustainability Awards 2025— demostraron que cuando la conectividad se articula con inclusión, equidad, formación y trabajo colaborativo, se generan transformaciones reales y escalables, ampliando oportunidades y fortaleciendo la economía digital.

Nuestro compromiso social trasciende la conectividad. A través de la Fundación Telefónica Movistar Colombia se beneficiaron más de 1,5 millones de personas mediante iniciativas de educación digital, empleabilidad, conocimiento y cultura digital y acción social solidaria, priorizando acciones en territorios con mayores brechas. En esta agenda, la Compañía participó como aliado estratégico en iniciativas como el Reto Nacional por la Educación y el lanzamiento de la Carta de Derechos Digitales.

En materia ambiental, se avanzó de forma decidida hacia la meta de cero emisiones netas en 2040. Durante el año se redujo el consumo total de energía en 42%, y se incrementó el uso de fuentes renovables a 100%, lo que apalancó una reducción acumulada del 77% en las emisiones de Alcances 1 y 2 desde 2015, evitando más de 41 mil toneladas de CO<sub>2</sub>.

La economía circular se consolidó como eje del modelo operativo, con una tasa de reciclaje del 98,2% de los residuos, el reacondicionamiento y remozamiento de módems y la maximización del valor de la red a través del proyecto Tierra Libre de Cobre, que permitió replegar más de 4.596 toneladas de cobre, generar ingresos para la Compañía y articular proyectos de alto impacto social como Copper Skin, reconocidos con los premios Effie y CAMACOES Sostenibilidad. Esta transición se complementó con iniciativas de movilidad sostenible, reconocidas con Sellos Oro de la Red Muévete Mejor.

La Compañía avanzó de manera relevante en el acuerdo entre Telefónica y Millicom para la venta de la participación en Colombia Telecomunicaciones, marcando el inicio de una nueva etapa para la organización. Este proceso se desarrolla con pleno respeto por la regulación vigente, los derechos de los usuarios y la continuidad del servicio, manteniendo intacto nuestro compromiso con Colombia y con el desarrollo del sector.



Ante un doble desafío en el sector de telecomunicaciones de Colombia —la necesidad de inversiones masivas para cerrar la brecha digital y un mercado móvil estructuralmente concentrado—, impulsamos activamente la consolidación del sector como la única vía responsable para un futuro competitivo. La viabilidad de nuestra integración en 2025 por parte de la autoridad de competencia no fue solo un hito empresarial, sino el reconocimiento de que Colombia necesita un segundo jugador con la escala y capacidad financiera para afrontar las inversiones que requieren el 5G y la fibra óptica. Esta consolidación es la respuesta estratégica que el país necesitaba para iniciar una nueva era de competencia real e inversión acelerada, garantizando que los colombianos tengan lo que merecen: un mercado dinámico con opciones reales y una conectividad de clase mundial.

Como Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), integramos explícitamente en nuestra gestión el impacto en el modelo de negocio, la gobernanza, las prácticas laborales y ambientales y el relacionamiento con la comunidad, alineando la generación de valor económico con la contribución social y ambiental. Este Informe de Gestión Responsable 2025 refleja cómo esta visión se materializa en coherencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los Principios del Pacto Global y la estrategia global de Telefónica Transformar y Crecer 2026–2030, que implementamos localmente a través del Plan Estratégico GPS.

Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC es más que un operador de telecomunicaciones: es un habilitador del desarrollo del país. Cada kilómetro de fibra desplegado, cada antena activada, cada empresa acompañada en su proceso de digitalización y cada persona incorporada a la economía digital representan avances concretos hacia una Colombia más competitiva, más inclusiva y más sostenible.

Miramos al futuro con claridad y convicción. Nuestro propósito es seguir conectando a las personas, las empresas y los territorios para reducir brechas, impulsar la competitividad y liderar una digitalización responsable, inclusiva y sostenible. Agradecemos la confianza depositada en Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC e invitamos a nuestros grupos de interés a leer este informe como una oportunidad para seguir construyendo, de manera conjunta, un futuro más conectado y sostenible, donde la tecnología esté siempre al servicio de las personas y del desarrollo del país.

**MARIANO ALONSO**

Gerente General Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC



# 1. Acerca de este Informe

## (GRI Contenido 2-2, 2-3)

Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC (en adelante Telefónica Movistar Colombia, Movistar, la “Compañía o la “Empresa”), ha elaborado el presente informe conforme a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025. Este informe se enmarca dentro de los lineamientos de la Ley 1901 de 2018, el Decreto 2046 de 2019, y la Resolución 200-004394 de 2018 emitida por la Superintendencia de Sociedades de Colombia, aplicables a las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC).

El documento incluye información sobre la gestión financiera (económica) y no financiera (ambiental, social y de gobierno corporativo, ASG) de la Compañía, cumpliendo además con lo estipulado en los artículos 46 y 47 (modificado por el artículo 1° de la Ley 603 de 2000), el artículo 446 de la Ley 222 de 1995 (Código de Comercio Colombiano) y el artículo 87 de la Ley 1876 de 2013.

Algunos apartados hacen referencia a otras entidades del Grupo Telefónica que operan en Colombia, como la Fundación Telefónica Movistar Colombia, cuyos resultados no se reflejan en los estados financieros de la Compañía.

Este informe adopta las recomendaciones establecidas en la Guía para la Elaboración de Informes ASG para Emisores en Colombia, documentando la gestión de Movistar en el marco de los Principios del Pacto Global, el aporte a la Agenda 2030 mediante los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y los resultados alcanzados en los Key Performance Indicators (KPI) relacionados con los créditos vinculados al desempeño de indicadores de sostenibilidad acordados con entidades financieras.

## Convenciones

En el recorrido de este Informe se podrán encontrar las convenciones asociadas a la gestión de las actividades de Sociedad BIC priorizadas por Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC y los indicadores de sostenibilidad vinculados a Financiación Sostenible



Actividad priorizada como Sociedad BIC en la dimensión Modelo de negocio



Actividad priorizada como Sociedad BIC en la dimensión Gobierno Corporativo



Actividad priorizada como Sociedad BIC en la dimensión Prácticas laborales



Actividad priorizada como Sociedad BIC en la dimensión Prácticas ambientales



Actividad priorizada como Sociedad BIC en la dimensión Prácticas con comunidad



Indicador de sostenibilidad asociado a compromisos con créditos con bancos



## 1.1. Proceso para la elaboración del Informe

### (GRI Contenido 2-3, 2-5)

La Compañía considera los Estándares GRI para reportar dando respuesta a los requerimientos como Sociedad BIC. El Informe de Gestión Responsable incluye las siguientes etapas para su elaboración: preparación, recolección de la información, redacción, revisión y aprobación, y publicación y comunicación.



### Preparación

El Representante Legal de la Compañía lidera la elaboración del Informe de Gestión Responsable – Reporte Gestión BIC, sin embargo, designa a la Dirección de Asuntos Públicos y a la Coordinación de Sostenibilidad para avanzar en la recolección de información y construcción del Informe.

### Recolección de la información

Se recopila y analiza información cualitativa y cuantitativa de diversas áreas, considerando compromisos con el Pacto Global, entidades financieras y otros grupos de interés. Herramientas como Workiva y GreTel ayudan a sistematizar indicadores de sostenibilidad. También se revisa la materialidad, KPI de sostenibilidad y otros compromisos adquiridos.

### Construcción

El Informe de Gestión Responsable – Reporte Gestión BIC tiene una periodicidad anual. La información se suministra en el mes de enero y, una vez se hayan cerrado los indicadores e información del año inmediatamente anterior, se procede a documentar la gestión. Este informe da cuenta del avance en las actividades BIC priorizadas, del cumplimiento de los compromisos adquiridos con otras organizaciones y de los principios de Estándares GRI.

Es revisado por el equipo directivo, el Comité de Auditoría, la Junta Directiva y aprobado por la Asamblea General de Accionistas. Además, incluye cifras auditadas de la operación en Colombia para el Informe de Telefónica S.A.

### Revisar y aprobar

El Informe de Gestión Responsable – Reporte de Gestión BIC es presentado por el Representante Legal para revisión de la Junta Directiva y es revisado y aprobado por la Asamblea General de Accionistas.

### Publicar y comunicar

Tras su aprobación, el informe se publica en la página web y se envía a entidades como Global Reporting Initiative, la Superintendencia de Sociedades, Pacto Global y otros interesados.



## 2. Organización: Movistar Colombia

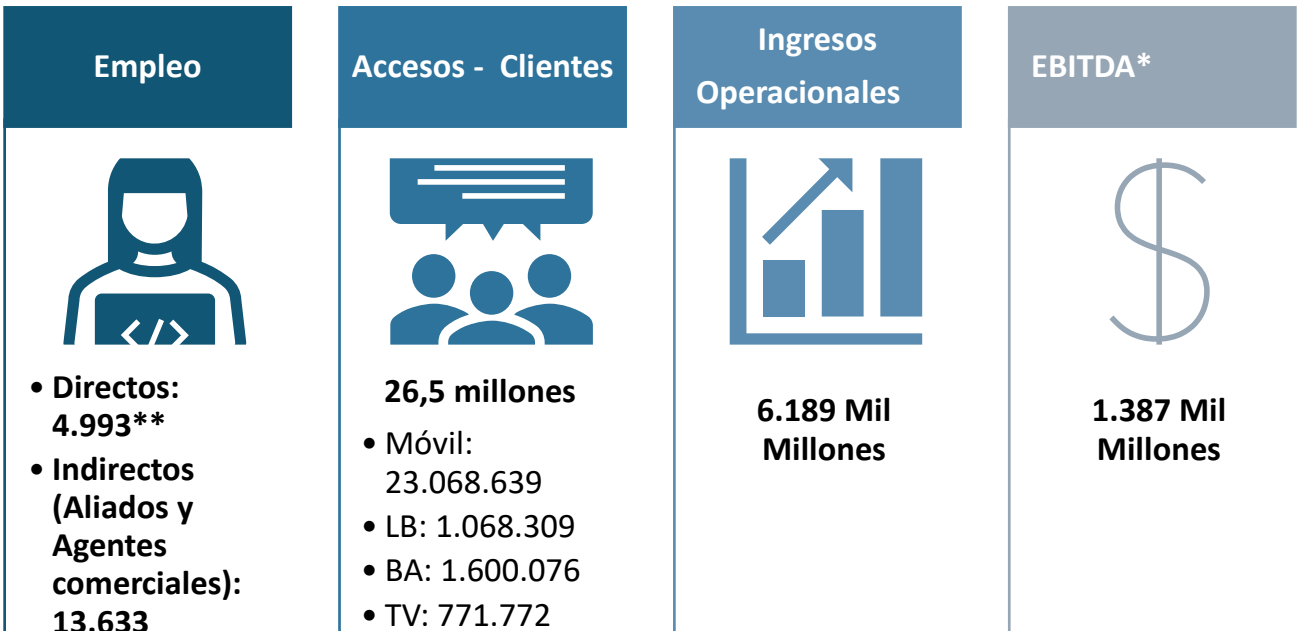
(GRI Contenido 2-1, 2-2, 2-6, 2-7)

Colombia Telecomunicaciones S. A. E.S.P. BIC (la “Compañía”, la “Empresa”, “Telefónica Movistar Colombia” o “Movistar”), fue constituida en Colombia como sociedad comercial mediante Escritura Pública No. 1331 del 16 de junio de 2003 con una duración hasta el 31 de diciembre de 2092 y con domicilio principal en Bogotá D.C. ubicado en la Transversal 60 No. 114 A - 55. Se encuentra sometida al régimen jurídico previsto en la Ley 1341 de 2009 y demás normas aplicables.

Desde el 2021 la Compañía incluyó en su razón social la expresión “BIC”, luego de haber adoptado la condición legal de Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo.

La Compañía opera en Colombia bajo la marca comercial Movistar. Ofrece los servicios de telefonía y conectividad móvil, servicios de banda ancha, fibra óptica al hogar, televisión de pago, telefonía fija y una completa oferta de soluciones digitales para pequeñas, medianas y grandes empresas y corporaciones.

### Principales cifras:



Cifras en pesos colombianos (COP)

\*\* Empleos Directos y Temporales. No incluye nómina de Fundación Telefónica Movistar



## 2.1. Composición accionaria

Durante el año 2025 no se presentaron cambios en la estructura del capital social ni otras operaciones relacionadas con el capital de la Compañía.

La composición accionaria de la Compañía es:

Accionista	Nit/C.C.	N.º de Acciones	Porcentaje de Participación
Telefónica Hispanoamérica, S.A.	900.847.726-9	2.301.779.819	67,49937427
La Nación - Ministerio de Hacienda y Crédito Público	899.999.090-2	1.108.269.271	32,49984282
Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC	900.002.583-6	10.000	0,00029325
Shirley Puentes Mercado	32.771.179	9.950	0,00029178
Adriana Cepeda Rodríguez	32.797.578	2.488	0,00007296
Patricia Cepeda Rodríguez	22.656.420	1.493	0,00004378
Darío Cárdenas Navas	17.066.629	885	0,00002595
Eduardo Cárdenas Caballero	19.210.431	826	0,00002422
Jhon Jairo Gutiérrez Torres	72.225.428	498	0,00001460
Kira Torrente Albor	32.732.749	349	0,00001023
Canal Regional de Televisión Ltda. TEVEANDINA	830.005.370-4	200	0,00000586
Área Metropolitana de Bucaramanga	890.210.581-8	2	0,00000006
Instituto de Vivienda de Interés Social y Reforma Urbana del Municipio de Bucaramanga – INVISBU	804.001.897-0	2	0,00000006
Caja de Previsión Social Municipal de Bucaramanga	890.204.851-7	2	0,00000006
Cooperativa de Empleados de las Empresas Públicas de Bucaramanga Ltda.	800.093.901-1	2	0,00000006
Central de Inversiones S.A. - CISA-	860.042.945-5	1	0,00000003
<b>Total</b>		<b>3.410.075.788</b>	<b>100,00000000%</b>



## 2.2. Misión, Visión y Pilares

(GRI Contenido 2-22)

### Misión

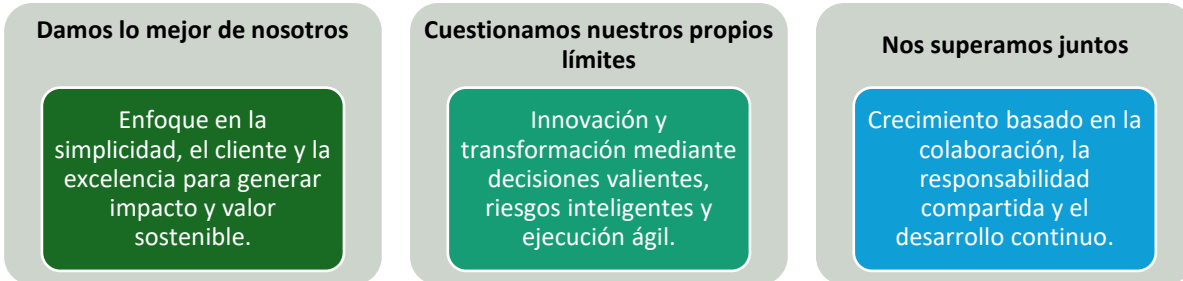
Telefónica tiene como misión **“ofrecer la mejor experiencia digital a todos sus clientes, proporcionando conectividad y servicios avanzados que se adapten a sus necesidades”**. La Compañía fundamenta este propósito en la innovación tecnológica y la excelencia en el servicio, como pilares para fortalecer la confianza y acompañar el desarrollo digital de personas, empresas y administraciones públicas.

### Visión

Telefónica aspira a consolidarse como una operadora europea de referencia a nivel mundial, con una escala rentable y una presencia sólida en mercados estratégicos como España, Alemania, Reino Unido y Brasil. Su objetivo es crecer de manera sostenible y eficiente, apalancándose en sus capacidades tecnológicas, un modelo operativo simplificado y un equipo de talento altamente cualificado, para generar valor a largo plazo para clientes y accionistas.

### Nuestros pilares

Este posicionamiento estratégico se sustenta en una cultura de alto impacto, basada en tres actitudes que guían la forma de trabajar de todos los profesionales de Telefónica:



## 2.3. Estrategia

(GRI Contenido 2-22, 2-23, 2-24)

Telefónica culminó un profundo proceso de reflexión estratégica a nivel global, presentado en el *Capital Markets Day 2025*, que dio origen al plan “Transformar y Crecer 2026–2030”. Esta hoja de ruta reafirma la misión de ofrecer la mejor experiencia digital y la visión de consolidarse como una operadora de referencia con escala rentable, apostando por la simplificación, la eficiencia y el crecimiento sostenible.

En Colombia, la Compañía alineó su Plan de Negocio a esta visión para responder a las nuevas dinámicas del mercado y de la sociedad. Durante 2025, el **Plan Estratégico GPS** se consolidó como el principal habilitador del crecimiento rentable y sostenible, orientando la gestión a la creación de valor y al fortalecimiento del flujo de caja. Un pilar fundamental de nuestra estrategia en 2025 fue abordar



la estructura del mercado para asegurar la sostenibilidad a largo plazo, en un entorno de competencia insostenible que limitaba la capacidad de inversión de los actores del sector, la consolidación se convirtió en un objetivo estratégico ineludible, la materialización de esta visión se obtuvo con la autorización de la autoridad de competencia, creando un operador con la escala necesaria para competir eficazmente, equilibrar el mercado e impulsar una operación más eficiente que genere valor para todo el sector. A través de cinco iniciativas estratégicas, la Compañía impulsó mejoras significativas en rentabilidad, eficiencia operativa y experiencia del cliente.

- **Más Móvil:** La iniciativa fortaleció la rentabilidad del negocio móvil, apoyada en el cumplimiento de ingresos, la optimización de costos y el aprovechamiento de la red única y la convergencia. Se logró revertir la Ganancia Neta en pospago hacia valores positivos mediante la mejora en la calidad de las altas, acciones de retención proactiva y la incorporación de productos, servicios y estrategias diferenciales como VoWiFi, VoLTE y analítica predictiva. En prepago, el ARPU creció un **6,7%**, con un crecimiento de \$1mil. De otro lado, con el lanzamiento de la eSIM virtual se tuvo un crecimiento del **480% en altas móviles (Pre y pos)** con chip digital pasando de 3,685 desde su lanzamiento en septiembre a 21.360 al cierre de diciembre de 2025, generando eficiencias logísticas relevantes.



- **Más Valor en Fibra:** Se avanzó en la mejora del margen operativo del negocio FTTH y en el incremento del valor del cliente a largo plazo, con eficiencias operativas cercanas a **COP 42 mil millones**, derivadas de la optimización de costos en mano de obra, equipamiento y materiales, costo por alta y pago de conectividad. El Customer Lifetime Value de las nuevas altas de fibra aumentó **14,6%**, apoyado en un modelo reforzado de aseguramiento de la calidad desde la venta hasta la instalación.
- **Somos Movistar Total:** La estrategia de convergencia se fortaleció por el crecimiento de la planta Movistar Total, que aumentó un **22,5%** anual, generando **COP 208 mil millones adicionales** frente al año anterior. Esto permitió incrementar en **5 p.p.** la participación de estos ingresos, pasando de 30,6% en 2024 a 36,7% en 2025. Este resultado estuvo apalancado en el fortalecimiento del programa de fidelización y en la optimización de los procesos comerciales.
- **B2B de Vuelta al Crecimiento:** El segmento empresarial retomó una senda sostenida de crecimiento, destacándose un aumento interanual del 83% en la actividad comercial del sector público, un crecimiento del 25% en los ingresos por altas del producto PDTI y un incremento del 40% en el FAV del producto Office, sustentado en una estrategia de excelencia comercial que elevó la productividad y la efectividad del funnel.
- **Analytics para los Negocios:** La incorporación de modelos de datos e inteligencia artificial en los procesos de B2C y B2B permitió automatizar la toma de decisiones y potenciar el desempeño comercial. El 91% de los desarrollos analíticos fue integrado en la operación, contribuyendo a



evitar más de 80.000 bajas, a reducir el churn y a prevenir costos cercanos a COP 50 mil millones mediante modelos predictivos, detección de prácticas irregulares y soluciones de IA aplicadas a la atención y gestión comercial.

### 2.3.1. Plan Operativo de Eficiencias

El Plan Operativo de Eficiencias se consolidó como un eje estratégico para fortalecer la competitividad y la sostenibilidad financiera de la Compañía, mediante la optimización de recursos, la mejora de la rentabilidad y el fortalecimiento del flujo de caja.

- Durante el período, se alcanzó una **reducción del OPEX del 6,4%** (excluyendo terminales móviles), resultado de un enfoque integral que incluyó la renegociación de contratos, la optimización del uso de materiales, equipos y servicios de soporte y mantenimiento, así como la mejora del mix de canales comerciales, priorizando aquellos con mayor eficiencia operativa y productividad de la fuerza de ventas.
- Asimismo, se avanzó en la **transformación organizacional**, a través de la unificación de actividades, la generación de sinergias con áreas transversales y la automatización de procesos críticos, complementada con el fortalecimiento de capacidades internas mediante programas de reskilling y reconversión de perfiles, orientados al desarrollo de talento digital.
- En materia energética, se logró una **reducción del consumo del 21%**, impulsada por el apagado de la red de cobre y de equipos legados, la optimización de sistemas de climatización y la incorporación de soluciones de generación solar bajo esquemas PPA.
- Adicionalmente, la puesta en operación de la **red unificada de acceso móvil junto a Tigo** permitió ampliar la cobertura a más de 98 municipios, mejorar la calidad del servicio y generar eficiencias operativas relevantes mediante el modelo de compartición de infraestructura, beneficiando a los clientes y al desempeño financiero de la Compañía.

### 2.3.2. Estrategia de Sostenibilidad

(GRI Contenido 2-22, 2-23, 2-24)

Para la Compañía, la sostenibilidad implica pensar en la sociedad y en el planeta y orientar la actividad empresarial para ser parte de la solución a los grandes desafíos globales, reconociendo que ser una empresa sostenible es, además, una condición esencial para el futuro del negocio.

De manera transversal, **Telefónica desarrolla una estrategia de sostenibilidad que integra palancas que añaden valor al negocio:**



Telefónica asume el compromiso de aprovechar las capacidades de la conectividad y la digitalización no solo para generar valor a sus clientes, sino también para contribuir activamente a retos como el cambio climático, la desigualdad, la empleabilidad y la desinformación, impulsando una digitalización responsable con impacto positivo para todos sus grupos de interés. Este enfoque se articula en tres ejes estratégicos:

- Construir un futuro más verde.
- Ayudar a la sociedad a prosperar.
- Liderar con el ejemplo.

La sostenibilidad es, así, un habilitador clave del desempeño económico de largo plazo. La gestión ESG (Ambiental, Social y de Gobernanza) es transversal y forma parte del ADN corporativo. En Colombia, este compromiso se formalizó en 2021 con la adopción de la figura de Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), integrando cinco dimensiones: modelo de negocio, gobierno corporativo, prácticas laborales, prácticas ambientales y prácticas con la comunidad.

### 2.3.2.1. Aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

(GRI Contenido 2-22)

En Telefónica Movistar Colombia, la sostenibilidad es un eje central del modelo de negocio y de la generación de valor. Desde esta visión, integra de manera explícita los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en su estrategia. Como actor relevante del sector TIC, contribuye de manera directa al **ODS 9 (Industria, Innovación e Infraestructura)** y genera impactos positivos en otros objetivos clave, como **ODS 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16 y 17**, integrando estos compromisos en su estrategia y operación.



Ambiental	Social	Gobernanza
<p>Incrementar la contribución a la sociedad y al medioambiente para un desarrollo más sostenible y respetuoso con el planeta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con una red de telecomunicaciones más eficiente alimentada por energía renovable.</li> <li>• Proveedor de soluciones digitales que ayudan a los clientes a reducir sus emisiones de CO<sub>2</sub> e impulsar la Movilidad Sostenible.</li> <li>• Promover la economía circular y el consumo responsable en el uso de dispositivos electrónicos a través de la reutilización y el reciclaje.</li> </ul>    	<p>Promover una conectividad inclusiva que acerque la digitalización a todas las personas, favoreciendo el desarrollo social y económico de las comunidades en las que se opera.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar Internet más rápido y de calidad a personas y empresas.</li> <li>• Gestionar el talento promoviendo la equidad laboral, la inclusión de personas con discapacidad, y el impulso del talento Digital alineado con la economía del futuro.</li> <li>• Abordar las desigualdades invirtiendo en educación, competencias digitales y accesibilidad con una oferta diferencial.</li> </ul>     	<p>Generar confianza con acciones y compromisos, y garantizando la confianza digital y el impulso de la sostenibilidad en todos los grupos de interés.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la confianza mediante un uso ético y responsable de la tecnología, un gobierno corporativo robusto y garantizar la salvaguarda de la seguridad y la privacidad de los datos de los clientes.</li> <li>• Compromiso con los más altos estándares de principios y ética comerciales, al promover la sostenibilidad en la cadena de suministro.</li> </ul>  

## 2.4. Modelo de Negocio

### (GRI Contenido 2-6)

En coherencia con su misión de **ofrecer la mejor experiencia digital**, Telefónica opera en Colombia bajo un **modelo de operador de telecomunicaciones integrado**, posicionando a Movistar como un actor clave de la economía digital del país. La Compañía invierte directamente en el despliegue y operación de sus redes y en el desarrollo de productos y servicios basados en conectividad, lo que le permite ofrecer soluciones integrales, de alta calidad y adaptadas a las necesidades cambiantes de sus clientes y del mercado tecnológico.

### 2.4.1. Despliegue, operación y mantenimiento de redes

Telefónica invierte de manera sostenida en el **despliegue, operación y mantenimiento de infraestructuras de telecomunicaciones fijas y móviles**, garantizando una amplia cobertura y servicios de conectividad de alta calidad para clientes residenciales, empresariales y corporativos. La Compañía impulsa el uso de **tecnologías de última generación**, como la fibra óptica y las redes móviles de alta velocidad, para asegurar capacidades de banda ultra ancha que respondan a la creciente demanda de datos.

Para la prestación de estos servicios, Telefónica adquiere y gestiona **licencias de espectro**, cumpliendo estrictamente con los marcos regulatorios aplicables y asegurando la continuidad, estabilidad y calidad de sus operaciones. En paralelo, la evolución hacia **redes virtualizadas y definidas por software (SDN)**, junto con la apertura de APIs, permite una mayor flexibilidad operativa,



la personalización de servicios y la optimización del uso de la red, con impactos positivos en eficiencia energética.

La Compañía implementa **modelos de compartición de infraestructura** con otros operadores, especialmente en zonas de menor densidad poblacional, maximizando la eficiencia del capital invertido y reduciendo el impacto ambiental. Asimismo, explora esquemas innovadores de inversión, como *joint ventures* y alianzas con fondos de infraestructura, para acelerar el despliegue de redes.

## 2.4.2. Productos y servicios

Telefónica desarrolla una **oferta convergente e integrada** que combina conectividad fija y móvil, servicios digitales, televisión y soluciones avanzadas, adaptadas a las necesidades de hogares, empresas y administraciones públicas. La Compañía ofrece servicios de Internet de alta velocidad, datos móviles, televisión por suscripción (IPTV) y contenidos OTT, tanto propios como de terceros, accesibles desde múltiples dispositivos.

Más allá de la conectividad, Telefónica impulsa un portafolio de **productos y servicios digitales** en ámbitos como ciberseguridad, cloud, análisis de datos, IoT, entretenimiento, educación y energía, apoyándose en alianzas estratégicas con empresas líderes del sector tecnológico. En el segmento corporativo, ofrece soluciones integrales que combinan conectividad, servicios en la nube y capacidades profesionales especializadas.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con una **oferta mayorista**, dirigida a otros operadores, en cumplimiento de la regulación vigente y mediante acuerdos comerciales que fortalecen el ecosistema del sector.

Telefónica Movistar Colombia ofrece un amplio portafolio de productos y servicios para la conectividad y transformación digital de las personas, emprendedores, pymes, empresas y corporaciones (ver más en el capítulo 5.4. Desempeño y Crecimiento del Segmento B2B).

Productos y servicios móviles			Servicios fijos			Servicios digitales				
Prepago	Pospago	Terminales	Internet Banda Ancha (Fibra/Cobre)	Televisión	Telefonía fija	Internet de las Cosas (IOT)	Big Data	Advertising	Ciber seguridad	Cloud

Planta Clientes /Accesos								
Móvil		Línea Básica	Banda Ancha		Televisión	Dedicado	RPVS	Total
Prepago	Pospago		FTTH	Cobre				
17.713.766	5.354.873	1.068.309	1.596.020	4.056	771.772	9.262	11.108	26.529.166



### 2.4.3. Relación con clientes

Telefónica mantiene una relación directa y multicanal con sus clientes a lo largo de todo el *customer journey*, apoyada en canales presenciales y digitales, con el objetivo de garantizar la calidad del servicio y maximizar la satisfacción, medida a través del Net Promoter Score (NPS).

La Compañía utiliza analítica avanzada e inteligencia artificial para comprender mejor a sus clientes y ofrecer propuestas personalizadas que fortalecen la experiencia y la fidelización, asegurando a su vez altos estándares de protección de datos, privacidad y ciberseguridad.

En coherencia con su compromiso con la inclusión digital, amplía la cobertura de sus redes, adapta sus ofertas a distintos segmentos de la población y promueve la reutilización y reciclaje de equipos al final de su ciclo de vida.

### 2.4.4. Cadena de Valor

(GRI Contenido 2-6)

La cadena de valor de Telefónica comprende el conjunto de actividades, recursos y relaciones que sustentan su modelo de negocio y su interacción con el entorno en el que opera. Abarca todo el ciclo de creación de valor, desde la concepción de los productos y servicios, pasando por su desarrollo, prestación y consumo, hasta su fin de vida útil.

Para su análisis, la cadena de valor se estructura en tres grandes dimensiones: fases anteriores (upstream), operaciones y fases posteriores (downstream). Estas dimensiones se desarrollan a lo largo de ocho fases, que integran actividades y subactividades específicas, los principales actores involucrados y las geografías más representativas en las que opera la Compañía.



Dimensiones	Fases	Actividades y subactividades			
FASIS ANTERIORES (UPSTREAM)	 <b>APROVISIONAMIENTO</b>	<b>Bienes para el desarrollo del negocio:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Infraestructura</li> <li>Equipamiento</li> <li>Dispositivos (móviles, routers...)</li> <li>Inmobiliario</li> <li>Mobility (equipos terminales)</li> <li>Software</li> </ul>	<b>Servicios y obras:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Red e infraestructura</li> <li>Logística y transporte</li> <li>Consultoría</li> <li>Otros servicios</li> </ul>	<b>Alquileres y compartición de infraestructuras:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Acuerdos con agentes</li> </ul> <b>Suministros:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Energía</li> <li>Agua</li> </ul>	
	 <b>INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO</b>	<b>Desarrollo de nuevas tecnologías</b> <b>Mejora de productos existentes</b>			
OPERACIONES	 <b>OPERACIONES</b>	<b>Instalación de infraestructuras de red, cliente y data center:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planificación y diseño</li> <li>Despliegue y operación</li> <li>Instalación de equipamiento (routers...)</li> <li>Desmantelamiento de red</li> <li>Gestión de residuos</li> </ul>	<b>Gestión de redes, sistemas y cloud:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Monitorización y supervisión</li> <li>Operaciones red y mantenimiento</li> <li>Servicios de seguridad</li> </ul>	<b>Producción de servicios audiovisuales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creación-diseño y captación de contenido</li> <li>Distribución, operación y transmisión de contenido</li> </ul>	
	 <b>ACTIVIDADES DE SOPORTE</b>	<b>Actividades de soporte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>RR.HH.</li> <li>Financiación</li> </ul>			
	 <b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>	<b>Servicios de Comunicaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Redes Móviles</li> <li>Redes Fijas</li> <li>Otros servicios (por ejemplo, roaming)</li> </ul> <b>Servicios digitales y Cloud:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Servicios Cloud</li> <li>Soluciones Digitales (IoT, Big Data, IA...)</li> <li>Ciberseguridad</li> <li>Consultoría</li> </ul>	<b>Venta e instalación de dispositivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Móviles, ordenadores...</li> <li>Routers</li> </ul> <b>Otros productos y servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Movistar Prosegur Alarmas</li> <li>Reloj TeCuida</li> <li>Solar 360...</li> </ul>	<b>Servicios audiovisuales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plataforma digital</li> <li>Canales televisión</li> <li>Producciones (cine, programas...)</li> </ul>	
	 <b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>Canales asistidos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Venta en tienda, atención telefónica y red de comerciales</li> </ul>	<b>Canales no asistidos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plataformas digitales</li> </ul>	<b>Logística y distribución Marketing y comunicación</b>	
FASIS POSTERIORES (DOWNSTREAM)	 <b>USO</b>	<b>Uso de productos y servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Servicios de comunicaciones</li> <li>Servicios digitales y cloud</li> <li>Servicios audiovisuales</li> <li>Dispositivos</li> </ul>			
	 <b>POSTVENTA</b>	<b>Servicio de atención al cliente (presencial y en remoto):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de reclamaciones</li> <li>Servicio de consulta</li> </ul>	<b>Soporte técnico y reparación</b> <b>Logística inversa</b> <b>Gestión de residuos de cliente</b>		

La cadena de valor de Telefónica involucra diversos agentes que participan en sus distintas etapas. En las fases anteriores (upstream) se encuentran los proveedores de bienes y servicios, otros suministradores y entidades financieras, clave para el inicio de la actividad.

En la fase de operaciones intervienen los empleados propios, empresas colaboradoras y otras operadoras, responsables del desarrollo y prestación de los servicios.

En las fases posteriores (downstream) participan los clientes B2B y B2C, los centros de atención y las agencias de marketing, esenciales para la distribución, el uso y el servicio postventa. De forma transversal, la Compañía gestiona canales de distribución y atención —tiendas, atención telefónica y



plataformas digitales— así como soporte técnico y servicios de reparación, garantizando una experiencia integral al cliente.

## 2.5. Participación en Iniciativas

Con el fin de fortalecer y aunar esfuerzos en materia de desarrollo sostenible, la Compañía promueve y participa en distintas iniciativas con organizaciones nacionales e internacionales:

Pacto Global Red Colombia: Mesa Anticorrupción, Mesa de Inclusión, WEPS, Mesa Derechos Humanos	Espacios Laborales Seguros Sin Acoso (ELSA) – GenderLab y Banco Interamericano de Desarrollo	VIGUÍAS – Centro de Internet Seguro (Te Protejo, Tú Lideras, Te Guío y Centro de Conocimiento)	Compromiso Empresarial Anticorrupción (CEA) – Transparencia por Colombia.	G12 –Éxito, Bavaria, ISA, Postobón, Enel, Ecopetrol, Terpel, Sura, Nutresa, Argos y Bancolombia.
Acuerdo para la Sostenibilidad – ANDESCO	Alianza Unidos por los ODS	De Empresas Para Empresas (DEPE) – Alliance for Integrity y Pacto Global.	Espacios Seguros – Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.	Mesa de Gobernanza de Internet para Colombia
My Game My Name, iniciativa internacional equidad en la industria del gaming	Pride Connection Colombia (Comunidad LGBTQ+)	Visión 30/30 Gestión de Envases y Empaques.	We Take Action – Alliance for Integrity	Reto Nacional por la Educación - Colombia Líder
Comisión de Empresas Sostenibles y Responsables ESG – CAMACOES	1.000 Líder por Colombia – Fundación ORIGEN	Guardianes del Páramo - Inter Rapidísimo	#EstarParaEllas - Fundación Instituto Natura y Avon	Laboratorio de Experiencias - Universidad de La Sabana
Guías Colombia en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario	Achievers Lab- Universidad de los Andes y la Universidad Nacional de Colombia	Buenas prácticas en liderazgo ágil y Marketing Challenge – Universidad del Rosario	Workshop Creatividad en Escuela de Innovación Interna MOVE – Universidad del Rosario	EcoCómputo- Gestión de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE)

## 2.6. Participación en Asociaciones

(GRI Contenido 2-28)

La Compañía participa en los siguientes gremios y asociaciones:



Asociación de la Industria Móvil de Colombia - ASOMOVIL	Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones - ASIET	Asociación Nacional de Empesarios de Colombia – ANDI	Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones – ANDESCO	Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia	Cámara Colombiana de Comercio Electrónico
Corporación Excelencia en la Justicia – CEJ	Corporación Red Local del Pacto Global en Colombia	Fundación Carolina	Global System for Mobile Communications Association - GSMA	PROBOYACÁ Región Libertadora	Centro de Investigación y Desarrollo en TIC – CINTEL

## 2.7.Reconocimientos, Premios y Rankings

1° Puesto Speedtest Awards de Ookla: el operador con el Internet fijo más rápido de Colombia	1° Puesto Speedtest Awards de Ookla: el mejor internet fijo para gamers	Top 5 UNIDO ONE Awards 2025 Categoría Mujeres en la Industria: Mujeres en Red Movistar	Foro Económico Mundial – DEI Lighthouses: Mujeres en Red Movistar como iniciativa referente en Diversidad, Equidad e Inclusión.	Premio Plata EFFIE Awards Colombia 2025 - Categoría Internet y/o Telecomunicaciones: Copper Skin
Premio Bronce EFFIE Awards Colombia 2025 - Categoría Positive Change Bien Social Marcas – Servicios: Copper Skin	Premio de Sostenibilidad CAMACOES al proyecto Copper Skin / Tierra Libre de Cobre	Sello Oro - Red Muévete Mejor: Programa de Promoción del Uso de la Bicicleta.	Sello Oro - Red Muévete Mejor: Mejor Programa de Carro Compartido – Sede Morato.	Finalista Premio Andesco – Categoría Ambiental: Tierra Libre de Cobre
AEQUALES distinción especial: “Mejor práctica en sostenibilidad – Paridad de género”	AEQUALES 8.º puesto en el Ranking PAR.	Merco Responsabilidad ESG: 1.º lugar en el sector Telco y 80.º en el ranking general.	Merco Talento: 1.º lugar en Telco y 62.º en el ranking general.	Reconocimiento de TransUnion: 1° operador en Colombia en calidad de datos y reportes centrales de riesgo.
Sello Oro Equipares - Nivel II, otorgado por el Ministerio del Trabajo y el PNUD, con recertificación en tres ocasiones, por el compromiso con la equidad de género.	Red Latinoamericana de Cumplimiento y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF), en el marco de Ethics in Business Latam 2025: Mejor Estrategia de Comunicación en Integridad	4° puesto en el Top 10 Open Corps Connect		

## 2.8.Gestión Certificada

Telefónica Movistar Colombia cuenta con un **Sistema de Gestión Integrado (SGI)**, estructurado bajo estándares internacionales ISO, que constituye un pilar fundamental para asegurar la excelencia operativa, la sostenibilidad del negocio y el cumplimiento de las necesidades y expectativas de sus grupos de interés.

El Sistema de Gestión Integrado está conformado por los siguientes sistemas certificados:



- **Sistema de Gestión de Calidad (SGC)**, certificado desde 2007 bajo la norma **ISO 9001**, orientado a controlar y mejorar de manera continua el desempeño de la Compañía, promoviendo la eficiencia, la excelencia operativa y la satisfacción del cliente en la prestación de los servicios.
- **Sistema de Gestión Ambiental (SGA)**, certificado desde 2007 conforme a la norma **ISO 14001**, enfocado en la protección del medio ambiente, la prevención de impactos ambientales y la adaptación a condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas.
- **Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST)**, certificado desde 2015 bajo la norma **ISO 45001**, que permite identificar, gestionar y controlar los riesgos asociados a la seguridad y salud de los trabajadores, promoviendo entornos laborales seguros y saludables.
- **Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI)**, certificado desde 2016 y alineado con la norma **ISO 27001**, cuyo propósito es proteger los activos de información de la Compañía y preservar sus principios fundamentales de confidencialidad, integridad y disponibilidad, previniendo accesos no autorizados, alteraciones indebidas, pérdida o indisponibilidad de la información.
- **Sistema de Gestión Antisoborno (SGAS)**, certificado desde 2022 bajo la norma **ISO 37001**, orientado a prevenir, detectar y mitigar riesgos de corrupción y soborno, fortaleciendo una cultura de integridad, transparencia y cumplimiento de la normativa anticorrupción.
- **Sistema de Gestión de Continuidad del Negocio (SGCN)**, certificado desde 2022 conforme a la norma **ISO 22301**, que busca preparar, mantener y mejorar las capacidades necesarias para garantizar la continuidad de los servicios críticos ante eventos disruptivos, reafirmando el compromiso de la Compañía con la resiliencia operativa y la sostenibilidad del negocio.

El Sistema de Gestión Integrado es revisado al menos una vez al año por la Alta Dirección, con el fin de evaluar su conveniencia, adecuación y eficacia, así como de definir decisiones estratégicas relacionadas con acciones de mejora, asignación de recursos y necesidades de cambio.

Como parte del ciclo de mejora continua, Telefónica Movistar Colombia realiza auditorías internas anuales al Sistema de Gestión Integrado, las cuales permiten evaluar el cumplimiento de políticas, procedimientos, controles e indicadores, así como la eficacia de la gestión de riesgos. De manera complementaria, se llevan a cabo auditorías externas de certificación por parte del ente certificador, de acuerdo con el alcance de cada norma.

Durante 2025, se realizaron 20 auditorías internas a nivel nacional, incluyendo evaluaciones a procesos propios y a terceros estratégicos (proveedores), con el objetivo de identificar oportunidades de mejora, definir planes de acción y fortalecer el desempeño de los sistemas de gestión. Adicionalmente, se desarrollaron siete auditorías externas por parte de AENOR CONFIA, cuyos resultados satisfactorios ratificaron la vigencia de las certificaciones bajo estándares internacionales, evidenciando un nivel adecuado de madurez, solidez institucional y mejora continua.

En el marco del Sistema de Gestión Integrado, la Compañía incorpora de manera sistemática el análisis de las necesidades y expectativas de las partes interesadas, a partir de los ejercicios de diálogo y del proceso de doble materialidad liderado por el equipo de Sostenibilidad.



Para cada uno de estos asuntos materiales, Telefónica Movistar Colombia define y ejecuta planes de acción específicos, orientados a fortalecer la gestión, mejorar la percepción y confianza de las partes interesadas y asegurar una creación de valor sostenible en el largo plazo.

## 2.9. Modelo de Gestión de Riesgos

### (GRI Contenidos 201-2)

La Compañía dispone de un Modelo de Gestión de Riesgos basado en COSO (Committee of Sponsoring Organizations, de la Comisión Treadway). El mismo se encuentra implantado de forma homogénea en las principales operaciones del Grupo y los responsables de la Compañía, en su ámbito de actuación, realizan la oportuna identificación, evaluación, respuesta y seguimiento de los principales riesgos.

Este modelo, inspirado en las mejores prácticas, facilita la priorización y el desarrollo de actuaciones coordinadas frente a los riesgos, tanto desde una perspectiva global del Grupo, como específica en Colombia.

De otra parte, los Principios de Negocio Responsable establecen de forma específica que: *“Establecemos controles adecuados para evaluar y gestionar todos los riesgos relevantes para la Compañía”*. En este sentido, la Compañía dispone de una Política de Gestión de Riesgos, aprobada por el Consejo de Administración, y un Procedimiento de Gestión de Riesgos del Grupo Telefónica, basados ambos en la experiencia, las mejores prácticas y las recomendaciones de Buen Gobierno Corporativo; contribuyendo así a la mejora continua en el desempeño de los negocios.

El Modelo se adapta a los cambios del entorno y analiza periódicamente el contexto interno y externo de la Compañía, así mismo *“Se vinculan los principales riesgos a los objetivos estratégicos de la Compañía”*.

Resultado de ello y para facilitar a los gestores de la Compañía el proceso de identificación de los riesgos, el Grupo Telefónica dispone de un catálogo de riesgos que se actualiza de forma periódica y que permite homogeneizar y consolidar la información y atender los requerimientos de reporte interno y externo sobre los principales riesgos. El catálogo de riesgos considera cuatro categorías de riesgos:

- **Riesgos de Negocio** – riesgos relacionados con el sector y especialmente con la estrategia de la Compañía, como son la evolución de la competencia y la consolidación del mercado, el marco regulatorio, la cadena de suministro, la innovación tecnológica, la privacidad de datos, la gestión del talento, la adaptación a las demandas cambiantes de los clientes y/o al desarrollo de nuevos estándares éticos o sociales.
- **Riesgos Operacionales** – riesgos relacionados con la ciberseguridad; el cambio climático, las catástrofes naturales y otros factores que pueden provocar daños físicos a la infraestructura técnica que pueden causar fallos en la red, interrupciones del servicio o pérdida de calidad; riesgos relacionados con el cliente; con las personas, así como la gestión operativa.
- **Riesgos Financieros** – riesgos derivados de movimientos adversos del entorno económico o de las variables financieras, y de la capacidad de la empresa para hacer frente a sus compromisos,



hacer líquidos sus activos y tener capacidad de financiación para llevar a cabo el plan de negocio, incluyendo los temas fiscales.

- **Riesgos Legales y de Cumplimiento Normativo** – riesgos relacionados con los litigios y el cumplimiento normativo, incluyendo la legislación contra la corrupción; así como el cumplimiento de las obligaciones legales y de los propios objetivos de la Compañía en materia ambiental, social y de gobernanza (ESG).

### 2.9.1. Proceso de Gestión de Riesgos

El proceso de Gestión de Riesgos toma como referencia la estrategia y objetivos de la Compañía, como base para la identificación de los principales riesgos que pudieran afectar a su consecución. Este proceso se realiza en las principales operaciones del Grupo dos veces al año. Asimismo, se contempla un proceso de reporte de urgencia, en el caso de que se tenga conocimiento de un nuevo riesgo o de algún cambio significativo en los riesgos ya existentes.

