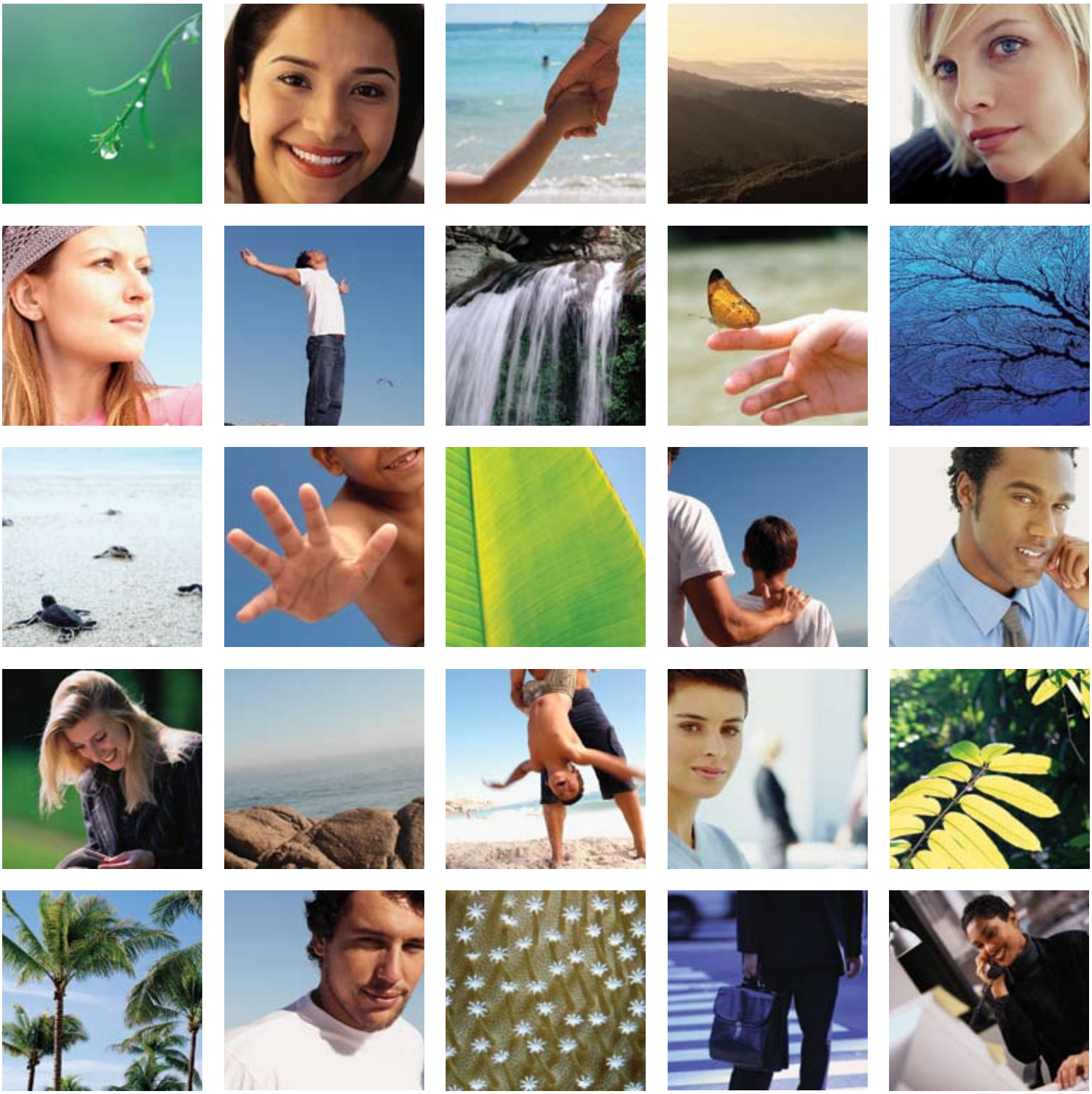
COMPROMISSO COM VOCÊ

Telefônica

Informe de Responsabilidade Corporativa **Grupo Telefônica no Brasil**



Informe de Responsabilidade Corporativa

Grupo Telefônica no Brasil

Compromisso com você

INFORME DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA **GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL**