El proceso consta de cuatro etapas, las cuales se describen a continuación:



#### Identificación de los riesgos

Los riesgos son identificados por los gestores atendiendo tanto a los factores que los causan como los efectos que puedan tener en la consecución de los objetivos. En esta identificación de riesgos se consideran tanto aquellos riesgos asociados al plan estratégico como los potenciales 'riesgos emergentes', entendiéndose por tales riesgos los que eventualmente pudieran tener un impacto adverso en el desempeño futuro, si bien su resultado y horizonte temporal es incierto y difícil de predecir.

#### Evaluación de los riesgos

El objetivo de la evaluación de riesgos es dar un orden de magnitud o relevancia de estos, considerando tanto su eventual impacto como su probabilidad de ocurrencia.



## Respuesta y planes de actuación frente a los riesgos

El Modelo de Gestión de Riesgos contempla procedimientos para dar respuesta a los riesgos generalmente a través de planes de mitigación. En este sentido, contempla procedimientos para dar respuesta a los desafíos. A continuación, se describen los distintos tipos de respuesta al riesgo:

En relación con los mecanismos de respuesta ante los riesgos, en el caso de los riesgos financieros, como los relativos a la evolución de los tipos de cambio o de los tipos de interés, se acometen actuaciones globales, fundamentalmente a través del uso de derivados financieros. En relación con los riesgos fiscales, se realiza un seguimiento de los principales asuntos identificados. Asimismo, para gran parte de los riesgos operacionales, el Grupo dispone de Programas Multinacionales de seguros o seguros negociados localmente en cada país, según el tipo de riesgo y cobertura.



## Seguimiento y reporte

De acuerdo con la diversa tipología de los riesgos, los mecanismos de seguimiento y respuesta ante los mismos incluyen iniciativas globales y/o actuaciones específicamente orientadas a atender riesgos concretos en Colombia.

### 2.9.2. Roles y responsabilidades

Todas las personas dentro de la organización tienen la responsabilidad de contribuir a la gestión de riesgos, lo que conlleva integrar tal concepto dentro de la organización y a la descripción de las responsabilidades del trabajo de cada persona. De cara a la coordinación de estas actividades, se distribuyen los siguientes roles y responsabilidades:

- **Supervisión del sistema de gestión de riesgos:** la Junta Directiva, a través de su Comité de Auditoría supervisa la eficiencia del Sistema de Gestión de Riesgos
- **Responsables de los riesgos:** estos participan activamente en la estrategia de riesgos y en las decisiones sobre su gestión. A cada uno de los riesgos identificados se le asignará un gestor (normalmente directivo), elaborando un plan para su mitigación y realizando un seguimiento efectivo de su evolución.
- **Función de Gestión de Riesgos:** como soporte al desarrollo de las actividades de supervisión por parte de la Comisión de Auditoría, se ha establecido una función de gestión de riesgos, dentro del área de Auditoría Interna, independiente de la gestión, con el fin de impulsar, soportar, coordinar y verificar la aplicación de lo establecido en la Política de Gestión de Riesgos. Esta función no es propietaria de los riesgos ni asume responsabilidad, pues esta misión es encomendada a las áreas responsables de los riesgos.



### 2.9.3. Principales impactos, riesgos y oportunidades

Los riesgos e incertidumbres más significativos a los que se enfrenta la Compañía y que podrían afectar su negocio, su situación financiera y sus resultados, deben ser considerados junto con la información recogida en los estados financieros:

- La Compañía opera en un mercado altamente regulado, por lo que cambios desfavorables en las condiciones regulatorias podrían afectar de forma importante el escenario competitivo que afronta la empresa.
- La creciente sofisticación y automatización del cibercrimen junto con vulnerabilidades técnicas presentes en sistemas o redes, podría generar potenciales amenazas de seguridad digital, fuga de información, accesos no autorizados o indisponibilidad de los sistemas, así como contingencias por incumplimiento de Normatividad Local e impacto reputacional ante la ocurrencia de acusaciones mediáticas.
- La Compañía se ve expuesta a litigios de distinta naturaleza (laborales, de competencia, de consumidores o regulatorios) cuyos resultados son impredecibles y pueden afectarla, no solo en términos económicos, sino también por su impacto en la imagen y reputación ante su posible repercusión en los medios.

### 2.10. Gestión y relación con los grupos de interés

(GRI Contenidos 2-25, 2-26, 2-29)

Telefónica gestiona la relación con sus partes interesadas y usuarios de la información (grupos de interés) con el propósito de **generar valor mutuo** y construir vínculos de confianza que permitan **alinearse** **expectativas**, identificar asuntos relevantes y anticipar tendencias en materia de sostenibilidad. Este enfoque fortalece la perdurabilidad del negocio y contribuye a una toma de decisiones informada y orientada al largo plazo.

#### Estrategia de gestión y relación con los grupos de interés

La Compañía actualizó su proceso de **identificación, segmentación y priorización** de grupos de interés a lo largo de toda su cadena de valor. La priorización se realizó a partir de una evaluación de **influencia** e **interés**, considerando, entre otros criterios: impacto sobre la operación, nivel de dependencia, frecuencia de interacción, participación en situaciones críticas, y relevancia atribuida a la reputación corporativa. Los Grupos de interés son:



## Enfoque de priorización y niveles de relacionamiento

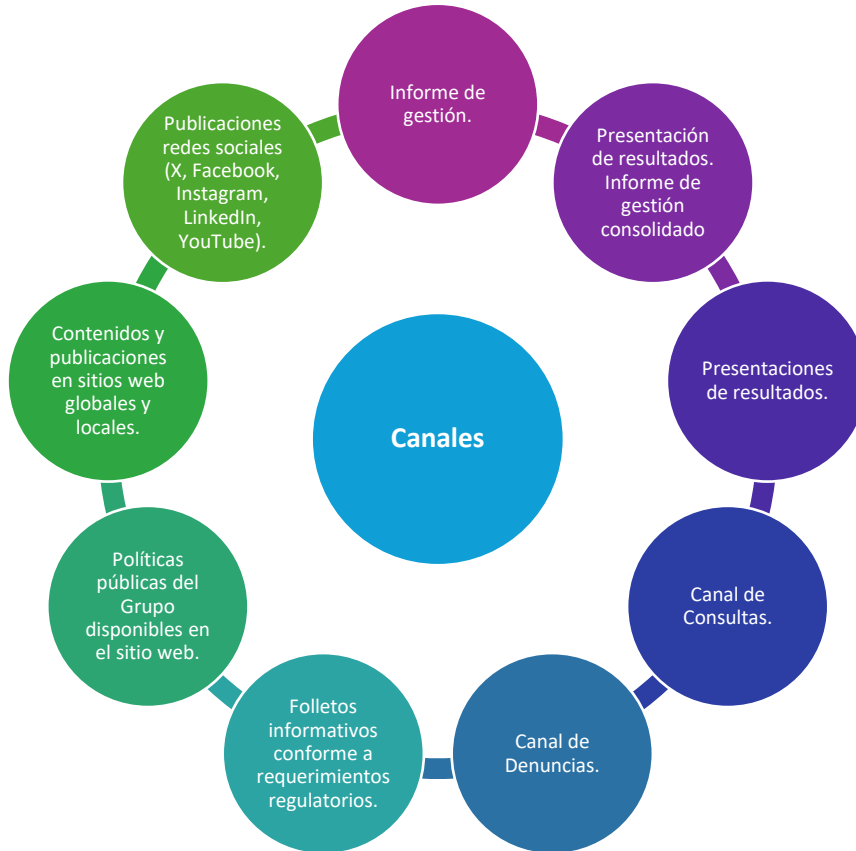
A partir de la evaluación de influencia e interés, la Compañía define niveles de interacción diferenciados, ajustando el tipo de comunicación y participación según las expectativas y necesidades de cada grupo:

- **Grupos principales (alta influencia/alto interés):** relacionamiento continuo, bidireccional y participativo para incorporar expectativas en decisiones estratégicas y políticas de sostenibilidad.
- **Grupos latentes (alta influencia/bajo interés):** comunicación estratégica puntual, enfocada en asuntos relevantes que puedan impactar su toma de decisiones.
- **Grupos informados (baja influencia/alto interés):** información regular y accesible para facilitar comprensión de impactos y decisiones corporativas.
- **Grupos monitorizados (baja influencia/bajo interés):** comunicación puntual y proporcional, orientada a mantener información mínima relevante.



## Canales de Relacionamiento con Grupos de Interés

Para los grupos de interés principales, se realiza un levantamiento específico de canales y formas de relación —asistidos y autogestionados— con el fin de asegurar una comunicación bidireccional, pertinente y efectiva.



Adicional a esto, la Compañía conoce la percepción de sus grupos de interés y mantiene relación con estos a través de herramientas y canales de diálogo, algunas acciones por Stakeholders son:

### Accionistas e Inversionistas

La Compañía cuenta tanto la Oficina de Atención al Accionista y la Oficina de Atención al Inversionista. En 2025, adicional a las reuniones de la Asamblea General de Accionistas, se realizaron boletines para los accionistas en los cuales se informó los principales acontecimientos relacionados con la Compañía, los estados financieros de fin de ejercicio y de períodos intermedios, así como, los avances del Plan de Negocio Responsable.

De igual manera, para el caso de los inversionistas, se recibieron 35 solicitudes de 25 inversionistas, dando respuesta por medio de correo o reunión programada.



## Colaboradores(as)

Telefónica Movistar Colombia mantiene un enfoque estratégico en el relacionamiento con sus colaboradores, reconociendo que su bienestar, motivación y compromiso son pilares clave para el logro de los objetivos del negocio y la sostenibilidad de la Compañía.

Anualmente se realiza la Encuesta de Motivación, a través de la cual se mide el *Employee Net Promoter Score (eNPS)* como indicador de experiencia y compromiso. En 2025, el eNPS alcanzó un **82%**.

Durante el año se implementaron iniciativas orientadas al bienestar integral, el fortalecimiento del liderazgo y el reconocimiento, entre las que se destacan campañas de **Desconexión Digital**, programas de beneficios asociados al tiempo y experiencias, talleres de salud financiera, física y emocional, así como programas de alto impacto como **Wellness en Centros de Experiencia, Cuidadores y Seniors**, promoviendo el equilibrio entre la vida personal y laboral.

Asimismo, en 2025 la Compañía fortaleció los espacios de diálogo y comunicación interna a nivel nacional, a través de:

- **Diálogo con la Alta Dirección:** realización de 14 conversatorios presenciales *Date un Break*, liderados por el Presidente (CEO) en diferentes sedes del país.
- **Acompañamiento territorial:** desarrollo de 186 espacios de diálogo liderados por Directores y Gerentes Regionales, fortaleciendo la cercanía con los equipos.
- **Prácticas colaborativas:** implementación de los *Cafés Dupla*, promoviendo el intercambio entre directivos y equipos de distintas áreas.
- **Comunicación gerencial estructurada:** reuniones gerenciales trimestrales en formato híbrido, con una participación promedio de 1.400 colaboradores por sesión y apoyo de un esquema de comunicación en cascada.



## Gestión de la experiencia y la voz del CLIENTE

Telefónica Movistar Colombia gestiona de forma sistemática la experiencia de sus clientes, con foco en la resolución ágil y eficiente de requerimientos, la consistencia en las interacciones y el fortalecimiento de una propuesta de valor competitiva.

La experiencia del cliente se mide a través del **Net Promoter Score (NPS)**, bajo el modelo **ACSI**, como uno de los indicadores estratégicos corporativos. En 2025 se aplicaron **3,4 millones de encuestas**, con resultados auditados por un tercero independiente. Al cierre del año, el NPS alcanzó **23%**, superando en **7 puntos porcentuales** a la competencia medida bajo la misma metodología.

Durante el año, la Compañía consolidó el **NPS transaccional** a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente, apoyándose en analítica avanzada e inteligencia artificial (speech-to-text y text analytics), lo que permitió aumentar en **600%** la volumetría de encuestas analizadas. Este enfoque fortaleció la escucha activa, la identificación temprana de oportunidades de mejora y la capacidad de respuesta de las áreas gestoras, contribuyendo a una gestión integral y sostenible de la experiencia del cliente.



## Medios de Comunicación /Periodistas

Durante 2025, la Compañía fortaleció una relación estratégica, cercana y de valor con los medios de comunicación y periodistas, impulsando la comprensión del sector, la adopción tecnológica y la visibilización de iniciativas con impacto social, educativo y deportivo:

- **Formación en Inteligencia Artificial para periodistas:** Se realizó una capacitación virtual sobre herramientas de IA aplicadas al ejercicio periodístico, con la participación de 68 periodistas a nivel nacional, posicionando a la Compañía como referente en innovación y transformación digital.
- **Educación en ciberseguridad infantil:** En alianza con la Policía Cibernética y el ICBF, los medios fueron aliados clave para la difusión de la primera capacitación en ciberseguridad dirigida a niños, realizada en el Movistar Game Club. La iniciativa generó más de 50 publicaciones y un alto impacto digital.
- **Impulso a los esports como disciplina deportiva:** Se promovió el reconocimiento de los esports en medios deportivos tradicionales mediante iniciativas como el *Deportista del Año* y la *Liga Universitaria de Videojuegos*, alcanzando 316 publicaciones con un valor estimado superior a \$1.243 millones.
- **Reconocimientos al periodismo con enfoque sostenible:** En la 4.ª edición del *Premio de Periodismo Porvenir a la Sostenibilidad*, organizada por Porvenir y la Universidad de Antioquia, participaron 238 trabajos de más de 20 departamentos. **El Espectador** obtuvo dos galardones en la categoría *Aporte al Deporte* (audiovisual y prensa escrita), destacando historias que promueven salud mental y desarrollo sostenible en territorios como Vaupés.
- **Gamer del Año en premiación tradicional:** Se logró posicionar, por primera vez, la categoría *Gamer del Año* en una premiación de deporte tradicional. El proceso incluyó un torneo nacional de varios meses con más de 700 participantes, cuyo ganador fue reconocido en el marco del *Deportista del Año* de **El Espectador**.



## Relacionamiento digital y posicionamiento de marca

Durante 2025, Telefónica y Movistar se consolidaron como las marcas del sector de telecomunicaciones con mayor volumen de menciones y con el mejor balance de sentimiento positivo en el entorno digital, incluyendo redes sociales, blogs y medios de comunicación.

Las menciones sumaron **1.052.673** e impactaron a **444.8 millones de perfiles**. De estos resultados, el 57% registró un sentimiento positivo, el 26% neutro y el 17% negativo.

- **Principales promotores de menciones positivas:**
  - **Patrocinios:** como ha ocurrido en los últimos años, los sorteos semanales en redes sociales fueron el mayor generador de menciones positivas. Allí se destacan, la entrega de boletas para eventos en el **Movistar Arena** y de consolas de videojuegos, en línea con la promoción del mundo Gamer atado a los beneficios de la Fibra Movistar.
  - **Iniciativas deportivas:** otros temas clave el año pasado fueron las dinámicas digitales con la Selección Colombia, y las diversidades actividades ciclísticas realizadas con la etiqueta #RetoMovistar.
- **Las actividades institucionales más destacadas:** sobresalieron hitos como el evento *Conectividad para el Desarrollo*, la activación de la red única junto a Tigo, el Summit Logística Movistar 2025, la vinculación a la campaña #EstarParaEllas, campañas de equidad de género, jornadas de voluntariado, anuncios estratégicos del CEO, el despliegue de la primera red privada LTE industrial en Puerto Antioquia y reconocimientos corporativos y de liderazgo.

Estas acciones consolidaron la presencia digital de la Compañía, generando conexiones positivas con diversos públicos y fortaleciendo el posicionamiento de sus marcas.

## 2.10.1. Materialidad

### (GRI Contenido 3-1, 3-3)

Telefónica actualizó su proceso de **doble materialidad** en cumplimiento de la **Directiva Europea 2022/2464 de Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad (CSRD)**, el **Reglamento Delegado (UE) 2023/2772**, que incorpora las **Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS)**, y las guías metodológicas **IG1 (Análisis de Materialidad)** e **IG2 (Cadena de Valor)** del EFRAG.

Si bien el **diseño metodológico y el levantamiento del proceso de doble materialidad se definen a nivel corporativo**, su **aplicación e implementación en Colombia** se realiza considerando el **contexto local**, las particularidades del entorno operativo, regulatorio y social del país, así como las expectativas de los grupos de interés relevantes a nivel nacional. De esta manera, Telefónica Movistar Colombia asegura la coherencia con el enfoque global del Grupo, al tiempo que garantiza la pertinencia y relevancia de los asuntos materiales en su realidad local.

Este ejercicio facilita la integración de los asuntos de sostenibilidad materiales en la estrategia y en la toma de decisiones de la Compañía, y permite que sus políticas, planes de acción, métricas y objetivos estén alineados con sus asuntos críticos desde una **doble perspectiva**:



- **Materialidad financiera:** riesgos y oportunidades ambientales, sociales y de gobernanza que pueden afectar el desempeño financiero, la rentabilidad y la capacidad de creación de valor.
- **Materialidad de impacto:** impactos positivos y negativos derivados de la actividad de la Compañía sobre la sociedad, el medioambiente y los derechos humanos, a lo largo de la cadena de valor.

### 2.10.1.1. Metodología proceso de doble materialidad

Para la **actualización de los temas materiales**, la Compañía sigue las **recomendaciones de los Estándares GRI**, mediante un **proceso estructurado en cuatro pasos**, alineado con las mejores prácticas internacionales y complementario al enfoque de doble materialidad exigido por la CSRD. Este análisis se revisa de manera anual. Al tratarse del primer año de aplicación integral del marco CSRD–NEIS en la operación Colombia, no es posible realizar una comparación plena con ejercicios anteriores. El proceso se desarrolló en **cuatro fases**:



#### Análisis de contexto

Esta fase permitió identificar los asuntos de sostenibilidad relevantes a partir del listado de temas, subtemas y sub-subtemas recogidos en el **AR 16 de la NEIS 1**, considerando el contexto interno y externo de la Compañía. A continuación, se explica el detalle de las fuentes y grupos de interés que se han considerado en esta fase:



#### Identificación y evaluación de impactos

- **Identificación de impactos:** Los impactos, tanto positivos como negativos, reflejan los efectos que la estrategia, el modelo de negocio y la cadena de valor de Telefónica pueden generar sobre el medioambiente y las personas. Estos impactos se identificaron considerando las



operaciones propias, las relaciones comerciales, las actividades a lo largo de la cadena de valor, las geografías donde opera la Compañía y los grupos de interés potencialmente afectados.

- Los **impactos positivos** se analizaron principalmente a partir del Informe de Contribución Socioeconómica, utilizando metodologías reconocidas internacionalmente como las desarrolladas por Harvard Business School, Value Balancing Alliance (VBA), World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y Capitals Coalition.
  - Por su parte, los **impactos negativos** se identificaron a partir de la Evaluación de Impactos en Derechos Humanos y Medioambiente y del proceso de debida diligencia, con el acompañamiento de expertos independientes.
- **Evaluación de impactos:** Una vez identificados, los impactos positivos y negativos fueron evaluados conforme a las siguientes variables:

Tipo de impacto	Variables de evaluación
<b>Impactos positivos potenciales</b>	Si existe valoración económica: MAGNITUD (Valoración económica + Alcance + Escala), PROBABILIDAD (Probabilidad del impacto x Horizonte temporal) Si no existe valoración económica: MAGNITUD (Alcance + Escala), PROBABILIDAD (Probabilidad del impacto x Horizonte temporal)
<b>Impactos positivos reales</b>	Si existe valoración económica: MAGNITUD (Valoración económica + Alcance + Escala) Si no existe valoración económica: MAGNITUD (Alcance + Escala)
<b>Impactos negativos potenciales</b>	SEVERIDAD (Alcance + Escala + Remediabilidad), PROBABILIDAD (Probabilidad del impacto x Horizonte temporal) En caso de que el impacto afecte a los derechos humanos, se asigna un mayor peso a la severidad para que prevalezca sobre la probabilidad
<b>Impactos negativos reales</b>	SEVERIDAD (Alcance + Escala + Remediabilidad)

## Identificación y evaluación de riesgos y oportunidades

Los riesgos y oportunidades ESG se integran en el **Modelo Global de Gestión de Riesgos (ERM)** de Telefónica, junto con los riesgos financieros, operativos y de cumplimiento.

### Evaluación

- **Riesgos:** Magnitud potencial × Probabilidad (incluyendo magnitud reputacional cuando aplica).
- **Oportunidades:** Magnitud potencial × Probabilidad, utilizando escenarios monetizados definidos por el área de Estrategia.

Las principales fuentes fueron el Mapa de Riesgos, el Plan de Acción Climática, los Planes de Financiación Sostenible y el Plan Estratégico.

## 2.10.1.2. Temas materiales

(GRI Contenidos 3-1, 3-2)



Tras la consolidación y normalización de las evaluaciones, se estableció un **umbral único de materialidad de 2** en una escala de 1 a 5 para materialidad financiera y de impacto. Las normas (NEIS) y Asuntos de sostenibilidad materiales tras el establecimiento de este umbral se detallan a continuación:

Temáticas materiales	
<b>E1 – Cambio climático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Adaptación al cambio climático</b></li> <li>• <b>Mitigación del cambio climático</b></li> <li>• <b>Energía</b></li> </ul>
<b>E5 – Uso de los recursos y Economía circular</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Entradas de recursos</b>, incluida la utilización de los recursos</li> <li>• <b>Salidas de recursos</b> relacionadas con productos y servicios (incluye residuos)</li> </ul>
<b>S1 – Personal propio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> Empleo seguro, Tiempo de trabajo, Salarios adecuados, Diálogo social, Libertad de asociación, Negociación colectiva, Conciliación laboral, Salud y seguridad</li> <li>• <b>Igualdad de trato y oportunidades para todos:</b> Formación y desarrollo de capacidades, Igualdad de género e igualdad de remuneración por un trabajo de igual valor, Diversidad, Medidas contra la violencia y el acoso en el lugar de trabajo</li> <li>• <b>Otros derechos laborales:</b> Privacidad</li> </ul>
<b>S2 – Trabajadores de la cadena de valor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Condiciones de trabajo:</b> Empleo seguro, Tiempo de trabajo, Salarios adecuados, Libertad de asociación, Negociación colectiva, Conciliación laboral, Salud y seguridad</li> <li>• <b>Otros derechos laborales:</b> Privacidad</li> </ul>
<b>S4 – Consumidores y usuarios finales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Impactos relacionados con la información para los consumidores o usuarios finales:</b> Privacidad</li> <li>• <b>Inclusión de los consumidores o usuarios finales:</b> Acceso a productos y servicios</li> </ul>
<b>G1 – Conducta empresarial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cultura corporativa</b></li> <li>• <b>Compromiso político y actividades de los grupos de presión</b></li> <li>• <b>Gestión de las relaciones con los proveedores</b></li> <li>• <b>Corrupción y soborno:</b> Prevención y detección, incluida la formación y Casos</li> <li>• <b>Seguridad en la red y los datos:</b> Ciberseguridad, Seguridad operativa</li> </ul>

### 2.10.1.3. Vinculación de los asuntos materiales a la estrategia de negocio

(GRI Contenido 3-1, 3-3)



Los resultados del proceso de doble materialidad constituyen un insumo estratégico clave para la toma de decisiones y la priorización de iniciativas del Grupo Telefónica. Los impactos, riesgos y oportunidades (IROs) identificados han sido analizados de manera integral y vinculados directamente tanto con el **modelo de negocio** como con los **ejes estratégicos corporativos**, permitiendo integrar la sostenibilidad como un habilitador transversal del valor a largo plazo.

Los asuntos materiales se relacionan con las principales actividades del modelo de negocio de Telefónica, entre las que se destacan:

- **Despliegue, operación y mantenimiento de redes**, fundamentales para garantizar conectividad resiliente, eficiencia energética y continuidad del servicio.
- **Desarrollo, empaquetamiento y comercialización de productos y servicios**, orientados a la innovación, la digitalización y la creación de soluciones sostenibles para clientes.
- **Relación con clientes y otros grupos de interés**, basada en la confianza, la protección de datos, la inclusión digital y la experiencia del usuario.

De forma complementaria, estos asuntos se alinean con los ejes estratégicos corporativos enfocados en:

- Transformar la relación con el cliente.
- Transformar el modelo operativo mediante eficiencia, digitalización y automatización.
- Comprometerse con la creación de valor sostenible y responsable en el largo plazo.

Esta vinculación permite comprender cómo los asuntos materiales influyen en la capacidad de la Compañía para:

- Generar ingresos y capturar nuevas oportunidades de negocio.
- Optimizar costos y mejorar la eficiencia operativa.
- Gestionar riesgos operativos, regulatorios, reputacionales y ESG.
- Fortalecer la innovación tecnológica, el desarrollo del talento y la competitividad.

Asimismo, facilita la definición de **planes de acción, objetivos y métricas** alineados con los IROs materiales, fortaleciendo la coherencia entre estrategia, gestión operativa y reporte de sostenibilidad.



# Gestión 2025

## 3. Gestión Económica y Financiera

(GRI Contenido 201-1, 203-1, 203-2)

En el 2025 las condiciones macroeconómicas tuvieron resultados mixtos. La actividad económica llegó a su estado de equilibrio gracias a un mayor dinamismo del consumo interno, impulsado por un gasto fiscal elevado y por el buen desempeño de sectores como el comercio y el entretenimiento. Sin embargo, la inflación permaneció por encima de la meta del Banco de la República, lo que obligó a mantener altas las tasas de interés. Esta política, junto con las Operaciones de Manejo de Deuda del Ministerio de Hacienda y el debilitamiento global del dólar, fortalecieron el peso colombiano, generando a la vez presiones adicionales sobre el déficit comercial.

Este entorno se combinó con retos estructurales del sector telco: crecimiento por debajo de la inflación, presión sobre la rentabilidad, alto costo del espectro (bandas 700 MHz y 2.500 MHz por encima de referencias internacionales tras la subasta de 2019), y caída del ingreso promedio por gigabyte por ofertas de datos ilimitados a menor precio. Además, se profundizó el desequilibrio con los OTT, que generan más del 60% del tráfico y capturan gran parte del valor económico sin compensación proporcional por el uso de infraestructura. En el mercado fijo, la alta fragmentación (más de 830 proveedores locales) limitó economías de escala, mientras la presencia del operador dominante afectó las dinámicas competitivas.

Esta situación creó un entorno de competencia insostenible que limitaba la capacidad de inversión de los demás actores. Frente a esta realidad, la consolidación del sector se posicionó como la única vía para garantizar la sostenibilidad financiera y la capacidad de afrontar las altas inversiones que requieren el 5G y la fibra óptica. La autorización de nuestra integración por parte de la autoridad de competencia fue la respuesta estratégica para asegurar no solo nuestra sostenibilidad, sino la existencia de un mercado más equilibrado y dinámico, capaz de impulsar la conectividad de clase mundial que Colombia merece

La Compañía consolidó una base total de 26,5 millones de clientes, con un crecimiento de 8,8% frente a 2024, pese a la contracción en líneas de voz fija (-11,2%) y TV de pago (-9%), asociada principalmente a la migración del servicio de DTH a IPTV. En móvil, el desempeño fue positivo, con incrementos de 13,3% en prepago y 4,3% en pospago.

El negocio fijo se consolidó como motor de resiliencia: Fibra Movistar alcanzó cerca de 1,6 millones de clientes conectados (+7% anual) y superó los 6 millones de hogares pasados en 96 municipios —la cobertura geográfica más amplia del país—. Este avance estuvo acompañado del reposicionamiento de la oferta comercial hasta 900 Mbps y de un aumento del Customer Lifetime Value (CLV) del 14,6%, apalancado en un modelo integral de aseguramiento de calidad de punta a punta, desde la prospección comercial hasta la instalación y la gestión postventa.

Estos logros operativos mitigaron la presión sobre los ingresos operacionales, que alcanzaron COP 6,2 billones (-7% interanual), desaceleración presentada principalmente a la terminación de proyectos con clientes corporativos, disminución en las tarifas reguladas por cargos de acceso móvil y la



disminución en los tráficos del servicio de roaming, y terminación del despliegue de infraestructura fija con Onnet; compensado con el impulso comercial en el buen desempeño en los servicios móviles en pospago y prepago con servicios principalmente en conectividad; en servicios fijos a través de la estrategia comercial de más clientes conectados con ofertas de fibra óptica con el 99% de accesos de Banda Ancha Fija ya en esta tecnología—. La oferta convergente "Somos Movistar Total" generó un incremento del 22.5% en ingresos convergentes, generando COP 208 mil millones adicionales frente al año anterior. En la actividad comercial de terminales móviles durante el año 2025 reacciono de forma positiva contrarrestando los impactos del período anterior, permitiendo un incremento por adquisición y renovación. En el segmento B2B, la iniciativa "De Vuelta al Crecimiento" reflejó dinamismo renovado: un aumento del 83% en la actividad comercial con el sector público, 25% más en ingresos del producto PDTI (Plataforma Digital para Transformación Integral) y 40% en el FAV (Free After Value) del producto Office, respondiendo a la demanda acelerada de soluciones en nube, ciberseguridad e IoT por parte de empresas en proceso de digitalización post-pandemia. En los otros ingresos de operación la disminución frente al año anterior corresponde al reconocimiento en el 2024 del beneficio generado por la integración de la operación conjunta asociado a la red única de accesos móviles así como la disminución por la venta de material de cobre como resultado de la transición tecnológica a la red de fibra óptica.

El EBITDA consolidó COP 1,38 billones (margen del 22,3%, -14,3% interanual), disminución atribuida a la pérdida de cliente corporativo, al registro del beneficio en el 2024 por la operación conjunta, a la menor venta del material de cobre, al menor despliegue de infraestructura de fibra óptica con Onnet, que se mitiga con el crecimiento sostenido por el desempeño superior de fibra, servicios móviles, terminales móviles, , y optimización de costos por transformación organizacional mediante simplificación de procesos, renegociación de contratos con aliados estratégicos, implementación de canales comerciales más eficientes, control riguroso de inventarios, disminución de servicios operativos apalancados con las actividades realizadas por la operación conjunta Unired y disminución en las tarifas de interconexión. La inversión (CAPEX) ascendió a COP 533 mil millones, destinada estratégicamente al despliegue de infraestructura móvil y fija, consolidación de la red 5G —donde Telefónica Movistar Colombia se posiciona como pionera, con tecnologías 90% más eficientes energéticamente que las legadas 2G/3G— y fortalecimiento de plataformas digitales y sistemas de atención al cliente para una experiencia ágil y personalizada.

La financiación sostenible reforzó esta posición competitiva: la compañía gestionó COP cerca de 1 billón en Sustainability-Linked Loans (SLL) con entidades financieras como Itaú, Citi, Bancolombia y Bank of Nova Scotia, vinculados a indicadores clave de desempeño ESG —reducción de emisiones de Alcances 1 y 2, así como formación en ciberseguridad de aliados—, alineando el costo del financiamiento con resultados ambientales y operativos responsables, lo que mejoró su reputación ante inversionistas y reguladores.

Los desafíos macroeconómicos y sectoriales impactaron directamente la operación: la inflación rígida del 5% elevó costos indexados (salarios, energía, combustible), la volatilidad cambiaria presionó pasivos denominados en dólares, y la portabilidad intensa comprimó el ARPU móvil. No obstante, Telefónica Movistar Colombia capturó eficiencias operativas cercanas a COP 762 mil millones anuales con aporte directo al ebitda y al flujo de caja junto con la implementación de un nuevo modelo de aseguramiento de calidad del alta, desde la venta hasta la instalación de Fibra; diversificó ingresos — con el 38% de su portafolio B2B certificado con sello Eco Smart para soluciones digitales de eficiencia



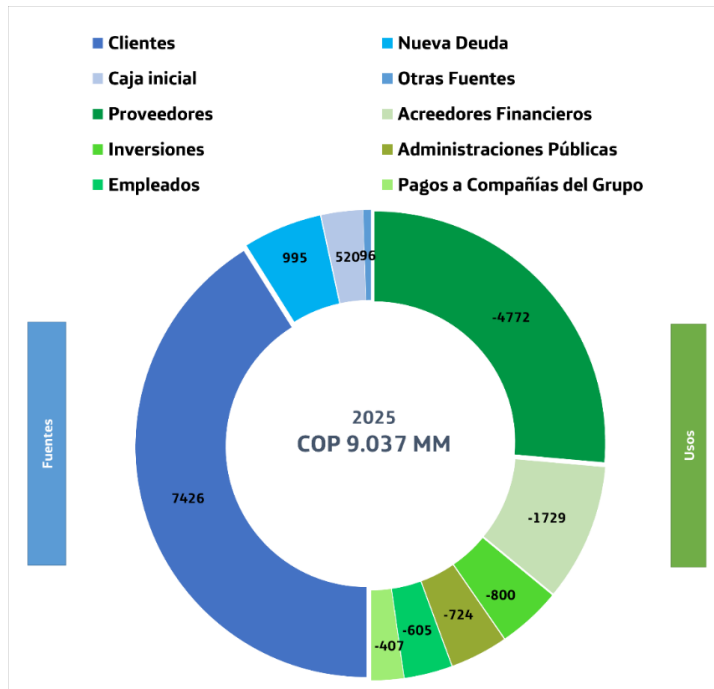
energética— y avanzó en la modernización tecnológica mediante el apagado progresivo de redes obsoletas, mitigando riesgos estructurales de manera proactiva.

En 2025, Telefónica Movistar Colombia consolidó su resiliencia y enfoque estratégico en un entorno desafiante. La ejecución disciplinada del Plan GPS, la convergencia de servicios, el fortalecimiento de la fibra óptica (+7%), la recuperación del B2B y una gestión apoyada en analítica e inteligencia artificial permitieron sostener la rentabilidad pese a la inflación, la volatilidad y el churn. A la vez, la Compañía reforzó su posicionamiento para capturar valor sostenible frente a la competencia de OTTs, una regulación exigente y brechas digitales rurales. Esta gestión, coherente con el modelo BIC y nuevos esquemas como Unired, preservó el desempeño financiero y aportó al desarrollo digital del país, impulsando productividad, competitividad y progreso social.

### 3.1. Fuentes y usos

El flujo de caja presenta fuentes y usos por un total de 9,03 billones de pesos.

En 2025 los usos incluyeron 4,77 billones de pesos para pago a proveedores, 1,72 billones para pagos a acreedores financieros, 800 mil millones de pesos en Inversiones, 724 mil millones de pesos para pagos a administraciones públicas, 605 mil millones de pesos para pagos de nómina empleados y 407 mil millones para pagos a compañías del Grupo.



Cifras en miles de millones de COP

#### 3.1.1. Financiación Sostenible:

La capacidad de Telefónica para ejecutar su hoja de ruta frente al cambio climático y acelerar la transformación de su modelo de negocio depende, en gran medida, de la disponibilidad, el costo y la asignación eficiente del capital. En este contexto, la financiación sostenible se consolida como un habilitador estratégico para la gestión de riesgos climáticos —como el incremento de costos operativos, las exigencias regulatorias y la presión sobre el acceso a financiamiento— y para la captura de oportunidades asociadas a la eficiencia energética, el despliegue de redes más eficientes y la habilitación de servicios digitales con impacto ambiental y social positivo. De esta forma, se alinean los incentivos financieros con metas ESG medibles y verificables.



A nivel global, durante 2025 Telefónica mantuvo una presencia activa en el mercado de capitales mediante emisiones de deuda en formato verde, respaldadas por su Marco de Financiación Sostenible. Este marco garantiza la elegibilidad y trazabilidad de los recursos hacia proyectos con impacto positivo, como el despliegue de redes de fibra óptica y 5G, contribuyendo a la modernización de la infraestructura, la eficiencia operativa y la reducción de la huella ambiental de las redes. De manera complementaria, el Grupo cuenta con financiación bancaria vinculada a indicadores de sostenibilidad (Sustainability-Linked Loans – SLL), integrando métricas ESG en las condiciones financieras. Esta estructura fortalece la resiliencia financiera al diversificar las fuentes de fondeo, proteger la liquidez y vincular el costo de la financiación al desempeño en sostenibilidad.

En Colombia, la financiación sostenible está orientada a la financiación bancaria vinculada a indicadores de sostenibilidad (Sustainability-Linked Loans – SLL); bajo este modelo la Compañía gestionó en 2025 aproximadamente COP 1 billón en deuda con entidades financieras mediante créditos vinculados a indicadores de sostenibilidad. Durante 2025 se formalizaron acuerdos con Itaú y Citi Group, y se renovaron operaciones vigentes con Bancolombia, Bank of Nova Scotia.

Los indicadores asociados a estos compromisos se enfocaron en el fortalecimiento de capacidades en ciberseguridad y en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero de Alcances 1 y 2, consolidando la integración de la sostenibilidad en la gestión del riesgo, el desempeño operativo y el costo de la financiación.

## Aseguramiento y confianza del mercado

Durante 2025 se llevó a cabo el proceso de **Aseguramiento Limitado** y, con base en los informes emitidos por PriceWaterhouseCoopers, las entidades financieras confirmaron el cumplimiento de las metas correspondientes a 2024. Este resultado reforzó la credibilidad del desempeño ESG de la Compañía, la confianza de los financiadores y la solidez del modelo de financiación sostenible como una palanca clave para la ejecución estratégica y la creación de valor a largo plazo.



## E – Construir un futuro más verde

### 4. Gestión Ambiental



Telefónica Movistar Colombia cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) implementado y certificado bajo la norma ISO 14001:2015, el cual garantiza el cumplimiento de los requisitos ambientales aplicables, la identificación y control de los riesgos y aspectos ambientales significativos, la prevención de la contaminación y el uso eficiente de los recursos. Este sistema cubre, entre otros, los procesos de operación y mantenimiento de las redes de telecomunicaciones, y se fundamenta en un estándar riguroso con objetivos y metas claramente definidos.

Tras 18 años de implementación continua, el SGA ha permitido consolidar una cultura de mejora permanente del desempeño ambiental, contribuyendo a la sostenibilidad de las operaciones y al fortalecimiento del control operativo de las actividades, productos y servicios de la Compañía.

El Sistema de Gestión Ambiental se estructura a través de cinco Programas Ambientales, diseñados bajo dos enfoques complementarios: la mitigación de impactos ambientales y la prevención de multas y sanciones. Estos programas se articulan en los siguientes ejes:

- Gestión eficiente de los recursos.
- Energía y cambio climático.
- Economía circular.
- Atención y cumplimiento de los requerimientos legales ambientales.
- Mejora continua del desempeño ambiental.

Para cada programa se han definido indicadores, metas, estrategias, recursos y responsables, asegurando su seguimiento sistemático y su alineación con la estrategia corporativa.

La Compañía se adapta de manera permanente a las tendencias globales en sostenibilidad y se posiciona como referente del sector en gestión de residuos, en coherencia con la estrategia de economía circular tanto a nivel nacional como global. De igual forma, promueve entre sus aliados y contratistas prácticas responsables de gestión ambiental que contribuyan a la reducción de impactos a lo largo de la cadena de valor.

Anualmente se realiza la evaluación de aspectos e impactos ambientales, considerando el ciclo de vida del negocio y la interacción con los procesos administrativos, técnicos y comerciales a nivel nacional. Al cierre de 2025, se identificaron impactos asociados principalmente al consumo de combustibles (diésel y gasolina) en la flota vehicular, el uso de diésel en grupos electrógenos, la generación de residuos peligrosos y las emisiones de CO<sub>2</sub>. Para todos estos aspectos se establecen controles operacionales vinculados a los programas de gestión ambiental, orientados a minimizar y, cuando es posible, eliminar los impactos identificados.

Como parte del seguimiento y control, la Compañía implementa mesas de trabajo con aliados críticos, realiza monitoreo de indicadores de economía circular, cambio climático y cumplimiento legal, y asegura el reporte oportuno a las autoridades ambientales competentes. Adicionalmente, se



desarrollan proyectos ambientales y de eficiencia energética de alcance nacional, definidos a partir del análisis de impactos.

Telefónica cuenta con una Política Global de Medio Ambiente y Energía, aplicable a todas las operadoras del Grupo, que establece los lineamientos y compromisos en esta materia. Entre sus principales compromisos se destacan:

- Cumplir la legislación ambiental y energética aplicable.
- Gestionar los impactos, riesgos y oportunidades asociados al medio ambiente, la energía y el cambio climático.
- Proteger el medio ambiente y promover la eficiencia energética.
- Definir objetivos, metas y acciones ambientales y energéticas comunes.
- Comunicar el desempeño ambiental y energético a los grupos de interés.
- Colaborar con proveedores y clientes para reducir emisiones en la cadena de valor.
- Impulsar soluciones digitales que contribuyan a enfrentar los retos ambientales.
- Priorizar el cambio climático y la economía circular.
- Alcanzar cero emisiones netas de carbono en 2040 y ser una Compañía Residuo Cero.
- Aplicar principios de mejora continua en actividades, productos y servicios.

La Política Global de Medio Ambiente y Energía se encuentra disponible para todas las partes interesadas a través de medios digitales y físicos, incluidos los Centros de Experiencia y el portal web de la Compañía. De manera complementaria, la Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro establece obligaciones específicas para proveedores y aliados en materia de gestión ambiental, reforzando el compromiso de Telefónica Movistar Colombia con una operación responsable y sostenible a lo largo de toda su cadena de valor.

## 4.1. Gestión de programas ambientales

Telefónica Movistar Colombia orienta su gestión ambiental a la preservación del medio ambiente y a la reducción progresiva de las emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), en coherencia con el crecimiento del negocio, el desarrollo de nuevos productos y servicios y la expansión de la red de telecomunicaciones. Para ello, la Compañía ha definido metas claras y medibles que integran el desempeño ambiental como un componente estructural de su estrategia corporativa.

El Plan de Acción Climática de Telefónica, integrado al modelo de gobernanza del Grupo, establece el marco para la cuantificación y gestión de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y define objetivos de reducción alineados con la ciencia, validados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), con el propósito de avanzar hacia el logro de cero emisiones netas. Este plan contempla acciones específicas orientadas a la mitigación de emisiones, la eficiencia energética y la transición hacia fuentes de energía más sostenibles.

De manera anual, la Compañía realiza el reporte y la cuantificación de los consumos energéticos, que incluyen electricidad, combustibles y gases refrigerantes, entre otros, así como el cálculo de su huella de carbono corporativa. Esta información es sometida a procesos de verificación independiente, lo que garantiza la trazabilidad y confiabilidad de los datos reportados; en 2025, dicha verificación fue realizada por AENOR Internacional. Adicionalmente, se consolidan y analizan los datos asociados a la



gestión ambiental con el fin de evaluar la eficacia de las acciones implementadas y fortalecer la prevención de los impactos ambientales derivados de la operación.

En línea con su estrategia de economía circular, Telefónica impulsa la transformación sostenible de su red mediante la priorización de la reutilización de equipos electrónicos y, cuando esta no es posible, la valorización de materiales a través del reciclaje. La Compañía cuenta con metas específicas de aprovechamiento de residuos peligrosos y de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), lo que permite reincorporar materias primas recuperadas —como aluminio, cobre, hierro, aceites, plomo de baterías, papel y cartón— a otros sectores productivos del país.

Como parte de este enfoque, Telefónica recibe celulares y accesorios en desuso en todos sus Centros de Experiencia a nivel nacional, promoviendo la recuperación de componentes y la reducción de impactos ambientales. Asimismo, los procesos de devolución de módems y decodificadores por parte de los clientes facilitan su reincorporación a la operación, disminuyendo la demanda de nuevos materiales, reduciendo la generación de residuos y contribuyendo a una prestación de servicios más sostenible en el hogar del cliente.

## 4.2. Cambio climático

El cambio climático constituye un factor estructural en la estrategia y el modelo de negocio de Telefónica Movistar Colombia, tanto por sus impactos directos sobre la operación como por los riesgos y oportunidades que genera en los ámbitos energético, regulatorio, financiero y de mercado. En este contexto, la Compañía ha definido una estrategia de energía y cambio climático orientada a fortalecer la creación de valor a largo plazo, mediante una gestión anticipada de riesgos y una transición ordenada hacia una economía baja en carbono.

El Plan de Acción Climática (PAC) de Telefónica define la hoja de ruta para la mitigación y adaptación al cambio climático, integrando de manera transversal la estrategia de energía y cambio climático en la gestión corporativa. La estrategia y el modelo de negocio de la Compañía se alinean con las recomendaciones científicas internacionales, compatibles con el escenario de 1,5 °C del Acuerdo de París, en coherencia con los compromisos asumidos a nivel global.

El PAC se encuentra plenamente integrado en el modelo de gobernanza de Telefónica. Es aprobado anualmente por el Consejo de Administración, previo análisis de la Comisión de Sostenibilidad y Regulación, y se mantiene actualizado por la Oficina de Energía y Cambio Climático, en coordinación con las áreas responsables de su implementación. Cualquier modificación sustancial del Plan es reportada oportunamente a los órganos de gobierno correspondientes, garantizando un adecuado control y supervisión estratégica.

El Plan contempla tanto las emisiones históricas como las del ejercicio en curso, así como los objetivos de reducción de emisiones a corto, medio y largo plazo. La ambición climática de Telefónica es alcanzar las cero emisiones netas en 2040 a nivel global, abarcando los Alcances 1, 2 y 3, incluyendo las emisiones asociadas a la cadena de valor. Estos objetivos han sido validados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi) y se desarrollan en mayor detalle en el apartado de métricas y objetivos climáticos.

### Palancas de descarbonización y acciones de mitigación y adaptación



El Plan de Acción Climática constituye la principal herramienta para materializar la transición climática de la Compañía. Parte de la identificación de los riesgos y oportunidades asociados al cambio climático y define las principales palancas de descarbonización, junto con acciones concretas de mitigación y adaptación, entre las que se destacan:

- **Optimización de procesos internos**, orientada a la reducción de emisiones operacionales (Alcances 1 y 2).
- **Plan de Eficiencia Energética**, con la disminución del consumo energético mediante mejoras tecnológicas, modernización de infraestructuras y optimización operativa.
- **Plan de Energía Renovable**, orientado a incrementar progresivamente el uso de fuentes renovables y reducir la dependencia de combustibles fósiles.
- **Gestión de riesgos físicos y de transición**, alineada con las recomendaciones de TCFD, para fortalecer la resiliencia operativa y financiera frente a escenarios climáticos adversos.

Estas palancas permiten a Telefónica Movistar Colombia mitigar su exposición a la volatilidad energética, reducir costos operativos, anticipar impactos regulatorios y capturar oportunidades de negocio asociadas a soluciones digitales para la transición climática. En conjunto, la integración del Plan de Acción Climática en la estrategia corporativa refuerza la resiliencia del modelo de negocio de Telefónica, asegurando su capacidad de adaptación frente a un entorno climático cambiante, protegiendo el valor a largo plazo y contribuyendo de manera activa a la transición hacia una economía más sostenible y baja en carbono.

La identificación y evaluación de los riesgos climáticos se realiza conforme al Modelo Integral de Gestión de Riesgos de Telefónica, alineado con las recomendaciones de **TCFD**, priorizando aquellos con mayor impacto potencial sobre la continuidad del negocio, la estructura de costos, la reputación y la competitividad. Este enfoque permite implementar acciones de mitigación y adaptación que fortalecen la resiliencia operativa y financiera de la Compañía.

## 4.2.1. Riesgos y oportunidades del Cambio Climático

### (GRI Contenido 201-2)

Para evaluar las implicaciones financieras del cambio climático, Telefónica Movistar Colombia desarrolló una metodología específica que considera riesgos físicos y riesgos de transición, así como su impacto económico, probabilidad de ocurrencia y horizonte temporal, con proyección al año 2050. Los principales riesgos identificados (escenario Net Zero 2050) son:

- **Riesgos de transición con impacto financiero relevante**, asociados principalmente al incremento en los costos energéticos y a cambios regulatorios, con un impacto monetario agregado estimado en decenas de miles de millones de pesos hacia 2050.
- **Riesgo de mercado vinculado al aumento del OPEX**, derivado del incremento en el precio de la electricidad, especialmente en escenarios de sequías prolongadas que afectan la matriz energética nacional, identificado como el riesgo de mayor impacto económico.
- **Riesgo reputacional**, asociado a la eventual necesidad de compensar emisiones mediante la adquisición de créditos de carbono, con menor impacto financiero directo, pero relevante desde la perspectiva de percepción y confianza de los grupos de interés.



### Oportunidades estratégicas identificadas

- **Crecimiento del negocio asociado a soluciones climáticas:** la transición hacia una economía baja en carbono genera oportunidades significativas de ingresos mediante servicios digitales como IoT y Cloud, en particular soluciones orientadas a eficiencia energética, gestión ambiental y productos Eco Smart, con beneficios económicos potenciales altamente relevantes en el largo plazo.
- **Energía y eficiencia operativa:** la implementación de proyectos de eficiencia energética, autogeneración y contratos de compra de energía limpia (PPAs) representa una oportunidad para reducir costos operativos, mitigar la exposición a la volatilidad de precios energéticos y fortalecer la sostenibilidad financiera de la operación.

En síntesis, el escenario Net Zero 2050 plantea desafíos financieros relevantes para Telefónica Movistar Colombia, pero también abre oportunidades estratégicas de alto valor vinculadas a la innovación, la digitalización y el desarrollo de soluciones sostenibles. La integración temprana del cambio climático en la estrategia de negocio refuerza la resiliencia del modelo operativo y posiciona a la Compañía como un actor clave en la transición hacia una economía más competitiva, baja en carbono y alineada con las expectativas de sus grupos de interés.

## 4.3. Energía

(GRI Contenidos 302-1, 302-3, 302-4, 302-5)

Telefónica gestiona el uso de la energía como un eje estratégico de su modelo de negocio y como una palanca clave para la mitigación del cambio climático, en coherencia con la estrategia corporativa global de energía y cambio climático y con el Plan de Acción Climática (PAC) del Grupo.

El consumo responsable de la energía representa una de las principales oportunidades para generar eficiencias operativas, reducir costos y disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero. En este marco, la Compañía impulsa proyectos de eficiencia energética, autogeneración y uso de energías renovables, en línea con las palancas de descarbonización definidas en el PAC.

En 2025, el consumo total de energía de la Compañía fue de 164.541 MWh, lo que representa una reducción del 42% frente a 2024, reflejando los avances en eficiencia y optimización energética.

Este consumo incluye energía eléctrica (red y autogeneración) y combustibles:

	2024	2025
Consumo Total de Combustible (MWh)	10.745	6.472
Consumo total de Electricidad (MWh) + Autogeneración	273.649	158.069
<b>Consumo total de Energía (MWh)</b>	<b>284.394</b>	<b>164.541</b>

En 2025, el consumo total de energía eléctrica, incluyendo sitios de terceros, alcanzó **158.069 MWh**, de los cuales:



- **156.031 MWh** correspondieron a energía suministrada por la red nacional.
- **2.037 MWh** fueron autogenerados mediante sistemas fotovoltaicos.

De igual forma, la distribución El consumo total de electricidad en **instalaciones propias** fue de **137.454 MWh**. Y el consumo total de electricidad en **Tercero** fue de **18.576 MWh**.

Gracias al compromiso con la transición energética, **156.031 MWh** provinieron de **fuentes renovables**, lo que representa el **100%** del consumo eléctrico tanto en instalaciones propias, como del consumo eléctrico total.

### Uso de combustibles y eficiencia operativa

El uso de combustibles se mantiene como fuente de respaldo ante interrupciones del suministro eléctrico. En 2025, el consumo de Gasóleo/Diésel fue de 504.678 litros, lo que representa una reducción del 46% frente a 2024, equivalente a más de 426.409 litros menos. Esta disminución se logró mediante la incorporación de equipos más eficientes y el fortalecimiento de controles sobre el consumo de combustibles por parte de aliados y proveedores.

	2024	2025
<b>Consumo Total de Combustible Gasóleo/Diésel (Litros)</b>	931.776	504.678

Adicionalmente, la Compañía ha avanzado en la optimización de su flota vehicular, incorporando vehículos de bajo consumo y fortaleciendo la gestión mediante soluciones de monitoreo M2M. En 2025, el consumo de combustible en vehículos se redujo un 32%, alcanzando 102.290 litros.

Como resultado de estas acciones, se redujo el consumo en 12.928 galones, generando ahorros cercanos a COP 200 millones. Asimismo, la renovación de la flota directiva con 10 vehículos híbridos permitió una reducción aproximada del 50% en consumo de combustible y emisiones asociadas.

	2022	2023	2024	2025
<b>Consumo de combustible en vehículos (Litros)</b>	209.700	199.833	151.227	102.290

### Intensidad energética

En 2025, la intensidad energética por unidad de tráfico fue de 13 MWh/PB, reflejando el compromiso de Telefónica Movistar Colombia con la reducción progresiva del consumo energético, al tiempo que se garantiza el despliegue y la operación eficiente de la red a nivel nacional.

## 4.4. Emisiones

(GRI Contenidos 305-1, 305-2, 305-5)



Basado en un análisis anual del consumo de energía, el cálculo de la huella de carbono de todas las operaciones del Grupo Telefónica se realiza de acuerdo con la metodología GHG Protocol aplicada a los alcances 1 y 2. Para realizar el cálculo del indicador se utilizó como escenario 1.5°C del Acuerdo de París y línea base de cálculo el resultado de los consumos del año 2015 para diferentes aspectos como energía, combustibles y gases refrigerantes entre otros. Los gases incluidos en el cálculo son CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC.



Para el cálculo se tomaron como referencia los factores de emisión establecidos anualmente para Colombia por la Unidad de Planeación Minero-Energética (UPME). Para 2025, el factor de emisión de electricidad utilizado fue de 177 gCO<sub>2</sub>e/kWh, correspondiente al mismo valor aplicado en 2024, conforme a lo publicado en la Resolución 1198 de 2024.

La Compañía realiza un proceso independiente de verificación de datos energéticos y de emisiones, con el fin de obtener información de calidad acerca de la energía que consume la Compañía y de los gases de efecto invernadero que en sus actividades emite a la atmósfera. Esto ha permitido identificar mejoras en los procesos y gestionar la energía y el carbono de una forma transparente.



De igual manera, a partir de esta cuantificación y verificación, se evalúa el cumplimiento de los objetivos globales de energía y cambio climático.

En 2025 las emisiones de Alcance 1 y 2 sumaron 12.503 toneladas de CO<sub>2</sub>. Gracias a la implementación de un ambicioso programa de eficiencia energética la Compañía ha disminuido en un 77% las emisiones de carbono desde 2015 -año desde el cual se empezó a calcular el inventario de huella de carbono y se establecieron los compromisos de acción climática – es decir, ha reducido la emisión de 41.857 toneladas de CO<sub>2</sub>.

De igual manera, la Empresa sigue impulsando el modelo de consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables, que en 2025 llegó al 100% del consumo total de energía eléctrica de toda la operación.

La evolución de las emisiones anuales de Alcance 1 y 2:

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>CO<sup>2</sup> emisiones directas (Alcance 1)</b>	18.897	17.534	16.814	15.025	12.036	12.689	14.101	11.040	10.141	10.406	8.663
<b>CO<sup>2</sup> emisiones indirectas (Alcance 2)</b>	35.463	36.436	36.153	35.499	18.530	15.314	20.971	6.846	5.558	4.466	3.840
<b>CO<sup>2</sup> Totales - Toneladas-</b>	<b>54.360</b>	<b>53.970</b>	<b>52.967</b>	<b>50.524</b>	<b>30.566</b>	<b>28.003</b>	<b>35.072</b>	<b>17.886</b>	<b>15.699</b>	<b>14.872</b>	<b>12.503</b>

Como resultado de ajustes en la estructura operativa de la Compañía, el inventario de emisiones de gases de efecto invernadero correspondiente a 2025 consolida, de manera conjunta, las emisiones de Telefónica Movistar Colombia y UniRed. En este contexto, ambas compañías registraron un total



de 12.503 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente en emisiones de Alcances 1 y 2, distribuidas de la siguiente manera:

2025	Telefonica Colombia	UniRed	Total 2025
CO <sup>2</sup> emisiones directas (Alcance 1)	8.466	3.840	8.663
CO <sup>2</sup> emisiones indirectas (Alcance 2)	0	197	3.840
<b>CO<sup>2</sup> Totales -Toneladas-</b>	<b>8.466</b>	<b>4.036</b>	<b>12.503</b>

## 4.5. Agua

### (GRI Contenido 303-5)

Telefónica Movistar Colombia cuenta con un programa de gestión eficiente del recurso hídrico orientado al control de consumos, la detección y corrección oportuna de fugas, la promoción de buenas prácticas de ahorro y el fortalecimiento de una cultura organizacional de uso responsable del agua. Si bien el consumo de agua no representa uno de los aspectos ambientales más significativos de la operación, la Compañía mantiene un enfoque preventivo y de mejora continua en la gestión de este recurso.

Durante 2025, el consumo total de agua a nivel nacional fue de 171.514 metros cúbicos, destinados principalmente a usos domésticos en sedes operativas, administrativas y comerciales. El abastecimiento proviene exclusivamente de los sistemas de acueducto municipal de cada ciudad donde opera la Compañía.

Consumo Agua (M3)	2024	2025
Consumo agua sitios operativos, administrativos y comerciales	163.167	171.514

Este volumen representó un incremento del 5% frente a 2024, asociado principalmente al aumento de la presencialidad laboral —pasando de dos a tres días de asistencia semanal a las oficinas— y a la identificación de una fuga en la sede principal, la cual fue atendida mediante acciones correctivas oportunas. A pesar de este incremento, se mantuvieron medidas de control como la detección temprana de fugas, la revisión y cancelación de cuentas inactivas, y la participación activa de los colaboradores en campañas de sensibilización ambiental.

A la fecha, no se ha identificado consumo de agua en zonas catalogadas con estrés hídrico.

La medición del consumo se realiza a partir de las facturas emitidas por las empresas de servicios públicos, las cuales cuentan con sistemas de medición mediante contadores instalados en cada una de las sedes de Telefónica Movistar Colombia a nivel nacional. Para el ejercicio 2025, se estima aproximadamente un 6% del consumo total, correspondiente a facturación en proceso de cierre por parte de las empresas de acueducto. Asimismo, se excluye del cálculo el consumo asociado a empresas terceras ubicadas dentro de las instalaciones de la Compañía.



## 4.6. Gestión de Residuos

(GRI Contenidos 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5)

Las actividades de despliegue, operación y mantenimiento de las redes de telecomunicaciones implican la generación de distintos tipos de residuos, incluidos residuos asimilables a urbanos, residuos de manejo especial (como RAEE y escombros) y residuos peligrosos, derivados del uso de insumos como baterías, aceites, filtros, gases refrigerantes, luminarias, pinturas, repuestos, fibra óptica y equipos eléctricos y electrónicos, entre otros.

Para gestionar estos impactos, Telefónica Movistar Colombia cuenta con controles operacionales y procedimientos alineados con la normativa ambiental vigente, que garantizan una gestión integral, segura y trazable de los residuos generados.

Durante 2025, la Compañía gestionó 5.684 toneladas de residuos, provenientes principalmente de la operación y mantenimiento de la red, los sistemas de respaldo energético y las obras de infraestructura. De este total:

- 99,2% correspondió a residuos no peligrosos.
- 0,8% correspondió a residuos peligrosos, los cuales, por sus características, no se reincorporan a la operación, pero sí son aprovechados como insumo en otros procesos productivos, cuando es técnicamente viable.

TIPO DE RESIDUO	RESIDUO	UNIDAD	2023	2024	2025
NO PELIGROSOS	Papel y Cartón	Toneladas	83	67	18
	Cables, Tuberías Plásticas y Metales	Toneladas	4.546	10.281	5.242
	RAEE Operaciones y Oficinas	Toneladas	108	64,7	98
	Teléfonos Móviles de Clientes	Toneladas	5	2,5	28
	RAEE Clientes (excepto celulares)	Toneladas	82	39,8	50
	Otros residuos no peligrosos (demolición y construcciones)	Toneladas	840	891,8	200
PELIGROSOS	Fluorescentes	Toneladas	1	0,7	0,2
	Baterías	Toneladas	15	25,4	32
	Otros residuos peligrosos	Toneladas	8	9,3	3
	Aceites Usados	Toneladas	12	13,6	3
	Gases Refrigerantes y sus Equipos	Toneladas	16	1,6	8
	RAEE Operaciones y oficinas (Pantallas CRT, PCB, con aceites)	Toneladas	0	0,3	1,3
	<b>Total (Toneladas)</b>		<b>5.717</b>	<b>11.398</b>	<b>5.685</b>

La Compañía no realiza tratamiento de residuos dentro de sus instalaciones. Todas las etapas de recolección, transporte, tratamiento y disposición final se realizan a través de gestores especializados y debidamente autorizados, garantizando el cumplimiento regulatorio.



El seguimiento a la gestión de residuos se realiza mediante mesas de trabajo trimestrales con aliados críticos, en las que se revisan volúmenes generados, tratamientos aplicados y gestores utilizados. Adicionalmente, Telefónica Movistar Colombia utiliza la plataforma GreTel para el control y consolidación de la información a nivel nacional, permitiendo trazabilidad desde la generación hasta la disposición final. En el caso de residuos peligrosos, se presenta el informe anual ante la autoridad ambiental competente.

## 4.6.1. Promoción de la Economía Circular



La Compañía prioriza la jerarquía de gestión de residuos, enfocando sus acciones en **reutilización, reciclaje y aprovechamiento**, antes de considerar otras alternativas de disposición. Entre las principales iniciativas de circularidad desarrolladas en 2025 se destacan:

- **Reúso de equipos:** mediante el reacondicionamiento y la reincorporación a la operación de 621.869 módems y decodificadores, equivalentes a 281 toneladas, así como la reutilización local de 525 equipos de red para la prestación del servicio.
- **Optimización operativa:** reducción de residuos mediante mantenimientos más eficientes, adquisición de equipos de mayor vida útil y menor requerimiento de intervención.
- **Gestión especializada de RAEE:** recuperación de componentes electrónicos para su aprovechamiento en otros procesos productivos.
- **Repliegue y valorización de cobre:** recuperación de **4.596 toneladas** a nivel nacional, reduciendo pasivos ambientales y generando ingresos no operacionales.

Como resultado de estas acciones, en 2025 el 98,2% de los residuos gestionados fue reciclado o aprovechado. El porcentaje restante recibió tratamientos como vertedero, incineración o disposición en celdas de seguridad, únicamente cuando existieron limitaciones técnicas, geográficas o por la peligrosidad del residuo.

Tipo de Residuo	Residuo	Disposición Final			Total general
		Reciclaje	Vertedero e Incineración	Otros, Ej. Celdas	
No Peligroso	Papel y Cartón	18,5	0	0	18,5
	Cables, Tuberías Plásticas y Metales	5.242,42	0	0	5.242,4
	RAEE Operaciones y Oficinas	98,4	0	0	98,4
	Teléfonos Móviles de Clientes	28,0	0	0	28,0
	RAEE Clientes (Excepto celulares)	49,8	0	0	49,8
	Otros Residuos No Peligrosos (Demolición/Construcciones)	105,0	15,6	79,8	200,3
<b>Total No Peligroso</b>		<b>5.542,04</b>	<b>15,56</b>	<b>79,78</b>	<b>5.637,37</b>
Peligroso	Fluorescentes	0,2	0	0,04	0,2
	Baterías	31,8	0	0	31,8
	Otros Residuos Peligrosos	0,5	0,5	1,8	2,8
	Aceites Usados	0,5	0,6	2,0	3,0



	Gases Refrigerantes y sus Equipos	8,1	0	0,1	8,2
	RAEE Operaciones y Oficinas (Pantallas CRT, PCB, con aceites)	1,3	0	0	1,3
<b>Total Peligroso</b>		<b>42,3</b>	<b>1,1</b>	<b>3,9</b>	<b>47,3</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>5.584,3</b>	<b>16,6</b>	<b>83,70</b>	<b>5.684,6</b>
<b>% TOTAL TIPO DE TRATAMIENTO</b>		<b>98,2%</b>	<b>0,3%</b>	<b>1,5%</b>	<b>100%</b>

En línea con su enfoque preventivo, la Compañía mantiene como principio rector la priorización del aprovechamiento y la circularidad, asegurando que la disposición final sea siempre la última alternativa, conforme a la autorización de los gestores y a los requisitos legales aplicables.

## 4.7. Compromiso con la Biodiversidad

(GRI Contenidos 101-1, 101-2, 304-1, 304-3)

Telefónica Movistar Colombia integra la protección de la biodiversidad como un componente transversal de su estrategia de sostenibilidad, alineando sus actuaciones con el Marco Global de Biodiversidad y con los compromisos corporativos en materia ambiental. Este enfoque busca no solo minimizar los impactos derivados de la operación, sino también generar contribuciones positivas a los ecosistemas y territorios donde la Compañía tiene presencia.

En materia de conservación y restauración ecológica, la Compañía ha desarrollado acciones específicas en áreas protegidas de alto valor ambiental. En el Parque Nacional Natural Sumapaz se realizó la siembra de 146 árboles nativos a lo largo de 145 metros lineales, mientras que en el Santuario de Fauna y Flora Galeras se restauraron 583,33 m<sup>2</sup> mediante la siembra de 442 individuos de 18 especies vegetales. Adicionalmente, en el Parque Nacional Natural Tatamá se instalaron vallas informativas orientadas a la protección de la fauna silvestre y se adelantaron jornadas de sensibilización comunitaria en Nariño sobre restauración ecológica.

De forma complementaria, la Compañía avanza en la reducción de presiones ambientales asociadas al cambio climático y la contaminación. Desde 2015, ha logrado una reducción acumulada del 77% de las emisiones de CO<sub>2</sub> de Alcances 1 y 2, equivalente a más de 41 mil toneladas evitadas. Asimismo, gracias al Plan de Gestión Integral de Residuos se recicló el 98,2% de las 5.684 toneladas gestionadas en 2025, fortaleciendo el enfoque de economía circular.

En el ámbito energético, el 100% del consumo eléctrico provino de fuentes renovables, complementado con sistemas de autogeneración fotovoltaica que producen cerca de 1,9 GWh anuales. Paralelamente, el apagado progresivo de redes 2G y 3G y la priorización de tecnologías 4G y 5G, hasta un 90% más eficientes, contribuyen a reducir la huella ambiental de la red.

Finalmente, la Compañía promueve patrones de consumo responsable mediante soluciones digitales sostenibles. El 38% del portafolio digital empresarial cuenta con el sello Eco Smart y se impulsa activamente el uso de Eco Rating para orientar a los clientes en decisiones de compra más informadas.

En línea con su compromiso con la transparencia, Telefónica Movistar Colombia reporta anualmente su desempeño bajo estándares internacionales como GRI, TCFD y SASB, y participa en iniciativas



globales como TNFD y 1 Trillion Trees, reafirmando su contribución a la sostenibilidad y la protección del capital natural.

## 4.8. Movilidad Sostenible

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia consolidó la movilidad sostenible como un eje estratégico para la eficiencia operativa, la reducción de emisiones y el bienestar de los colaboradores, avanzando de manera consistente en el cumplimiento de sus compromisos ambientales y sociales.

La estrategia de movilidad sostenible se estructuró en tres programas activos: bicicletas y patinetas compartidas, carro compartido y uso de bicicletas propias. Su implementación generó impactos relevantes:

- **223 toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas**, equivalentes a **5.985 árboles**.
- **Ahorros por COP 900 millones**, comparables a **303.000 pasajes** de transporte público.
- **35.000 viajes** y más de **450.000 km** recorridos.
- **645 días** de tiempo productivo recuperado por reducción de tiempos de desplazamiento.
- **211 colaboradores** beneficiados mediante jornadas gratuitas de mantenimiento de bicicletas y patinetas.

Estos programas también fortalecieron la seguridad y accesibilidad en los desplazamientos, beneficiando a más de 708 mujeres con alternativas colaborativas más seguras.

### Seguridad vial y movilidad responsable

La Compañía implementó el **Plan Estratégico de Seguridad Vial (PESV)** al **100%**, con **15 capacitaciones** que impactaron a **177 personas** y **559 participaciones** acumuladas. Asimismo, incorporó una herramienta tecnológica para la gestión del PESV, fortaleciendo la trazabilidad, el seguimiento de indicadores y la prevención de riesgos en la movilidad laboral.

## 4.9. Digitalización y eficiencia operativa

Durante 2025, la Compañía avanzó de manera consistente en su estrategia de **digitalización y eficiencia operativa**, mediante la implementación de soluciones tecnológicas orientadas a optimizar procesos, fortalecer el control interno y generar eficiencias económicas y administrativas sostenibles.

Telefónica Movistar Colombia consolida la digitalización como un habilitador clave de la **descarbonización y la transición verde**, impulsando las siguientes acciones que promueven modelos de operación y consumo más eficientes y sostenibles:

- **Herramienta de autogestión de viajes:** se desarrolló internamente una herramienta integral para la gestión de viajes corporativos, que centraliza en un solo sistema la solicitud, reserva y legalización de tiquetes y hoteles, con acceso desde cualquier dispositivo. Esta solución reemplazó procesos manuales por flujos automatizados, mejorando la trazabilidad, el control del gasto y la agilidad operativa. Durante 2025 se gestionaron 2.107 viajes, alcanzando ahorros del 22% frente a 2024, equivalentes a aproximadamente \$1.500 millones.



- **Herramienta de Autoconsumo:** en 2025 se implementó la herramienta de Autoconsumo para la solicitud, baja y reasignación de servicios de dotación fija y móvil. La automatización de estos procesos fortaleció la transparencia y el control en la gestión de servicios. A través de esta solución se administraron 13.236 líneas y se gestionaron más de 550 solicitudes, contribuyendo a una utilización más eficiente de los recursos.
- **Gestión digital de planes de dotación y plan empleado:** Se implementó una herramienta digital para automatizar la asignación y el control de los planes de dotación y plan empleado asociados a los procesos de ingreso y salida de colaboradores, incluyendo nóminas externas y personal temporal. Durante el año se administraron 4.303 líneas de dotación y 7.276 servicios de plan empleado, reduciendo reprocesos y fortaleciendo la trazabilidad y la oportunidad en las asignaciones.

## 4.10. Formaciones Ambientales

(GRI Contenidos 404-1, 404-2)



Telefónica Movistar Colombia cuenta con un programa de formación ambiental orientado a fortalecer las capacidades y el conocimiento de colaboradores y aliados estratégicos en materias clave de sostenibilidad.

Durante 2025, se desarrollaron sesiones de capacitación dirigidas a cargos que, por la naturaleza de sus funciones, requieren un mayor nivel de especialización en asuntos ambientales, abordando temáticas como el Sistema de Gestión Ambiental, la gestión integral de residuos, los Principios de Negocio Responsable, la identificación y gestión de riesgos ambientales bajo la norma ISO 14001, y la integración del cambio climático en los sistemas de gestión, etc.

De manera complementaria, la ESG Academy se consolidó como un espacio global de formación en sostenibilidad, disponible para todos los colaboradores, que incluye contenidos ambientales como Eco Smart, Eco Rating, taxonomía sostenible, economía circular y cambio climático.

Asimismo, la Compañía dispone de un sitio corporativo en la intranet que centraliza información ambiental relevante —políticas, programas de gestión, indicadores, objetivos, resultados de desempeño, aspectos e impactos ambientales y buenas prácticas—, promoviendo la sensibilización y la cultura ambiental en toda la organización.

## 4.11. Auditorías y evaluaciones ambiental

(GRI Contenidos 404-1, 404-2)



En el marco de la gestión ambiental y de la relación con su cadena de valor, Telefónica Movistar Colombia ha definido criterios de priorización, seguimiento y verificación para proveedores y contratistas, de acuerdo con los servicios que prestan y su vinculación con las distintas etapas del ciclo de vida de la organización.

Estos criterios permiten evaluar de manera integral el desempeño ambiental asociado a la operación, sin limitar el análisis exclusivamente a los aspectos ambientales significativos, y aseguran la aplicación de los estándares internos y de la normativa vigente.



Durante 2025, la Compañía realizó un total de 17 auditorías ambientales, que incluyeron auditorías internas, externas y a terceros (proveedores), equivalentes a 156 jornadas de auditoría.

Estos procesos tuvieron como objetivo evaluar la eficacia del Sistema de Gestión Ambiental, identificar oportunidades de mejora y asegurar la adecuada planificación e implementación de acciones correctivas y preventivas orientadas a subsanar las desviaciones detectadas y fortalecer la mejora continua del desempeño ambiental.

## 4.12. Principio de precaución

Telefónica Movistar Colombia garantiza la aplicación del principio de precaución, en cumplimiento de la normativa nacional que regula los límites de exposición humana a los campos electromagnéticos asociados a la infraestructura de telecomunicaciones, en particular el Decreto 195 de 2005 y la Resolución ANE 754 de 2016. Asimismo, la Compañía observa las disposiciones ambientales establecidas en la Ley 99 de 1993 para el desarrollo de proyectos e infraestructura en zonas de protección ambiental, asegurando una gestión preventiva y responsable de los potenciales impactos ambientales.

## 4.13. Cumplimiento Normativo Ambiental

(GRI Contenido 2-27)

Durante 2025, Colombia Telecomunicaciones no registró la imposición de multas, sanciones ni requerimientos administrativos por incumplimientos en materia ambiental, lo que refleja la solidez de su Sistema de Gestión Ambiental y su compromiso con el cumplimiento normativo.

De forma sistemática, la Compañía identifica, actualiza y evalúa los requisitos legales y otros compromisos ambientales aplicables a su operación, integrándolos de manera transversal en los procesos internos. Asimismo, realiza un seguimiento periódico al cumplimiento de dichos requisitos y a la ejecución de los planes de acción definidos, con el fin de prevenir desviaciones, mitigar riesgos ambientales y asegurar la conformidad continua con la normativa ambiental vigente.



## S – Ayudar a la sociedad a prosperar

### 5. Conectividad para el crecimiento digital

(GRI Contenidos 2-6, 203-2, 3-3)

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia consolidó el crecimiento digital como uno de los principales motores de generación de valor y competitividad del negocio, apalancado en la modernización de su infraestructura, la evolución de sus servicios y una gestión eficiente de la red. En un entorno caracterizado por una demanda creciente de conectividad, mayor consumo de datos y nuevas expectativas de los usuarios, la Compañía fortaleció sus capacidades tecnológicas para ofrecer servicios más robustos, confiables y de alto desempeño.

La digitalización se posicionó como un eje transversal de la estrategia, permitiendo escalar el despliegue de fibra óptica, acelerar la adopción de 5G y modernizar plataformas y redes críticas, con el objetivo de garantizar calidad, capacidad y resiliencia operativa. Estas inversiones habilitaron la expansión de servicios avanzados para hogares, empresas e instituciones, contribuyendo a la productividad, la innovación y el desarrollo de la economía digital del país.

El crecimiento de los servicios digitales se dio bajo un enfoque integral que combina eficiencia operativa, experiencia del cliente y sostenibilidad. La Compañía avanzó en la optimización de su red para soportar mayores volúmenes de tráfico, fortalecer la continuidad del servicio y mitigar los impactos asociados a condiciones climáticas, disponibilidad energética y riesgos de infraestructura, manteniendo niveles de disponibilidad superiores al 99% en todas sus redes, en cumplimiento de los estándares regulatorios y de calidad: 99,85% en la línea básica, 99,98% en Banda Ancha y Fibra Óptica en la planta interna, y 99,36% en la red de acceso móvil, conforme a los parámetros establecidos por la regulación.

De esta manera, Telefónica Movistar Colombia reafirmó en 2025 su compromiso con un crecimiento digital responsable, orientado a ampliar el acceso a servicios de conectividad de alto valor, cerrar brechas digitales y acompañar la transformación de personas, empresas y territorios, consolidando una plataforma tecnológica preparada para los desafíos presentes y futuros del país.

#### 5.1. Modernización tecnológica para impulsar el crecimiento digital

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia avanzó de manera decidida en la modernización integral de su infraestructura tecnológica, consolidando la transformación interna como un habilitador clave del crecimiento digital, la eficiencia operativa y la sostenibilidad. A través de los esfuerzos articulados de las áreas de Planificación y Despliegue de Plataformas, Tecnología de la Información y Transmisión, la Compañía fortaleció la continuidad operativa, la escalabilidad de los servicios críticos y la calidad de la red.



## Evolución y optimización de plataformas digitales

En el ámbito de plataformas, se logró la modernización, integración y optimización de los sistemas que soportan los servicios digitales, destacándose la incorporación de plataformas estratégicas como TIR y VMS a la arquitectura T-Cloud, lo que permitió mayor elasticidad, capacidad de procesamiento, eficiencia energética y reducción de costos operativos. Asimismo, se avanzó en la integración de la plataforma eSIM con los sistemas de autenticación (AAA), habilitando procesos de activación digital seguros y disponibles de forma continua.

Durante el año también se consolidaron mejoras en interoperabilidad y resiliencia, como la integración del servicio de SMS para el OMV Virgin, la optimización de la arquitectura DNS mediante la eliminación de dependencias de balanceadores tradicionales, y la ampliación de la capacidad de la plataforma CDN IPTV en nodos estratégicos del país. También, se registraron avances relevantes en proyectos de TV Avanzada y ULL, actualmente en fase de pruebas y validación técnica.

## Transformación TI y migración a la nube

El año 2025 marcó un hito para el área de Tecnología de la Información, al consolidar procesos clave de transformación y migración de soluciones Full Stack hacia la nube. Esta evolución fortaleció la posición de la Compañía como referente en plataformas BSS del sector telecomunicaciones y permitió el apagado progresivo de infraestructura on premise. Iniciativas como el despliegue de eSIM con digitalización end to end de los procesos de alta, portabilidad y reposición, así como la evolución de la plataforma Nébula para la orquestación del negocio prepago y pospago, generaron eficiencias operativas y reducciones en el consumo energético y emisiones asociadas.

## Modernización de la red de transmisión

El Área de Transmisión desempeñó un rol crítico en la ejecución del Proyecto Red Única, liderando el diseño y fortalecimiento de la infraestructura de transporte para habilitar una solución End to End. Durante 2025 se implementaron soluciones de transmisión por radio microondas, fibra óptica y satélite, se modernizaron routers de acceso y se ampliaron interconexiones estratégicas en las principales ciudades del país. Estas acciones permitieron garantizar la conectividad de más de 4.300 nodos 3G, 4G y 5G, asegurar la continuidad operativa de servicios compartidos y acompañar el crecimiento sostenido del tráfico móvil.

Como parte del proceso de consolidación, también se avanzó en el desmonte y apagado de infraestructura obsoleta, optimizando costos y facilitando la transición hacia un modelo de red más eficiente, resiliente y alineado con las necesidades futuras.

## 5.2. Fibra Movistar: liderazgo, expansión y conectividad

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia consolidó su liderazgo en conectividad fija, posicionando la fibra óptica como el eje central de su estrategia de crecimiento y como la tecnología más robusta y confiable del mercado. A través de una sólida ejecución operativa y la renovación de alianzas estratégicas, la Compañía fortaleció su presencia nacional y reafirmó su compromiso con el cierre de la brecha digital en el país.

En el transcurso del año, se desplegaron más de 100.000 nuevos hogares pasados con fibra óptica y se incorporaron cuatro nuevas localidades a la cobertura: Arauca, Caldas – Antioquia, Girardota y Villamaría. Como resultado, Movistar alcanzó un total de más de 6 millones de hogares pasados en 96 ciudades, con una red que supera los 35.000 kilómetros de fibra óptica tendidos a nivel nacional. Este crecimiento permitió cerrar 2025 con más de 1,6 millones de clientes conectados con fibra, impulsando de manera significativa el desempeño del negocio fijo y las ganancias netas en accesos.

El despliegue de esta infraestructura demandó en 2025 una inversión de \$14.249 millones de pesos, que generó un EBITDA de \$4.361 millones. En el acumulado del plan de despliegue 2021–2025, la inversión total ascendió a \$1.087.046 millones de pesos, con un EBITDA final de \$243.000 millones de pesos, evidenciando la solidez financiera y la rentabilidad del modelo.

La propuesta de valor de Fibra Movistar se consolidó con planes de 900 megas simétricos para el segmento hogar, sin distinción de estrato o ubicación geográfica, manteniendo precios competitivos frente a redes HFC y garantizando mayor estabilidad, velocidad y desempeño.

En materia de innovación, la Compañía implementó tecnología XGS-PON en zonas como Teusaquillo y el Centro Internacional de Bogotá, respondiendo a la creciente demanda de datos y habilitando velocidades de hasta 1.500 megas, así como el despliegue pionero de internet de hasta 2,5 Gbps, marcando un hito en el mercado colombiano.

Gracias a la calidad y desempeño de su red, Movistar Colombia fue reconocida en 2025, por octava vez consecutiva, con el premio al Internet Fijo más Rápido otorgado por Speedtest de Ookla, y por

## “Los Instaladores”

En 2025, Movistar apostó por una narrativa cercana y humana para contar cómo la tecnología transforma la vida cotidiana. La campaña “Los Instaladores” se convirtió en una de las expresiones más memorables de esta visión, al resaltar, con humor y autenticidad, los beneficios de **Fibra Movistar** frente a la competencia.



Las piezas principales, de un minuto, fueron transmitidas en **televisión nacional durante el entretiempo de los partidos de las Eliminatorias de la FCF**, conectando con millones de personas y generando una conversación espontánea en medios y redes sociales.

En entornos digitales, la campaña despertó sonrisas, empatía y una conversación positiva que fortaleció la recordación y el cariño por la marca. Más allá del alcance, “**Los Instaladores**” demostró que la creatividad, cuando es genuina, no solo vende: construye vínculos, inspira confianza y posiciona a Movistar como un aliado cercano en la experiencia digital de los colombianos.



tercera vez con el reconocimiento a la Mejor Experiencia para Gamers, destacando su baja latencia, alta estabilidad y óptimo rendimiento para usos intensivos.

La convergencia fijo–móvil fue otro pilar estratégico del año. La aceleración de la migración hacia clientes convergentes, apalancada en la red de fibra más rápida del país y en el fortalecimiento de la red móvil bajo la campaña “más señal y mayor cobertura”, consolidó la propuesta Movistar Total. Esta oferta integral generó beneficios tangibles para los clientes, como una única factura, mejores precios mediante empaquetamiento y experiencias diferenciales, al tiempo que permitió eficiencias operativas y fortaleció la relación de largo plazo con los usuarios.

Todo este avance se desarrolló bajo principios de sostenibilidad, equidad e inclusión, reafirmando el rol de Telefónica Movistar Colombia como un actor clave en el desarrollo social y económico del país y en la provisión de conectividad de alta calidad para todos los colombianos.

### 5.3. Gestión de la red y servicios Móviles

En respuesta a la evolución de la demanda y a las condiciones del mercado móvil, Telefónica Movistar Colombia avanzó de manera decidida en la modernización de su infraestructura de red, priorizando la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la sostenibilidad ambiental. Como parte de esta estrategia, durante 2025 se impulsó el apagado progresivo de redes legadas de microondas mediante el despliegue de fibra óptica. Este proceso permitió el apagado de 119 radioenlaces, a través del tendido de aproximadamente 700 kilómetros de fibra, generando ahorros relevantes en el OPEX asociado al uso de espectro y contribuyendo, de manera adicional, a la reducción de impactos ambientales derivados de las transmisiones por microondas. Estas acciones fortalecieron la red de transporte, habilitando una mayor capacidad para soportar el crecimiento del tráfico móvil y mejorar la experiencia del usuario.

En paralelo, la Compañía continuó robusteciendo su red de acceso móvil. Durante 2025 se desplegaron cerca de 3.500 soluciones, entre nuevas portadoras, sitios nuevos y más de 1.000 sitios con tecnología 5G en 98 localidades. Adicionalmente, se implementaron cinco soluciones indoor dirigidas a clientes de alto valor y se modernizaron más de 750 sitios existentes. Este conjunto de iniciativas permitió ampliar y mejorar la cobertura y capacidad de la red en más de 400 municipios del país, al tiempo que fortaleció la infraestructura para soportar un incremento del tráfico móvil cercano al 43%.

El despliegue de red en 2025 se enfocó, asimismo, en la consolidación y optimización del espectro bajo la arquitectura MOCN. En banda baja, se priorizó el uso de 700 MHz por sus ventajas técnicas en cobertura, penetración indoor y compatibilidad con agregación de portadoras y 5G NSA, lo que se tradujo en un crecimiento del 413% frente al año anterior. En septiembre de 2025, y en cumplimiento de los límites regulatorios, se devolvió al MinTIC el espectro de 850 MHz. De manera complementaria, se inició la implementación de configuraciones 4T4R para mejorar la experiencia de usuarios que operaban en 2T2R.

En banda media, la estrategia se orientó a la optimización del espectro disponible, ajustando la portadora AWS de 30 MHz a 20 MHz, con la devolución de 10 MHz al MinTIC, y fortaleciendo la capacidad mediante la activación de una nueva portadora de 40 MHz en 1900 MHz, así como la ampliación de la portadora existente de 20 MHz a 30 MHz. Estas acciones se acompañaron de la



implementación de configuraciones avanzadas 4T4R, 8T8R y 32T32R, alineadas con los crecientes requerimientos de capacidad y calidad del servicio.

En conjunto, estos avances consolidaron una red móvil más robusta, eficiente y preparada para soportar la evolución del consumo de datos, reafirmando el compromiso de Telefónica Movistar Colombia con la innovación, la calidad del servicio y la conectividad sostenible en el país.

### 5.3.1. Despliegue y consolidación de la red 5G

Telefónica Movistar Colombia aceleró de manera significativa el despliegue de la tecnología 5G como eje habilitador de la transformación digital y del fortalecimiento de la capacidad de la red móvil. La Compañía pasó de tener 201 sitios 5G activos a cierre de 2024 a alcanzar 1.002 sitios en 2025, lo que representa un crecimiento de 5 veces y permitió ampliar la cobertura a 98 municipios del país. Esta expansión se tradujo en una mayor capacidad de la red y en una mejora sustancial de la experiencia de los usuarios, particularmente en zonas de alta demanda, llevando al 5G a representar cerca del 5% del tráfico móvil total.

El desempeño de la red fue reconocido a nivel nacional e internacional. Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia obtuvo el premio de Ookla como el mejor operador del país en experiencia de velocidad móvil 5G, con una velocidad promedio de 309,97 Mbps, destacándose velocidades de descarga de 379,03 Mbps y de subida de 27,72 Mbps. Estos resultados se reflejaron en una experiencia de navegación más ágil, un mejor desempeño de aplicaciones de alta exigencia y menores niveles de latencia, superando de manera consistente a otros operadores del mercado.

De forma complementaria, la Compañía incorporó criterios de eficiencia energética en la operación de la red 5G. A través de la plataforma PowerStar, se habilitaron funcionalidades de ahorro energético en el 100% de los sitios 5G, permitiendo que la red opere de manera inteligente durante periodos de bajo tráfico. Estas capacidades optimizan el uso de canales y símbolos, reducen consumos innecesarios y contribuyen de manera directa a la eficiencia energética y a la disminución de las emisiones de CO<sub>2</sub>, alineando el despliegue tecnológico con los compromisos de sostenibilidad de la Compañía.

### 5.3.2. Pospago

En 2025, Telefónica Movistar Colombia fortaleció de manera significativa la experiencia del segmento pospago mediante el despliegue de la Red Única de Acceso Móvil, que prácticamente duplicó la cobertura 3G y 4G y benefició a más de 22 millones de usuarios en 900 municipios. Esta evolución garantizó una navegación más fluida y llamadas de mayor calidad, consolidando el liderazgo de la Compañía en 5G y siendo reconocida por Ookla – Speedtest Award H1 2025 como la red más rápida y de mejor calidad del país.

Como complemento, se implementó Voz WiFi como estrategia de retención para clientes convergentes y de alto riesgo de churn, alcanzando 350 mil licencias activas, y se incorporaron propuestas diferenciales como Perplexity Pro con hasta 12 meses incluidos en planes pospago (210.000 licencias activas) y la eSIM 100% digital, certificada por Apple Quick Transfer.



El portafolio de valor agregado se fortaleció con la integración de Spotify, Uber, Xbox Game Pass Ultimate y YouTube Premium, todos gestionables desde la App Mi Movistar, optimizando el CLTV y reduciendo costos operativos.

Estas acciones permitieron revertir la tendencia hacia una Ganancia Neta Positiva desde febrero, con una leve disminución del ingreso del 1.2% frente a 2024 y un desempeño sólido en portabilidad, manteniendo liderazgo frente a un entorno altamente competitivo.

### 5.3.3. Prepago

El segmento Prepago se consolida como un pilar de la inclusión digital en Colombia, representando cerca del 80% de las conexiones móviles del país. En 2025, Movistar fortaleció su posición competitiva mediante la expansión de la Red Única, una amplia capilaridad comercial con más de 85 mil puntos de recarga, y una presencia robusta en canales digitales.

En línea con su estrategia de innovación, la Compañía fue pionera en la activación eSIM 100% digital para prepago y en la incorporación de soluciones de Inteligencia Artificial dentro de paquetes de alto valor, sin costo adicional para el cliente.

Asimismo, se amplió la oferta de roaming internacional en 64 países, facilitando la conectividad de poblaciones migrantes y viajeros.

Estas iniciativas impulsaron el crecimiento del segmento, fortalecieron la propuesta de valor y reafirmaron el compromiso de Movistar con la transformación digital y el desarrollo social sostenible.

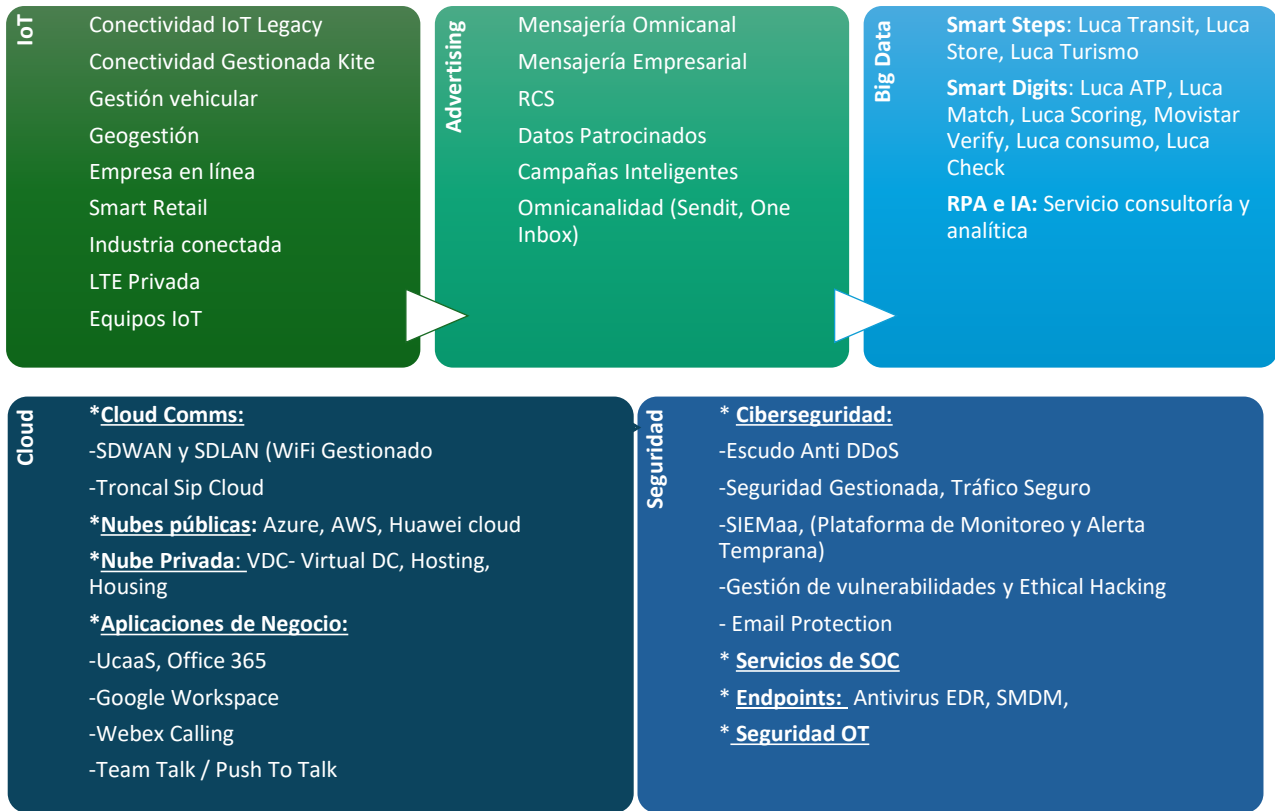
## 5.4. Desempeño y Crecimiento del Segmento B2B

Durante 2025, Movistar Empresas consolidó su posición como socio estratégico de transformación digital para organizaciones públicas y privadas, apalancado en una propuesta de valor cada vez más integral, alianzas de alto impacto y la ejecución de proyectos de relevancia nacional. Al cierre de diciembre de 2025, la Compañía atendió a 92.157 clientes B2B (excluyendo SOHO), evidenciando una adopción creciente de soluciones digitales y de conectividad avanzada, fundamentales para la competitividad empresarial.