Telefônica SP: exemplo de Governança Corporativa
página 022

01

01 Propriedade
02 Conselho de Administração
03 Diretoria
04 Transparência

Ativos intangíveis
página 028

02

01 Valores: a confiança no cumprimento dos compromissos
02 Responsabilidade social
03 Presença institucional
04 A marca como vínculo com os grupos de interesse
05 Pesquisa, desenvolvimento e inovação

Clientes: qualidade e cumprimento
página 042

03

01 Uma organização 100% voltada para o cliente
02 Nossos compromissos com o cliente
03 Nossos meios para alcançar esses objetivos

Acionistas: rentabilidade e transparência
página 060

04

01 Estrutura acionária
02 Rentabilidade dos Investimentos
03 Informações completas e transparentes

Empregados: clareza e desenvolvimento profissional
página 068

05

01 Um grande grupo de pessoas
02 Gestão e Remuneração
03 Formação e desenvolvimento profissional
04 Garantia dos Direitos Humanos
05 Empregados solidários

Sociedade: contribuição e proximidade
página 088

06

01 Benefícios da popularização das comunicações
02 Inclusão social pela inclusão digital
03 Desenvolvimento Social
04 Visão do Usuário

Meio ambiente: respeito e proteção
página 106

07

01 Compromisso com o meio ambiente
02 Gestão ambiental
03 Minimização do impacto das operações
04 Desenvolvimento de serviços com impacto positivo sobre o meio ambiente

Fornecedores: igualdade de oportunidades e benefício mútuo
página 118

08

01 Um grande número de fornecedores
02 Igualdade de oportunidades
03 Benefício mútuo
04 Desenvolvimento sustentável

Meios de comunicação: informação e transparência
página 126

09

01 Interesse pelas atividades do Grupo Telefônica no Brasil
02 Informação completa e rigorosa

Compromisso com você
página 130

10

01 Número de clientes, acionistas, empregados e fornecedores e população da sociedade com quem trabalhamos

Carta do Presidente Mundial

Caro amigo,

Em 2004, a simultaneidade de dois marcos importantes nos leva a publicar o primeiro relatório de Responsabilidade Corporativa de nosso Grupo no Brasil. De um lado, o Brasil já se consolidou como o referencial latino-americano e mundial mais importante do movimento conhecido como responsabilidade empresarial ou responsabilidade social corporativa. De outro, o Grupo Telefônica completa, em 2004, seis anos de presença em larga escala no Brasil, já tendo se transformado na principal operação integrada de Comunicações do País.

Nesse contexto, é com grande satisfação que lhes apresento o primeiro Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil. Nele, são detalhadas as atividades de nosso Grupo em suas relações com os clientes, acionistas, empregados, sociedade, meio ambiente, fornecedores e meios de comunicação.

Essa é a razão pela qual este informe pretende refletir, por meio de fatos, dados, gráficos e números, como se põe em prática os valores e compromissos do Grupo Telefônica no Brasil. Este informe não é somente uma manifestação da nossa vocação de transparência, mas também foi de grande valia para que nos conscientizássemos de nossa dimensão como Grupo. E é essa dimensão que quero resumir nos pontos a seguir.

Primeiramente, a principal responsabilidade de qualquer instituição consiste em fazer bem o que tem de fazer, isto é, o que advém de das atividades próprias de seu negócio. Assim, desde nossa chegada ao Brasil, concentramos todos os nossos recursos na melhoria das comunicações, o que levou a nossa operadora de telefonia fixa, a Telefônica SP, a ser a primeira a cumprir, com dois anos de antecedência, as metas de universalização dos serviços exigidas pela ANATEL.

Em segundo lugar, o Grupo Telefônica atualmente já é um potente motor de desenvolvimento social, econômico e tecnológico do Brasil. Um conglomerado com as dimensões do nosso tem de assumir a responsabilidade de contribuir para o desenvolvimento das sociedades em que atua, o que o Grupo Telefónica faz criando empregos, dinamizando a economia, ofertando produtos inovadores e de qualidade a todos indistintamente, ou ainda pela disponibilização de tecnologia a todas as camadas da sociedade, assim reduzindo a exclusão social e digital e permitindo o acesso dos cidadãos ao futuro que representa a Sociedade da Informação. Somente contribuindo de forma responsável para um desenvolvimento sustentável da sociedade, as atividades do Grupo serão também sustentáveis a médio e longo prazo.