### 5.4.1. Soluciones Digitales para Empresas

Telefónica Movistar Colombia es una empresa tecnológica, que cuenta con un portafolio estructurado en cinco verticales estratégicas: Seguridad Digital, Cloud, Internet de las Cosas (IoT), Big Data y Advertising, diseñados a la medida de organizaciones de todos los tamaños. En 2025, más de 38 mil empresas, es decir, el 42% de los clientes B2B han implementado al menos un servicio digital de Movistar Empresas, reflejando su rol como aliado clave en la transformación digital del tejido empresarial colombiano.

Por su parte, el segmento Mipyme agrupa más de 73 mil clientes, y el 40% dispone de soluciones digitales, evidenciando un avance sostenido en la sofisticación del portafolio y en la madurez tecnológica de la base de clientes.



## 5.4.2. Alianzas estratégicas de alto impacto

Se consolidaron negociaciones relevantes con mayoristas de PDTI, fortaleciendo la capacidad de respuesta ante la creciente demanda del mercado y potenciando la comercialización de uno de los productos de mayor ARPU del portafolio (Impresystem, Ingram Micro).

Asimismo, se suscribieron nuevos acuerdos en **Seguridad Gestionada**, ampliando el alcance tecnológico y las capacidades de servicio, y reforzando la oferta de soluciones digitales avanzadas (Adistec, Dacas, Telefónica Tech, TD SYNEX).

### Proyectos estratégicos con clientes

En el segmento Corporativo se destacan:

- **Registraduría Nacional:** implementación de capacidades integrales de conectividad y TI para soportar procesos electorales seguros, continuos y confiables.
- **Banco Agrario:** renovación del acuerdo como principal proveedor TIC de conectividad, LAN, WiFi y control SD-WAN.



- **Colpensiones:** despliegue de una solución integral de kioscos interactivos y gestión de turnos para mejorar la atención al ciudadano.

En el segmento Empresarial:

- **AsmetSalud:** ampliación de la solución segura de conectividad SD-WAN.
- **Coosalud:** licenciamiento de Office 365.
- **Puerto Antioquia:** puesta en operación de la primera red privada LTE industrial en una terminal marítima en Colombia, proyecto estratégico para el comercio exterior y el desarrollo regional de Urabá.

### 5.4.3. Innovación y lanzamiento de productos B2B

Se fortaleció el portafolio con soluciones diferenciales como:

- **ST-LINK:** conectividad satelital de órbita baja (Starlink) integrada a redes MPLS, para zonas de difícil acceso.
- **Seguridad Gestionada:** monitoreo y gestión 7x24 de la conectividad y ciberseguridad empresarial.
- **Soluciones de Inteligencia Artificial:** servicios consultivos y tecnológicos en IA descriptiva, predictiva y generativa, adaptados a las necesidades del cliente.

### Optimización comercial






Se implementaron iniciativas orientadas a la eficiencia y productividad comercial, entre ellas la geogestión de la fuerza de ventas, la variabilización del esquema de preventa y la creación del Chapter de Gobierno, equipo especializado en la estrategia del sector público.

### Hitos Segmento Empresas

Durante 2025, el Segmento Empresas consolidó su liderazgo en el mercado mediante alianzas estratégicas, proyectos de alto impacto y una oferta tecnológica de clase mundial, reflejados en los siguientes reconocimientos:

- **Top MSP Partner del Año – Huawei (EBG):** distinción otorgada por el alto nivel de respaldo técnico y la excelencia operativa en la prestación de servicios gestionados.
- **Cuadrante Mágico de Gartner:** reconocimiento por 11 años consecutivos como líder en servicios de conectividad gestionada, reflejando la solidez, innovación y confiabilidad de la propuesta de valor de Telefónica.



 <p><b>LIDERAZGO ESTRATEGICO EN GRANDES PROYECTOS.</b> Liderazgo y respaldo estratégico que habilitaron cierres clave: D1, Registraduría, Banco Agrario, Policía y Colpensiones.</p>	 <p><b>Chapter de Compras</b> Puesta en operación del chapter, orientado a la consolidación de compras generales, alcanzando mejores negociaciones para B2B.</p>
 <p><b>TITANIA:</b> asistente conversacional para atención comercial, preventa y PMs, mejorando decisiones con información precisa. <b>MIDAS DIGITAL B2B:</b> centraliza la evaluación financiera, optimiza el <b>time-to-market</b> y fortalece la gestión financiera end-to-end.</p>	 <p><b>REUTILIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURA</b> Reuso de equipos de cómputo de clientes y plan de <b>refurbish</b> de equipos de data centers para respaldo operativo.</p>
 <p><b>PRODUCTO OFFICE 365:</b> Crecimiento relevante vs. 2024: ingresos +24% y planta +41%. <b>SD-WAN:</b> Producto consolidado con más de 4.000 servicios activos y crecimiento de planta +250%. <b>PDTI:</b> Desempeño positivo vs. 2024: ingresos +10% y EBITDA 20,5%.</p>	

## 5.5. Innovación

Para la Compañía, la innovación es una **palanca de transformación** orientada en tres pilares:

- Generación de nuevos ingresos mediante optimización de procesos y desarrollo de productos/servicios.
- Creación de espacios de innovación que fomenten la motivación y retención del talento.
- Fortalecimiento del ecosistema a través de alianzas estratégicas, promoviendo la co-creación y soluciones sostenibles.

### 5.5.1. Innovación abierta y alianzas con la academia

Durante el año, la Compañía consolidó un ecosistema de innovación abierta que fortaleció la articulación estratégica con el sector académico, posicionando estas alianzas como un habilitador clave para la transformación del negocio, la experimentación ágil y el desarrollo de capacidades internas.

A través del trabajo conjunto con universidades de referencia, se impulsaron iniciativas orientadas a resolver retos estratégicos, optimizar la experiencia del cliente y acelerar la adopción de enfoques innovadores en liderazgo, marketing y canales digitales.

En alianza con la Universidad del Rosario, se desarrollaron múltiples iniciativas que reforzaron el posicionamiento de la Compañía como referente en liderazgo ágil e innovación. Entre ellas, se



compartieron buenas prácticas en liderazgo ágil con estudiantes; se diseñaron prototipos de factura personalizada desde el Semillero de Marketing, orientados a mejorar la experiencia del cliente; y se abordó el reto de Venta de Servicios de Valor Agregado a través del Marketing Challenge. Adicionalmente, esta Universidad participó activamente en el Workshop de Creatividad de la Escuela de Innovación Interna MOVE, un espacio enfocado en la ideación y la experimentación metodológica.

De manera complementaria, en colaboración con la Universidad de los Andes y la Universidad Nacional de Colombia, y con el acompañamiento de Achievers Lab, se avanzó en la resolución de retos de optimización de canales digitales, abordando desafíos asociados a las ventas digitales de terminales, pospago y fibra óptica. Estas iniciativas permitieron generar aprendizajes aplicables a la mejora de los journeys comerciales y a la eficiencia de los canales.

Por su parte, la Universidad de La Sabana contribuyó mediante un proceso estructurado de ideación y prototipado, enfocado en la optimización de la experiencia digital y la conversión, generando propuestas de alto potencial para incrementar la efectividad de los procesos comerciales digitales.

En conjunto, estas alianzas consolidan un modelo de innovación abierta maduro, que articula el talento interno con capacidades académicas, acelera el desarrollo de soluciones, enriquece los procesos de ideación y contribuye de manera directa al cumplimiento de los objetivos estratégicos del negocio.

## 5.6. Agilidad y Transformación Digital

### (GRI Contenido 404-2)

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia consolidó su modelo de agilidad empresarial y transformación digital con el propósito de construir una organización más liviana, sostenible y enfocada en la generación de valor. A partir de un ejercicio de “escogencias conscientes”, la Compañía priorizó iniciativas con mayor impacto en caja, rentabilidad y simplificación operativa, reafirmando la agilidad como el sistema operativo del negocio.

La evolución del modelo ágil fortaleció la velocidad de entrega y la capacidad de respuesta. El Lead Time promedio de las entregas de valor disminuyó de 84 días en 2024 a 71 días en 2025, equivalente a una mejora del 15% en el Time to Market. Este resultado se apalancó en una mayor integración entre negocio y tecnología, el uso disciplinado de métricas operativas y la revisión permanente de prioridades estratégicas. En paralelo, se robustecieron los roles ágiles —Scrum Masters, Product Owners y equipos—, consolidando capacidades de liderazgo, priorización y entrega de valor.

Durante el año se afianzó un modelo de trabajo basado en pensamiento Lean y simplificación de procesos, orientado a eliminar desperdicios, reducir reprocesos y optimizar el uso de recursos. Como consecuencia, se identificaron beneficios potenciales por eficiencias operativas cercanos a COP \$2.000 millones, actualmente en proceso de captura y consolidación, sentando bases para la mejora continua.

En coherencia con la transformación digital, se fortaleció el modelo de Canales Digitales (CCDD), priorizando los flujos de Terminales y FTTH por segmento. Este enfoque integral —personas, procesos, tecnología y estructuras— permitió identificar oportunidades de automatización, optimizar tiempos de respuesta y robustecer la toma de decisiones basada en datos. La digitalización y



automatización se mantuvieron como palancas estratégicas, con beneficios acumulados por COP \$29.000 millones y avances hacia operaciones cada vez más simples y 100% automáticas.

La Inteligencia Artificial tuvo un rol destacado en 2025. Con el modelo de gobierno del Chapter de IA, se desplegó un plan de formación estructurado: seis meses de capacitación en Copilot para 170 colaboradores, cuatro bootcamps con más de 155 asistentes y la selección de tres casos ganadores enfocados en retos reales del negocio. Adicionalmente, más de 180 personas participaron en programas de automatización e IA, impulsando la implementación progresiva de agentes inteligentes y generando eficiencias estimadas en COP \$4.876 millones.

Como hito cultural y de posicionamiento, Agile Way 2025 reunió a más de 150 líderes empresariales de distintas industrias, fortaleciendo el reconocimiento de Telefónica Movistar Colombia como referente nacional en Business Agility e innovación organizacional. Asimismo, se lanzó MOVE (Movistar Open Vision for Evolution), la primera Escuela de Innovación organizacional, con 15 colaboradores de distintas direcciones como agentes impulsores de innovación continua.

Con la evolución sostenida de su modelo ágil, el foco en métricas de valor y la adopción responsable de tecnologías emergentes, la Compañía fortaleció su resiliencia, su capacidad de adaptación y la generación de valor sostenible para el negocio y la sociedad.

## 5.7. Desarrollo social y crecimiento digital

(GRI Contenidos 413-1)

### Mujeres en Red

(GRI Contenidos 2-8, 405-1)

Al cierre de 2025, el programa Mujeres en Red alcanzó 352 posiciones técnicas ocupadas por mujeres en la plantilla de aliados. Con el apoyo de 11 aliados estratégicos y empresas contratistas, el programa amplió su alcance hacia operaciones de soporte técnico en Call Centers, consolidando su presencia en todas las regiones del país.

Esta iniciativa se ha convertido en un referente en empleabilidad y equidad, ofreciendo oportunidades de desarrollo en áreas como servicio técnico al hogar, mantenimiento de infraestructura, soporte técnico en Call Centers y logística. Además, contribuye al cumplimiento de los Principios para el Empoderamiento de la Mujer, lo que ha llevado al reconocimiento de su impacto a nivel nacional e internacional

**Iniciativas "Highlights" en el Reporte de Diversidad, Equidad e Inclusión del**

**World Economic Forum** (9 de enero de 2025), donde fue reconocida como una buena práctica que





por su enfoque innovador, brinda aprendizajes valiosos a otras organizaciones a nivel global. Ver la publicación en el link: [www.weforum.org/publications/diversity-equity-and-inclusion-lighthouses-2025/](https://www.weforum.org/publications/diversity-equity-and-inclusion-lighthouses-2025/)

**Finalista (Top 5 a nivel mundial) en los UNIDO ONE World Sustainability Awards 2025**, organizados por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), en la categoría “Mujeres en la Industria”, en reconocimiento a su contribución efectiva a la equidad de género y al desarrollo de talento femenino en la industria TIC. Este reconocimiento posiciona a Telefónica Movistar Colombia como un referente global en sostenibilidad e inclusión, destacando el impacto transformador, la innovación y el potencial de escalabilidad del programa entre cerca de 2.000 postulaciones provenientes de más de 100 países.



Como resultado de este reconocimiento, la ONUDI seleccionó a Mujeres en Red como solución destacada en la UNIDO Solution Platform (USP), una plataforma global que visibiliza y escala iniciativas probadas con impacto en el desarrollo industrial sostenible y en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La USP conecta a Estados Miembros, academia e industria, promoviendo alianzas estratégicas y la replicabilidad de soluciones con impacto a gran escala. La publicación del caso se puede ver en el siguiente link: <https://www.unido.org/solutions/mujeres-en-red-women-network>

## Patrocinios con propósito: conectando deporte y entretenimiento e inclusión



Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia fortaleció su posicionamiento de marca y su conexión emocional con los colombianos a través de una estrategia de patrocinios orientada al deporte, el entretenimiento y la innovación, consolidando estos espacios como plataformas de visibilidad, relacionamiento e inclusión.



En el ecosistema gamer, Movistar impactó a **45 universidades y 150.000 estudiantes**, desarrolló **79 eventos y 12 torneos**, alcanzó **1,2 millones de visualizaciones**, **6.500 nuevos seguidores** y **9.164 asistentes**, fortaleciendo su posicionamiento como el mejor Internet Fibra del país.

El **Movistar Arena**, reconocido como uno de los principales escenarios culturales y de entretenimiento del país, se consolidó durante 2025 como un activo emblemático para la Compañía. Con 7.253 publicaciones y la realización de 168 eventos públicos y privados, el recinto alcanzó un alto nivel de visibilidad e impacto. Este posicionamiento fue respaldado por el reconocimiento internacional otorgado por *Pollstar*, que lo ubicó como el escenario número uno en Latinoamérica y el cuarto a nivel mundial, reafirmando a Movistar como un referente en la creación de experiencias culturales, artísticas y de entretenimiento de alto valor para la ciudad y el país.



En el ámbito deportivo, el ciclismo continuó siendo un eje estratégico, con la realización de **tres grandes eventos —incluidos dos Retos Movistar—**, que convocaron a más de **1.000 ciclistas por evento**, la incorporación de una nueva categoría con **1.000 runners** y un **free press acumulado de USD 228 mil**.





Finalmente, en alianza con la **Federación Colombiana de Fútbol**, la marca alcanzó más de **27,4 millones de impactos** y **3,9 millones de interacciones positivas**, ratificando los patrocinios como un vehículo clave de construcción de marca, reputación e inclusión social.

## Tierra Libre de Cobre: de la economía circular al impacto humano

Tierra Libre de Cobre se ha consolidado como una iniciativa estratégica que demuestra cómo la gestión responsable de activos tecnológicos puede generar resultados ambientales y sociales concretos y sostenidos. Entre 2022 y 2025, el programa permitió el desmontaje de 18,6 millones de metros de cable multipar, con la recuperación de 20.590 toneladas de cable de cobre, equivalentes a 10.750 toneladas de cobre puro reincorporadas a la cadena de valor bajo principios de economía circular. El crecimiento progresivo de los resultados —con un pico de impacto en 2024— evidencia la madurez operativa del programa y el compromiso de los equipos con la reducción de pasivos ambientales y la valorización de recursos estratégicos.

La iniciativa nació como una respuesta responsable a la transición tecnológica del cobre hacia la fibra óptica, una red hasta diez veces más eficiente en consumo energético y con menores emisiones de CO<sub>2</sub>. Con el tiempo, trascendió lo técnico para integrar también la recuperación de plásticos, hierro y otros materiales, ampliando el alcance de la circularidad y contribuyendo a prevenir impactos ambientales y el uso ilegal de material hurtado. Solo en 2025 se reciclaron más de 4.600 toneladas de cobre.

Más allá del reciclaje, Tierra Libre de Cobre dio un paso adicional al evolucionar como iniciativa de sostenibilidad hacia Copper Skin, desarrollada en alianza con la Fundación Debra. Esta iniciativa transforma el cobre reciclado en prendas terapéuticas elaboradas con hilo de cobre, destinadas a niños con epidermólisis bullosa (“piel de mariposa”). Gracias a las propiedades antibacterianas y regenerativas del cobre, estas prendas contribuyen a reducir infecciones, favorecer la cicatrización y mejorar el confort, impactando positivamente la calidad de vida de los pacientes. Actualmente, 80 niños en 20 departamentos del país se benefician de esta solución, convirtiendo un proceso de reciclaje tecnológico en un acto de dignidad, cuidado y esperanza.



La solidez y el impacto del proyecto han sido reconocidos a nivel nacional por diversas entidades.



Entre los principales reconocimientos se destacan: Finalista del Premio Andesco – Categoría Ambiental; EFFIE Awards Colombia 2025, con Premio Plata en la categoría Internet y/o Telecomunicaciones y Premio Bronce en Positive Change – Bien Social; así como el Premio de Sostenibilidad CAMACOES. Estos reconocimientos validan que la innovación, la tecnología y el compromiso sostenible, integrados de manera estratégica, pueden generar valor económico, social y ambiental tangible para el país.

## Lanzamiento de la Carta de Derechos Digitales

En el marco de ANDICOM 2025, el principal Congreso Empresarial y Tecnológico de Colombia y América Latina, Telefónica Movistar Colombia y su Fundación consolidaron su liderazgo regional con el lanzamiento de la Carta de Derechos Digitales, una iniciativa orientada a promover un entorno digital ético, seguro, inclusivo y centrado en las personas.



La participación de la Compañía fue estratégica, liderando diálogos de alto nivel en los que se reafirmó que la transformación digital debe tener un enfoque humanista. Este escenario también funcionó como un puente estratégico entre Europa y América Latina, posicionando a Colombia como epicentro del debate regional en gobernanza digital.



Para Telefónica, la conectividad constituye un habilitador de derechos fundamentales como la privacidad, la seguridad, la inclusión y la libertad de expresión, y la innovación tecnológica debe desarrollarse bajo principios de ética, responsabilidad social y respeto por los derechos humanos.

En articulación con actores internacionales como **Red.es** y el **Gobierno de España**, Telefónica Movistar proyectó una visión compartida de una región donde el acceso a la tecnología sea un derecho efectivo, contribuyendo al cierre de brechas y estableciendo estándares que servirán de referencia para el entorno latinoamericano en los próximos años.



## Reto Nacional por la Educación 2025



El **Reto Nacional por la Educación 2025**, liderado por la organización **Colombia Líder**, reconoció las mejores gestiones educativas territoriales del país, destacando iniciativas innovadoras en inversión, calidad educativa y transformación social, con experiencias exitosas como las de Valle del Cauca y Envigado.



Telefónica Movistar se vinculó como aliado estratégico, reafirmando su propósito de *hacer el mundo más humano conectando la vida de las personas*, bajo la convicción de que la educación es una de las herramientas más poderosas para reducir la desigualdad.

La Compañía reconoce que la conectividad, por sí sola, no es suficiente, y debe estar acompañada de formación, contenidos pertinentes y apropiación digital para generar impacto sostenible. Apostar por esta iniciativa representó una inversión en el futuro del país y en el desarrollo de territorios más equitativos.



## Media Maratón Yopal: Bienestar, Deporte e Inclusión



La **Media Maratón de Yopal**, realizada el 14 de octubre en la capital del departamento de Casanare, reunió a más de 3 mil corredores en una jornada que promovió el deporte, la inclusión y la conexión entre comunidades. Movistar acompañó esta iniciativa como aliado del bienestar y la tecnología, reafirmando su compromiso con el impulso de experiencias que fortalecen valores, promueven hábitos de vida saludables y generan impacto social.

La participación activa de un equipo de colaboradores de la Compañía reflejó que el compromiso con el bienestar



inicia desde el interior de la organización y se proyecta hacia la sociedad, fortaleciendo una cultura corporativa coherente con los valores promovidos externamente.

## Territorios Inteligentes: Incidencia en la Agenda Pública

Como parte de su compromiso con la transformación digital del país, Telefónica Movistar fortaleció su liderazgo en la agenda pública mediante la publicación de un artículo especializado sobre **Territorios Inteligentes** en la *Revista del Congreso*. Este espacio de incidencia nacional permitió visibilizar cómo la conectividad y la adopción de soluciones tecnológicas avanzadas son motores clave para el desarrollo equitativo de las regiones.

A través de esta contribución, la Compañía reafirmó su rol como aliado estratégico del Estado, evidenciando con casos concretos cómo la digitalización territorial impulsa la competitividad, la sostenibilidad y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

El artículo puede consultarse en la *Revista del Congreso*, edición 274, páginas 56–57, Link: <https://revistaelcongreso.com/edition-274-smart-territories-of-colombia/>.





## 6. Gestión del Talento Humano

(GRI Contenidos 2-7, 2-8, 2-22, 2-23, 401-1)

Con las personas en el centro de su estrategia, la Compañía reconoce que el desarrollo del talento, la motivación y el compromiso de sus colaboradores constituyen habilitadores fundamentales del cambio, la innovación y el crecimiento sostenible. El alineamiento con el propósito corporativo y los valores de Telefónica fortalecen la cultura organizacional y son clave para la generación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés.

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia se consolidó como un actor relevante en materia de empleabilidad y desarrollo del talento en el país, en coherencia con su compromiso con los derechos humanos, la diversidad, la equidad y la inclusión.

Al cierre del ejercicio, la Compañía contó con una plantilla de **4.993 colaboradores** distribuidos en seis regiones: Administración Central, Bogotá, Caribe, Noroccidente, Oriente y Sur.

La gestión del talento se orienta a promover entornos de trabajo diversos, seguros e inclusivos, que fomenten la igualdad de oportunidades, el desarrollo de capacidades y el bienestar integral de los colaboradores, contribuyendo a la atracción y retención del talento y al fortalecimiento de una cultura de alto desempeño.

Para efectos de este capítulo, los datos e indicadores se presentan con corte al 31 de diciembre de 2025. Los indicadores de ingresos y rotación excluyen posiciones temporales y programas de becarios, con el fin de garantizar la consistencia, trazabilidad y comparabilidad de la información reportada.

### Empleados por tipo de contrato y región

TIPO CONTRATO	ADMINISTRACIÓN CENTRAL		BOGOTA		CARIBE		NOROCCIDENTE		ORIENTE		SUR		Total general	
	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%
Indefinido	1846	37,0%	489	9,8%	453	9,1%	350	7,0%	403	8,1%	400	8,0%	3941	78,9%
Temporal	5	0,1%	226	4,5%	196	3,9%	161	3,2%	174	3,5%	133	2,7%	895	18,0%
Aprendizaje	82	1,6%	17	0,3%	14	0,3%	8	0,2%	6	0,1%	12	0,2%	139	2,8%
Fijo	18	0,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	18	0,4%
<b>Total</b>	<b>1951</b>	<b>39,1%</b>	<b>732</b>	<b>14,7%</b>	<b>663</b>	<b>13,3%</b>	<b>519</b>	<b>10,4%</b>	<b>583</b>	<b>11,7%</b>	<b>545</b>	<b>10,9%</b>	<b>4993</b>	<b>100%</b>

\*No incluye Nómina Fundación



## 6.1. Contrataciones y rotación

(GRI Contenido 401-1)

El número total y la tasa de nuevas contrataciones de empleados por grupo de edad, sexo y región.

REGIONAL	MUJERES								HOMBRES								Total general	
	Menos de 30		Entre 30 y 50		Mayor de 50		TOTAL		Menos de 30		Entre 30 y 50		Mayor de 50		TOTAL			
ADMINISTRACIÓN CENTRAL	13	2,8%	23	5,0%	2	0,4%	38	8,3%	24	5,3%	25	5,5%	4	0,9%	53	11,6%	91	19,9%
BOGOTA	11	2,4%	19	4,2%	1	0,2%	31	6,8%	14	3,1%	41	9,0%	1	0,2%	56	12,3%	87	19,0%
CARIBE	9	2,0%	42	9,2%	1	0,2%	52	11,4%	4	0,9%	28	6,1%	4	0,9%	36	7,9%	88	19,3%
NOROCCIDENTE	6	1,3%	15	3,3%	4	0,9%	25	5,5%	4	0,9%	18	3,9%	0	0,0%	22	4,8%	47	10,3%
ORIENTE	16	3,5%	31	6,8%	2	0,4%	49	10,7%	16	3,5%	38	8,3%	2	0,4%	56	12,3%	105	23,0%
SUR	5	1,1%	16	3,5%	0	0,0%	21	4,6%	2	0,4%	16	3,5%	0	0,0%	18	3,9%	39	8,5%
<b>Total general</b>	<b>60</b>	<b>13,1%</b>	<b>146</b>	<b>31,9%</b>	<b>10</b>	<b>2,2%</b>	<b>216</b>	<b>47,3%</b>	<b>64</b>	<b>14,0%</b>	<b>166</b>	<b>36,3%</b>	<b>11</b>	<b>2,4%</b>	<b>241</b>	<b>52,7%</b>	<b>457</b>	<b>100,0%</b>

\*No incluye becarios ni temporales

El número total y la tasa de rotación de personal por grupo de edad, sexo y región.

REGIONAL	MUJERES								HOMBRES								Total general		
	Menos de 30		Entre 30 y 50		Más de 50		TOTAL		Menos de 30		Entre 30 y 50		Más de 50		TOTAL				
ADMINISTRACIÓN CENTRAL	33	13,8%	72	30,2%	9	3,7%	114	47,9%	26	10,9%	89	37,3%	9	3,7%	124	52,1%	238	35,4%	
BOGOTA	1	20,0%	4	80,0%		0,0%	5	100,0%		0,0%		0,0%		0,0%	0	0,0%	5	0,7%	
CARIBE	1	1,8%	22	41,5%	1	1,8%	24	45,2%	3	5,6%	22	41,5%	4	7,5%	29	54,7%	53	7,9%	
NOROCCIDENTE	8	10,0%	24	30,0%	2	2,5%	34	42,5%	13	16,5%	31	38,7%	2	2,5%	46	57,5%	80	11,9%	
ORIENTE	13	18,0%	25	34,7%	2	2,7%	40	55,5%	15	20,8%	14	19,4%	3	4,1%	32	44,4%	72	10,7%	
SUR	7	7,6%	36	39,1%	4	4,3%	47	51,0%	6	6,5%	31	33,7%	8	8,7%	45	48,9%	92	13,7%	
<b>Total general</b>	<b>63</b>	<b>11,6%</b>	<b>183</b>	<b>33,8%</b>	<b>18</b>	<b>3,3%</b>	<b>264</b>	<b>48,8%</b>	<b>63</b>	<b>11,6%</b>	<b>187</b>	<b>34,6%</b>	<b>26</b>	<b>4,8%</b>	<b>276</b>	<b>51,1%</b>	<b>540</b>	<b>100%</b>	
<b>TOTAL INDICE ROTACION</b>	<b>17,85%</b>																		

\*No incluye becarios

## 6.2. Diversidad, Equidad e Inclusión

(GRI Contenidos 2-23, 404-3, 405-1, 406-1)



La Compañía reconoce que las organizaciones son el reflejo de las personas que las conforman y que la diversidad de miradas, experiencias y trayectorias es un factor clave para la innovación, la transformación digital y la creación de valor sostenible. En este sentido, la gestión de la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) constituye una palanca estratégica para el cumplimiento del Plan de Negocio Responsable y el fortalecimiento de una cultura organizacional basada en el respeto, la igualdad de oportunidades y la no discriminación.

En coherencia con este enfoque, Telefónica Movistar Colombia cuenta con un Comité de Diversidad a nivel local, responsable del diseño, implementación, seguimiento y mejora continua de las acciones, programas e iniciativas orientadas a promover entornos de trabajo inclusivos, diversos y equitativos. Este Comité articula esfuerzos con las distintas áreas de la Compañía, asegurando la transversalidad del enfoque DEI en la gestión del talento y en los procesos organizacionales.

De manera complementaria, el Consejo de Administración del Grupo Telefónica respalda este compromiso a través de la Política Global de Diversidad, la cual establece principios claros para garantizar la igualdad de oportunidades, un trato justo y una cultura inclusiva en todas las operaciones del Grupo. Dicha política rechaza de forma expresa cualquier tipo de discriminación basada, entre otros factores, en nacionalidad, origen étnico, género, orientación sexual, identidad de género, discapacidad, edad, religión u otras condiciones personales o sociales.

La composición de la fuerza laboral reflejó un balance significativo, con una participación del **47,1% de mujeres** y del **52,9% de hombres**, evidenciando avances en equidad de género y acceso a oportunidades laborales.

A continuación, se presenta la conformación de la plantilla de empleados por género y categoría laboral, como base para el seguimiento y fortalecimiento de las políticas de diversidad e inclusión.

## Empleados(as) por tipo de contrato y género

TIPO CONTRATO	MUJERES		HOMBRES		Total general	
	Count	Percentage	Count	Percentage	Count	Percentage
Indefinido	1812	36,3%	2129	42,6%	3941	78,9%
Temporal	459	9,2%	436	8,7%	895	17,9%
Aprendizaje	72	1,4%	67	1,3%	139	2,8%
Fijo	7	0,1%	11	0,2%	18	0,4%
<b>Total general</b>	<b>2350</b>	<b>47,1%</b>	<b>2643</b>	<b>52,9%</b>	<b>4993</b>	<b>100%</b>

\*No incluye Nómina Fundación

## Empleados(as) por categoría laboral

Categoría	Mujeres	Hombres
-----------	---------	---------



	Menos de 30	Entre 30 y 50	Mayor de 50	Menos de 30	Entre 30 y 50	Mayor de 50	Total general
Mando Medio	0%	4,7%	0,7%	0,1%	5,3%	1,6%	12,5%
Resto Plantilla	5,2%	32,7%	2,6%	6,1%	35,3%	5,7%	87,5%
<b>Total general</b>	<b>5,2%</b>	<b>37,4%</b>	<b>3,4%</b>	<b>6,2%</b>	<b>40,6%</b>	<b>7,2%</b>	<b>100%</b>

\*No incluye mandos Directivos, ni becarios, ni temporales

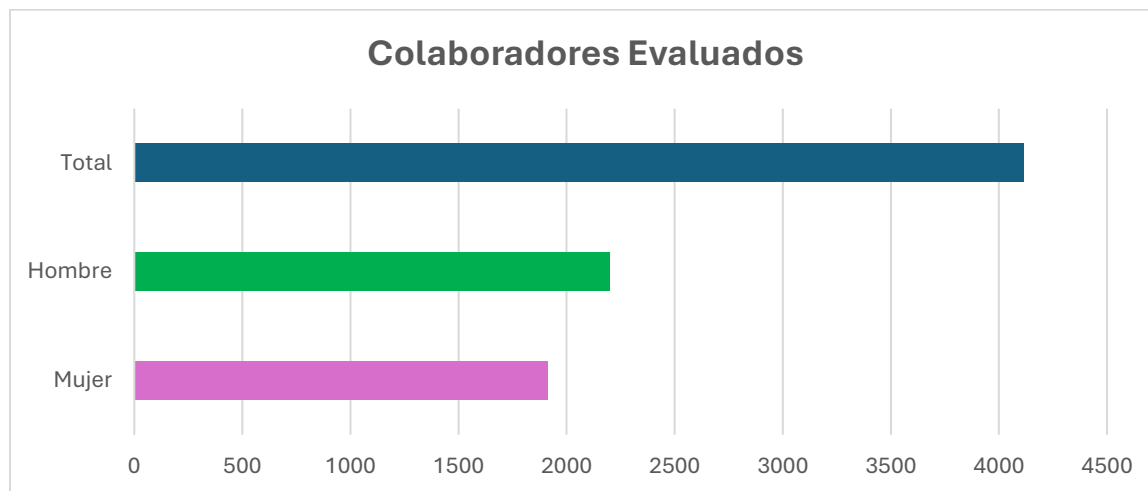
Telefónica ha consolidado una estrategia integral que fomenta espacios laborales seguros y valorados, con un enfoque en la individualidad de cada colaborador. Estas iniciativas se reflejan en indicadores clave, diagnósticos organizacionales, cultura inclusiva y una marca empleadora reconocida por su diversidad.

## 6.2.1. Indicadores Clave de Desempeño

### (GRI Contenido 404-3)

Se establecen KPIs que permiten medir y evaluar de manera precisa el progreso en la gestión del Talento y desempeño en el entorno laboral. Estos indicadores son fundamentales para obtener una visión cuantitativa y cualitativa de los esfuerzos realizados y su impacto.

En 2025 se realizó el ejercicio de evaluación de desempeño, aplicado a más de 4,1 mil colaboradores(as), en los siguientes roles:



Rol	Colaboradores Evaluados	%
Contribuidor individual	3592	



F	1691	47,1
M	1901	52,9
<b>Mando Medio</b>	<b>506</b>	
F	214	42,3
M	292	57,7
<b>Directivos</b>	<b>15</b>	
F	6	40
M	9	60

\*No Incluye Fundación

## 6.2.2. Diagnóstico Organizacional

Telefónica Movistar Colombia mantiene un compromiso permanente con la experiencia, el bienestar y la motivación de sus colaboradores, reconociéndolos como un eje estratégico para la sostenibilidad del negocio y el logro de los objetivos corporativos. Con este propósito, la Compañía realiza de manera sistemática dos mediciones anuales de clima y compromiso: el Pulso de Motivación eNPS y la Encuesta de Motivación eNPS, herramientas clave para evaluar la percepción de los equipos y monitorear la evolución de las dimensiones culturales.

Estas mediciones permiten identificar oportunidades de mejora, orientar la toma de decisiones y asegurar el avance continuo en la construcción de un entorno laboral positivo, alineado con los valores corporativos y las mejores prácticas de gestión de personas.

En términos de resultados, durante abril de 2025 el Pulso de Motivación alcanzó un 80% en eNPS, reflejando un nivel sólido de compromiso organizacional. Posteriormente, en noviembre, la Encuesta de Motivación registró un 82% en eNPS, con una participación del 87% de la plantilla, evidenciando una mayor vinculación de los colaboradores con la medición y con la Compañía.

Este resultado positivo confirma que las acciones estratégicas implementadas en materia de liderazgo, comunicación, bienestar y desarrollo del talento están generando un impacto favorable y fortaleciendo la conexión, el sentido de pertenencia y el compromiso de los colaboradores con Telefónica Movistar Colombia.

## 6.2.3. Cultura Inclusiva y Diversa

Se implementan iniciativas para fomentar un entorno laboral inclusivo, promoviendo la diversidad en todos sus aspectos. Además, se busca cultivar una cultura organizacional que valore y respete las



diferencias individuales. Este enfoque no solo apunta a cambios superficiales, sino a la creación de una mentalidad colectiva de respeto y aprecio por la diversidad.

La gestión de la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) contribuye, además, al posicionamiento de la Compañía como un empleador responsable y atractivo, al visibilizar su compromiso con prácticas inclusivas ante colaboradores actuales y potenciales, y consolidar una marca empleadora asociada a un entorno laboral justo, diverso y respetuoso.

La estrategia de DEI se estructura sobre pilares transversales que orientan las acciones de la Compañía y se despliegan en cinco frentes de trabajo prioritarios: equidad de género, diversidad generacional, comunidad LGBTQ+, inclusión de personas con discapacidad y multiculturalidad. Durante 2025, estas líneas de acción fueron fortalecidas mediante campañas estratégicas de sensibilización y comunicación interna, diseñadas para promover la apropiación y el compromiso de los equipos, entre las que se destacan: Mes de la Equidad de Género – #VocesQueTransforman; Mes del Talento Generacional – #TalentoSinEdad; Mes de la Diversidad – #OrgulloQueUne; y Mes de la Discapacidad – #RompiendoBarreras.

Estas iniciativas reforzaron la cultura inclusiva de la Compañía y consolidaron la diversidad como un eje transversal de su gestión organizacional.

## Equidad de género

La Compañía promueve iniciativas enfocadas en contribuir en el cierre de brecha y generar espacios con igualdad entre hombres y mujeres, algunas acciones en 2025:

- Reclutamiento con enfoque de género: Se implementaron procesos transparentes y libres de sesgos, garantizando oportunidades equitativas. Las publicaciones de vacantes están exentas de criterios discriminatorios como sexo, edad, etnia o discapacidad.
- **Programa Futura:** Diseñado para Potenciar el liderazgo femenino dentro de la empresa fomentando el desarrollo de competencias clave que capaciten a las colaboradoras de alto potencial para enfrentar desafíos más exigentes y asumir roles de mayor jerarquía y responsabilidad. La Compañía cuenta con el 80% de Mujeres Participantes en el Programa.
- Se han definido metas para apalancar la equidad y la promoción de liderazgo femenino en posiciones de mayor nivel. Para el cierre del 2025, el **40% de mujeres ocuparon posiciones directivas** y el **39,8% de las mujeres ocuparon posiciones de liderazgo**.
- La obtención del **Nivel II de la certificación Equipares**, un reconocimiento que valida la implementación de acciones concretas para promover la igualdad de género, la diversidad y entornos más justos e inclusivos.
- **Participación en la medición de AEQUALES 2025:** En la más reciente edición de este programa, la Compañía fue reconocida por sus sólidas prácticas en equidad, diversidad e inclusión, obteniendo dos distinciones relevantes:
  - Distinción Especial a la Mejor Práctica en Sostenibilidad, por el impulso a la paridad de género y la promoción de una mayor participación de mujeres en posiciones estratégicas.



- 8° lugar en el Top 10 de empresas con más de 1.000 colaboradores, siendo la única empresa del sector telecomunicaciones incluida en el ranking.

## Generacional

La Compañía implementa programas orientados a integrar y potenciar el talento de diferentes generaciones, con especial énfasis en la vinculación y fidelización de jóvenes. Al cierre de 2025, el **35,2% de la plantilla** correspondió a colaboradores menores de 35 años.

Entre las iniciativas se destacan:

- Participación anual en el estudio Employers For Youth (EFY), en el que Telefónica Movistar Colombia ocupó el puesto 21 de 32 en el ranking país.
- **Programa Generación Movistar**, dirigido a jóvenes menores de 35 años, con 200 participantes, orientado al desarrollo de capacidades, fortalecimiento del talento y posicionamiento de la marca empleadora.

## Comunidad LGBTQI+<sup>1</sup>

La Compañía fomenta un entorno laboral seguro, respetuoso y libre de discriminación para las personas de la comunidad LGBTQI+. En 2025 se avanzó en:

- Mantenimiento y promoción de beneficios extensivos (licencia homoparental, permisos por boda, luto y permisos escolares, entre otros).
- Campañas de comunicación y sensibilización sobre respeto e inclusión.
- Habilitación de baños mixtos en las instalaciones, como símbolo de igualdad y respeto por la diversidad.

## Personas con Discapacidad

Telefónica Movistar Colombia promueve la inclusión laboral de personas con discapacidad. Al cierre de 2025, la Compañía contaba con **18 colaboradores certificados con discapacidad** y desarrolló acciones como:

- Relanzamiento del Manual de Personas con Discapacidad, orientado a eliminar barreras actitudinales y operativas.
- Espacios de sensibilización internos mediante charlas, conversatorios y paneles.
- Campañas informativas para facilitar el acceso al certificado de discapacidad.
- Relanzamiento del curso de Sensibilización en Discapacidad, disponible de manera opcional para todos los colaboradores.

## Multiculturalidad

<sup>1</sup> Lesbiana, gay, bisexual, transexual, queer e intersexual (**LGBTQI**)



### (GRI Contenido 202-2)

La Compañía promueve la integración de personas de diferentes orígenes, etnias y culturas, mediante acciones formativas y campañas de comunicación orientadas a la sensibilización y el aprendizaje. A través de los canales internos, se comparten contenidos y espacios de diálogo que fortalecen la comprensión y el respeto por la diversidad cultural en todos los frentes de trabajo.

## 6.3. Libertad de Asociación

### (GRI Contenido 2-30)

En línea con los Principios de Negocio Responsable y la política de Derecho Humanos, la Compañía garantiza el derecho de los empleados a pertenecer a la organización sindical que los representa y no tolera ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participen en actividades sindicales y con el tercer Principio del Pacto Global (las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva) para 2025 el 2,9% de la planta total de empleados estuvo cubierto por el laudo arbitral ; cabe resaltar que tanto a los trabajadores(as) afiliados a la organización sindical, como aquellos que no, la Compañía determina las condiciones laborales y contractuales, de conformidad con lo establecido en la Ley.

## 6.4. Remuneración salarial

### (GRI Contenido 2-19, 2-20 y 2-21)



Telefónica Movistar Colombia considera la remuneración como un elemento estratégico para atraer, retener y motivar el talento, así como para reconocer de manera equitativa el desempeño, la responsabilidad y el impacto de cada cargo en la organización. Para ello, la Compañía cuenta con una estructura salarial sólida, consistente y competitiva frente al mercado laboral nacional, sustentada en procesos técnicos, objetivos y transparentes.

La política de compensación se basa en la valoración de los cargos y no de las personas que los ocupan. En este sentido, el género, la edad u otras características personales no constituyen criterios para la asignación salarial, garantizando así el principio de igualdad de oportunidades y de remuneración por trabajo de igual valor. De manera permanente, la estructura salarial es contrastada con el mercado para asegurar su competitividad externa y su coherencia interna.

### 6.4.1. Estructura Salarial

#### (GRI Contenido 2-19, 2-20)

La Compañía dispone de una estructura salarial definida a partir de un proceso de valoración de cargos, que comprende doce (12) niveles para los cargos no directivos. Esta estructura permite asegurar la equidad interna mediante la comparación entre niveles y familias de cargos, así como la competitividad externa frente al mercado salarial. La remuneración asignada a cada cargo responde a sus funciones, responsabilidades y nivel de impacto organizacional. En este sentido, no se realizan comparaciones salariales entre niveles pre-directivos y el promedio general de la organización,



considerando que más del 60% de la plantilla se concentra en los niveles intermedios de la escala (niveles 4 al 9).

La compensación total se define con base en tres criterios principales: competitividad externa, equidad interna y contexto económico de la Compañía. De acuerdo con la naturaleza del rol, el esquema de compensación puede incluir:

- **Salario fijo mensual:** Ningún colaborador directo percibe una remuneración inferior al salario mínimo legal vigente.
- **Salario variable (comisiones):** Aplica para cargos con funciones comerciales o de atención al cliente, con metas definidas y evaluadas por el área de Planeación Comercial.
- **Bono anual por resultados:** Dirigido principalmente a cargos no comerciales. Su asignación varía según el nivel de impacto del rol y el cumplimiento de objetivos estratégicos y financieros, definidos anualmente para cada operación del Grupo.

## 6.4.2. Ratio de Compensación

(GRI Contenidos 2-21, 202-1, 405-1, 405-2)

Durante 2025, el ratio de compensación de Telefónica Movistar Colombia fue del **599%**, calculado como la relación entre la compensación más alta y la mediana de compensación de la plantilla. Para este cálculo se excluyeron becarios, jóvenes profesionales, personal de Fundación y cargos directivos. Adicionalmente, el incremento salarial promedio aplicado en la Compañía fue del **4,63%**, con un incremento máximo del **13,75%**, en función del ajuste legal vigente y del desempeño individual medido a través de indicadores previamente definidos. Este análisis también se realizó excluyendo becarios, jóvenes profesionales, Fundación y directivos.

La Compañía cuenta con el **Sello Oro Equipares** y mantiene un plan de acción orientado al cierre de brechas salariales de género, identificadas a través de diagnósticos periódicos. Al cierre de 2025, las diferencias salariales por tipo de cargo fueron las siguientes:

Tipo de Cargo	Diferencia
Gerente	-24%
Jefe	-21%
Profesional	-31%
Analista	8%

## 6.5. Bienestar, teletrabajo y conciliación

(GRI Contenidos 401-2)

Telefónica Movistar Colombia promueve un enfoque integral de bienestar que busca fortalecer el equilibrio entre la vida laboral y personal de sus colaboradores(as), reconociendo que la flexibilidad, el uso consciente del tiempo y la conciliación son elementos clave para el compromiso, la productividad y la sostenibilidad del talento.





## 6.5.1. Beneficios UNO

Beneficios UNO es el programa de beneficios en tiempo que permite, de manera anual, a todos(as) los(as) colaboradores(as) directos(as) —incluidos(as) estudiantes en práctica y aprendices SENA— programar hasta 1.000 créditos (y 400 créditos en el caso de practicantes y aprendices) para acceder a beneficios acordes con sus necesidades e intereses.

Actualmente, el programa cuenta con los siguientes beneficios:

- Tiempo para ti: Media jornada libre para actividades personales.
- Sábado Flexible: Media jornada libre (aplica en Centros de Experiencia).
- Mi Cumple: Un día libre en el mes de cumpleaños.
- Ocho son mejor: Un día extra por vacaciones de 7 a 14 días consecutivos.
- 15=17: Dos días adicionales por vacaciones completas.
- Miércoles de Semana Santa: Media jornada libre con horario continuo.
- Llegó Navidad y Doce Uvas: Dos días libres en diciembre para Navidad y Año Nuevo.
- Compras Navideñas: Media jornada libre para compras navideñas.

Durante 2025, el 90% de los(as) colaboradores(as) hizo uso de al menos un beneficio, con una participación del 91% de mujeres y 89% de hombres. En los Centros de Experiencia, el nivel de uso también alcanzó el 90%, reflejando la efectividad del programa incluso en entornos con mayor rigidez horaria.





## 6.5.2. Momentos Movistar

Momentos Movistar es un portafolio de experiencias personalizables en categorías como descanso, cultura, deporte, gastronomía, recreación y bienestar, así como productos tangibles. Las experiencias pueden compartirse con familiares o amigos, según la ubicación, e incluyen actividades gratuitas organizadas por la Compañía.

A cierre de 2025, el 89% de los(as) colaboradores(as) participó en al menos una experiencia, con una participación del 90% de mujeres y 88% de hombres.

## 6.5.3. Esquema Híbrido de Trabajo

Desde 2022, la Compañía cuenta con un modelo híbrido de trabajo. A partir de 2024, se estableció que los(as) colaboradores(as) en posiciones administrativas asistan a la oficina tres días a la semana y trabajen de forma remota los dos restantes, esquema que se mantuvo en 2025. Este esquema se complementa con acciones orientadas a la desconexión digital, la gestión eficiente del tiempo y el bienestar digital.

La Compañía facilita la conectividad mediante un plan de dotación con datos ilimitados, así como beneficios de plan empleado para la adquisición de servicios Movistar con tarifas preferenciales. Adicionalmente, reconoce el **auxilio de teletrabajo**,

asociado al consumo de energía de las herramientas laborales, de acuerdo con las políticas vigentes.



## 6.5.4. Flexibilidad horaria

Telefónica Movistar Colombia ofrece alternativas de flexibilidad en la jornada laboral sin afectar la remuneración, permitiendo a los(as) colaboradores(as) elegir la modalidad que mejor se ajuste a sus necesidades.

Estas incluyen **horario flexible de lunes a jueves** y los **Viernes de Desconexión**, con jornada continua de 8:00 a. m. a 2:00 p. m. Para los Centros de Experiencia, se dispone del beneficio *Dos Días por Horario del Viernes*.



De manera complementaria, la Compañía ofrece licencias remuneradas adicionales a las establecidas por ley, como extensión de licencias de maternidad y paternidad, licencia homoparental, regreso paulatino (*soft landing*), licencia por aborto o parto no viable, permiso escolar, tiempo para boda y permisos por calamidad doméstica, fortaleciendo una cultura organizacional centrada en el cuidado, la inclusión y la conciliación.

## 6.5.5. Permiso parental

### (GRI Contenido 401-3)

Telefónica Movistar Colombia promueve la corresponsabilidad en el cuidado y el bienestar familiar, garantizando condiciones equitativas para el ejercicio del permiso parental y favoreciendo la permanencia y el desarrollo del talento en la organización.

Durante 2025, un total de **84 colaboradores(as)** hicieron uso del permiso parental. De este grupo, **45 mujeres** accedieron a la licencia de maternidad y **39 hombres** a la licencia de paternidad, reflejando una participación equilibrada y el avance en la apropiación de estos derechos por parte de ambos géneros.

En el mismo período, **81 colaboradores(as)** retornaron a sus labores luego de finalizar su licencia parental, de los cuales **42 fueron mujeres y 39 hombres**. Estos retornos corresponden a licencias iniciadas tanto en 2024 como en 2025. Al cierre del año, **14 colaboradores(as)** se encontraban aún en licencia parental, **12 mujeres y 2 hombres**.

Las tasas de **retorno y retención** de los(as) empleados(as) que se acogieron al permiso parental alcanzaron el **96% tanto para mujeres como para hombres**, lo que evidencia la efectividad de las políticas de conciliación de la Compañía y su compromiso con un entorno laboral inclusivo, que facilita la continuidad profesional tras etapas clave de la vida familiar.

## 6.5.6. Prestaciones Empleados (as)

### (GRI Contenido 401-2)

Telefónica Movistar Colombia cuenta con un portafolio integral de prestaciones orientado a proteger el bienestar, la salud y la estabilidad de sus empleados(as), así como a promover la conciliación entre la vida laboral y personal. Estos beneficios complementan las disposiciones legales vigentes y reflejan el compromiso de la Compañía con una gestión responsable del talento humano.

Las prestaciones habituales para los(as) empleados(as) a jornada completa incluyen:

- **Auxilio por incapacidad:** La Compañía complementa el pago realizado por la EPS hasta alcanzar el **100% del ingreso** durante los primeros **180 días de incapacidad**, beneficio sujeto a ajustes conforme a las políticas internas vigentes.
- **Seguro de vida:** Cobertura por fallecimiento o incapacidad total y permanente, asumida en su totalidad por la Compañía desde el inicio de la relación laboral.
- **Tiempos remunerados adicionales a los establecidos por ley**, que incluyen:



- **Extensión de licencias parentales:**
  - Maternidad: +2 semanas, para un total de 20 semanas.
  - Paternidad: +6 días hábiles, para un total de 14 días hábiles.
- **Regreso paulatino (soft landing):** Reducción de una hora diaria en la jornada laboral durante 30 días posteriores a la reincorporación tras licencias parentales.
- **Permisos especiales remunerados**, orientados a atender necesidades personales y familiares:
  - Permisos escolares: dos medias jornadas anuales y tres horas bimestrales para actividades escolares de hijos(as).
  - Boda: cuatro días de licencia remunerada.
  - Calamidad doméstica: licencia remunerada ante situaciones graves que afecten la vida personal o familiar.
  - Licencia por aborto o parto no viable: dos semanas de licencia remunerada para las parejas afectadas.
  - Licencia homoparental: Cuidador primario: 20 semanas (o 22 semanas en caso de partos múltiples). Y cuidador secundario: 14 días hábiles remunerados.

Este conjunto de prestaciones contribuye a fortalecer el bienestar integral de los(as) colaboradores(as), fomenta la equidad y la corresponsabilidad en el cuidado, y respalda la atracción y retención de talento en la organización, en línea con los principios de sostenibilidad y gestión responsable del empleo.

## 6.6. Formación y desempeño

(GRI Contenido 404-1 y 404-2)

Telefónica Movistar Colombia promueve una cultura de aprendizaje continuo como eje fundamental para el desarrollo del talento, el fortalecimiento del desempeño y la adaptación a un entorno empresarial marcado por la transformación digital, la innovación y la sostenibilidad. Durante 2025, la Compañía implementó un portafolio integral de iniciativas formativas orientadas a fortalecer las capacidades técnicas, digitales y de liderazgo en todos los niveles de la organización.

### Desarrollo de liderazgo

- **Programa de Liderazgo Influyente:** Iniciativa estratégica diseñada para fortalecer capacidades de liderazgo en contextos de alta incertidumbre y transformación digital, orientada a formar líderes capaces de inspirar, movilizar equipos y ejecutar la estrategia corporativa. En 2025 participaron 513 líderes.
- **Universitas – The Academy:** Programa global de desarrollo de liderazgo que fortalece competencias estratégicas para la gestión en entornos complejos. Durante 2025 se registró la siguiente participación:



- *Leading Self*: 4 líderes
- *Advanced Leadership Program (ALP)*: 4 líderes
- *Future Ready*: 1 líder
- **Taller de Liderazgo Digital y Ágil**: Experiencia formativa orientada al desarrollo de liderazgo adaptativo, metodologías ágiles e innovación. En 2025 participaron 69 líderes.
- **Programa de Coaching**: Iniciativa de acompañamiento individual y grupal orientada al desarrollo personal y profesional de líderes. En 2025 participaron 7 líderes.

## Formación en transformación digital y tecnologías emergentes

En línea con su compromiso con la innovación y el desarrollo sostenible del talento, la Compañía implementó el Programa de Formación en Herramientas de Automatización y Tecnologías Emergentes, con énfasis en inteligencia artificial, automatización y adopción ética de nuevas tecnologías. Durante 2025 se realizaron 14 formaciones especializadas, impactando a 185 colaboradores, en temáticas como automatización de procesos, analítica, agentes virtuales, gobierno y seguridad de IA, entre otras.

## Plataformas de aprendizaje

- **UBITS**: Plataforma de aprendizaje orientada al fortalecimiento de competencias críticas, con impacto directo en proyectos estratégicos como Canales Digitales. En 2025 se asignaron 100 licencias a distintas áreas.
- **UDEMY**: Implementada para apoyar el escalamiento de capacidades en inteligencia artificial y tecnologías digitales. Durante el año se adquirieron 475 licencias, distribuidas entre usuarios clave y áreas de negocio.
- **Programa de idiomas Dexway**: Iniciativa orientada al fortalecimiento de competencias lingüísticas en inglés, portugués y alemán. En 2025 se asignaron:
  - Periodo 1: 846 licencias
  - Periodo 2: 715 licencias
  - Periodo 3: 406 licencias

## Cultura de ética y cumplimiento

La Ventana Formativa de Compliance 2025 fue una iniciativa corporativa obligatoria desarrollada entre abril y julio de 2025 para fortalecer la cultura de ética, integridad y cumplimiento normativo. Los niveles de cumplimiento fueron:

- Principios de Negocio Responsable: 95%
- Derecho de la Competencia: 94%
- Principios de Privacidad y BCRs: 94%
- FCPA en Telefónica: 91%

## Alianzas para formación externa



- **Programa de Fortalecimiento Empresarial con Cajas de Compensación:** En alianza con CAFAM, CONFANDI y CAJASAN, 317 colaboradores participaron en programas de formación en áreas clave como analítica de datos, finanzas, logística, mercadeo, proyectos PMI, idiomas y herramientas ofimáticas.

## Indicadores de formación

En 2025, cada empleado(a) completó en promedio **32,8 horas de formación**, con los siguientes desagregados:

- Por género:
  - Mujeres: 36,2 horas
  - Hombres: 29,8 horas
- Por nivel jerárquico:
  - Contribuidores individuales: 33,6 horas
  - Mandos medios: 27,4 horas
  - Directivos: 9,1 horas

Estas acciones reflejan el compromiso de Telefónica Movistar Colombia con el desarrollo integral de su talento, la mejora continua del desempeño y la preparación de sus equipos para afrontar los desafíos presentes y futuros del entorno digital, en coherencia con los principios de sostenibilidad y gestión responsable del capital humano.

## 6.7. Salud y Seguridad de los Empleados(as)

(GRI Contenidos 403-1, 403-2, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8 y 403-9)

Telefónica Movistar Colombia gestiona la seguridad y salud en el trabajo como un pilar fundamental para el bienestar de sus colaboradores(as) y la sostenibilidad de sus operaciones. El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) se encuentra diseñado e implementado bajo los lineamientos de la norma ISO 45001:2018 y es evaluado anualmente mediante auditorías externas que verifican su conformidad y permiten la renovación de la certificación.

De manera complementaria, el SGSST se gestiona conforme a los requisitos legales establecidos en el Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019, los cuales son analizados y verificados de forma periódica. Aunque la certificación no es de carácter obligatorio, la Compañía realiza anualmente la Evaluación de Estándares Mínimos conforme a la Resolución 0312 de 2019, reportando los resultados al Ministerio del Trabajo y a la Administradora de Riesgos Laborales (ARL). En 2025, Telefónica Movistar Colombia alcanzó un nivel de cumplimiento del 95%, superando ampliamente el estándar aceptable del 86%.

El SGSST cubre al 100% de los empleados(as) y se extiende a todas las sedes y actividades operativas a nivel nacional. Su implementación involucra a todas las áreas de la organización y a las empresas aliadas, a través del programa “**Aliados Responsables**”, fortaleciendo una gestión integral de los riesgos en la cadena de valor.



La identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos se realiza conforme a la Guía Técnica Colombiana GTC 45 versión 201, bajo dos enfoques complementarios: Personas y Sedes. En el enfoque Personas, se identifican los Grupos de Exposición Similar (GES) de acuerdo con las actividades propias de cada cargo, incluyendo los riesgos asociados a las modalidades de teletrabajo. Este análisis permite establecer controles preventivos acordes con las condiciones reales de trabajo.

La clasificación del enfoque personas se realiza así:

## Matriz IDEUR por tipología de cargos - enfoque personas

C0

### Administrativo

Desempeña sus actividades administrativas, generalmente en un escritorio frente a un computador, en sedes de la empresa y fuera de ella (Teletrabajo).

C1

### Tienda (CE)

Desempeña sus actividades comerciales, generalmente en un escritorio frente a un computador, con atención al público que visita la sede de trabajo (establecimiento comercial).

C2

### Comercial / Administrativo

Desempeña sus actividades administrativas y comerciales en la empresa y fuera de ella (Teletrabajo), generalmente en un escritorio frente a un computador, con desplazamiento fuera del lugar de trabajo asignado para realizar actividades labor

C3

### Operativo / Administrativo

Alternas sus tareas en la empresa y fuera de ella (Teletrabajo), desempeñando actividades administrativas (en el lugar de trabajo asignado, generalmente en un escritorio frente a un computador) y actividades operativas dentro o fuera del lugar del trabajo asignado (en campo), en las que supervisa y recibe los trabajos de empresas contratistas.

C4

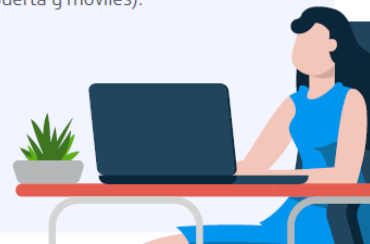
### Operativo / Alturas

Alternas sus tareas en la empresa y fuera de ella (Teletrabajo), desempeñando actividades administrativas (en el lugar de trabajo asignado, generalmente en un escritorio frente a un computador) y actividades operativas dentro o fuera del lugar del trabajo asignado (en campo), en las que podría desarrollar trabajos a una altura mayor a 2.0 metros (si así es requerido por la operación), pues se encuentra autorizado para desarrollar dicha labor bajo los procedimientos definidos por la Organización.

C5

### Comercial / 100% calle

desempeña sus actividades en zonas con población de interés comercial (venta de productos fijos puerta a puerta y móviles).



El SGSST asegura la gestión integral de la seguridad y salud en el trabajo, promoviendo un entorno laboral seguro y cumpliendo con los más altos estándares de calidad.

Bajo el enfoque Sedes, se emplean herramientas como el Análisis de Vulnerabilidad y la Matriz de Identificación de Peligros, Evaluación y Valoración de Riesgos por tipología de sitio, lo que facilita la definición de controles específicos según el entorno y las características particulares de cada ubicación, orientados a la prevención de eventos no deseados.

La matriz de riesgos constituye la base del SGSST y se actualiza de manera anual o ante eventos relevantes, tales como accidentes graves, inspecciones con hallazgos críticos o cambios normativos. Este instrumento permite priorizar riesgos y diseñar programas específicos de gestión y vigilancia



epidemiológica, orientados a reducir la exposición a factores que puedan generar accidentes laborales o enfermedades de origen profesional.

La participación activa de los trabajadores es un componente esencial del sistema. Para ello, la Compañía dispone de diversos canales que facilitan la consulta, participación y notificación de peligros o situaciones de riesgo, incluyendo observaciones en los despliegues del sistema, reportes de actos y condiciones inseguras y la comunicación directa con el Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST).

El SGSST garantiza los derechos y deberes de los trabajadores en el desarrollo de sus actividades y establece canales de comunicación claros con los jefes inmediatos y los Business Partner para el reporte de situaciones o novedades. Estas son evaluadas por el equipo de Seguridad y Salud en el Trabajo, quien determina su pertinencia y acciones de control. En ningún caso los colaboradores(as) están obligados a desempeñar labores bajo condiciones que comprometan su seguridad o salud.

En materia de investigación de accidentes, la Compañía aplica la metodología 5W+1H, que permite recopilar y analizar de forma integral la información relacionada con cada evento, identificar las causas raíz y definir medidas correctivas y preventivas orientadas a evitar su recurrencia.

De manera complementaria, el SGSST integra programas permanentes de capacitación y sensibilización, orientados a fortalecer la cultura de autocuidado, prevención y bienestar integral, consolidando entornos de trabajo seguros y saludables en todas las áreas de la organización.

## 6.7.1. Medicina laboral y preventiva

### (GRI Contenido 403-3)

La gestión de la medicina laboral y preventiva en Telefónica Movistar Colombia forma parte integral del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) y está orientada a la protección de la salud, la prevención de enfermedades y la promoción del bienestar de los colaboradores(as).

Este proceso se estructura sobre pilares fundamentales que incluyen la realización de exámenes médicos ocupacionales en sus diferentes etapas (ingreso, periódicos y egreso), el seguimiento y acompañamiento integral de los casos médicos, los procesos de calificación de origen de eventos de salud, la gestión del ausentismo por causas médicas y el análisis sistemático de indicadores clave, tales como la prevalencia e incidencia de enfermedades laborales. Estos elementos permiten una gestión preventiva, basada en evidencia, que facilita la toma de decisiones oportunas y la implementación de acciones correctivas y de mejora continua.

De manera complementaria, la Compañía fortalece el acceso a servicios de salud y bienestar a través de **1DOC3**, una plataforma integral de telemedicina a la que tienen acceso gratuito todos los trabajadores y hasta cinco (5) de sus familiares. Esta herramienta opera bajo un esquema de atención 24/7 y ofrece acompañamiento en múltiples especialidades, entre ellas medicina general, psicología, nutrición, pediatría, salud sexual y reproductiva, así como servicios veterinarios.

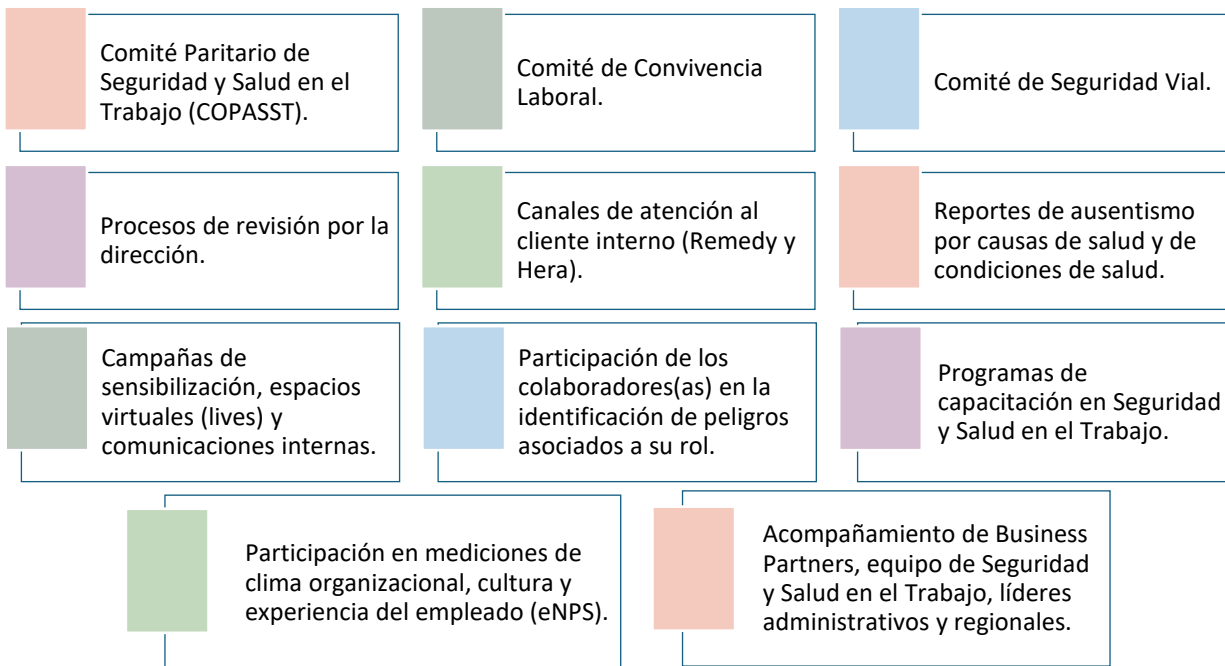
La incorporación de soluciones digitales como 1DOC3 contribuye a la prevención temprana de riesgos en salud, al cuidado integral de los colaboradores(as) y sus familias, y al fortalecimiento de una cultura organizacional enfocada en el autocuidado, la atención oportuna y el bienestar integral.



## 6.7.2. Participación y consultas sobre SST de Empleados (as)

(GRI Contenido 403-4)

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) de Telefónica Movistar Colombia incorpora mecanismos formales y permanentes que promueven la participación activa, la consulta y el involucramiento de los empleados(as) en la gestión de la seguridad, la salud y el bienestar laboral. Estos espacios fortalecen la cultura preventiva, la corresponsabilidad y la mejora continua del sistema. Entre los principales mecanismos de participación y consulta se destacan:



El Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST) constituye uno de los principales órganos de participación. Está conformado por representantes de los trabajadores(as), elegidos mediante votación a nivel nacional, y representantes designados por la alta dirección. Su objetivo es asegurar una comunicación permanente y bidireccional sobre las necesidades, resultados y oportunidades de mejora del SGSST.

El COPASST tiene un período de vigencia de dos años, opera de manera continua y realiza reuniones ordinarias mensuales. Adicionalmente, se convocan reuniones extraordinarias cuando las circunstancias lo requieren. Todas las sesiones y decisiones se documentan en actas, las cuales se encuentran disponibles para consulta de los colaboradores(as) a nivel nacional, garantizando transparencia, trazabilidad y participación informada.



### 6.7.3. Formación de trabajadores sobre SST

(GRI Contenidos 403-4, 403-5, 404-2)

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia fortaleció de manera significativa las capacidades de sus trabajadores en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), como parte de su compromiso con la prevención de riesgos, el bienestar integral y la consolidación de una cultura organizacional segura. En este periodo se desarrollaron 399 sesiones de formación, equivalentes a 12.370 horas de capacitación, beneficiando a 10.394 personas, entre colaboradores y personal aliado. Las acciones formativas se estructuraron en los siguientes ejes:

Formación en SG-SST y Comités	Inducción y reintucción	Capacitación temática especializada	Seguridad vial y manejo seguro	Identificación y prevención de riesgos	Promoción del bienestar y hábitos saludables
<ul style="list-style-type: none"> <li>●Curso obligatorio de 50 horas en SG-SST para nuevos integrantes del COPASST y del Comité de Convivencia Laboral.</li> <li>●Curso de actualización de 20 horas para miembros que cumplieron tres años desde su formación inicial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Inducción y reintucción en SG-SST y Sistema de Gestión Ambiental para aliados.</li> <li>●Reinducción específica en SG-SST para personal activo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Salud mental y su relación con el trabajo.</li> <li>●Prevención de conductas que afectan la armonía laboral y resolución de conflictos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Promoción de hábitos de conducción segura y movilidad responsable.</li> <li>●Manejo preventivo frente a riesgos locativos, públicos y viales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Talleres por tipología de cargo para identificación y evaluación de peligros.</li> <li>●Socialización del Plan de Atención de Emergencias, incluyendo primeros auxilios, control de incendios y simulacros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Prevención de lesiones osteomusculares y enfermedades crónicas.</li> <li>●Seguridad basada en el comportamiento y gestión del riesgo psicosocial.</li> <li>●Actividades del Mes de la Seguridad y Salud en el Trabajo, enfocadas en enfermedades modernas, ergonomía, salud mental y prevención de caídas</li> </ul>

### 6.7.4. Fomento de la salud, prevención y mitigación de los impactos en SST

(GRI Contenidos 403-6, 403-7)

Telefónica Movistar Colombia promueve de manera activa la salud integral de sus empleados, garantizando desde su vinculación la afiliación al sistema de seguridad social en salud y desarrollando acciones preventivas orientadas a reducir riesgos laborales y mitigar impactos en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST).

Con base en el análisis de las condiciones de salud de la población trabajadora —incluido el ausentismo por causa médica— la Compañía implementó durante 2025 actividades presenciales y



virtuales de promoción y prevención, entre las que se destacan charlas y talleres sobre autogestión emocional, manejo del estrés, hábitos de vida saludable, nutrición inteligente, cuidado postural, salud musculoesquelética y prevención del cáncer (mama, entre otros).

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) tiene un alcance integral, que cubre el 100% de las actividades, operaciones y empleados de la Compañía, incluyendo los canales comerciales, asegurando la aplicación de medidas preventivas y de control en todos los entornos laborales.

## 6.7.5. Lesiones por accidente laboral

### (GRI Contenidos 403-9)

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia no registró ningún fallecimiento derivado de accidentes laborales en sus operaciones. Se presentaron 46 eventos de lesiones laborales registrables en empleados directos, lo que corresponde a una tasa de 5,02 por cada millón de horas trabajadas, sobre un total de 9.157.549 horas hombre. Las lesiones más frecuentes fueron torceduras, esguinces, desgarros musculares, golpes y contusiones.

En relación con trabajadores no empleados directos, pero cuyas actividades o lugares de trabajo se encuentran bajo el control de la Compañía, tampoco se registraron fallecimientos ni accidentes con consecuencias graves. Se reportaron 84 eventos de lesiones registrables, con una tasa de 11,9 por cada millón de horas trabajadas, sobre un total de 6.618.183 horas hombre, principalmente asociadas a golpes, contusiones, esguinces y riesgos de seguridad vial.

Los peligros con potencial de causar accidentes graves son identificados mediante herramientas de evaluación y valoración de riesgos, que permiten priorizar acciones y definir Programas de Gestión de Riesgos y Sistemas de Vigilancia Epidemiológica orientados a la reducción de la siniestralidad. En 2025 se registraron dos (2) accidentes de trabajo grave, relacionados con riesgos locativos, desplazamientos viales, actividades deportivas y exposición a riesgo público. Estos programas tienen un alcance del 100% de los trabajadores, sin exclusiones.

## 6.7.6. Dolencias y enfermedades laborales

### (GRI Contenido 403-10)

En 2025, la Compañía no registró fallecimientos asociados a enfermedades laborales. Se presentó un (1) caso diagnosticado de **epicondilitis medial y lateral**, el cual fue gestionado oportunamente mediante la activación de medidas preventivas y correctivas, incluyendo inspecciones ergonómicas, capacitaciones en higiene postural y suministro de ayudas ergonómicas.

Estas acciones hacen parte del **Sistema de Vigilancia Epidemiológica de Desórdenes Musculoesqueléticos (SVE DME)**, el cual tiene un alcance del **100% de los empleados**, y está orientado a la identificación temprana, prevención y control de factores de riesgo que puedan afectar la salud laboral, reforzando el compromiso de la Compañía con entornos de trabajo seguros y saludables.



## 7. Derechos Humanos

(GRI Contenidos 2-22, 2-23, 2-24, 2-27)

Para Telefónica Movistar Colombia, el respeto y la promoción de los Derechos Humanos constituyen un asunto material, transversal y estratégico, plenamente integrado en su modelo de negocio y en la gestión de sus operaciones. La Compañía desarrolla e implementa acciones orientadas a identificar, prevenir, mitigar y, cuando corresponde, remediar impactos reales o potenciales sobre las personas, a través de un proceso continuo de debida diligencia en Derechos Humanos, en coherencia con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

En este marco, Telefónica reafirma su compromiso con el respeto de los derechos humanos en todas sus operaciones y relaciones, a lo largo de la cadena de valor. Si bien corresponde al Estado la obligación de proteger estos derechos, la Compañía asume de manera expresa su responsabilidad de respetarlos y actuar diligentemente frente a los riesgos e impactos asociados a su actividad empresarial.

Este compromiso se encuentra formalizado y reforzado mediante la actualización de la Política Global de Derechos Humanos de Telefónica, aprobada por el Consejo de Administración en 2025. Dicha política establece los principios mínimos de actuación aplicables a todas las empresas del Grupo, alineados con los Principios Rectores de la ONU, las Directrices de la OCDE y la normativa europea reciente en materia de sostenibilidad y debida diligencia (CSRD y CSDDD). Su propósito es garantizar una gestión ética, transparente, inclusiva y sostenible, en coherencia con la visión corporativa de *“hacer un mundo más humano conectando la vida de las personas”*.

La Política Global de Derechos Humanos se fundamenta en un enfoque de gestión de impactos, riesgos y oportunidades (IROs) y se articula a través de un proceso continuo de debida diligencia que incluye el diálogo permanente con los grupos de interés, la evaluación sistemática de riesgos y una gestión transparente de los impactos en materia de derechos humanos y medioambiente.

**Política Global de Derechos Humanos**

**Alcance**

- Principios de Negocio Responsable
- Aplica a todas las empresas del Grupo.
- Basada en Estándares Internacionales de DDHH.
- Enfoque en gestión de impactos, riesgos y oportunidades (IROs).

**Principios**

<b>Cientes</b> Protección de datos, ciberseguridad, no discriminación y uso responsable de tecnologías.	<b>Empleados</b> Trabajo justo y seguro, diversidad e igualdad, libertad sindical y formación continua.
<b>Sociedad y Medioambiente</b> Conducta responsable, inclusión digital, respeto a comunidades y compromiso ambiental.	<b>Proveedores</b> Debida diligencia y cláusulas de sostenibilidad.

**Debida Diligencia**

Identificar → Prevenir → Mitigar → Remediar

Escanea el QR y conoce el detalle de la Política



La gobernanza de esta política se estructura de la siguiente manera:

- El Consejo de Administración aprueba y supervisa su aplicación.
- La Dirección Global de Sostenibilidad (ESG) lidera su implementación y coordinación en todas las unidades de negocio.
- Auditoría Interna verifica su cumplimiento.
- La Compañía cuenta con mecanismos de reporte y transparencia, como el Canal de Denuncias y el Canal de Consultas de Negocio Responsable, accesibles 24/7, confidenciales y con posibilidad de anonimato, así como la publicación anual de avances en los informes corporativos.

A nivel local, Telefónica Movistar Colombia incorpora estos principios en su marco normativo y operativo, destacándose el Código Ético de Telefónica, la Política de Derechos Humanos, y su articulación con políticas corporativas clave como las de diversidad, equidad e inclusión, sostenibilidad en la cadena de suministro, protección de datos y privacidad, y prácticas laborales responsables. Estas políticas se integran en los procedimientos internos que regulan la gestión del talento, las relaciones comerciales y la interacción con clientes, proveedores y comunidades.

El compromiso de la Compañía se materializa en las siguientes áreas de actuación:

- **Con los clientes:** garantía de la privacidad y la seguridad de la información, protección de la libertad de expresión, promoción del uso responsable de la tecnología, protección de niños, niñas y adolescentes y prevención de cualquier forma de discriminación.
- **Con las personas trabajadoras:** promoción de la diversidad, la inclusión y la igualdad de oportunidades; respeto por la seguridad y la salud en el trabajo; garantía de la libertad de asociación y la negociación colectiva; y rechazo absoluto al trabajo forzoso, la esclavitud y el trabajo infantil.
- **Con la sociedad:** lucha contra la corrupción, impulso de la inclusión digital, protección del medioambiente y contribución al desarrollo sostenible de las comunidades.
- **Con la cadena de suministro y las relaciones comerciales:** exigencia del respeto a los derechos humanos por parte de proveedores, contratistas y socios de negocio, desde el inicio y durante toda la relación contractual.

En Telefónica Movistar Colombia se considera que la conectividad transforma cuando se construye desde el respeto, la dignidad y la responsabilidad. Por ello, la Compañía promueve un diálogo permanente con sus grupos de interés —clientes, colaboradores, proveedores, comunidades y aliados— para prevenir riesgos, fortalecer buenas prácticas y generar impactos positivos que protejan la dignidad de todas las personas.

A través de este enfoque integral, Telefónica Movistar Colombia reafirma su compromiso con una gestión empresarial responsable, orientada a fortalecer la confianza, promover la igualdad de oportunidades y garantizar que la tecnología sea un habilitador de desarrollo humano, sin dejar a nadie atrás.



## 7.1. Protección de Datos Personales

(GRI Contenidos 2-25, 412-1, 418-1)

Telefónica Movistar Colombia mantiene un compromiso firme con la protección de los datos personales, bajo el principio de Responsabilidad Proactiva establecido en la legislación colombiana. Para ello, ha implementado políticas, programas y mecanismos de control que aseguran el cumplimiento de la normativa vigente y de los estándares internacionales aplicables.

Entre las principales iniciativas se destacan:

- Un Programa Integral de Gestión de Datos Personales.
- Procesos estructurados para la atención de PQRs y solicitudes de supresión de datos.
- Formación continua a nivel local y global.
- Funcionamiento de un Comité de Protección de Datos y un Comité de Incidentes de Seguridad de la Información.
- Designación de un Oficial de Protección de Datos a nivel corporativo.
- Operación de un Centro de Excelencia en Protección de Datos Personales para la región HISPAM.
- Auditorías internas y externas, incluidas auditorías a terceros encargados del tratamiento de datos.
- Implementación de herramientas tecnológicas para la protección de bases de datos.

Adicionalmente, se avanzó en la formalización de acuerdos de transferencia de datos personales (DPAs) entre las empresas del Grupo y en la aprobación de normas corporativas vinculantes en Europa.

Estas acciones garantizan que los datos personales se utilicen exclusivamente para los fines autorizados por sus titulares y refuerzan una cultura organizacional de respeto por la privacidad, con el respaldo explícito de la alta dirección a nivel local y global, consolidando la confianza digital como un activo estratégico de la Compañía.

## 7.2. Compromisos y mesas de trabajo en DDHH

(GRI Contenido 2-28)

En Telefónica Movistar Colombia busca favorecer y preservar el bienestar de los entornos sociales en los que está presente, por ello viene gestionando los derechos humanos desde el 2009 mediante la aplicación de los principios de debida diligencia en sus procesos, con el fin de identificar, prevenir y gestionar los posibles riesgos de vulneración de los derechos humanos.

Un elemento clave para la gestión del Derechos Humanos está centrado en la actualización y participación permanente en espacios de diálogo y gestión de conocimiento en la materia por lo que la Compañía siguió participando en 2025 en iniciativas que promueven la gestión responsable de los Derechos Humanos en entornos empresariales.



## 7.2.1. Guías Colombia en Derechos Humanos

Telefónica Colombia participa en Guías Colombia, iniciativa multiactor referente del país dedicada a promover la gestión empresarial responsable en derechos humanos y Derecho Internacional Humanitario (DIH). Esta plataforma reúne, de manera voluntaria, a empresas, entidades del Estado, organizaciones de la sociedad civil, organismos internacionales y la academia, con el propósito de fortalecer la implementación de la debida diligencia empresarial en derechos humanos mediante el diálogo, la construcción de consensos y el intercambio de buenas prácticas.

La participación de la Compañía en Guías Colombia se enmarca en su compromiso con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos, así como con los estándares internacionales que orientan su modelo de negocio responsable. A través de esta iniciativa, Telefónica Colombia ha contribuido históricamente a la generación de conocimiento aplicado, al desarrollo de guías empresariales con enfoque práctico y a la consolidación de espacios de aprendizaje orientados a la prevención, mitigación y gestión de impactos en derechos humanos, especialmente en contextos territoriales complejos.

Durante 2025, Guías Colombia contó con la participación de 41 organizaciones y definió como eje temático prioritario la seguridad, estructurando su Plan de Trabajo en torno a tres apuestas estratégicas: Guías al Territorio, Visión País e Incidencia Internacional. Entre los principales hitos del año se destacan el fortalecimiento de programas de formación en debida diligencia para más de 200 empresas proveedoras y contratistas, la capacitación de más de 250 miembros de la Fuerza Pública, la actualización de guías clave en derechos humanos y seguridad, y la activa participación en espacios de incidencia nacional e internacional sobre empresas y derechos humanos.





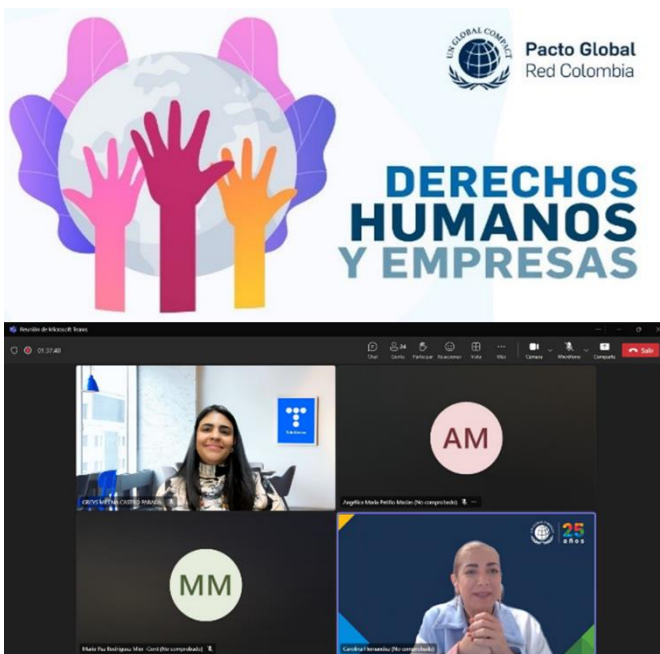
Asimismo, en 2025 se realizó el lanzamiento de la Guía para la debida diligencia en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario en la cadena de suministro, una herramienta práctica que orienta a las empresas en la identificación, prevención, mitigación y reparación de impactos adversos en derechos humanos a lo largo de sus cadenas de valor, en línea con los estándares internacionales y las tendencias regulatorias emergentes.

En atención a ajustes presupuestales, Telefónica Colombia realizó durante 2025 un retiro temporal como miembro pleno, manteniendo su vinculación como miembro observador, en reconocimiento a su trayectoria y a los aportes realizados a la iniciativa, con la expectativa de retomar su participación activa en el corto plazo.



## 7.2.2. Otros espacios participación DDHH

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia fortaleció su participación en espacios de diálogo y articulación multiactor en materia de Derechos Humanos, con el objetivo de compartir buenas prácticas, consolidar capacidades institucionales y contribuir al fortalecimiento de una gestión empresarial responsable en el país.



En este marco, la Compañía participó activamente en la **Mesa de Derechos Humanos de Pacto Global Red Colombia**, escenario en el cual compartió la experiencia de implementación de su **Sistema de Gestión de Debita Diligencia en Derechos Humanos**. En este espacio, se expuso el proceso integral seguido por Telefónica para el diseño, puesta en marcha y operación de su **mecanismo de quejas y reclamos con enfoque en derechos humanos**, destacando los aprendizajes, retos y factores clave para asegurar su efectividad, accesibilidad y alineación con los Principios Rectores de las Naciones Unidas.

Adicionalmente, Telefónica Movistar Colombia participó en el panel **“Empresas y Derechos Humanos: Prácticas inspiradoras y mecanismos de resolución de conflictos”**, organizado por **Global Gateway**, la **Unión Europea** en



Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Cámara de Comercio de Bogotá. En este espacio, la Compañía compartió su enfoque de **gestión temprana de conflictos** como parte de la debida diligencia en Derechos Humanos, integrando herramientas de **mediación comunitaria**, **diálogo temprano** y un enfoque actualizado basado en **Derechos Digitales**.



Telefónica Movistar Colombia reafirma que **anticipar riesgos, fortalecer capacidades internas, construir confianza y tejer alianzas en el ecosistema digital** son elementos esenciales para una gestión responsable, sostenible y respetuosa de los Derechos Humanos, alineada con los estándares internacionales y con las expectativas de sus grupos de interés.

## 7.3. Formación en Derechos Humanos

(GRI Contenidos 404-2, 410-1)

Durante el año 2025, la Compañía continuó con el proceso formativo sobre los Principios de Negocio Responsable que incorporan entre otros un capítulo relacionado con el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los Derechos Digitales. Este curso fue completado por el 95% de la plantilla de colaboradores.

Durante 2025, la Compañía desarrolló una campaña de comunicación orientada a socializar la actualización de la Política de Derechos Humanos entre colaboradores y distintos grupos de interés, con el propósito de fortalecer su conocimiento, apropiación y aplicación a lo largo de la cadena de valor. La iniciativa se desplegó de manera estratégica a través de canales digitales internos y externos, incluyendo redes sociales corporativas, utilizando mensajes pedagógicos y piezas visuales que resaltaron el enfoque de Telefónica en la gestión de impactos, riesgos y oportunidades en materia de derechos humanos.



En el marco de fechas conmemorativas como el Día de los Derechos Humanos, se reforzó el mensaje institucional sobre la importancia de construir la conectividad desde el respeto, la dignidad y la responsabilidad, posicionando los derechos humanos como un eje transversal de la estrategia de sostenibilidad y del modelo de negocio.

Esta campaña contribuyó a fortalecer la cultura organizacional, promover el diálogo con los grupos de interés y consolidar el compromiso de la Compañía con una gestión ética, responsable y alineada con estándares internacionales.



## Aliados formados en Derechos Humanos

Durante 2025, la Compañía dio continuidad al fortalecimiento de la promoción y capacitación en derechos humanos a lo largo de su cadena de suministro, con especial énfasis en el personal de seguridad encargado de la protección de personas, bienes e infraestructura. El esquema de seguridad de Telefónica Movistar Colombia es operado por empresas aliadas especializadas —**Seguridad Atlas Ltda., Prosegur S.A. Compañía de Seguridad y Honor Servicios de Seguridad Ltda.**—, las cuales cuentan con planes formativos alineados con los principios corporativos y los estándares internacionales en la materia.

En este marco, las empresas aliadas implementaron programas formativos específicos en derechos humanos y debida diligencia:

- **Prosegur S.A. Cía. de Seguridad:** Cuenta con un curso virtual en Derechos Humanos que aborda conductas de riesgo, así como las obligaciones del Estado, las empresas y los particulares. Al cierre de diciembre de 2025, la cobertura del personal asignado a Telefónica Movistar Colombia alcanzó el **96%**.
- **Seguridad Atlas LTDA.:** Desarrolla procesos de formación en modalidades virtual y a distancia. A diciembre de 2025, la cobertura del personal asignado fue del **93%**.
- **Honor Servicios de Seguridad LTDA.:** Implementa cursos virtuales en Derechos Humanos, Equidad de Género y Debida Diligencia, alcanzando una cobertura del **100%** del personal asignado.

Considerando la distribución del personal entre las empresas aliadas, el nivel total de formación en Derechos Humanos del personal de seguridad asignado a Telefónica Movistar Colombia se situó en **96%**, reflejando el compromiso de la Compañía con una gestión responsable y alineada con estándares internacionales.



# G - Liderar con el ejemplo

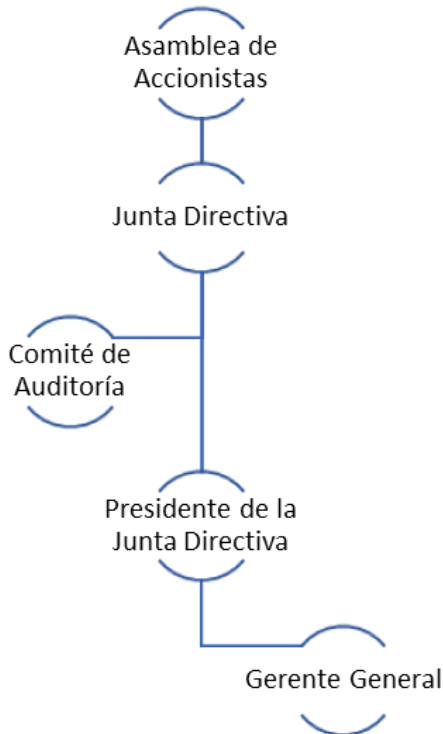
## 8. Gobernanza y Gestión Ética

### 8.1. Gobierno Corporativo

Con el objetivo de preservar la integridad de los administradores y salvaguardar los intereses de la organización, la Compañía cuenta con un Código de Buen Gobierno (en adelante “el Código”) que tiene como objetivo “garantizar su adecuada administración, el conocimiento público de su gestión y los mecanismos de evaluación y control de dicha evaluación”<sup>2</sup>. Este Código rige el comportamiento ético de la Compañía y compila las normas de administración, conducta, información y control a las cuales la misma se encuentra sometida. Tiene como principios generales, entre otros, el modelo de inversión sostenible, la sana competencia y la sostenibilidad.

#### 8.1.1. Estructura de Gobierno

(GRI Contenido 2-9, 2-10, 405-1)



<sup>2</sup> Código de Buen Gobierno Numeral 1.2.



## 8.1.1.1. Asamblea General de Accionistas

(Contenido GRI 2-9, 2-10, 2-12, 2-14)

La Asamblea General de Accionistas de Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC es el órgano supremo de la Sociedad, donde los accionistas ejercen su derecho de decisión sobre los asuntos más relevantes de la Empresa. Su papel es garantizar la correcta administración y dirección de la Sociedad, asegurando el respeto a los intereses de los accionistas.

En línea con las prácticas generales de buen gobierno corporativo, se distinguen dos tipos principales de Asambleas:

- Ordinaria: Se celebra periódicamente, generalmente una vez al año, para aprobar los estados financieros, la gestión de los administradores, la distribución de utilidades y otros asuntos recurrentes.
- Extraordinaria: Se convoca cuando es necesario tratar temas urgentes o de especial relevancia, como modificaciones estatutarias, fusiones, escisiones, disolución de la sociedad o cambios en la estructura de gobierno.

Las competencias de la Asamblea incluyen:

- Aprobación de los estados financieros anuales.
- Distribución de utilidades y pago de dividendos.
- Nombramiento y remoción de los miembros de la Junta Directiva y del Revisor Fiscal.
- Modificación de los estatutos de la empresa.
- Aprobación de fusiones, escisiones o liquidación de la sociedad.
- Emisión de acciones y otros instrumentos financieros.

En cuanto a la convocatoria, quórum y votaciones:

- Convocatoria: La Asamblea debe ser convocada con la debida antelación y de conformidad con los Estatutos Sociales, asegurando que los accionistas puedan ejercer su derecho de participación.
- Quórum: Se establecen reglas sobre el número mínimo de acciones representadas para que las decisiones sean válidas.
- Votaciones: Las resoluciones se adoptan por mayoría de votos, cuyo porcentaje puede variar según la decisión. En algunos casos, se pueden requerir mayorías calificadas.

Esta máxima instancia busca garantizar la transparencia, el ejercicio de los derechos de los accionistas y el buen gobierno corporativo.

## 8.1.1.2. Junta Directiva

(Contenido GRI 2-9, 2-10, 2-12, 2-13, 2-14, 2-17, 2-18, 405-1)

La Asamblea General de Accionistas designa a los miembros de la Junta Directiva con sujeción a lo previsto en los Estatutos Sociales y, mientras la Sociedad esté inscrita en bolsa, y de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 964 de 2005 y las normas que la modifiquen. La Junta Directiva está conformada por 10 miembros principales, sin suplentes.



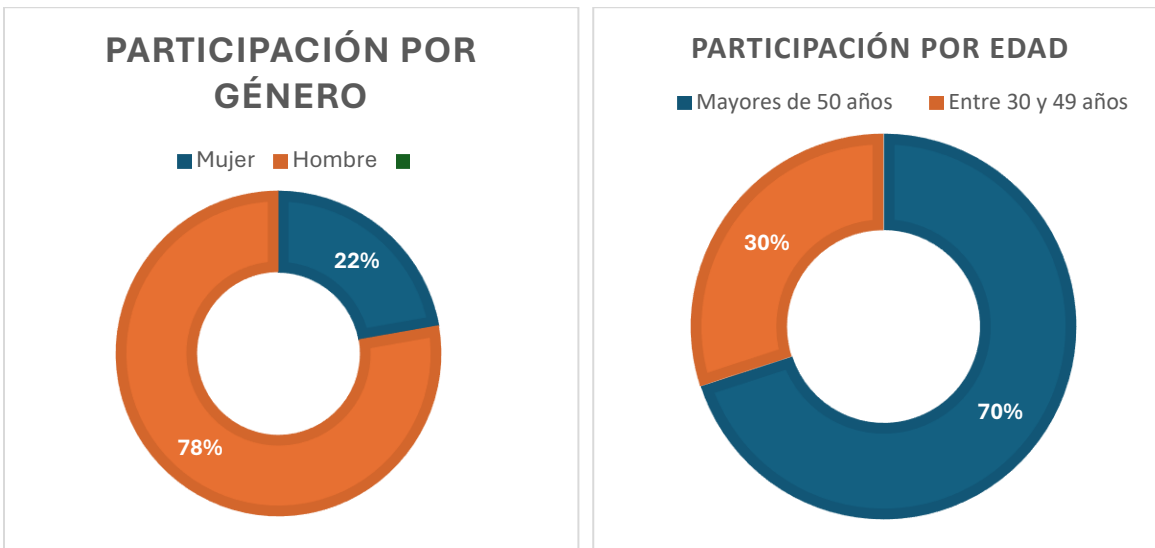
Los Estatutos Sociales, el Código de Buen Gobierno Corporativo y su Anexo No. 3- Reglamento de la Junta Directiva establecen que los miembros de la Junta Directiva serán profesionales de alta calidad moral y ética, con competencias gerenciales de liderazgo que le permitan contribuir a la Compañía por su especial conocimiento del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones, de aspectos financieros y de riesgos, de asuntos jurídicos, de temas comerciales y de manejo de crisis. Así mismo, establece la obligatoriedad de que el 25% de los miembros sean independientes, conforme a lo establecido en la Ley 964 de 2005.

Los perfiles de los miembros de la Junta Directiva se encuentran publicados en la página <https://www.telefonica.co/accionistas-e-inversionistas/gobierno-corporativo-2/modelo-de-gobierno/junta-directiva-de-colombia-telecomunicaciones-s-a-esp-bic/>.

## Composición Junta Directiva

Renglón	Nombre	Género	Nivel ejecutivo/ No ejecutivo	Calidad	Primer Nombramiento
1	Alfonso Gómez Palacio	Masculino	Ejecutivo	Patrimonial	19/12/2006
2	Fabián Andrés Hernández Ramírez	Masculino	Ejecutivo	Ejecutivo	9/08/2012
3	Idoya María Arteagabeitia González	Femenino	Ejecutivo	Patrimonial	19/04/2024
4	Diego Colchero Paetz	Masculino	Ejecutivo	Patrimonial	17/03/2016
5	Martha Elena Ruiz Díaz-Granados	Femenino	Ejecutivo	Ejecutivo	9/08/2012
6	Pedro Alberto Ramón y Cajal Agüeras	Masculino	N.A.	Independiente	5/11/2010
7	Francisco Javier Azqueta Sánchez-Arjona	Masculino	N.A.	Independiente	22/02/2007
8	Rafael Sebastián Orduña Figueroa	Masculino	No Ejecutivo	Patrimonial	19/08/2025
9	Juan Carlos Fernández Martínez	Masculino	No Ejecutivo	Patrimonial	26/12/2022
10	Vacante(*)				

(\*) La Dra. Lina Marcela Zuluaga presentó renuncia a su cargo como miembro de Junta Directiva. La designación de su reemplazo será realizada por la Asamblea General de Accionistas.



De acuerdo con los Estatutos Sociales, la Junta Directiva tiene la responsabilidad de supervisar las prácticas de buen gobierno corporativo y monitorear el cumplimiento de las normas éticas y de conducta adoptadas por la Compañía, incluyendo el Código de Buen Gobierno Corporativo y los Principios de Negocio Responsable. En este sentido, recibe y aprueba periódicamente información sobre el cumplimiento de estas políticas, así como sobre el avance del plan de negocios y la gestión de la Compañía, incluyendo asuntos de sostenibilidad.

La Junta Directiva desempeña un papel activo en la integración de la sostenibilidad en la organización, definiendo lineamientos estratégicos y monitoreando indicadores de gestión, riesgo y desempeño. Asimismo, supervisa el Plan de Negocio Responsable y las prácticas de buen gobierno corporativo, garantizando el cumplimiento de las normas éticas y de conducta.

Anualmente, la Junta Directiva revisa el Informe de Gestión Responsable – Reporte de Gestión BIC, antes de su presentación a la Asamblea General de Accionistas para su aprobación y posterior publicación mediante los canales oficiales a los Grupos de Interés y entidades correspondientes.

Como parte de su rol de supervisión, la Junta Directiva vela por el cumplimiento de la Política Anticorrupción y la certificación del Sistema de Gestión Antisoborno bajo el estándar ISO 37001:2016, asegurando la prevención, detección y mitigación de riesgos de soborno y corrupción.

Además, la Junta Directiva recibe informes periódicos de la Gerencia de Cumplimiento sobre el desempeño del Programa de Cumplimiento, incluyendo la gestión de denuncias relacionadas con posibles infracciones a las normativas de ética e integridad del Grupo Telefónica. Estos informes también son presentados al Comité de Auditoría y al Comité Directivo, encargados de liderar y supervisar la planificación, implementación y mejora continua del Programa de Cumplimiento.

Consciente de los riesgos asociados al Lavado de Activos (LA), la Financiación del Terrorismo (FT), la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (PADM), el soborno y la corrupción, la Compañía ha implementado un sólido programa de cumplimiento para prevenir su exposición a estas prácticas ilícitas, mitigando sus impactos en la economía y la sociedad.



## Presidente Junta Directiva

### (Contenido GRI 2-11)

El Presidente de la Junta Directiva no es un alto ejecutivo de Colombia Telecomunicaciones SA ESP BIC. Los Estatutos Sociales establecen que la Junta Directiva tendrá un Presidente elegido de su seno por sus miembros, por un periodo igual al de este órgano social. El Presidente de la Junta Directiva será el Presidente Ejecutivo de la Sociedad. Sin embargo, mientras la Compañía esté inscrita en la Bolsa de Valores de Colombia, quien tenga la calidad de Representante Legal de la Compañía no podrá desempeñarse como presidente de la Junta Directiva.

## Evaluaciones

### (Contenido GRI 2-18)

Aunque no se realizan evaluaciones específicas de desempeño de la Junta Directiva en relación con la supervisión de la gestión de los impactos de la organización sobre la economía, el medio ambiente y las personas de manera específica, de conformidad con lo establecido en el Código de Buen Gobierno Corporativo y su Anexo No. 3 – Reglamento de la Junta Directiva, ésta anualmente realiza una evaluación de su gestión, mediante el mecanismo que para ello defina la misma Junta.

La autoevaluación contempla entre otras, la participación y la asistencia de sus miembros a las reuniones, el conocimiento que tengan respecto de los principales aspectos de la Compañía y el seguimiento que hagan a las decisiones que tome este órgano social y su contribución a definir las estrategias y proyección de la Compañía.

Los resultados de la autoevaluación de los miembros de la Junta Directiva de la Compañía y la gestión realizada en el transcurso del año se incluirán en el Informe de Cumplimiento de Prácticas de Buen Gobierno Corporativo 2025, el cual se publica en la página Web de la Compañía.

## Remuneración

### (Contenido GRI 2-19, 2-20)

Los miembros de la Junta Directiva tienen derecho a la remuneración o retribución, de acuerdo con lo establecido en los Estatutos Sociales, el Código de Buen Gobierno Corporativo y su Anexo No. 3 - Reglamento de la Junta Directiva. Los honorarios son fijados por la Asamblea General de Accionistas, atendiendo la responsabilidad del cargo, la dimensión de la Compañía y las directrices del mercado. La Compañía no cuenta con sistemas de remuneración variable, bonos de contratación, incentivos por contratación, pensiones de jubilación ni con sistemas retributivos que incorporan opciones sobre acciones para los miembros de Junta Directiva.

Por otra parte, se informa que no se reconocen y pagan honorarios a los miembros de Junta Directiva designados por el Grupo Telefónica que se encuentren vinculados laboralmente con el mismo.

Finalmente, se precisa que la política de remuneración de los miembros de Junta Directiva y los Altos Ejecutivos no se vincula con su desempeño en la gestión de los impactos de la organización sobre la economía, el medio ambiente y las personas.

En el Informe Anual de Cumplimiento de Prácticas de Buen Gobierno Corporativo se informará anualmente la remuneración percibida por los miembros de la Junta Directiva en cada vigencia. A esta



información se podrá acceder a través de la página <https://www.telefonica.co/accionistas-e-inversionistas/gobierno-corporativo-2/informe-de-cumplimiento-de-practicas-de-buen-gobierno-corporativo/>

### 8.1.1.3. Comité de Auditoría Junta Directiva

Los Estatutos Sociales y el Código de Buen Gobierno Corporativo establecen que el Comité de Auditoría está compuesto por cinco miembros de la Junta Directiva, de los cuales tres (3) miembros serán los miembros independientes. De igual manera se establece que todos ellos deben contar con conocimientos contables, financieros y otras materias asociadas.

Los perfiles de los miembros del Comité de Auditoría se encuentran publicados en la página <https://www.telefonica.co/accionistas-e-inversionistas/gobierno-corporativo-2/modelo-de-gobierno/comite-de-auditoria/>.

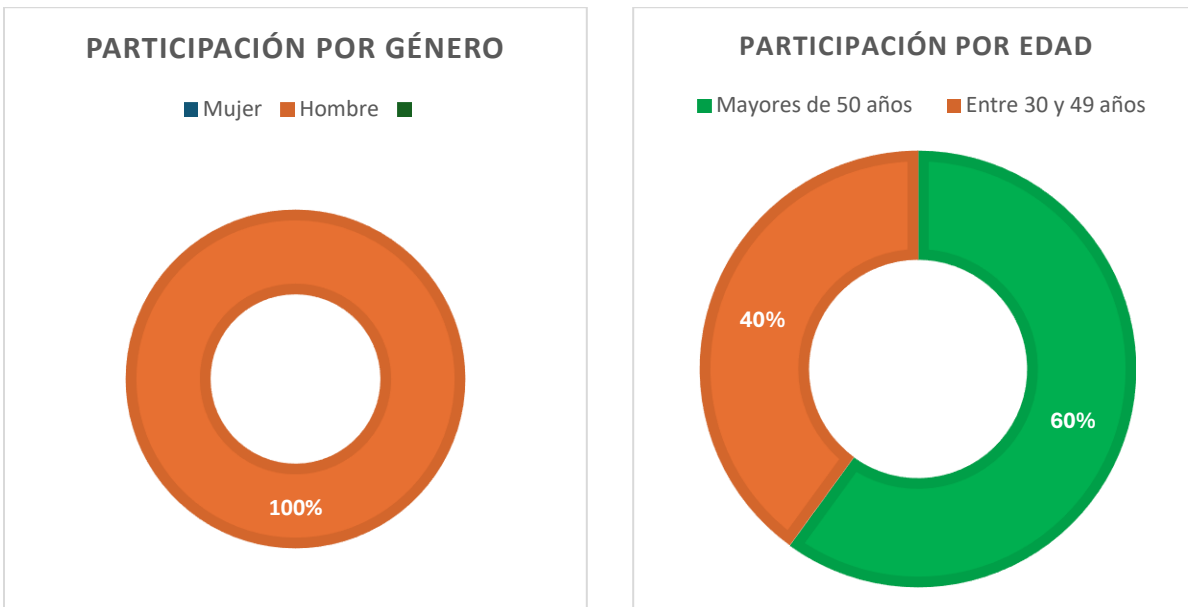
El Comité de Auditoría analiza los informes sobre el Plan de Negocio Responsable y la gestión de la Compañía.

Entre sus funciones principales se encuentra la supervisión del cumplimiento del programa de auditoría interna, asegurando que este considere los riesgos del negocio y evalúe de manera integral todas las áreas de la organización.

#### Composición Comité de Auditoría

No.	Nombre	Género	Nivel ejecutivo/ No ejecutivo	Calidad	Primer Nombramiento
1	Alfonso Gómez Palacio	Masculino	Ejecutivo	Patrimonial	27/08/2012
2	Pedro Alberto Ramón y Cajal Agüeras	Masculino	N.A.	Independiente	27/08/2012
3	Francisco Javier Azqueta Sánchez-Arjona	Masculino	N.A.	Independiente	27/08/2012
4	Rafael Sebastián Orduña Figueroa	Masculino	No Ejecutivo	Patrimonial	19/03/2024
5	Vacante(*)				

(\*) La Dra. Lina Marcela Zuluaga presentó renuncia a su cargo como miembro de Junta Directiva, lo que implica su renuncia al cargo como miembro del Comité de Auditoría. La designación de su reemplazo será realizada por la Asamblea General de Accionistas.



## 8.1.2. Gestión Conflicto de interés

(Contenidos GRI 2-15, 2-24)

El Grupo Telefónica cuenta con una **Normativa Corporativa de Conflictos de Interés** orientada a preservar la objetividad, independencia y transparencia en la toma de decisiones, la cual exige a empleados, directivos y administradores actuar en todo momento con lealtad, confidencialidad e integridad, regulando aquellas situaciones en las que un interés personal, directo o indirecto, pueda influir, influya o incluso generar la percepción de influencia en el ejercicio de sus funciones profesionales, en detrimento de los intereses del Grupo; esta regulación resulta esencial para proteger la confianza de los grupos de interés y garantizar una gestión alineada con los principios de buen gobierno corporativo.

En línea con este marco, **Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P. BIC** cuenta con un **Código de Buen Gobierno** orientado a asegurar una administración diligente y responsable, promover la transparencia y establecer mecanismos efectivos de control. En particular, el numeral 3.7 dispone que los administradores deben abstenerse de participar, directa o indirectamente, en actos, deliberaciones o decisiones en las que exista un conflicto de interés. En este sentido, los miembros de la Junta Directiva están obligados a declarar de manera oportuna cualquier situación potencial ante dicho órgano, para que, mediante un análisis objetivo y colegiado, se determine la procedencia de su participación, reforzando así la prevención de riesgos reputacionales, legales y de gobierno corporativo.

Cuando los administradores ostentan adicionalmente la calidad de colaboradores, resulta plenamente aplicable la **Normativa Corporativa de Conflictos de Interés del Grupo Telefónica**, la cual establece un deber reforzado de declaración tanto en la etapa de selección —mediante la aceptación expresa de la normativa— como de forma permanente durante la relación laboral, a través de la herramienta corporativa gestionada por la Gerencia de Cumplimiento. Esta área es la única



responsable de analizar cada caso, valorar su impacto y definir, cuando sea necesario, medidas de mitigación proporcionales que salvaguarden la independencia en la toma de decisiones.

Asimismo, los miembros de la Junta Directiva deben revelar cualquier actividad que implique competencia con la Compañía, así como su participación en otras juntas directivas, consejos de administración o sociedades con vínculos comerciales, conforme a la **Política Corporativa sobre la participación de directivos y gerentes en órganos de administración de compañías externas**, la cual exige validación, reporte y aprobación previa por parte de la Gerencia de Cumplimiento, garantizando el deber de lealtad y la protección de los intereses corporativos.

De igual forma, todos los colaboradores deben declarar cualquier circunstancia en la que un interés personal, directo o indirecto, pueda condicionar —o aparentar condicionar— su objetividad, incluyendo relaciones de parentesco, participaciones societarias u otras situaciones relevantes. Esta obligación se extiende a los candidatos durante los procesos de selección, respecto de vínculos contractuales, legales o previos con proveedores, contratistas, competidores, otras empresas o entidades públicas, como mecanismo preventivo clave para la identificación temprana de riesgos.

En desarrollo de este modelo, durante 2025 se gestionaron **144 posibles conflictos de interés** reportados por colaboradores activos y candidatos: **119 casos (83%)** fueron evaluados sin representar riesgo para la Compañía, **17 casos (12%)** requirieron la adopción de medidas de mitigación, gestionadas de manera articulada con la dirección de Personas y **8 casos (5%)** fueron rechazados por duplicidad en el reporte, lo anterior evidencia la efectividad del sistema de control y la madurez del modelo de cumplimiento en esta materia.

### 8.1.3. Comunicación de inquietudes críticas

#### (GRI Contenido 2-16)

Los órganos de gobierno de la Compañía reafirman su compromiso con la gestión ética y responsable mediante la supervisión de los reportes recibidos a través de los canales de denuncia, los cuales son gestionados por la Gerencia de Inspección. Estos reportes pueden abordar aspectos críticos con impacto significativo en la organización.

Asimismo, la Gerencia de Cumplimiento presenta informes periódicos sobre el desempeño del Programa de Cumplimiento, proporcionando un espacio para exponer inquietudes clave relacionadas con las normativas de ética e integridad del Grupo Telefónica. Las denuncias son analizadas por la Gerencia de Inspección; el Comité de Acción Disciplinaria, revisa las acciones disciplinarias aplicadas por la Gerencia de Relaciones Laborales del área de Personas sobre los casos en los cuales aplique determinar las acciones necesarias para mitigar riesgos futuros sobre los colaboradores.

Además, la Gerencia de Cumplimiento dispone de un buzón para recibir consultas de grupos de interés internos y externos. Si el caso no es de su competencia, se gestiona un traslado formal al área correspondiente para su adecuada atención.

En 2025, no se registraron inquietudes críticas que requirieran la intervención directa de la Junta Directiva en materia de ética y responsabilidad corporativa.



## 8.2. Cultura Ética y Principios de Negocio Responsable

(GRI Contenidos 2-23 y 2-24)



Para garantizar una gestión ética y responsable, la Compañía cuenta con un marco normativo sólido que regula sus compromisos en todas sus actividades y relaciones comerciales. Estos principios se reflejan en su Código de Ética, conocido como Principios de Negocio Responsable (PNR), los cuales fomentan una gestión transparente, íntegra y sostenible, promoviendo un impacto social y ambiental positivo.

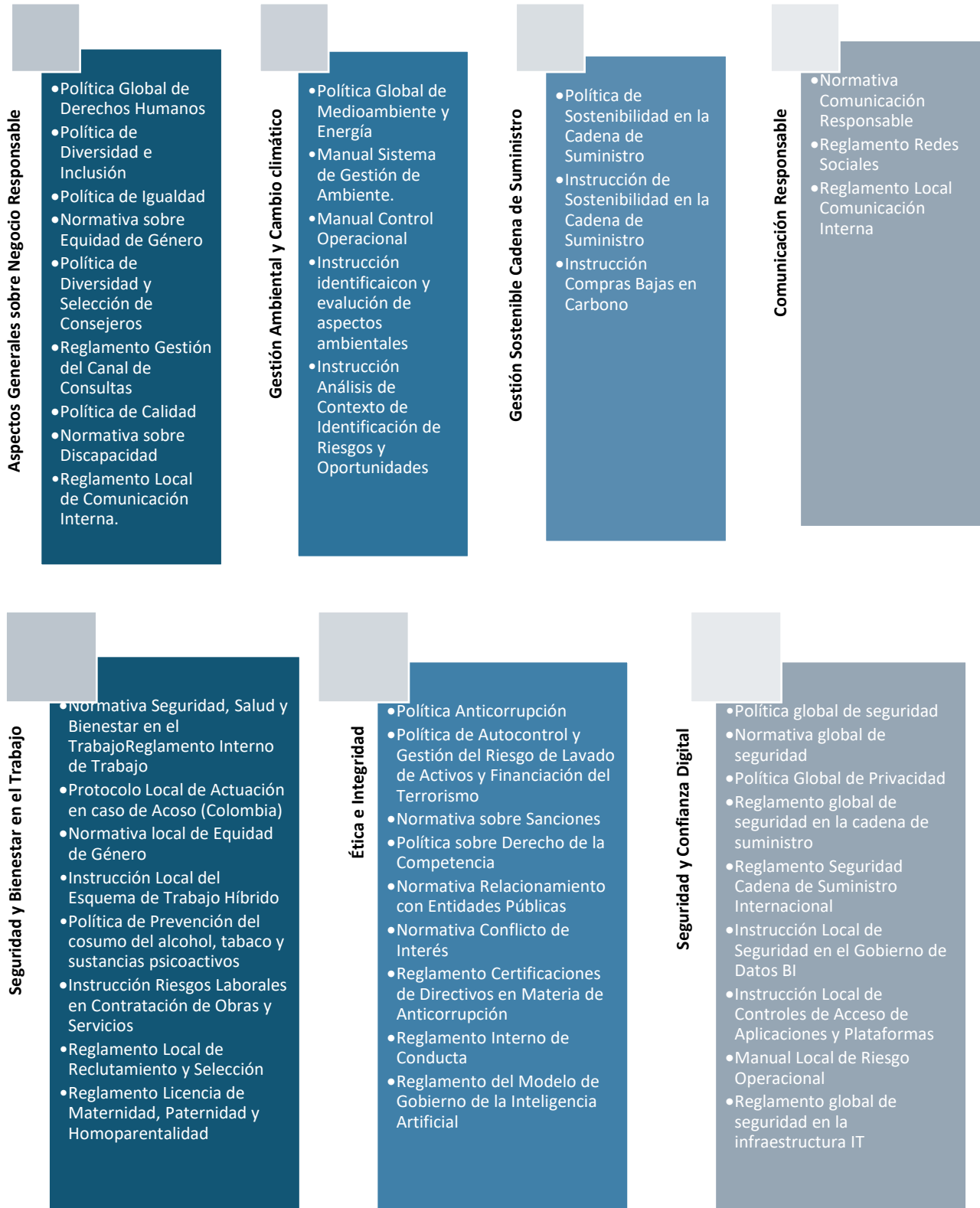
Para asegurar su integración en la estrategia y operación de la empresa, Telefónica ha adoptado la Política de Elaboración y Organización del Marco Normativo, que establece directrices y mecanismos para la coordinación entre la Casa Matriz y las empresas del Grupo.

Esta función es liderada en Colombia por la Gerencia de Cumplimiento, encargada de velar por el cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y su alineación con las normativas internas. Dicha norma, reconoce que "(...) los Principios de Negocio Responsable como código ético del Grupo Telefónica, que inspiran y definen la manera de actuar del Grupo y de todos los empleados en el desarrollo de su actividad profesional, constituyen la norma fundamental bajo la que se encuadran todas las demás Normas Internas del Grupo". Al ser la máxima norma al interior de la organización, en el marco del diseño y establecimiento de sus políticas y normativas, la Compañía debe respetar el contenido y alcance de los Principios de Negocio Responsable y sus elementos rectores desde el momento de su creación hasta su eventual derogatoria.

Para garantizar un comportamiento ético y el cumplimiento en la Compañía, se implementa un programa integral de cumplimiento gestionado por la Gerencia de Cumplimiento. Este programa abarca la identificación de riesgos, políticas y procedimientos, controles de debida diligencia, formación, mecanismos de reporte de incumplimientos, y planes de remediación. Estos elementos se detallan en la Memoria Anual de la Función de Cumplimiento 2025, que establece las principales líneas de actuación y se complementa con el Plan de Actuación para el siguiente ejercicio, ambos reportados al Comité de Auditoría.

Además, la Gerencia de Cumplimiento se encarga de revisar las políticas y procedimientos locales antes de su divulgación, garantizando su alineación con el Modelo Preventivo de Cumplimiento Normativo (MPCN) del Grupo. Esta revisión asegura que, al derogar cualquier política o procedimiento, no se vean comprometidos los Principios de Negocio Responsable ni las obligaciones del MPCN.

El marco normativo de la Compañía lo conforma un conjunto integrado de políticas, normativas e instrucciones, tanto de alcance corporativo como local, que desarrollan, fortalecen y aseguran la aplicación efectiva de los Principios de Negocio Responsable en todas sus operaciones.





*Nota: las Políticas de alcance público están disponibles en: <https://www.telefonica.com/es/sostenibilidad-innovacion/como-trabajamos/principios-negocio-responsable/>*

Los compromisos de la Compañía para garantizar una conducta empresarial responsable se plasman en su Código de Ética, también conocido como los Principios de Negocio Responsable (PNR), que promueven una gestión transparente, íntegra y sostenible. Estos principios promueven una gestión transparente, íntegra y de largo plazo, que promueva un desarrollo social y ambiental más ético, justo y sostenible.

Para asegurar que tanto empleados como contrapartes adhieran a estos principios, la Compañía incorpora cláusulas contractuales en acuerdos que obligan a su cumplimiento y establecen consecuencias ante posibles infracciones.

Durante 2025, el 100% de los miembros de la Junta Directiva y directores de los Niveles I y II firmaron el Certificado Anticorrupción, reafirmando su compromiso con las políticas establecidas en los PNR y en la Política Anticorrupción. La firma de este documento surge como parte de la implementación de controles y procedimientos adecuados para garantizar el cumplimiento de la Política Anticorrupción y del Código de Ética – Principios de Negocio Responsable. Además, se basa en el Reglamento Corporativo de Certificaciones de Directivos en Materia Anticorrupción (4ª edición).

La Compañía también dispone de un Código de Buen Gobierno Corporativo, que asegura el respeto de los derechos de accionistas, acreedores, inversionistas y otros Grupos de Interés. Este código establece principios de inversión sostenible, competencia sana y responsabilidad social, y guía las estrategias de sostenibilidad alineadas con el Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

Telefónica también colabora con organizaciones no lucrativas que abordan retos de desarrollo en el país.

Con el propósito de hacer tangibles dichos compromisos, la organización ha establecido una serie de mecanismos de aplicación:

- (i) El ejercicio de Debida Diligencia sobre contrapartes, con el fin de identificar posibles riesgos de corrupción con la potencialidad de afectar la gestión ética y responsable de la organización;
- (ii) La adhesión de las contrapartes al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable por medio de la suscripción del Certificado Anticorrupción y de las cláusulas contractuales establecidas por Telefónica;
- (iii) La disposición de la herramienta corporativa para el reporte de conflictos de interés y los mecanismos de recepción o entrega de invitaciones y regalos en los ámbitos privado y público;
- (iv) El reporte de posibles conflictos de interés por parte de potenciales colaboradores en el marco de su proceso de ingreso al Grupo Telefónica;
- (v) El establecimiento de canales de consulta y/o denuncia para colaboradores, proveedores, aliados y cualquier tercero o grupo de interés;
- (vi) Mecanismos contractuales y/o disciplinarios que posibilitan la aplicación de consecuencias ante la eventual infracción de los compromisos y/o normativas internas y externas.

## 8.2.1. Comunicación y formación

(GRI Contenidos 2-17, 205-2, 404-1, 404-2)



## Formación

Fomentar una cultura ética dentro de la Compañía requiere un enfoque sólido en formación y concienciación en materia de cumplimiento.

Durante 2025, se lanzó la oferta formativa obligatoria para todos los colaboradores, compuesta por los siguientes cursos virtuales: Principios de Negocio Responsable, Principios de Privacidad, Derecho de la Competencia y Foreign Corrupt Practices Act (FCPA). Al cierre de diciembre de 2025, estos cursos fueron completados por el 95%, 94%, 94% y 91% de la plantilla de colaboradores clave, respectivamente.

De manera complementaria, se desarrolló una capacitación especializada en Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), impartida por la firma estadounidense Winston & Strawn y liderada por los equipos globales de Secretaría General Corporativa y Dirección de Compliance. Esta formación estuvo orientada principalmente a la Alta Dirección y la Gerencia Media, con el propósito de reforzar el conocimiento de los marcos regulatorios internacionales, los estándares anticorrupción aplicables y las responsabilidades individuales en la prevención, detección y gestión de riesgos asociados a prácticas corruptas.

Asimismo, la Gerencia de Cumplimiento llevó a cabo 28 jornadas de capacitación internas y externas sobre el Programa de Cumplimiento de Telefónica, abordando temáticas como los Principios de Negocio Responsable, la Política Anticorrupción, la Normativa de Conflictos de Interés y el relacionamiento con entidades públicas, entre otros aspectos clave.

Durante el año, el 100% de los colaboradores en posiciones sensibles completaron el curso de Principios de Negocio Responsable disponible en la plataforma corporativa de aprendizaje.

De igual forma, el 100% de los nuevos colaboradores incorporados en 2025 (550 personas) recibieron, desde su ingreso, información sobre los Principios de Negocio Responsable, la Política Anticorrupción y la Normativa de Conflictos de Interés, y fueron invitados a participar en las formaciones trimestrales lideradas por la Gerencia de Cumplimiento.

Adicionalmente, se realizaron capacitaciones específicas dirigidas a áreas estratégicas del negocio, entre las que se destacan la actualización de la Normativa de Contratación de bienes y servicios con terceros para el segmento B2B, aplicable cuando el destinatario final es una entidad pública, así como la formación del Programa de Cumplimiento en los 90 Centros de Experiencia del país en el segmento B2C.

## Compromiso con Socios de Negocio

Telefónica exige a sus aliados, proveedores y partners la adhesión a sus políticas anticorrupción y de lucha contra el LA/FT/PADM.

Por ello en 2025, se realizaron 5 sesiones de formación externas en iniciativas colectivas anticorrupción. Estas acciones permitieron compartir las buenas prácticas adoptadas por la Compañía en materia de cumplimiento.

## Concienciación



La concienciación es un pilar clave del Programa de Cumplimiento. En 2025, se implementaron diversas iniciativas para reforzar la cultura de integridad:

1. **Compliance Day:** Jornada global para acercar la función de Cumplimiento al negocio y sensibilizar a los empleados sobre temas actuales.
2. **Programa de Reconocimiento Five Stars:** Iniciativa que premia conductas ejemplares en integridad, sanciones, privacidad y seguridad. En la edición de 2025, 5 empleados fueron reconocidos a nivel local, y 1 de ellos a nivel global en integridad.
3. **Divulgación de Contenidos:** Se publicaron **87 comunicaciones** en los canales internos sobre:
  - Ética e integridad en los negocios
  - Gestión de Conflictos de Interés
  - Principios de Negocio Responsable
  - Valoración de invitaciones y regalos
  - Formación obligatoria en SuccessFactors
  - Listado de países y territorios sancionados
  - Importancia de la suscripción del certificado anticorrupción
  - Gobernanza IA

## 8.2.2. Mecanismos, canales de ética y consulta

### (GRI Contenido 2-26)

La Compañía ha establecido mecanismos, por medio de los cuales cualquier persona interna o externa a la Compañía puede comunicar de manera segura cualquier duda o inquietud relacionada con las normativas de ética e integridad del Grupo Telefónica.

### 8.2.2.1. Canal denuncias

La Compañía dispone de un Canal de Denuncias, el mecanismo principal para que empleados, directivos, administradores y terceros relacionados con la Empresa puedan reportar, de forma anónima o personal, cualquier presunta conducta antiética o corrupta que constituya una infracción a cualquiera de las normativas, incluidas aquellas relativas a la ética y la integridad o de aquellos externos que cometan estas infracciones y que tengan algún vínculo con la Compañía.

Este canal es gestionado por la Gerencia de Inspección y se rige por el Sistema Interno de Información del Grupo Telefónica, además del Procedimiento de Gestión del Sistema de Información Interno, y el Protocolo de Inspección, también conforme los lineamientos de la Dirección Global de Cumplimiento.

Las denuncias pueden presentarse por escrito o verbalmente, y el canal está disponible 24/7 a través de diversos medios, como la Página web e Intranet corporativa (acceso gratuito) y cuentas de correo electrónico específicas. Además, los denunciantes pueden consultar el estado de su denuncia, añadir información y comunicarse con el equipo responsable del análisis. En el caso de los números de teléfono gratuitos habilitados, la denuncia es grabada y se conserva como grabación de audio.



La Gerencia de Inspección recibe e investiga las denuncias con diligencia, promoviendo su verificación. Posteriormente, en conjunto con las áreas gestoras se implementan las recomendaciones emitidas a través de los planes de acción establecidos.

Entre las conductas que pueden denunciarse a través de este canal están las relativas al soborno, trato de favor, conflictos de interés o las que involucren delitos contra la administración pública, así como cualquier conducta antiética o ilegal.

## Empleados

Los mecanismos que tienen a disposición los empleados para acceder al canal de denuncias son:

- **Intranet:** [intranet.telefonica.com/principios-negocio-responsable/es/#REPORTA\\_DENUNCIA](https://intranet.telefonica.com/principios-negocio-responsable/es/#REPORTA_DENUNCIA)
- **E-mail:** canal.denuncias.co@telefonica.com
- **Línea gratuita** desde cualquier lugar del país: 018009345712

Por medio del canal de denuncias se recibieron en el ejercicio 2025 un total de 49 denuncias que, en conjunto con las 58 denuncias que habían quedado como Análisis en curso al final del año 2024, generaron un total de 107 denuncias, de las cuales:

Estado	Cantidad	Porcentaje
No admitida a trámite	10	9.4%
Fundadas	22	20.6%
No Fundadas	39	36.4%
Análisis en curso	36	33.6%

Como resultado de las investigaciones adelantadas durante dicho ejercicio, 22 denuncias resultaron fundadas. De las investigaciones cerradas, cabe concluir que hubo por Acoso Laboral (1), Conducta inadecuada / indebida (7), Conflicto de interés (2), Fraude externo (1), Fraude Interno (9), Incumplimiento Compromiso con clientes (1), Incumplimiento Normativo (1).

Es importante señalar que, para las denuncias fundadas, la Compañía tomó las respectivas medidas disciplinarias y correctivas en cada proceso. Entre las medidas adoptadas como consecuencia de las denuncias fundadas, hubo cinco terminaciones del contrato de trabajo con justa causa, dos colaboradores presentaron su renuncia de manera previa a la ejecución del proceso disciplinario, cinco suspensiones, nueve recordatorios de obligaciones a colaboradores directos.

De acuerdo con la Política de tolerancia cero ante Anticorrupción del Grupo, se prohíbe cualquier manifestación de corrupción por lo cual la Compañía cuenta con controles específicos para su prevención, detección y remediación de los posibles casos, materializando la adopción de medidas disciplinarias y/o terminaciones de contrato.

Adicionalmente, resaltar que dentro del Informe de la Auditoría Externa de Recertificación del Sistema de Gestión Antisoborno en 2025 liderada por el ente certificador AENOR, se manifestó sobre el canal de denuncias: *"Existe una apertura total hacia la utilización del portal de gestión de denuncias, lo cual permite que los trabajadores y terceros realicen sus comunicaciones o denuncias sobre distintos temas con confianza y transparencia hacia ese medio"*.



## 8.2.2.2. Buzón Cumplimiento

La Compañía cuenta con dos buzones de consultas permanentes y accesibles:

- **Correo electrónico del Gerente de Cumplimiento:** Responsable local de la función de Compliance, registrado ante los reguladores correspondientes.
- **Buzón corporativo de la Gerencia de Cumplimiento:** ofc.cumplimiento.co@telefonica.com, canal que garantiza confidencialidad, disponibilidad y accesibilidad. Puede ser empleado por cualquier persona interna o externa a la organización, incluida la Alta Dirección, con el fin de solicitar información o asesoría relativa a (i) dilemas éticos o (ii) al contenido y aplicación de las normativas en materia de ética e integridad del Grupo Telefónica, así como a la puesta en conocimiento de hechos u actos contrario al Programa de Cumplimiento del Grupo Telefónica o de Ética Corporativa. Este buzón de consultas corporativo se rige por el “Procedimiento Especifico del Manual del Buzón de la Oficina de Cumplimiento”.

Al respecto, resulta pertinente precisar que un dilema ético es entendido como aquellos supuestos en los que un directivo o colaborador de Telefónica tiene dudas respecto al modo cómo debería comportarse o actuar en un evento concreto, debido a que no está seguro(a) respecto a si su comportamiento (i) es ético, (ii) se ajusta a las normativas en materia de ética e integridad del Grupo Telefónica o (iii) si podría generar consecuencias adversas para él o para la organización.

## 8.2.2.3. Canal de Negocio Responsable

Adicionalmente, la Compañía cuenta con un canal disponible para realizar consultas relacionadas con los **Principios de Negocio Responsable de Telefónica**, gestionado bajo criterios de confidencialidad, respeto, rigor y exhaustividad, conforme al Reglamento del Canal de Consultas. El acceso es permanente (24/7) a través de un formulario web, con opción de anonimato. Cada consulta recibe un identificador y una contraseña que permiten hacer seguimiento a su estado y resolución, garantizando el tratamiento seguro y confidencial de la información.

En 2025 se recibió y gestionó 1 caso a través de este canal del segmento cliente.

El canal de consultas y Negocio Responsable del Grupo Telefónica fue actualizado en la página web <https://www.telefonica.com/es/sostenibilidad-innovacion/canal-consultas/>

## 8.2.3. Riesgos relacionados con la corrupción

### (GRI Contenido 205-1)

El Estatuto de la Función de Cumplimiento del Grupo Telefónica define las líneas del Programa de Cumplimiento, su articulación con los procesos de negocio y las materias prioritarias. La gestión del riesgo de integridad —incluido el riesgo de corrupción— parte de una valoración estructurada en tres ejes: prevención, orientada a fortalecer la cultura de cumplimiento; reacción, mediante protocolos de actuación ante indicios de incumplimiento; y respuesta, enfocada en la remediación y mitigación de acciones asociadas a infracciones potenciales o comprobadas. Adicionalmente, el programa promueve el reconocimiento a colaboradores por comportamientos destacables en compromiso con



el cumplimiento. En 2025, Cumplimiento evaluó los riesgos de cumplimiento y corrupción en el 100% de las operaciones consideradas sensibles a este tipo de riesgo.

En el 2025, y en el ejercicio de sus funciones la Gerencia de Cumplimiento evaluó los aspectos relacionados con el riesgo de cumplimiento y, por tanto, el riesgo de corrupción al 100% de las operaciones llevadas a cabo por la Compañía y consideradas como sensibles a este tipo de riesgo.

En la siguiente tabla se presenta el número total de operaciones evaluadas por la Gerencia de Cumplimiento, de acuerdo con el tipo de operación:

Operación evaluada	Objetivo de la evaluación	Número de Evaluaciones
Uniones Temporales	Identificar y gestionar riesgos de corrupción y/o de LA/FT/PADM derivados de la conformación de uniones temporales para el desarrollo de proyectos con el sector público, por medio de (i) la debida diligencia de socios de negocio y (ii) la revisión e incorporación de cláusulas anticorrupción.	7
Proveedores Condicionados	Identificar y gestionar riesgos de corrupción y/o de LA/FT/PADM asociados a la contratación de proveedores de manera directa en el marco de la ejecución de proyectos con clientes del sector público.	48
Patrocinios	Identificar y gestionar riesgos de corrupción y/o de LA/FT/PADM asociados a la entrega u otorgamiento de patrocinios a terceros.	40
Proyectos de Venta Inmobiliaria	Identificar y gestionar riesgos de corrupción y/o de LA/FT/PADM derivados de la venta de bienes inmuebles de la Compañía a terceros.	6
Invitaciones y regalos	Identificar y gestionar los riesgos de corrupción, conflictos de interés o malas prácticas derivados de la oferta o recepción de regalos e intenciones. Este marco busca garantizar que dichas interacciones se alineen con los principios éticos y normativos de la organización, promoviendo la transparencia y el cumplimiento legal.	38
Debida diligencia sobre contrapartes	Debida diligencia gestionadas a contrapartes de la Compañía (Simples)	8.471
	Debida diligencia gestionadas sobre terceros. (Reforzadas)	108
Vinculación con PEP	Identificar y gestionar riesgos de corrupción y/o de LA/FT/PADM derivados del relacionamiento con contrapartes consideradas Personas Políticamente Expuestas (PEP).	26

Durante el año 2025, la Compañía completó exitosamente su proceso de recertificación (vigencia 2025-2028) bajo la norma ISO 37001 (Sistema de Gestión Antisoborno), obteniendo resultados que validan la robustez y efectividad de los controles implementados, tras superar con éxito los procesos de auditoría interna y externa. En el marco de la auditoría realizada por AENOR, el Sistema de Gestión Antisoborno registró 23 sesiones de auditoría con rigor metodológico, contó con la participación de 134 colaboradores, y culminó sin no conformidades ni observaciones, destacándose además dos fortalezas señaladas expresamente por el equipo auditor.

En este contexto, la Gerencia de Cumplimiento identificó 65 riesgos en su Matriz de Riesgo de Integridad, ninguno de los cuales fue valorado como “Crítico”, lo que reafirma la adecuada gestión preventiva. Las auditorías externas resaltaron, adicionalmente, el alto nivel de compromiso del personal, el liderazgo de la Alta Dirección en la mejora continua del sistema, así como la efectividad



del plan de comunicaciones y la claridad en la definición de roles y responsabilidades. AENOR reconoció de manera particular el liderazgo y compromiso organizacional, así como la apertura y accesibilidad del canal de denuncias establecido bajo el modelo global de Telefónica, disponible para público interno y externo.

Como parte de su compromiso con la ética y la integridad, la Compañía continuó fortaleciendo los controles anticorrupción en las sociedades en las que tiene participación mayoritaria. En particular, brindó orientación a Operaciones Tecnológicas y Comerciales S.A.S. (Optecom S.A.S.) en la identificación de sus riesgos de integridad, lavado de activos, financiamiento del terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva (LA/FT/PADM), contribuyendo así a su gestión de riesgos y minimizando posibles impactos directos e indirectos sobre la Compañía.

### 8.2.3.1. Casos de corrupción y medidas tomadas

#### (GRI Contenido 205-3)

El Grupo Telefónica dispone de mecanismos para identificar, investigar y sancionar irregularidades relacionadas con actos de corrupción o faltas contra la ética y la integridad.

Durante 2025, no se confirmaron casos de corrupción que hubieran resultado en la terminación de contratos con socios de negocio o en una afectación reputacional para la Compañía.

En el marco de los once (11) comités de Acción Disciplinaria celebrados en el año, se analizaron 144 sanciones disciplinarias, de las cuales 4 (4%) estuvieron relacionadas con inobservancia de la Normativa de Conflicto de Interés, 18 (12%) relacionadas con Fraude Patrimonial y 122 (84%) sobre Incumplimiento Normativo.

### 8.2.4. Buenas prácticas

La Compañía continuó consolidándose como referente en buenas prácticas de ética e integridad, promoviendo una cultura de cumplimiento en el sector empresarial durante 2025.

Algunas de sus principales participaciones y reconocimientos fueron:

- **Alliance for Integrity:** Participación en cuatro sesiones del programa de formación Empresas para Empresas (DEPE), orientado al fortalecimiento de los programas de cumplimiento en pequeñas y medianas empresas. En el marco de este programa, se extendió la invitación para la participación de DEPE en la República Dominicana, favoreciendo el intercambio de experiencias y la transferencia de buenas prácticas.
- En el marco del Programa de Formación Empresas para Empresas (DEPE) de Alliance for Integrity y la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ), la Gerencia de Cumplimiento recibió el reconocimiento “Trainer of the Decade Award” durante el evento “Alliance for Integrity’s Global Conference 2025”, celebrado en París, Francia, en reconocimiento a su destacada contribución a la formación y fortalecimiento de capacidades en materia de cumplimiento.
- En el marco del evento “Ethics in Business Latam 2025”, orientado a reconocer a las organizaciones que implementan y promueven prácticas sobresalientes en ética,



cumplimiento y transparencia, y desarrollado por la Red Latinoamericana de Cumplimiento y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF), Colombia Telecomunicaciones fue seleccionada como empresa ganadora en la categoría “Mejor Estrategia de Comunicación en Integridad”.

## 8.2.5. Mediciones y Certificaciones

En 2025, la Compañía reafirmó su liderazgo en el sector al mantener la certificación ISO 37001:2016, estándar internacional que acredita la implementación de un Sistema de Gestión Antisoborno sólido y eficaz. Esta certificación, obtenida inicialmente en 2022 y vigente hasta 2028 tras su proceso de recertificación, posiciona a la Empresa como la única compañía del sector de telecomunicaciones en Colombia que cuenta con este reconocimiento, reflejando su compromiso permanente con la integridad, la transparencia y las mejores prácticas de gobierno corporativo. Más allá del cumplimiento normativo, esta certificación refuerza la confianza de socios, clientes y reguladores, demostrando un enfoque proactivo en la prevención del soborno y en la promoción de una cultura de integridad.

El mantenimiento de esta certificación es el resultado del esfuerzo continuo de toda la Empresa bajo el liderazgo de la Oficina de Cumplimiento, quienes garantizan la actualización y mejora constante de los procesos conforme a los más altos estándares internacionales. Este compromiso reafirma el liderazgo de la Empresa en la implementación de medidas preventivas y su determinación de ser un referente en ética empresarial dentro del sector de telecomunicaciones.



## 9. Confianza Digital

La tecnología es un habilitador clave del desarrollo social y económico y tiene el potencial de mejorar de manera significativa la calidad de vida de las personas. Para que este impacto sea sostenible, es indispensable que el uso de la tecnología se fundamente en el respeto, la protección y la garantía de la privacidad y la seguridad de la información. La confianza de los usuarios en los productos y servicios digitales depende de la certeza de que sus datos personales son tratados de forma responsable, segura y conforme a sus derechos, así como de la existencia de mecanismos claros que les permitan gestionar su información de manera informada.

En este contexto, la Compañía orienta su gestión de Confianza Digital a partir de cuatro principios fundamentales:

- **Protección:** La seguridad de la información y la privacidad de los datos personales son prioritarias, garantizando su resguardo en cada interacción, proceso y colaboración.
- **Privacidad y seguridad desde el diseño:** La protección de los datos se integra desde la concepción de los productos, servicios y procesos, asegurando su aplicación a lo largo de todo su ciclo de vida.
- **Empoderamiento:** Se proporcionan herramientas y canales que permiten a las personas comprender, gestionar y ejercer un mayor control sobre sus datos, con información clara sobre riesgos y beneficios.
- **Transparencia:** Se promueve una comunicación clara y accesible, facilitando soluciones que permiten a los usuarios conocer y controlar el uso de su información, mediante tecnologías diseñadas para respetar la privacidad.

### 9.1. Protección de Datos, Privacidad y Seguridad Digital

(GRI Contenidos 2-24, 418-1)

Telefónica Movistar Colombia reafirma su compromiso con la protección de los datos personales, la privacidad y la seguridad digital como pilares estratégicos para fortalecer la confianza de los usuarios, mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir al desarrollo social y económico del país. Este compromiso se sustenta en los Principios de Negocio Responsable, que establecen estándares comunes, exigibles y transversales para el tratamiento ético, seguro y responsable de la información en todas las operaciones de la Compañía.

#### Enfoque integral de seguridad y protección de la información

La gestión de la seguridad de la información se articula a través de la **Política Global de Seguridad**, que aborda de manera integral la seguridad física, operativa y digital. Este enfoque permite asegurar la continuidad del negocio, prevenir el fraude, proteger los activos de información y fortalecer la resiliencia de la cadena de suministro. En particular, la seguridad digital, que comprende la ciberseguridad y la protección de la información, se implementa de forma transversal en sistemas, redes y servicios, bajo principios de legalidad, eficiencia, corresponsabilidad, cooperación y



coordinación. Este modelo de seguridad integral se apoya en un marco normativo robusto, alineado con estándares internacionales y mejores prácticas del sector, que incluye:

- **Política Global de Seguridad**, que define principios, compromisos y responsabilidades.
- **Normativa General de Seguridad**, que desarrolla los lineamientos operativos.
- **Reglamentos Globales de Seguridad**, que establecen controles específicos para la gestión de incidentes, continuidad del negocio, gestión de riesgos, ciberseguridad, clasificación de la información y prevención del fraude.
- **Normativa Local**, que asegura la alineación con la regulación colombiana y las mejores prácticas nacionales.

### 9.1.1. Cultura y fortalecimiento de capacidades

En 2025, la Compañía alcanzó un hito relevante al obtener la certificación ISO/IEC 27001:2022, correspondiente a la versión más reciente del estándar internacional de gestión de la seguridad de la información, aplicada a los procesos de Facturación y Data Center. Esta certificación fue otorgada tras una auditoría externa independiente que validó la solidez de los controles implementados y reafirmó el compromiso con la mejora continua y la gestión de riesgos.

El fortalecimiento de la cultura de seguridad fue un eje prioritario durante el año. A través de programas de concienciación y formación, el 81,5% de los empleados directos participó en al menos una capacitación en seguridad digital, contribuyendo al aumento de la madurez organizacional frente a los riesgos cibernéticos.

#### 9.1.1.1. Aliados formados en Ciberseguridad

La formación en ciberseguridad de aliados y terceros constituye un indicador clave de desempeño en materia de sostenibilidad, directamente vinculado a los compromisos de Financiación Sostenible de la Compañía, al fortalecer la gestión de riesgos, la confianza digital y la protección de la información a lo largo de la cadena de valor.



Al cierre de 2025, el **93,6% de los colaboradores de aliados y terceros** había completado la formación en **Seguridad Digital**, lo que equivale a 14.445 personas capacitadas. Este resultado refleja el avance sostenido en la consolidación de una cultura de seguridad compartida, alineada con los estándares corporativos y regulatorios, y con los objetivos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) asumidos por la Compañía.

Este hito fue posible gracias al trabajo articulado entre el área de Formación, los líderes de canal y las áreas gestoras, quienes impulsaron activamente el curso mediante comunicaciones estratégicas y la habilitación de espacios formativos que garantizaron su ejecución sin afectar la continuidad operativa. De esta manera, Telefónica Movistar Colombia refuerza su compromiso con la gestión responsable de la cadena de suministro, la prevención de riesgos digitales y el cumplimiento de los indicadores asociados a su estrategia de financiación sostenible.



## 9.1.2. Gestión y prevención riesgos de Ciberseguridad

Durante 2025 se implementaron medidas clave para robustecer la postura de seguridad digital, entre ellas:

- La implementación de un nuevo proxy web, que fortaleció el filtrado y la protección del tráfico de navegación.
- El despliegue del componente de Prevención de Fuga de Datos (DLP), mejorando la detección y mitigación de riesgos asociados a la exposición indebida de información.
- El análisis de 69 procesos críticos y 132 aplicaciones esenciales, garantizando la identificación y mitigación de riesgos que podrían afectar la continuidad operativa.
- La evaluación de 40 aliados estratégicos de la red de ventas en materia de seguridad digital, reforzando la gestión de riesgos en la cadena de valor.

Asimismo, la Compañía acompañó la migración de plataformas desde entornos *on premise* hacia infraestructura en la nube, asegurando controles de acceso, configuraciones seguras y el uso de herramientas especializadas para la identificación de vulnerabilidades. De manera complementaria, se automatizó el control de bajas oportunas de usuarios internos y externos, fortaleciendo la gestión de accesos.

### Monitoreo e incidentes de Ciberseguridad y Privacidad

En el ámbito preventivo, se realizaron análisis de vulnerabilidades y pruebas de intrusión en el 100% de las aplicaciones críticas bajo alcance SOX, así como el monitoreo del 100% de los activos expuestos. Adicionalmente, 5.079 activos tecnológicos y de red fueron integrados al esquema de monitoreo continuo de vulnerabilidades.

Durante el año, la Compañía gestionó el 100% de los incidentes de seguridad, asegurando su investigación, mitigación y recuperación, sin afectación a datos personales de clientes, proveedores o colaboradores. También se gestionaron más de 408 alertas de ciberinteligencia y 135 casos de investigación, fortaleciendo la capacidad de anticipación frente a amenazas emergentes.

En 2025 no se registraron reclamaciones por violaciones de privacidad o pérdida de datos personales. No obstante, se inició una investigación administrativa por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio por presunto incumplimiento de la normativa de protección de datos personales.

## 9.2. Ética e Inteligencia Artificial

### (GRI Contenido 2-24)

Durante 2025, la Compañía avanzó de manera significativa en la consolidación de una gobernanza responsable de la Inteligencia Artificial (IA) mediante la implementación oficial del Reglamento del Modelo de Gobierno de IA, aprobado en noviembre de 2023. Este marco definió lineamientos estratégicos, organizativos y operativos para orientar el diseño, desarrollo, despliegue y comercialización de soluciones basadas en IA en Telefónica, asegurando un uso ético, sostenible, alineado con la normativa vigente y con los Principios de Negocio Responsable del Grupo.



La Gerencia de Cumplimiento asumió un rol central en la interpretación, aplicación y supervisión del Modelo, actuando como garante de su correcta implementación e incorporando criterios éticos, regulatorios y de control en la toma de decisiones relacionadas con IA. Bajo un enfoque integral, el Modelo busca equilibrar la innovación y la optimización de recursos con la protección de la salud, seguridad, derechos humanos y la confianza digital, constituyéndose en un pilar para identificar, prevenir y mitigar riesgos, así como posibles impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente, en coherencia con la estrategia de sostenibilidad y negocio responsable. Asimismo, el marco facilita la creación, actualización y aplicación de políticas y procedimientos internos, asegurando decisiones adoptadas bajo una estructura sólida, transparente, trazable y sujeta a control permanente.

Como parte del fortalecimiento local, en 2025 se publicó el Manual de Inteligencia Artificial para Colombia Telecomunicaciones, que adapta los lineamientos corporativos al contexto normativo y operativo nacional y sirve como guía práctica para el uso responsable y conforme a la regulación. Este avance se acompañó de una estrategia integral de formación y sensibilización, liderada por Cumplimiento, orientada a fortalecer la cultura organizacional, la apropiación del Modelo y la gestión adecuada de riesgos.

En esta línea, se desarrollaron múltiples espacios formativos, incluyendo sesiones sobre el Modelo de Gobierno para el uso de IA, la guía de uso de IA generativa para empleados, el ciclo de formación en IA Responsable – Análisis de Riesgos (sesiones 1, 2 y 3), capacitaciones sobre el uso de la herramienta de Gobernanza de IA, jornadas sobre ética y cumplimiento en proyectos de IA, una masterclass sobre ética en IA, cursos en la plataforma corporativa SuccessFactors, y sesiones de refuerzo para el registro de casos de uso en la herramienta. Adicionalmente, se difundieron cinco publicaciones de sensibilización diseñadas por Cumplimiento para reforzar un uso consciente, ético y responsable de la IA.

Durante el año se consolidó el carácter transversal del Modelo mediante una supervisión permanente y la definición, implementación, seguimiento y mejora continua de políticas, procedimientos y controles. A nivel local, distintas áreas participaron activamente en el Chapter de Inteligencia Artificial, un espacio multidisciplinario que integra a Transformación, Cumplimiento, Auditoría, Seguridad y Tecnología, permitiendo una visión integral de riesgos, controles y oportunidades, y asegurando coherencia entre innovación y cumplimiento normativo.

En el ejercicio de sus funciones, Cumplimiento formuló y actualizó políticas en coordinación con la Dirección Global de Sostenibilidad (ESG), Servicios Jurídicos, Auditoría Interna y el área de Gobierno del Dato (CDO); desarrolló y validó procedimientos y catálogos normativos; promovió la adopción de principios corporativos de IA Responsable; brindó asesoría continua a las áreas de negocio; y supervisó la identificación, evaluación y mitigación de riesgos asociados al uso de IA, reforzando una gobernanza preventiva y alineada con valores corporativos.

Adicionalmente, se realizó el análisis y evaluación de cinco (5) casos de uso de IA mediante una metodología en tres etapas: (i) identificación del caso y definición de alcance considerando el contexto operativo y regulatorio; (ii) evaluación integral con matrices de riesgos éticos, legales, reputacionales, de privacidad y de impacto social; y (iii) definición y seguimiento de medidas de mitigación alineadas con principios de IA Responsable y políticas internas. Entre los principales riesgos identificados se destacaron sesgos algorítmicos, vulnerabilidades en protección de datos, riesgos de incumplimiento normativo y posibles afectaciones a la confianza digital. Estos riesgos y sus controles



fueron documentados en la herramienta de Gobernanza de IA, garantizando trazabilidad, transparencia y control en la toma de decisiones.

## 9.3. Protección de niños, niñas y adolescentes en el entorno digital

Telefónica Movistar Colombia reafirma su compromiso con el uso responsable, ético y seguro de la tecnología, promoviendo un entorno digital que brinde protección especial a niños, niñas y adolescentes. Reconoce que la conectividad abre oportunidades para el desarrollo, pero también implica riesgos que deben gestionarse de forma preventiva, colaborativa y responsable.

Este compromiso se materializa en una estrategia integral de protección digital que combina alianzas institucionales, soluciones tecnológicas, educación y mecanismos de prevención, orientados a fortalecer la ciberseguridad infantil y el uso seguro de Internet.

En primer lugar, Movistar mantiene alianzas estratégicas con actores clave del ecosistema digital como la Policía Nacional, el Ministerio TIC (MinTIC), organizaciones de la sociedad civil y expertos en protección infantil. Estas alianzas permiten impulsar acciones de sensibilización, prevención y concienciación frente a riesgos en línea, así como fortalecer capacidades institucionales en ciberseguridad para la niñez.

Adicionalmente, la Compañía participa activamente en iniciativas de referencia como Vigúas – Te Protejo, de la cual es socio fundador. A través de este programa se apoya el primer Centro de Internet Seguro del país, que ofrece a la ciudadanía canales de reporte, orientación y formación para prevenir y atender situaciones de riesgo digital que afecten a menores de edad, contribuyendo a entornos más seguros.

En materia de prevención y control, Movistar actúa contra el abuso y la explotación sexual infantil en línea, mediante el bloqueo de contenidos ilegales conforme a listas y lineamientos de entidades especializadas, y atendiendo oportunamente requerimientos de autoridades competentes, en estricto cumplimiento del marco legal.

De forma complementaria, promueve productos y servicios de protección digital —como controles parentales y soluciones de seguridad— que permiten a las familias gestionar de manera informada el acceso y uso de contenidos por parte de niños y adolescentes. Asimismo, trabaja con proveedores y aliados tecnológicos para incorporar criterios de protección infantil desde el diseño de dispositivos y plataformas, impulsando el enfoque de “seguridad desde el diseño” (safety by design).

Con estas acciones, Telefónica Movistar Colombia fortalece su rol como actor responsable del ecosistema digital, contribuyendo a que los menores se beneficien de la tecnología en entornos seguros, protegidos y alineados con su bienestar y desarrollo integral.

## 10. Gestión Responsable de la Cadena de Suministro

(Contenidos GRI 2-24, 204-1, 308-1)

La gestión responsable de la cadena de suministro es un eje estratégico del desempeño social, ambiental y económico de Telefónica Movistar Colombia. En coherencia con su modelo de negocio y



el alcance de su cadena de valor, la Compañía reconoce que la sostenibilidad no se limita a la operación directa: exige estándares robustos para proveedores y aliados que hacen posible la prestación del servicio.

En 2025, Telefónica actualizó la Política Global de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro, aprobada por el Consejo de Administración, reforzando principios y compromisos para asegurar que toda la cadena opere bajo criterios de sostenibilidad, ética y respeto a los derechos humanos. Esta Política se integra al proceso corporativo de debida diligencia en sostenibilidad y fortalece la alineación con la regulación europea emergente, incluyendo CSRD y CSDDD.

La Política aplica a todas las sociedades del Grupo Telefónica y a todas las compras de productos y servicios, sin distinción geográfica, e incorpora la sostenibilidad como componente estructural de la gestión de abastecimiento, en línea con los compromisos corporativos en derechos humanos, medioambiente y buena gobernanza.

En este marco, Telefónica se compromete a:

- Establecer relaciones con proveedores basadas en transparencia, ética y beneficio mutuo.
- Integrar criterios ESG en los procesos de compra y en la evaluación de proveedores.
- Identificar, prevenir y mitigar impactos adversos en derechos humanos y medioambiente a lo largo de la cadena de valor.
- Promover la colaboración sectorial, la formación a proveedores y la participación de grupos de interés.
- Implementar mecanismos de auditoría, evaluación, seguimiento y mejora continua para fortalecer el desempeño sostenible.

De forma complementaria, el Código de Conducta de Proveedores define los criterios mínimos exigibles para todos los proveedores del Grupo en cuatro dimensiones:

- Generales: cumplimiento normativo, anticorrupción, integridad y transparencia.
- Sociales: derechos humanos, condiciones laborales dignas y seguras, no discriminación, libertad de asociación, equidad de género y diversidad.
- Ambientales: cumplimiento legal, gestión de emisiones, residuos y recursos, acción climática, eficiencia energética, energías renovables y economía circular.
- Gobernanza y cadena de valor: evaluación continua del desempeño sostenible, trazabilidad y debida diligencia, y requisitos sobre minerales de zonas de conflicto con verificación independiente.

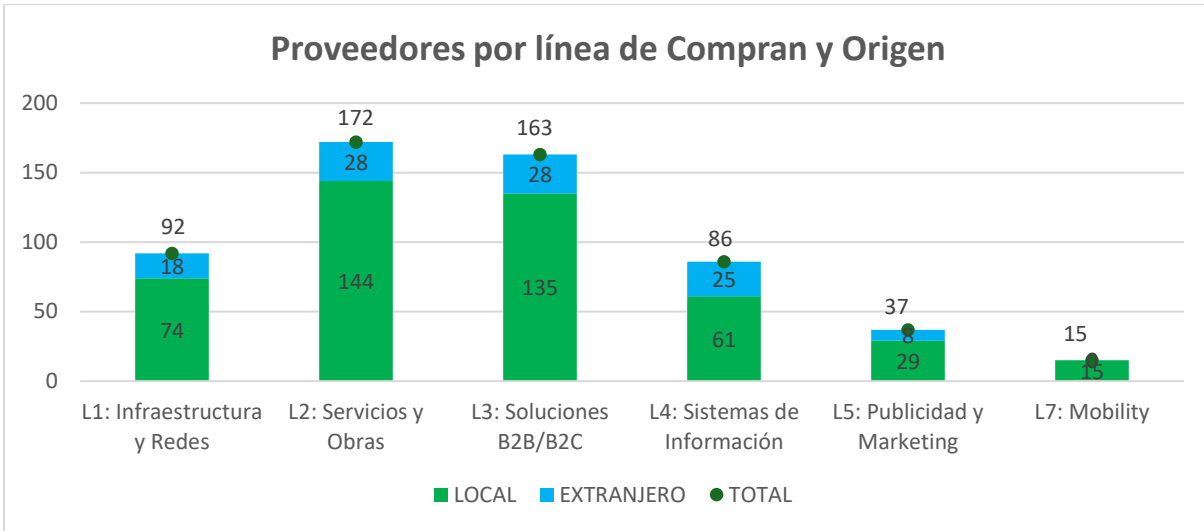
## 10.1. Desarrollo de Proveedores Locales



### (GRI Contenido 204-1)

En 2025, la Compañía contó con 485 proveedores adjudicatarios, de los cuales el 80% (387) corresponden a empresas constituidas en Colombia, evidenciando una clara apuesta por el fortalecimiento de la cadena de suministro local.

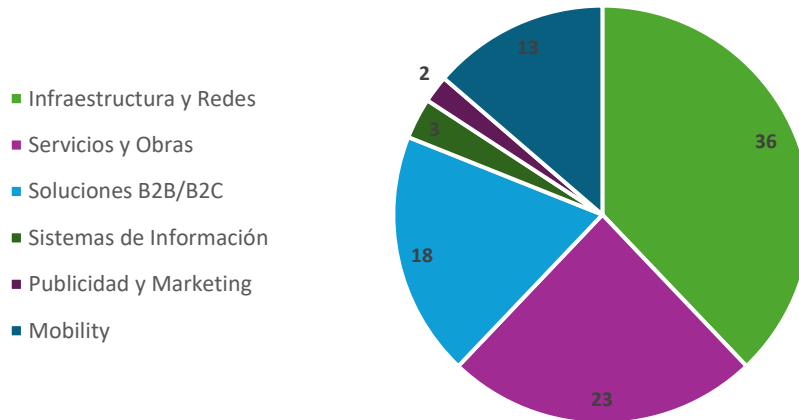
La distribución de origen de proveedores es la siguiente por línea de negocio:



A los proveedores nacionales se les adjudicó aproximadamente el 93% del valor total de las compras, lo que refleja una gestión orientada al desarrollo económico del país y a la generación de valor compartido.

La distribución de estas adjudicaciones se realizó a través de las siguientes líneas de producto y servicio:

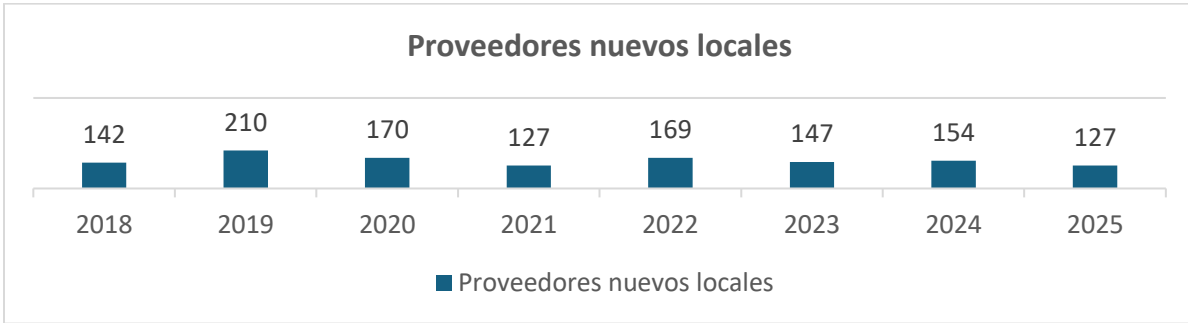
### Líneas de producto compras adjudicadas en 2025



Durante 2025, la Compañía avanzó en la incorporación progresiva de criterios de sostenibilidad en los procesos de compras, fortaleciendo la gestión responsable de su cadena de suministro. En este marco, el 21% de los proveedores adjudicatarios fue evaluado bajo criterios de sostenibilidad. De este total, 80 proveedores correspondieron a empresas constituidas en Colombia (proveedores locales) y 21 a proveedores internacionales, reflejando el alcance de la evaluación y el compromiso de la Compañía con prácticas sostenibles.



En cuanto a la dinámica de proveedores, se evidencia una gestión activa de incorporación de empresas locales. El histórico anual del número de proveedores nuevos constituidos en Colombia es la siguiente:



Este comportamiento refleja un flujo constante de vinculación de proveedores nacionales a lo largo del tiempo.

En 2025, la Compañía contó con el respaldo de 39 aliados y 41 agentes, quienes contribuyeron a la creación de 13.633 empleos indirectos:



Por otra parte, durante 2025 la Compañía formalizó, fuera del ámbito del Modelo de Compras de Telefonía (MCT), 207 nuevos contratos con 179 organizaciones, así como modificaciones contractuales con 25 organizaciones, en atención a necesidades específicas de la operación y del negocio.



## 10.2. Evaluación de Sostenibilidad en Proveedores

(GRI Contenidos 308-1, 308-2, 414-2)



Durante 2025, la Compañía fortaleció la gestión de la sostenibilidad en su cadena de suministro mediante la evaluación sistemática de proveedores clasificados como de alto riesgo, a través de la plataforma IntegrityNext. Este proceso permitió identificar, monitorear y gestionar de manera proactiva los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza, asegurando el alineamiento de los proveedores con los estándares corporativos y los principios de negocio responsable.

En total, 263 proveedores adjudicados fueron incorporados al esquema de monitoreo en sostenibilidad mediante IntegrityNext. De este grupo, 168 proveedores completaron la evaluación, cuyos resultados evidenciaron 94 casos con nivel de impacto alto y 71 con nivel de impacto medio, información que sirvió como base para priorizar acciones de seguimiento, acompañamiento y planes de mejora.

Estas evaluaciones constituyen una herramienta clave para verificar el cumplimiento normativo y ético por parte de los proveedores, fortalecer la transparencia y la trazabilidad en la cadena de suministro, y consolidar relaciones comerciales más responsables y sostenibles en el largo plazo. Asimismo, refuerzan el enfoque preventivo de la Compañía en la gestión de riesgos y su compromiso con la creación de valor compartido.

### 10.2.1. Auditorías y Planes de Mejora a Proveedores

En 2025, la Compañía continuó fortaleciendo el **Modelo de Aliados en Colombia**, con un enfoque integral orientado a consolidar relaciones responsables con los proveedores y a asegurar el cumplimiento de los estándares mínimos de sostenibilidad en la cadena de suministro. Este modelo prioriza la gestión preventiva de riesgos, el acompañamiento continuo y la mejora del desempeño social, laboral y de seguridad de los aliados estratégicos.

En el marco de este esfuerzo, se desarrollaron las siguientes acciones:

- **Auditorías en sitio:** Se realizaron cinco (5) auditorías presenciales a aliados estratégicos, que permitieron identificar brechas y definir planes de acción orientados a eliminar las causas raíz de las desviaciones detectadas.
- **Auditorías administrativas:** Se ejecutaron 641 auditorías a contratistas para verificar el cumplimiento oportuno de las obligaciones laborales, así como auditorías de cierre de contrato, garantizando el adecuado cumplimiento de compromisos al finalizar las relaciones comerciales.

Adicionalmente, como parte de las buenas prácticas para fortalecer los estándares sociales, laborales y de seguridad y salud en el trabajo (SST), se llevaron a cabo:

- **Mesas técnicas de SST:** Se desarrollaron tres (3) sesiones con aliados que ejecutan actividades de alto riesgo, con la participación de 39 aliados y un alcance de 654 asistentes.



- **Inducción y reinducción de aliados:** Se realizaron cinco (5) jornadas dirigidas a siete (7) aliados, con la participación de 43 personas, orientadas a reforzar lineamientos corporativos y expectativas de desempeño.
- **Taller de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro:** Espacio de formación y sensibilización enfocado en fortalecer el compromiso de los aliados con el desarrollo sostenible y su impacto en los entornos sociales.

### 10.3. Canales de comunicación con Proveedores

Durante 2025, la Organización dispuso de canales formales y permanentes para garantizar una relación transparente, eficiente y oportuna con sus proveedores. Estos canales son:

1. **Plataformas de Comercio Electrónico:** *Marketplace* y *GEP SMART*, como medios principales para la gestión de procesos de compra y contratación.
2. **Canales informativos y de soporte:** *Intranet corporativa* y *Centro de Atención al Usuario (CAU)*, orientados a la atención operativa y consulta de procesos.
3. **Canales de atención directa a proveedores:**
  - [ugphispam@telefonica.com](mailto:ugphispam@telefonica.com)
  - [adquiraColombia.co@telefonica.com](mailto:adquiraColombia.co@telefonica.com)
4. La Compañía dispone de mecanismos corporativos de información, consulta y reporte — **Canal de Denuncias** y **Canal de Consultas de Negocio Responsable**, disponibles 24/7, con posibilidad de anonimato y tratamiento confidencial— que respaldan la prevención de riesgos, la transparencia y el fortalecimiento de una cadena de suministro responsable.

Estos mecanismos fortalecen la comunicación, la trazabilidad y la gestión responsable de la cadena de suministro.

También para fomentar el diálogo y la satisfacción de los proveedores, se comunicaron:

- **Correo de aliados:** Canal de comunicación centralizado para temas relacionados con Recursos Humanos y Salud y Seguridad en el Trabajo.
- **Boletines Aliados:** Publicaciones trimestrales enviadas a la red de aliados y administradores de contratos, con un total de tres ediciones enviadas en 2025.



## 11. Gestión de los Clientes

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia impulsó una transformación relevante en su modelo de gestión de clientes, mediante la reconfiguración de su estructura organizacional y la centralización, bajo una misma dirección, de los equipos de e-care, atención escrita, telefónica y por chat, así como del área de Calidad y Experiencia, con alcance tanto B2C como B2B. Esta evolución permitió orientar la gestión hacia la implementación de nuevos modelos de atención, la digitalización de los canales escritos y la mejora continua de la experiencia en WhatsApp y la App, al tiempo que se fortaleció una cultura Customer Centric en toda la organización. De forma transversal, el equipo de Experiencia se integró a la gestión diaria de los distintos segmentos, incorporando de manera sistemática la voz del cliente desde el diseño de productos y ofertas.

Adicionalmente, la Compañía renovó la certificación del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) con foco B2B, conforme a la norma ISO 9001, evidenciando su compromiso permanente con la excelencia operativa y la satisfacción de los clientes.

### 11.1. Experiencia y Atención a Clientes

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia implementó una estrategia integral para fortalecer de manera diferencial la atención y la experiencia del cliente, estructurada sobre cuatro pilares fundamentales:

- **Atención de Valor:** Garantizar un acceso segmentado a los canales, con estándares de calidad y eficiencia operativa.
- **Digitalización:** Impulsar la autogestión y la transformación digital de los procesos de atención.
- **Experiencia sin Recurrencia:** Diseñar recorridos de cliente que minimicen fricciones y aseguren soluciones efectivas en entornos multicanal.
- **Cultura Customer Centric:** Consolidar una cultura organizacional orientada por la voz del cliente y el posicionamiento de los canales digitales.

Cada pilar fue desarrollado de manera transversal con las distintas áreas de la Compañía, fortaleciendo los básicos de operación y promoviendo la mejora continua.

#### 11.1.1. Principales iniciativas Canales

##### Fortalecimiento de canales digitales

- **App Mi Movistar:** se modernizó mediante migración a React Native, impactando a 2,5 millones de clientes migrados. Alcanzó 99% de disponibilidad, mejoró la experiencia de usuario (UX) y logró una calificación histórica de 4,1 en Play Store/App Store. La nueva arquitectura habilitó cargas más rápidas y navegación intuitiva para la autogestión de productos fijos y móviles.
- **WhatsApp con resolución cognitiva:** evolucionó con Cloud e IA y procesamiento de lenguaje natural, analizando el 100% de las interacciones en tiempo real para identificar intención y



sentimiento y corregir fricciones en soporte técnico y facturación. El indicador de solución superó el 63%, consolidando el bot como agente resolutivo.

- **Pagos y autogestión:** se internalizó la Landing de Pagos para optimizar conversión y recaudo digital. Se fortaleció el Marketing de Servicio para acelerar la adopción digital y reducir estructuralmente el contacto hacia canales tradicionales.
- **Marketing de Servicio para la Adopción Digital:** se ejecutó una estrategia omnicanal 360° (WhatsApp, Push, RCS nativo, pauta digital y Centros de Experiencia) para educar al cliente, digitalizar la base y disminuir el contacto en canales tradicionales.
- **Cross-Selling Digital:** se integró la venta en flujos de atención, logrando 16.800 ventas Pre-Pos anuales y COP 720 millones en upgrades, posicionando la App como canal clave para impulsar ARPU y acelerar ventas de Fibra y Terminales.

### Canal Cross como habilitador comercial

- **Mejora en FCR:** el Call Center B2C incrementó el indicador de Solución en el Primer Contacto (FCR) en +1,9 pp, alcanzando 94,3%, con impactos en experiencia y eficiencia operacional.
- **Crecimiento en Cross-Selling:** se logró un aumento de +32,1%, elevando las altas promedio mes de 11.276 (abril 2024) a 14.893 (diciembre 2025), fortaleciendo capacidades comerciales y generación de ingresos.
- **Optimización del acceso al Call Center:** se rediseñaron flujos IVR e incorporaron funcionalidades de IA y autogestión, gestionando con éxito más de 638,6 mil llamadas, con mejores tiempos de resolución y experiencia.

### Inteligencia Artificial en la gestión de PQR

La implementación de soluciones de IA permitió atender el 30% de los casos mensuales de PQR, con más de 11 tipologías automatizadas, mejorando oportunidad y satisfacción del cliente.

### Cultura Customer Centric – Inteligencia Servicial

A través de 11 iniciativas, el programa involucró a más de 5.500 colaboradores en todos los canales de atención, fortaleciendo la orientación al cliente y la calidad del servicio. Como resultado, se alcanzó 96% de empatía por el cliente (medida con ejercicios como “Un cliente te busca”) y 83% en la medición de madurez Customer Centric. La ejecución se respaldó con actividades como el lanzamiento de Inteligencia Servicial, la Feria de Canales de Atención, el panel “Hablemos de Experiencias”, talleres de liderazgo en servicio y la Semana de la Inteligencia Servicial, con espacios de formación y cocreación.

## 11.1.2. Optimización en facturación y cobro

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia fortaleció los procesos de facturación, cobro, soporte comercial y entrega de productos para mejorar la experiencia del cliente, aumentar la eficiencia operativa y consolidar relaciones basadas en confianza y transparencia.

### Optimización del proceso de facturación



- Reducción del 37% en los tiempos de emisión de la factura, mejorando la oportunidad y claridad de la información al cliente.
- Rediseño de factura para clientes con Movistar Total y domiciliados, facilitando la comprensión de cargos y reduciendo fricciones, con mayor percepción de transparencia.

### **Evolución en la gestión de cobro**

- Implementación de un canal de voz con IA para llamadas de cobro con guiones dinámicos, lenguaje natural y reglas éticas, asegurando un trato respetuoso.
- Incorporación de Next Best Action (NBA) para definir el mejor momento y canal de contacto (voz, WhatsApp o email), optimizando acuerdos de pago y recordatorios automáticos.
- Despliegue de chatbot en WhatsApp 24/7 para autogestionar consultas sobre saldos, vencimientos y canales de pago.

### **Optimización del soporte comercial y operativo**

- Atención de primera línea de 99,84% y derivación a Back Office de 0,16%.
- Digitalización end to end de herramientas y procesos, elevando la primera línea a 99,7% y reduciendo derivación a 0,03%.
- Fortalecimiento de validación de identidad con biometría facial y dactilar y mayor protección de datos desde el onboarding digital.
- Cumplimiento de Ley 2300 y Habeas Data, optimizando interacciones por canales autorizados.

### **Entrega oportuna y satisfactoria**

- Ampliación del servicio Hoy Mismo a 6 ciudades, habilitando entregas al día siguiente de la compra.
- Consolidación de un modelo omnicanal (digital y presencial) para compra, reserva y recogida en Centros de Experiencia.
- Implementación de Entrega Certificada (recepción en portería o por adulto responsable), reduciendo reprocesos y mejorando eficiencia logística.

Estas mejoras reflejan una gestión centrada en el cliente, apalancada en innovación tecnológica, eficiencia operativa y mejora continua del servicio.

## **11.1.3. Transformación Digital en Pagos**

Durante 2025, Telefónica Movistar Colombia fortaleció de manera significativa su ecosistema de pagos, como parte de la estrategia integral de transformación digital orientada a mejorar la experiencia del cliente, optimizar el recaudo y aumentar la eficiencia operativa. Las iniciativas implementadas permitieron responder a la evolución de los hábitos digitales de los usuarios, consolidar canales costo-eficientes y generar ahorros relevantes para la Compañía, contribuyendo a la sostenibilidad del modelo de pagos.



## Pagos Digitales

En 2025, la Compañía avanzó en la expansión y consolidación de los pagos digitales mediante la incorporación de nuevos métodos como códigos QR, billeteras digitales y pasarelas de pago, con el objetivo de simplificar la experiencia del usuario, incentivar el pago oportuno y fortalecer la eficiencia del recaudo.

Como resultado de estas acciones:

- El 75,7% de los pagos en cupones se realizaron a través de canales digitales.
- El 85,2% del recaudo total ingresó por canales digitales.
- Se generaron ahorros por COP \$900 millones en comisiones, derivados de la migración hacia canales más costo-eficientes.
- 3,98 millones de clientes realizaron pagos a través de medios digitales.

Estas cifras reflejan una mayor adopción de soluciones digitales por parte de los clientes y un avance sostenido en la transformación del modelo de recaudo.

## Evolución del Modelo de Máquinas de Recaudo

Durante el año, se transformó el modelo de máquinas de recaudo hacia un esquema integral centrado en el cliente, mediante la centralización del servicio en un único proveedor. Esta optimización permitió:

- Reducir en 10% los costos operativos del modelo.
- Disminuir en 10% los clics necesarios para realizar un pago.
- Incorporar nuevos métodos de pago como QR y billeteras digitales, agilizando las transacciones y eliminando fricciones en la experiencia de uso.

Adicionalmente, el modelo garantiza el cumplimiento regulatorio en materia de vueltas exactas y asegura una evolución tecnológica continua sin costos adicionales, mejorando de forma sostenida la experiencia del usuario final.

## Canales Digitales de Pago y Experiencia Omnicanal

Con el propósito de consolidar una experiencia de pago simple, segura y consistente, se desplegó un conjunto de iniciativas que fortalecen la infraestructura digital de recaudo:

- **Landing de Pagos Movistar:** Se implementó, en coordinación con el Tren eCare, un punto único de pago de facturas que concentra los principales flujos de recaudo digital. La habilitación de **tres pasarelas de pago** mejora la conveniencia, simplifica el proceso y ofrece una experiencia homogénea en todos los dispositivos.
- **Pagos con Bre-B:** Sobre la Landing de Pagos, y soportado en un motor de transformación, se habilitó Bre-B como nuevo medio de pago de facturas, constituyéndose en la primera y única implementación en el país para este tipo de transacciones. Esta iniciativa amplía el portafolio de opciones disponibles y refuerza el posicionamiento de la Compañía como referente en innovación en pagos digitales.



- **Domiciliación y Pagos Embebidos en WhatsApp:** La integración de procesos de domiciliación y pago dentro de WhatsApp capitaliza el uso masivo de este canal como principal medio de interacción con los clientes. Esta solución ofrece una experiencia guiada y sencilla, incrementando el pago oportuno.
- **Web Services de Pagos:** La evolución del servicio de pago de facturas incluyó la migración de infraestructura *on-premise* hacia la nube, fortaleciendo el desempeño, la escalabilidad y la resiliencia de la plataforma. Esta transformación prepara la operación para el crecimiento futuro e impulsa una experiencia más estable y consistente para las entidades financieras y no financieras que habilitan el pago de facturas a los clientes de Telefónica Movistar Colombia.

## 11.2. Satisfacción Cliente: Net Promoter Score -NPS-

La compañía mantiene un modelo robusto de medición de la experiencia del cliente, basado en el Net Promoter Score (NPS) bajo el estándar ACSI (American Customer Satisfaction Index), indicador de referencia internacional y de visibilidad corporativa.

Durante 2025 se aplicaron 3,4 millones de encuestas, con un promedio mensual de 280.000, garantizando muestras representativas de los diferentes universos de clientes. La medición es ejecutada por un proveedor externo, con resultados auditados que aseguran la objetividad y confiabilidad de la información (error estimado de 0,06 frente a un máximo permitido de 0,13).

Al cierre del año, el NPS de la Compañía alcanzó 23%, superando en 7 puntos porcentuales a la competencia medida bajo la misma metodología, consolidándose como una herramienta clave para la mejora continua.

Adicionalmente, se fortaleció el modelo de NPS transaccional a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente, soportado en analítica avanzada e Inteligencia Artificial. La implementación de soluciones de *speech-to-text* y *text analytics* incrementó en 600% el volumen de encuestas analizadas, permitiendo generar insights diarios y una toma de decisiones más ágil.

Bajo el enfoque centralizado de atención y CX, se incorporó el indicador de Recurrencia, logrando una mejora de -7 pp, al pasar de 27% a 20%.



## 12. Gestión Legal

### 12.1. Inversiones de la Sociedad en otras Compañías

La Compañía tiene inversiones directas en el capital de Operaciones Tecnológicas y Comerciales S.A.S. - OPTECOM S.A.S., Comunicación Celular S.A – Comcel S.A., Álamo HoldCo S.L. y UniRed Colombia S.A.S. A continuación, el detalle:

- La Compañía es propietaria de 3.330 acciones ordinarias, equivalentes al 100% del capital social de Optecom S.A.S., sociedad colombiana.
- Colombia Telecomunicaciones es tenedor y propietario de 3 acciones ordinarias nominativas clase B, que representan menos del 1% del capital social de Comcel S.A., sociedad colombiana.
- La Compañía tiene una participación correspondiente al 40% del capital social de Álamo Holdco S.L., sociedad española, la cual es propietaria del 100% del capital social de Onnet Fibra Colombia S.A.S., sociedad colombiana.
- La Compañía tiene una participación correspondiente al 49,99% del capital social de Unired Colombia S.A.S., sociedad colombiana.

### 12.2. Operaciones con accionistas y administradores

El 28 de febrero de 2025 la Compañía celebró un contrato de préstamo mercantil con Telefónica Hispanoamérica, S.A., su accionista mayoritario, por un monto de EUR 46,2 millones, en el cual la Compañía fue prestataria. El plazo del préstamo es hasta el 27 de febrero de 2026.

### 12.3. Propiedad intelectual y derechos de autor

La Compañía cumplió las normas de propiedad intelectual y derechos de autor en los sistemas instalados. No se conocen violaciones ni posibles incumplimientos de las leyes, regulaciones y normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor, que deban revelarse en los estados financieros o que soporten el registro de una pérdida contingente.

### 12.4. Libre circulación de facturas

Se permitió la libre circulación de facturas de conformidad con lo establecido en el Artículo 87 de la Ley 1676 de 2013.

### 12.5. Implementación Prácticas Corporativas - Código País

La Compañía realizó y remitió oportunamente a la Superintendencia Financiera de Colombia el reporte de implementación de mejores prácticas corporativas correspondiente al año 2025, el cual se encuentra publicado en la página Web de la Compañía.



## 12.6. Cumplimiento de la legislación y las normativas

### (GRI Contenidos 2-27, 418-1 )

La Compañía pagó en multas impuestas por la Superintendencia de Industria y Comercio los siguientes valores (en pesos colombianos): \$273.117.940; \$502.000.000; \$525.480.000; \$670.016.000 y \$579.000.000; es decir una suma total de \$2.549.613.940 durante el 2025.

También se iniciaron 4 investigaciones por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio por presuntos incumplimientos del Régimen de Protección de Usuarios de Comunicaciones. Al 31 de diciembre de 2025 se reportaron contingencias que conllevan contabilización de provisiones por \$14.999.163.560 pesos.

En 2025, se gestionaron 23 investigaciones del Ministerio de TIC por presuntos incumplimientos del régimen general de telecomunicaciones y regulación de la CRC. Al 31 de diciembre de 2025, se reportaron seis contingencias probables, con un valor estimado de \$3.061 millones, reflejando un seguimiento permanente y preventivo del cumplimiento normativo.

## 12.7. Casos de incumplimiento comunicaciones de marketing

### (GRI Contenido 2-27 y 417-3)

En 2025 la Compañía presentó 2 casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing:

- La SIC decidió en última instancia confirmar la multa impuesta a la Compañía mediante la Resolución No. 4859 del 14 de febrero de 2025, por valor de \$579.000.000. Al resolver el recurso de apelación a través de la Resolución No. 102947 de 2025, concluyó que la Compañía incumplió el deber de suministrar información clara, completa y suficiente sobre la oferta “SUPER PROMO 2x1” de \$1.000, por lo que mantuvo el monto de la sanción.
- La SIC también confirmó la sanción impuesta mediante la Resolución No. 74697 del 28 de noviembre de 2024, por valor de \$525.480.000. Al decidir la apelación, a través de la Resolución No. 74290 del 23 de septiembre de 2025, ratificó la multa al señalar, entre otros argumentos, que en planes ilimitados los controles solo son admisibles cuando se derivan de la tecnología empleada o de la velocidad efectiva ofrecida, y no de funcionalidades del servicio como el modo de conexión o el tipo de dispositivo utilizado.

## 12.8. Reclamaciones Privacidad de datos de clientes

### (GRI Contenido 418-1)

En el 2025 la Compañía no identificó reclamaciones de usuarios o de autoridades, por violaciones de la privacidad del cliente o por pérdida de sus datos personales.



## 13. Gestión Regulatoria

La gestión regulatoria de Telefónica Movistar Colombia se orienta a garantizar el cumplimiento normativo, la sostenibilidad del negocio y la defensa de un entorno competitivo equilibrado, promoviendo al mismo tiempo el acceso a servicios de telecomunicaciones de calidad y el desarrollo digital del país.

### 13.1. Espectro

Movistar continúa fortaleciendo su infraestructura de telecomunicaciones mediante una gestión eficiente y estratégica del espectro radioeléctrico, recurso esencial para asegurar la continuidad, calidad y expansión de los servicios móviles en Colombia. El uso adecuado del espectro permite habilitar la conectividad de personas, comunidades y sectores productivos, impulsando el desarrollo educativo, social, profesional e industrial, así como la eficiencia en actividades como la manufactura, el transporte y la agricultura.

Al 31 de diciembre de 2025, la Compañía contaba con permisos vigentes para el uso del espectro en distintas bandas de frecuencia para la prestación de servicios móviles de voz y datos, los cuales hacen parte de la Unión Temporal conformada con Tigo Colombia:

- Banda de 700 MHz: 40 MHz
- Banda de 1900 MHz: 80 MHz
- Banda AWS: 20 MHz
- Banda de 3.500 MHz (5G): 80 MHz

### 13.2. Leyes adoptadas

Durante 2025 se adoptaron normas relevantes que impactan la operación del sector:

- **Ley 2485 de julio de 2025 – Protección al usuario en cobros de reconexión:** establece que la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) definirá los eventos en los que los proveedores pueden aplicar cobros por reconexión y fijará los valores máximos correspondientes.
- **Ley 2489 de julio de 2025 – Entornos digitales seguros para menores:** crea un marco integral de protección para niños, niñas y adolescentes en el entorno digital, regulando el acceso a contenidos, la protección de datos personales y la responsabilidad de los proveedores de servicios de internet y plataformas digitales.

### 13.3. Normas expedidas por la CRC

En 2025, la CRC expidió diversas resoluciones orientadas a fortalecer la competencia, la calidad del servicio y la eficiencia regulatoria:

- **Resolución 7684 de marzo de 2025 – Competencia:** establece obligaciones para los operadores móviles, incluyendo restricciones de contacto a usuarios portados, mediciones de calidad en



roaming automático nacional, actualización de datos para portabilidad y fortalecimiento de los canales digitales.

- **Resolución 7713 de marzo de 2025 – Competencia:** reduce los cargos de terminación en redes de telefonía fija entre operadores.
- **Resolución 7714 de marzo de 2025 – Competencia:** busca mejorar la calidad del servicio portador y equilibrar la negociación entre grandes y pequeños proveedores de internet.
- **Resolución 7753 de abril de 2025 – Interconexión:** mantiene el esquema Sender Keeps All incorporando mecanismos de compensación por desbalances significativos de tráfico.
- **Resolución 7777 de mayo de 2025 – Calidad:** fortalece el monitoreo de disponibilidad de red y moderniza indicadores, priorizando servicios móviles y nuevas tecnologías como 5G y satelital.
- **Resolución 7811 de junio de 2025 – Simplificación:** introduce medidas de digitalización y mínima reducción de cargas administrativas, incluyendo la factura digital por defecto.
- **Resolución 7930 de septiembre de 2025 – Calidad:** actualiza el Reglamento Técnico de Redes Internas de Telecomunicaciones (RITEL) para edificaciones nuevas.

## 13.4. Competencia

### (GRI Contenido 206-1)

Durante 2025, se gestionaron diversas acciones jurídicas relacionadas con competencia y prácticas restrictivas de la competencia :

- **Por prácticas restrictivas de la competencia en la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC):** Contra Claro se tienen seis (6) procesos en curso, por (1) abultamiento de rechazos injustificados en portabilidad numérica móvil; (2) desvío de subsidios a nuevos accesos en el plan de internet fijo en estratos 1 y 2; (3) incumplir la Ley 2300 y el Registro Nacional de Excluidos de la CRC; (4) por abuso de posición de dominio por aplicar precios predatorios en servicios móviles; (5) por actos de descrédito contra competidores llevados a cabo en redes sociales; y (6) por abuso de posición de dominio por fijar precios por debajo de costos en planes tripleplay de servicios fijos. Interpuesto en contra de Telefónica Movistar Colombia por Claro, se tiene una denuncia por los programas de “Bonos de Fidelización” y “Mejor Juntos”.
- **Por demandas jurisdiccionales por competencia desleal en la SIC:** Interpuestos en contra de Telefónica Movistar Colombia se tienen dos procesos, por Claro y Tigo, por los programas de “Bonos de Fidelización” y “Mejor Juntos”, por cuanto para estas empresas en los planes de fidelización “Mejor Juntos”, se podrían generar rechazos de portabilidad por deudas pendientes.
- **Procesos jurisdiccionales por competencia desleal en la SIC:** interpuesto por Telefónica Movistar Colombia contra Claro por la activación de bonos “Datos Plus”, que generan una deuda cuando el usuario decidía portar su número a otro operador, que luego utilizaba como causal de rechazo de la portabilidad móvil con el argumento de mora por falta de pago.



## 14. Fundación Telefónica Movistar Colombia<sup>3</sup>

### 14.1. Estrategia Fundación Telefónica Movistar

Durante 2025, la Fundación Telefónica Movistar en Colombia desarrolló su labor en un entorno nacional marcado por la reducción de recursos públicos y de cooperación internacional, altos niveles de informalidad laboral y persistentes brechas educativas y digitales entre territorios. Este contexto retador exigió una gestión eficiente de los recursos, una priorización estratégica de las iniciativas y un fortalecimiento del trabajo colaborativo con diversos actores.

Ante este escenario, la Fundación reafirmó su compromiso con la educación digital, la empleabilidad, la acción social y la ciudadanía digital, enfocando su estrategia en maximizar el impacto social, garantizar la continuidad de los programas esenciales y posicionar la tecnología como un habilitador clave para el desarrollo sostenible y la equidad en Colombia.

#### Objetivo estratégico 2025

La estrategia de la Fundación tuvo como objetivo consolidar su rol como actor clave del ecosistema educativo y social, promoviendo oportunidades de formación digital y desarrollo de capacidades que contribuyeran al cierre de brechas, la empleabilidad y la inclusión social, incluso en contextos de restricción presupuestal. Asimismo, buscó fortalecer su posicionamiento institucional e incidencia en la agenda pública sobre transformación digital, educación y derechos digitales.

#### Ejes estratégicos de actuación

La gestión 2025 se estructuró en tres premisas estratégicas complementarias:

- 1. Implementación eficiente de programas:** La Fundación priorizó la ejecución de proyectos con criterios de eficiencia, calidad y sostenibilidad, fortaleciendo itinerarios de formación docente, programas de alfabetización digital para familias, iniciativas de empleabilidad digital y acciones de voluntariado corporativo. Se garantizó cobertura nacional mediante alianzas territoriales, convocatorias inclusivas y modalidades híbridas de formación, alcanzando comunidades urbanas y rurales en todo el país.
- 2. Posicionamiento institucional y alianzas:** En un año de alta volatilidad política, la Fundación fortaleció su presencia en escenarios estratégicos de alto nivel, consolidando alianzas tácticas con entidades públicas, privadas y multilaterales. Este posicionamiento permitió reforzar el reconocimiento de Telefónica Movistar como aliado del desarrollo territorial, la educación digital y la innovación social, alineado con el Plan de Relacionamiento y la estrategia reputacional del Grupo.
- 3. Incidencia en política pública:** La Fundación participó activamente en espacios de construcción de políticas públicas, aportando conocimiento técnico y evidencia desde la experiencia de sus programas. Su incidencia se centró en educación digital, voluntariado corporativo, derechos digitales y entornos digitales seguros, fortaleciendo su rol como referente técnico y social en la agenda nacional.

<sup>3</sup> La gestión de la Fundación Telefónica Movistar Colombia no se incluye en los Estados Financieros de la Compañía



## 14.2. Alcance e impacto 2025

En 2025, los programas de la Fundación beneficiaron a 1.550.155 personas en Colombia, de las cuales 454.431 fueron beneficiarios directos, con presencia en los 32 departamentos y en el 82% de los municipios del país, incluyendo el 68% de los territorios PDET.

El impacto se estructuró en cuatro ejes estratégicos:

- **Educación Digital:** 1.243.990 beneficiarios, mediante programas como ProFuturo y Escuela TIC Familia.
- **Empleabilidad y Emprendimiento Digital:** 204.057 beneficiarios, a través de Conecta Empleo y Piensa en Grande.
- **Conocimiento y Cultura Digital:** 51.534 beneficiarios, mediante foros, publicaciones y exposiciones.
- **Acción Social y Voluntariado:** 48.486 beneficiarios y 2.088 voluntarios activos.

## 14.3. Inversión de la Fundación Telefónica Movistar

Para llevar a cabo los programas y proyectos, la Fundación Telefónica Movistar Colombia implementó acciones por un monto total de \$4.446 millones de pesos, provenientes principalmente de los aportes de los donantes Fundación ProFuturo y Fundación Telefónica España; con una gestión financiera orientada a la eficiencia y la sostenibilidad. Los activos alcanzaron **\$2.338 millones**, los pasivos **\$1.646 millones** y el patrimonio **\$692 millones**, reflejando una operación financieramente responsable y alineada con los objetivos estratégicos.

## 14.4. Programas y Proyectos

### 14.4.1. ProFuturo

**ProFuturo** es el programa global de educación digital de la Fundación Telefónica Movistar y Fundación “la Caixa”, orientado a mejorar la calidad educativa en contextos vulnerables mediante la formación docente, el uso pedagógico de la tecnología y el fortalecimiento institucional de las escuelas.

### Principales acciones en 2025

Durante 2025, el programa se implementó bajo dos modelos complementarios:

- **Modelo Integral**, dirigido a instituciones educativas de primaria en contextos de vulnerabilidad, que combina formación docente, acompañamiento pedagógico en aula, evaluación institucional anual y dotación o reposición tecnológica priorizada.
- **Modelo Abierto**, que ofrece rutas de formación virtual y certificada a docentes de todo el país a través de las Escuelas de Conocimiento, con contenidos en innovación educativa, pensamiento computacional, inteligencia artificial, matemáticas, competencia digital y ciudadanía.

Entre las principales acciones desarrolladas se destacan:



- Migración tecnológica de la plataforma del Modelo Integral, garantizando continuidad, seguridad y escalabilidad.
- Fortalecimiento del acompañamiento en aula y de la autonomía docente mediante estrategias como el *Día ProFuturo*.
- Actualización de contenidos pedagógicos, incluyendo inteligencia artificial aplicada a la educación.
- Evaluación de impacto del Modelo Integral, evidenciando mejoras significativas en los resultados de aprendizaje de los estudiantes beneficiarios.

## Beneficiarios 2025

- **Docentes formados y certificados:** 47.401
- **Niños y niñas beneficiados:**
  - Directos: 94.427
  - Indirectos: 1.092.800
- **Total beneficiarios:** 1.234.628 personas

### 14.4.2. Escuela TIC Familia

**Escuela TIC Familia** fortalece el rol de las familias en los procesos educativos mediante la alfabetización digital de padres, madres y cuidadores, promoviendo el uso seguro, crítico y responsable de la tecnología en el entorno familiar.

#### Principales acciones en 2025

El programa se desarrolló a través de dos modalidades:

- **Intervención directa**, con acompañamiento de tutores pedagógicos.
- **Servicio Social Estudiantil Obligatorio**, donde estudiantes capacitados actúan como facilitadores de la formación digital de adultos en sus comunidades.

Las acciones clave incluyeron:

- Actualización de módulos y contenidos de la plataforma virtual, incorporando temas como inteligencia artificial, seguridad digital y ciudadanía responsable.
- Ampliación de la estrategia de Servicio Social Estudiantil Obligatorio en nuevas instituciones educativas.
- Articulación con voluntariado corporativo y acciones comunitarias, especialmente con adultos mayores y cuidadores.
- Optimización del modelo operativo, manteniendo el alcance pese a la reducción presupuestal.

## Beneficiarios 2025

- **Padres, madres y cuidadores formados y certificados:** 9.362
- **Participación femenina:** cercana al 55%
- **Total beneficiarios:** 9.362 personas



### 14.4.3. Piensa en Grande

**Piensa en Grande** impulsa el desarrollo de habilidades socioemocionales, digitales, emprendedoras y de empleabilidad en jóvenes y adultos desde los 14 años, promoviendo su rol como agentes de cambio en sus comunidades.

#### Principales acciones en 2025

El programa se ejecutó mediante:

- **Encuentros Piensa en Grande**, sesiones presenciales y virtuales basadas en metodologías activas y aprendizaje por retos.
- **Curso virtual certificado**, enfocado en autoconocimiento, trabajo colaborativo, innovación y ejecución de proyectos sociales.

Durante el año se realizaron:

- Actualización pedagógica y audiovisual de los contenidos de los encuentros.
- Integración del curso como recurso de aprendizaje basado en proyectos en instituciones educativas.
- Articulación con entidades públicas, privadas y sociales en las cinco regiones del país.

#### Beneficiarios 2025

- **Jóvenes y adultos formados en encuentros:** 45.035
- **Participantes del curso virtual:** 2.642
- **Total beneficiarios:** 47.677 personas

### 14.4.4. Conecta Empleo

**Conecta Empleo** es el programa de empleabilidad digital de la Fundación Telefónica Movistar, orientado a fortalecer competencias técnicas, digitales y transversales alineadas con las demandas del mercado laboral.

#### Principales acciones en 2025

El programa ofreció:

- Cursos gratuitos y certificados en áreas como programación, marketing digital, análisis de datos, ciberseguridad y competencias socioemocionales.
- Herramientas de orientación profesional como el Mapa de Habilidades para el Empleo.
- Nanogradados Profesionales 4.0 en sectores estratégicos.

Entre las acciones destacadas se incluyen:

- Ampliación de cobertura territorial a 391 municipios.
- Integración con estrategias nacionales de formación para el empleo, como AvanzaTec del MinTIC.
- Actualización de la oferta formativa con nuevos cursos alineados a tendencias emergentes.
- Estrategias de comunicación para visibilizar perfiles digitales de alta demanda.



## Beneficiarios 2025

- **Personas formadas en cursos de autoformación:** 47.830
- **Usuarios de contenidos y herramientas de orientación profesional:** 108.550
- **Total beneficiarios:** 153.522 personas

### 14.4.5. Eje de Conocimiento y Cultura Digital

El eje **Conocimiento y Cultura Digital** promueve la reflexión crítica sobre el impacto social de la tecnología, fortaleciendo la construcción de ciudadanía digital informada, ética e inclusiva.

#### Principales acciones en 2025

- Foros y conversatorios sobre derechos digitales, bienestar y transformación social.
- Desarrollo de exposiciones virtuales y experiencias interactivas.
- Producción y divulgación de contenidos editoriales, incluyendo la Revista Telos.
- Lanzamiento del Observatorio de Derechos Digitales en Colombia.

## Beneficiarios 2025

- **Asistentes a exposiciones virtuales:** 2.965
- **Participantes en foros y conversatorios:** 42.918
- **Lectores y descargas de publicaciones:** 5.651
- **Total beneficiarios:** 51.534 personas

### 14.4.6. Programa de Acción Social y Voluntariado

El programa de Acción Social y Voluntariado moviliza a colaboradores de Telefónica Movistar, sus familias y aliados para generar impacto social en educación, inclusión digital, empleabilidad, sostenibilidad ambiental y bienestar comunitario.



#### Principales acciones en 2025

- Desarrollo de la Escuela de Robótica Inclusiva.
- Jornadas de alfabetización digital, experiencias tecnológicas y adecuación de espacios educativos.
- Acciones de ayuda humanitaria y protección ambiental.
- Celebración del Día Internacional del Voluntariado Telefónica, con alcance nacional.
- Articulación transversal con distintas áreas de la Compañía.

## Beneficiarios 2025

- **Voluntarios únicos:** 2.088
- **Horas de voluntariado:** 22.209
- **Beneficiarios directos:** 48.486
- **Total beneficiarios:** 50.574 personas



## 14.5. Enfoque territorial de la intervención

Durante 2025, la Fundación Telefónica Movistar consolidó una estrategia de intervención con enfoque territorial, orientada a reconocer las particularidades sociales, educativas y productivas de cada región del país. Este enfoque permitió adaptar los programas a las necesidades locales, fortalecer la pertinencia de las acciones y maximizar el impacto en comunidades urbanas y rurales, incluyendo territorios con mayores brechas estructurales y contextos de vulnerabilidad.

La estrategia territorial se fundamentó en tres principios: adaptabilidad, colaboración intersectorial y sostenibilidad, garantizando que las intervenciones no se limitaran a acciones aisladas, sino que contribuyeran al fortalecimiento de capacidades locales y a la generación de valor a largo plazo.

## 14.6. Alianzas para la implementación de programas



La Fundación estructuró su modelo de implementación a través de alianzas con entidades operadoras especializadas, seleccionadas mediante convocatorias técnicas y estratégicas que evaluaron criterios como experiencia en educación digital, capacidad operativa, conocimiento del territorio, solvencia financiera y mecanismos de control y seguimiento.

Estas alianzas permitieron:

- Asegurar presencia territorial efectiva mediante equipos locales.
- Implementar programas en modalidades presenciales, virtuales e híbridas.
- Fortalecer la apropiación comunitaria y la continuidad de los procesos formativos.
- Identificar y escalar buenas prácticas educativas y sociales en los territorios.

Gracias a este modelo, la Fundación mantuvo cobertura nacional, optimizó recursos y garantizó estándares de calidad en la ejecución de sus programas, incluso en un contexto de restricción presupuestal.

### 14.6.1. Colaboración con el sector público

La colaboración con entidades del orden nacional, departamental y municipal fue un pilar clave de la estrategia territorial. A través de estas alianzas, la Fundación contribuyó al cumplimiento de planes de desarrollo y agendas públicas en educación, empleabilidad, inclusión digital y sostenibilidad. Esta articulación permitió:

- Integrar la oferta formativa de la Fundación en estrategias públicas de educación digital y empleo.
- Fortalecer capacidades institucionales locales mediante transferencia de conocimiento.
- Ampliar la cobertura de los programas en municipios priorizados, incluidos territorios PDET.
- Posicionar la digitalización como herramienta para la competitividad y la equidad social.

El trabajo conjunto con ministerios, gobernaciones y alcaldías facilitó la implementación de intervenciones integrales que combinaron formación, acompañamiento pedagógico, dotación tecnológica y voluntariado corporativo.



## 14.6.2. Alianzas: sector privado, gremios y fundaciones

La Fundación fortaleció su ecosistema de aliados del sector privado, gremial y fundacional, priorizando relaciones basadas en objetivos comunes, impacto medible y sostenibilidad. Estas alianzas permitieron complementar capacidades técnicas, ampliar audiencias y generar sinergias para el desarrollo de soluciones innovadoras en educación digital, empleabilidad y acción social.

A través de este trabajo colaborativo, se impulsaron iniciativas orientadas a:

- La formación de docentes, jóvenes y adultos en habilidades digitales y socioemocionales.
- El fortalecimiento de la empleabilidad en sectores productivos estratégicos.
- La promoción de prácticas educativas innovadoras y replicables.
- La movilización de recursos y conocimiento para atender necesidades sociales específicas.

## 14.6.3. Cooperación internacional y multilaterales

En 2025, la Fundación amplió su participación en espacios de cooperación internacional, fortaleciendo el intercambio de conocimiento y la visibilización de experiencias territoriales innovadoras. Estas alianzas permitieron posicionar las iniciativas desarrolladas en Colombia como referentes en educación digital, voluntariado corporativo y ciudadanía digital, y facilitaron el aprendizaje mutuo con otros países de la región. La cooperación internacional contribuyó a:

- Enriquecer los enfoques metodológicos de los programas.
- Fortalecer la incidencia en agendas regionales y globales.
- Aumentar la proyección y escalabilidad de las soluciones implementadas en Colombia.

## 14.6.4. Articulación con Telefónica Movistar

La Fundación actuó como un brazo estratégico de sostenibilidad y posicionamiento institucional de Telefónica Movistar, alineando su intervención territorial con los objetivos del Plan Estratégico y el Plan de Relacionamiento de la Compañía. Esta articulación permitió:

- Fortalecer la reputación corporativa mediante acciones sociales tangibles y medibles.
- Acompañar el despliegue de conectividad con procesos de apropiación digital.
- Generar espacios de diálogo y confianza con autoridades y actores clave del territorio.
- Movilizar el talento interno a través del voluntariado corporativo, fortaleciendo la cultura organizacional.

## 14.6.5. Resultados de la articulación territorial

Gracias a la articulación territorial y al trabajo colaborativo con aliados, la Fundación Telefónica Movistar logró:

- Presencia en 32 departamentos y más del 80% de los municipios del país.
- Implementación de programas en zonas urbanas, rurales y territorios PDET.
- Optimización de recursos mediante alianzas público-privadas.



- Fortalecimiento de capacidades locales para la sostenibilidad de las iniciativas.
- Consolidación de un modelo de intervención replicable y escalable.

### 14.6.6. Valor estratégico generado

La estrategia de articulación territorial y alianzas permitió a la Fundación trascender la ejecución de programas, consolidándose como un articulador del ecosistema educativo y social, capaz de conectar actores, movilizar recursos y generar impacto sostenible.

De esta manera, la Fundación Telefónica Movistar reforzó su contribución al propósito corporativo de Telefónica Movistar, posicionándose como un aliado confiable para la transformación digital, la inclusión social y el desarrollo territorial en Colombia.

### 14.7. Estrategia de Comunicaciones y Reputación

Durante 2025, el área de Comunicaciones de la Fundación Telefónica Movistar actuó como un eje estratégico transversal, orientado a visibilizar el impacto social de los programas, fortalecer el posicionamiento institucional y contribuir a la reputación corporativa de Telefónica Movistar en Colombia.

La estrategia priorizó la coherencia narrativa, el enfoque multicanal y la optimización de recursos, permitiendo movilizar beneficiarios, posicionar temas clave como educación digital, empleabilidad y derechos digitales, y acompañar eventos estratégicos de alto nivel.

Como resultado, la Fundación registró más de 350 apariciones en medios nacionales e internacionales, con un free press estimado en \$2.690 millones COP y un alcance superior a 66 millones de personas. En canales digitales, se logró un cumplimiento del 330% de las metas, pese a un contexto de restricción presupuestal y transición de agencias.

Un hito relevante fue el lanzamiento y posicionamiento del Observatorio de Derechos Digitales, que consolidó a la Fundación como referente en ciudadanía digital y fortaleció la conversación pública sobre el uso ético y responsable de la tecnología.

Adicionalmente, la Fundación fue reconocida por primera vez en el Ranking de Creadores de Contenido de Cifras & Conceptos, reforzando su liderazgo temático y credibilidad.

La gestión de comunicaciones se consolidó como un activo reputacional clave fortaleciendo la legitimidad social y el posicionamiento de Telefónica Movistar como aliado del desarrollo digital, educativo y social del país.

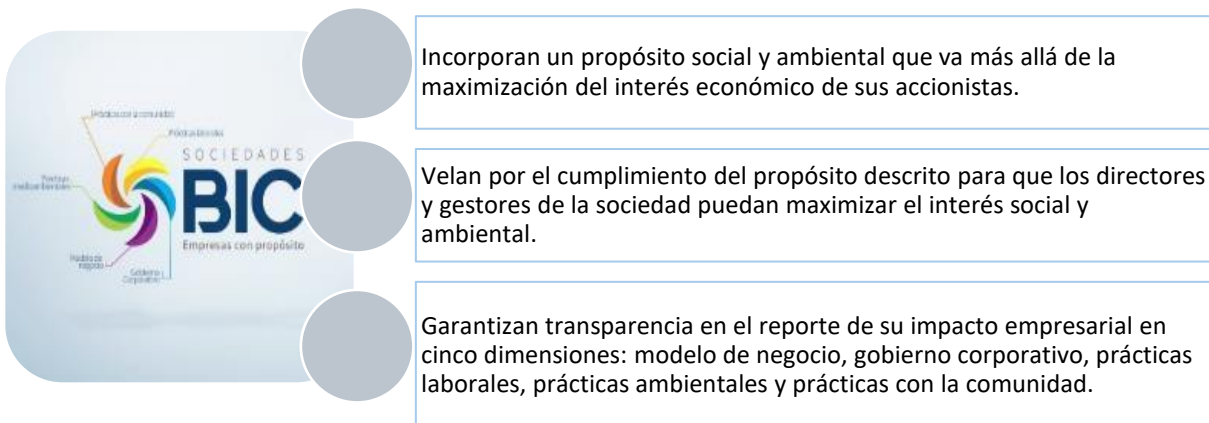


## 15. Reporte de Gestión BIC

En 2025, **Telefónica Movistar - Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P. BIC** continuó impulsando el desarrollo de las actividades clave como Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC). Participó activamente en distintos espacios donde se visibilizó su labor como Sociedad BIC, destacando su presencia en el Congreso del Pacto Global. Paralelamente, siguió ofreciendo soluciones a través de promociones especiales en un Marketplace exclusivo para clientes BIC.

En cumplimiento con el Artículo 1 de la Resolución 200-004394 de la Superintendencia de Sociedades, que establece los lineamientos para la elaboración del informe de gestión de las sociedades BIC, la Compañía ha preparado este Informe de Gestión Responsable siguiendo los Estándares GRI (Global Reporting Initiative).

A continuación, se detallan las actividades priorizadas por la Compañía en las cinco dimensiones:



### 15.1. Modelo de Negocio

- **Adquirir bienes o contratar servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías y dar preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales.**



En coherencia con su modelo de negocio y su propósito como sociedad BIC, Telefónica Movistar integra criterios sociales, ambientales y de buen gobierno en la gestión de su cadena de suministro, promoviendo relaciones comerciales responsables, inclusivas y orientadas a la generación de valor compartido.

Telefónica actualizó su Política Global de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro, aprobada por el Consejo de Administración en septiembre de 2025, la cual establece los principios y compromisos que rigen la actuación de todos los proveedores del Grupo, sin distinción geográfica. Esta Política forma parte del proceso corporativo de debida diligencia en sostenibilidad y refuerza la alineación con marcos regulatorios emergentes, como CSRD y CSDDD.



De manera complementaria, el Código de Conducta de Proveedores define los requisitos mínimos exigibles en materia de:

- Cumplimiento normativo, integridad y anticorrupción.
- Derechos humanos, condiciones laborales dignas, no discriminación, equidad de género y diversidad.
- Gestión ambiental, acción climática, eficiencia energética, economía circular y uso responsable de recursos.
- Gobernanza de la cadena de valor, trazabilidad, debida diligencia y gestión responsable de minerales de zonas de conflicto.

Este marco normativo se apoya en canales corporativos de denuncia y consulta, disponibles 24/7, que garantizan confidencialidad, anonimato y gestión transparente de riesgos.

La Compañía prioriza la adquisición de bienes y la contratación de servicios de empresas de origen local, así como de organizaciones que implementan prácticas equitativas, ambientales y de integridad, dando preferencia a proveedores que demuestran compromisos sólidos en materia de sostenibilidad, derechos humanos y ética empresarial.

En 2025, el 80% de los proveedores adjudicatarios de la Compañía correspondieron a empresas constituidas en Colombia, consolidando la apuesta por el fortalecimiento de la cadena de suministro local. Adicionalmente, los valores adjudicados a proveedores nacionales aumentaron al 93% en 2025, reflejando una gestión orientada al desarrollo económico del país y a la generación de valor compartido.

En materia de sostenibilidad en la cadena de suministro, la Compañía fortaleció la evaluación de proveedores de alto riesgo a través de la plataforma IntegrityNext. Durante el año, 263 proveedores adjudicados fueron incorporados al esquema de monitoreo, de los cuales 168 completaron la evaluación, permitiendo identificar 94 proveedores con nivel de impacto alto y 71 con nivel de impacto medio. Este ejercicio robusteció la gestión preventiva de riesgos, la transparencia y la trazabilidad en la cadena de suministro, y sirvió como base para priorizar acciones de seguimiento y planes de mejora.

Asimismo, en 2025 se continuó fortaleciendo el Modelo de Aliados en Colombia, con un enfoque integral orientado al cumplimiento de los estándares sociales, laborales y de seguridad y salud en el trabajo. En este marco, se realizaron cinco (5) auditorías presenciales a aliados estratégicos y 641 auditorías administrativas a contratistas, incluyendo auditorías de cumplimiento laboral y cierres contractuales. De forma complementaria, se desarrollaron tres (3) mesas técnicas de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) para actividades de alto riesgo, con la participación de 39 aliados y 654 asistentes, así como cinco (5) jornadas de inducción y reinducción dirigidas a siete (7) aliados, con un total de 43 participantes.

Estas acciones permitieron fortalecer la supervisión, mejorar la gestión de riesgos y acompañar a los proveedores en la mejora continua de su desempeño, reafirmando el compromiso de Telefónica Movistar Colombia con una cadena de suministro responsable, alineada con los principios de sostenibilidad, ética empresarial y creación de valor compartido. *(Ver más en el capítulo 10. Gestión Responsable de la Cadena de Suministro).*



## 15.2. Gobierno Corporativo



- **Crear un manual para sus empleados, con el fin de consignar los valores y expectativas de la sociedad.**
- **Divulgar ante sus trabajadores los estados financieros de la sociedad.**

En coherencia con su condición de sociedad BIC, Telefónica Movistar Colombia promueve un modelo de gobierno corporativo basado en la ética, la transparencia, la rendición de cuentas y la construcción de relaciones de confianza con sus colaboradores, como pilar fundamental para la sostenibilidad del negocio y la creación de valor a largo plazo.

Los Principios de Negocio Responsable constituyen el marco ético corporativo que recoge los valores, comportamientos esperados y estándares de actuación de la Compañía, orientando el actuar individual y colectivo, así como la relación con los distintos grupos de interés.

Durante 2025, la Compañía fortaleció la divulgación y apropiación de estos Principios mediante campañas internas de comunicación y la promoción del curso virtual obligatorio, logrando que el 95% de la plantilla completara la formación. Esta iniciativa consolidó los Principios de Negocio Responsable como el manual de referencia ética para los colaboradores, reforzando una cultura organizacional alineada con la integridad, el respeto, la legalidad y la responsabilidad corporativa.

### Formación y concienciación en cumplimiento

Como parte del fortalecimiento del gobierno corporativo y la prevención de riesgos, en 2025 Telefónica Movistar Colombia reforzó su **cultura ética** a través de una oferta formativa obligatoria en materia de cumplimiento, dirigida a todos los colaboradores.

Esta oferta incluyó los siguientes cursos virtuales:

- Principios de Negocio Responsable: 95% de cumplimiento.
- Principios de Privacidad: 94% de cumplimiento.
- Derecho de la Competencia: 94% de cumplimiento.
- Foreign Corrupt Practices Act (FCPA): 91% de cumplimiento.

Adicionalmente, se desarrolló una capacitación especializada en FCPA, impartida por la firma internacional Winston & Strawn y liderada por los equipos globales de Secretaría General Corporativa y Dirección de Compliance. Esta formación estuvo orientada principalmente a la Alta Dirección y Gerencia Media, con el objetivo de reforzar el conocimiento de los marcos regulatorios internacionales, los estándares anticorrupción y las responsabilidades individuales en la gestión de riesgos asociados a prácticas corruptas.

De manera complementaria, la Gerencia de Cumplimiento realizó 28 jornadas de capacitación internas y externas, abordando temáticas como Política Anticorrupción, Conflictos de Interés, Principios de Negocio Responsable y relacionamiento con entidades públicas, fortaleciendo la prevención, detección y gestión de riesgos de cumplimiento. *(Ver más en el capítulo 8.2. Cultura Ética y Principios de Negocio Responsable).*

### Transparencia y divulgación de información financiera



La Compañía promovió el conocimiento de la gestión y los resultados del negocio entre sus colaboradores, mediante espacios estructurados de comunicación interna y diálogo con la Alta Dirección, que permiten compartir avances, resultados y prioridades estratégicas, incluyendo aspectos financieros relevantes para la comprensión del desempeño de la organización.

La Compañía fortaleció de manera significativa los espacios de diálogo y comunicación interna a nivel nacional, promoviendo cercanía, escucha activa y alineación estratégica:

- Diálogo directo con la Alta Dirección: realización de 14 conversatorios presenciales “Date un Break”, liderados por el Presidente (CEO) en distintas sedes del país.
- Acompañamiento territorial: desarrollo de 186 espacios de diálogo liderados por Directores y Gerentes Regionales.
- Prácticas colaborativas: implementación de los Cafés Dupla, espacios de conversación cruzada entre directivos y equipos de diferentes áreas.
- Comunicación gerencial estructurada: reuniones gerenciales trimestrales en formato híbrido, con una participación promedio de 1.400 colaboradores por sesión, complementadas con esquemas de comunicación en cascada.

Adicionalmente, la Compañía publica en su página web institucional los Estados Financieros de periodos intermedios y de fin de ejercicio.

### 15.3. Prácticas Laborales

- **Remuneración salarial razonable y analizar las diferencias salariales entre sus empleados.**
- **Flexibilidad en la jornada laboral y opciones de teletrabajo, sin afectar la remuneración.**



En coherencia con su condición de sociedad BIC, Telefónica Movistar Colombia promueve prácticas laborales responsables orientadas a garantizar una remuneración justa, la equidad interna y la conciliación entre la vida personal y laboral, como pilares para la sostenibilidad del talento.

La Compañía cuenta con una estructura salarial sólida, objetiva y competitiva, basada en la valoración de los cargos y no de las personas, garantizando el principio de igualdad de remuneración por trabajo de igual valor, sin distinción por género u otras condiciones personales. De manera periódica, esta estructura es contrastada con el mercado para asegurar coherencia interna y competitividad externa. (Ver capítulo 6.4 - Remuneración Salarial).

En materia de conciliación y bienestar, impulsa un modelo integral de flexibilidad laboral que no afecta la remuneración. Este incluye un esquema híbrido de trabajo, alternativas de flexibilidad horaria, programas de beneficios en tiempo y un portafolio de experiencias de bienestar. Durante 2025, más del 90% de los colaboradores accedieron a alguno de estos beneficios.

Adicionalmente, la Compañía ofrece licencias remuneradas superiores a las exigidas por la ley, fortaleciendo una cultura organizacional centrada en el cuidado, la inclusión y el equilibrio entre la vida laboral y personal. (Ver capítulo 6.5 – Bienestar, Teletrabajo y Conciliación).



## 15.4. Prácticas Ambientales

- **Auditorías anuales con divulgación de los resultados y capacitación a empleados en la misión social y ambiental de la sociedad.**
- **Supervisión de las emisiones de gases invernadero, implementación de programas de reciclaje, aumento de las fuentes de energía renovable y motivación a sus proveedores a realizar sus propias evaluaciones ambientales.**



En coherencia con su condición de sociedad BIC, Telefónica Movistar Colombia integra la gestión ambiental como un eje estratégico de su modelo de negocio, orientado a la prevención de impactos, la mitigación del cambio climático, el uso eficiente de los recursos y la promoción de prácticas responsables a lo largo de la cadena de valor.

La Compañía cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) certificado bajo la norma ISO 14001:2015, con 18 años de implementación continua, que cubre la operación y mantenimiento de las redes de telecomunicaciones. Este sistema permite identificar, controlar y reducir los impactos ambientales, asegurar el cumplimiento normativo y fortalecer la mejora continua del desempeño ambiental.

Durante 2025, se realizaron 17 auditorías ambientales (internas, externas y a proveedores), equivalentes a 156 jornadas, y se ejecutaron programas de formación ambiental dirigidos a colaboradores y aliados estratégicos, reforzando la cultura ambiental y el conocimiento de la misión social y ambiental de la Compañía.

En materia de cambio climático, Telefónica Movistar Colombia implementa un Plan de Acción Climática alineado con el escenario de 1,5 °C del Acuerdo de París y validado por SBTi. Gracias a los programas de eficiencia energética y optimización operativa, la Compañía ha logrado una reducción acumulada del 77% de sus emisiones desde 2015, evitando más de 41 mil toneladas de CO<sub>2</sub>. Este compromiso está vinculado a la remuneración variable de los colaboradores y a instrumentos de financiación sostenible. La gestión energética es un pilar clave de la estrategia ambiental. En 2025, el 100% del consumo eléctrico total provino de fuentes renovables, consolidando el avance hacia la transición energética y la descarbonización de la operación.

En cuanto a economía circular y residuos, durante 2025 se gestionaron 5.685 toneladas de residuos, de las cuales el 98,2% fue reciclado o aprovechado. Entre las principales iniciativas se destacan el reacondicionamiento y reúso de 621.869 módems y decodificadores, la reutilización de equipos de red, la gestión especializada de RAEE y la valorización de 4.596 toneladas de cobre, reduciendo pasivos ambientales y promoviendo la circularidad.

Finalmente, la Compañía promueve prácticas ambientales responsables en su cadena de suministro, incentivando a proveedores y aliados a realizar evaluaciones ambientales y a adoptar estándares de sostenibilidad. Este enfoque se sustenta en la Política Global de Medio Ambiente y Energía, la Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro y el Código de Conducta de Proveedores, fortaleciendo la debida diligencia ambiental y la creación de valor sostenible a lo largo de la cadena de valor. (Ver más en el capítulo 4. Gestión Ambiental y capítulo 10. Gestión Responsable de la Cadena de Suministro).



## 15.5. Prácticas con la comunidad



- ***Incentivo de las actividades de voluntariado y creación de alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales en interés de la comunidad.***

En coherencia con su condición de sociedad BIC, Fundación Telefónica Movistar Colombia impulsa una relación activa y responsable con las comunidades a través del voluntariado corporativo, la articulación con aliados estratégicos y la implementación de iniciativas sociales con impacto en educación, inclusión digital, empleabilidad, sostenibilidad ambiental y bienestar comunitario.

Durante 2025, el Programa de Acción Social y Voluntariado movilizó a colaboradores, familiares y aliados en todo el país, logrando los siguientes resultados (corte: 30 de octubre de 2025):

- 2.088 voluntarios únicos, con 2.797 participaciones.
- 22.209 horas de voluntariado.
- 48.486 beneficiarios directos y 50.574 beneficiarios totales.

Las acciones desarrolladas incluyeron programas de educación e inclusión digital —como la Escuela de Robótica Inclusiva—, adecuación de espacios educativos y sociales, ayuda humanitaria, protección ambiental, promoción de la salud y el bienestar socioemocional, y la celebración del Día Internacional del Voluntariado Telefónica, con alcance nacional.

Durante 2025, la Fundación consolidó una estrategia de intervención con enfoque territorial, basada en la adaptabilidad, la colaboración intersectorial y la sostenibilidad, lo que permitió:

- Presencia en 32 departamentos y en más del 80% de los municipios del país.
- Intervención en zonas urbanas, rurales y territorios PDET.
- Adaptación de los programas a las necesidades locales y fortalecimiento de capacidades comunitarias.

La implementación se realizó a través de alianzas con entidades públicas, privadas, gremiales, fundaciones y organismos internacionales, que permitieron optimizar recursos, asegurar presencia territorial, fortalecer la apropiación comunitaria y garantizar estándares de calidad.

Asimismo, la articulación interna con distintas áreas de Telefónica Movistar permitió potenciar el impacto del voluntariado corporativo, movilizar talento interno y fortalecer la cultura organizacional basada en el propósito.

Gracias a estas prácticas con la comunidad, Telefónica Movistar Colombia reafirma su compromiso BIC de generar impacto social positivo, fortalecer el desarrollo territorial, promover la inclusión y movilizar capacidades internas y externas en favor de las comunidades.

La estrategia de voluntariado y alianzas permitió trascender la ejecución de acciones aisladas, consolidando un modelo de intervención replicable y escalable, que contribuye al propósito corporativo de impulsar la transformación digital, la equidad social y el desarrollo sostenible en Colombia. *(Ver más en el capítulo 14. Fundación Telefónica Movistar Colombia).*



A continuación, se presenta un resumen del cumplimiento de las actividades por cada una de las dimensiones de Sociedad BIC:



**Compras a empresas de origen local. Preferencia a proveedores con normas equitativas y ambientales:**

- \* 80% Compañía de origen local y 93% valores adjudicados a empresas constituidas en Colombia
- \* Proceso de Auditorías desempeño en sostenibilidad de los proveedores críticos y Aliados: IntegrityNext



**Manual para empleados con valores y expectativas de la sociedad:**

- \*Principios de Negocio Responsable 95% colaboradores formados

**Divulgación con trabajadores de los estados financieros:**

Reuniones Gerenciales trimestrales, Correo mensual del Presidente CEO con resultados, Conexión Regionales, etc.



**Remuneración salarial razonable y analizan las diferencias salariales:**

- \*Política de Remuneración y Comisión de Nombramientos
- Flexibilidad en la jornada laboral y opciones de teletrabajo, sin afectar la remuneración:
  - \*Programa UNO y Momentos Movistar, E-Work, Horarios Flexibles



**Auditorías ambientales (divulgación y capacitación)**

- \*18 años certificados en ISO 14001.

**Supervisión GEI, reciclaje, energía renovable y proveedores con evaluaciones.**

- \*-77% emisiones GEI desde
- \*100% energía renovable
- \*98,2% residuos reciclados

- \*Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro



**Incentivan las actividades de voluntariado y crean alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales en interés de la comunidad.**

- \*2.088 voluntarios activos.
- \*+1,5 M beneficiarios FTM programas: ProFuturo, Conecta Empleo, Piensa en Grande, Voluntariado y Conocimiento y Cultura Digital.



## 16. Índice de Contenidos GRI

Declaración de uso

Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP BIC ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre 1 de enero de 2025 y el 31 de diciembre de 2025.

GRI 1 usado

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO GRI / ASUNTO MATERIAL	PÁGINAS	OMISIÓN			OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL (PP)
			REQUISITOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN	
GRI 2: Contenidos Generales 2021	<b>Contenidos Generales</b>					
	2-1 Detalles organizacionales	13-15				No aplica
	2-2 Entidades incluidas en la elaboración de informes de sostenibilidad	11, 13-14				
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	11				
	2-4 Reexpresiones de Información			No aplica		
	2-5 Verificación Externa	12				
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones Comerciales	13, 19-22, 56-64				ODS 5, ODS 8, ODS 10, ODS 16, ODS 17 PP 1, PP 2, PP 3, PP 4, PP 5, PP 6, PP10
	2-7 Empleados	13, 73-74				
	2-8 Trabajadores que no son empleados	13, 66-67, 73				
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	101-107				
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	101-107				
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	105				
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la	102-107				



	supervisión de la gestión de los impactos				
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	102-107			
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	102-107			
	2-15 Conflictos de interés	107-108			
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	108			
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	102-104,112-113			
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	102-105			
	2-19 Políticas de remuneración	80-81,105			
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	80-81,105			
	2-21 Ratio de compensación total anual	81			
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	8,15-18, 73, 94			
	2-23 Compromisos y políticas	15-18, 73, 75 94,109-111			
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	15-18, 94,107, 109-111, 119, 121, 124			
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	28, 96			
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	28, 113-115			
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	55, 94, 135			
	2-28 Afiliación a asociaciones	23, 96-99			
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	28-33			



	2-30 Convenios de negociación colectiva	80				
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>Materialidad</b>					
	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	33-37				ODS 16
	3-2 Lista de temas Materiales	36				
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				
GRI 201: Desempeño económico 2016	<b>Desempeño económico y cambio climático</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 5, ODS 8, ODS 9 y ODS 13 PP 9, PP 10
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	38-41				
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	45-46				
GRI 202: Presencia en el Mercado 2016	<b>Presencia en el Mercado</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 5, ODS 8, ODS 9 PP 9, PP 10
	202-1 Ratio entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	81				
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	80				
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	<b>Impactos económicos indirectos</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 9
	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	38-40, 61, 63				
	203-2 Impactos económicos indirectos significativo	38-40, 56-60				
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	<b>Prácticas de abastecimiento</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 12, ODS 16, ODS 17
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	124-125				



GRI 205: Anticorrupción 2016	<b>Anticorrupción</b>					ODS 16 PP 10
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				
	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	116-117				
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	112-113				
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	117				
GRI 206: Competencia desleal 2016	<b>Competencia</b>					ODS 16
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				
	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	137				
GRI 302: Energía 2016	<b>Energía</b>					ODS 7, ODS 13 PP 7, PP 8, PP 9
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				
	302-1 Consumo de energía	46-47				
	302-3 Intensidad energética	47				
	302-4 Reducción de consumo energético	46-47				
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	46-47				
GRI 303: Agua y efluentes 2018	<b>Agua</b>					ODS 6 PP 7, PP 8, PP 9
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				
	303-5 Consumo de agua	49				
GRI 305: Emisiones 2016	<b>Emisiones</b>					ODS 13 PP 7, PP 8, PP 9
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	48-49				
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al	48-49				



	generar energía (alcance 2)					
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI Reducción de	48-49				
GRI 306: Residuos 2020	<b>Residuos</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 11, ODS 12 PP 7, PP 8, PP 9
	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	50-52				
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	50-52				
	306-3 Residuos generados	50-52				
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	50-52				
	306-5 Residuos destinados a eliminación	50-52				
	Economía Circular	50-52				
	<b>Evaluación ambiental de proveedores</b>					
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 16, ODS 17
	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	124, 126-128				
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	127-128				
GRI 401: Empleo 2016	<b>Empleo</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 5, ODS 8 PP 3,
	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	73-74				
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los	82-85				



	empleados a tiempo parcial o temporales					
	401-3 Permiso parental	84				
	Flexibilidad y Beneficios	82-84				
	<b>Seguridad y Salud en el Trabajo</b>					
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 3, ODS 8, ODS 16 PP 1, PP 4, PP 5, PP 6
	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	87-89				
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	87-89				
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	89				
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	90-91				
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	87, 91				
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	87-89, 92				
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	87, 92				
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	87				
	403-9 Lesiones por accidente laboral	92				
403-10 Dolencias y enfermedades laborales	93					
GRI 404: Formación y educación 2016	<b>Formación y educación</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 4, ODS 8



	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	54-55, 85, 112-113				
	Contenido 404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	54, 55, 65, 85, 91, 99-100, 112-113				
	Contenido 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	75-77				
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 5, ODS 8, ODS 10, ODS 16 PP 1, PP 2, PP 4, PP 6
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	66-67, 75- 80, 81, 101- 107				
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	81				
GRI 406: No discriminación 2016	<b>No discriminación</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 5, ODS 8, ODS 16 PP 1, PP 2, PP 6
	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	75-80				
GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016	<b>Prácticas en materia de seguridad</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 16, ODS 17 PP 1, PP 2, PP 3, PP 4, PP 5, PP 6
	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	99-100				
GRI 413: Comunidades locales 2016	<b>Comunidades Locales</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 9, ODS 11, ODS 16, ODS 17 PP 1, PP 2, PP 3, PP 4, PP 5, PP 6
	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local,	66-72				



	evaluaciones del impacto y desarrollo					
GRI 414: Evaluación Social Proveedores 2016	<b>Evaluación Social Proveedores</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 9, ODS 11, ODS 16, ODS 17 PP 1, PP 2, PP 3, PP 4, PP 5, PP 6
	414-2 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	127-128				
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	<b>Marketing</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	31-33				ODS 12, ODS 16
	Contenido 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	135				
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	<b>Privacidad del cliente y Seguridad Digital</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 12, ODS 16
	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	96, 119-121, 135				
	Terceros/Aliados formados en seguridad de la información	120				
Otros Temas Materiales	<b>Uso Responsable de la Tecnología</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 9, ODS 16 PP 1, PP 2
	Ética e Inteligencia Artificial	121				
	Protección de niños y niñas en entornos digitales	123				
	<b>Crecimiento digital e innovación</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 9, ODS 10 PP 9, PP 10
	Crecimiento digital: conectividad inclusiva, digitalización de la Sociedad e innovación	56-60, 64-66, 119				
	Digitalización Empresas	19-20, 39, 61-64				
<b>Marketing responsable</b>						



	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 9, ODS 10 PP 1
	Inclusión Digital y Atención a personas con discapacidad	75, 78-80				
	<b>Derechos Humanos</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 16, ODS 17 PP 1, PP 2, PP 3, PP 4, PP 5, PP 6
	Gestión de los Derechos Humanos	94-100				
	<b>Contribución Social y Voluntariado</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	33-37				ODS 4, ODS 5, ODS 8, ODS 10, ODS 11, ODS 16, ODS 17
	Contribución Social	95, 138-145, 151				
	Voluntariado	142-144, 151				