Em terceiro lugar, este Informe de Responsabilidade Corporativa evidencia a grande capacidade do Grupo Telefônica para gerar valor muito além de seus ativos financeiros. A boa governança corporativa, o reconhecimento da marca, os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, o compromisso com a responsabilidade social ou a presença institucional são um patrimônio valioso para o Grupo em particular e para o Brasil em geral.

Por último, queria mencionar que, desde 1998, quando iniciou suas operações em larga escala no Brasil, o Grupo Telefônica vem consolidando sua liderança como o principal grupo de telecomunicações do País. E, graças à sua presença no Brasil, o Grupo Telefônica tem desenvolvido também sua liderança como operador de referência nos mercados de língua hispânica e portuguesa. Os mais de 37 milhões de clientes do Grupo Telefônica no Brasil já representam 34% dos clientes e respondem por 17% das receitas de nosso conglomerado em todo o mundo. Nossos mais de 42.000 empregados brasileiros constituem 29% de todo o contingente do grupo. E os 180 milhões de brasileiros significam cerca de 40% de um mercado potencial de 500 milhões de pessoas que falam espanhol ou português.

O Grupo Telefônica quer ser o operador de Comunicações de confiança do Brasil. E sabemos que a única maneira de merecer esta confiança é, por um lado, cumprir a cada dia com os compromissos assumidos e, por outro lado, manter uma atitude de proximidade baseada na compreensão de suas necessidades, expectativas e interesses legítimos. Queremos ser, cada vez mais, merecedores da confiança do povo brasileiro.

Precisamente por ser uma parte essencial da cultura que partilhamos, não podemos esquecer que a Responsabilidade Corpora-

tiva é construída por todos os que trabalham no Grupo Telefónica. Portanto, gostaria de agradecer a todos aqueles que integram o Grupo Telefónica e nele confiam e, especialmente, àqueles que, direta ou indiretamente, nos ajudaram a aperfeiçoar, por meio do diálogo e da crítica construtiva, nosso exercício de Responsabilidade Corporativa.

Com minhas cordiais saudações,

César Alierta
Presidente Mundial Executivo
Grupo Telefônica
(Telefónica S.A)

Carta do Presidente no Brasil

Caro amigo,

Tenho a satisfação de apresentar a primeira edição do Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil. Esta satisfação é redobrada, pois a presente publicação é lançada no momento em que o nosso Grupo completa seis anos de atividades em larga escala no País. Foi em 1998 que iniciamos a nossa gestão das companhias de telefonia fixa e móvel adquiridas dois meses antes, no leilão de privatização do Sistema Telebrás.

Nestes seis anos, as empresas adquiridas alcançaram posição de incontestável liderança nas telecomunicações brasileiras. A Telefônica SP/Telesp foi a primeira a cumprir, com dois anos de antecedência, em 2001, as metas de universalização da ANATEL, previstas para dezembro de 2003, e lançou com pioneirismo produtos e serviços líderes de mercado como a Internet em banda larga *Speedy* e o serviço de chamadas de longa distância Super 15. As operadoras móveis, que atuavam em cinco Estados brasileiros (Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Bahia, Espírito Santo e Sergipe), hoje integram a maior empresa de telefonia celular do Hemisfério Sul, presente em vinte Estados brasileiros – a Vivo, formada em *joint venture* com o Grupo Portugal Telecom. Estes resultados foram obtidos graças a maciças aplicações de recursos, que nos tornaram o maior investidor do País. Somente na aquisição de ativos, foram aplicados US$ 18 bilhões; na modernização e expansão das redes de telefonia fixa e móvel, outros R$ 23 bilhões.

A estas empresas vieram se integrar outras linhas de negócio, formando o mais completo grupo de Comunicações do Brasil e o maior conglomerado privado não-financeiro do País. Entre as nossas empresas estão o Terra, provedor e portal líder da Internet brasileira, a Telefônica Empresas, que oferece às grandes empresas e corporações o mais sólido e integrado *portfolio* em soluções de conectividade, a Atento, empresa de contact center que já é a quarta maior empregadora privada do País, e a TPI, editora do *Guia Mais*, o guia de serviços disponibilizado em todas as mídias possíveis – impresso, na web, por telefone e *palmtop* – e que já é o preferido no maior mercado brasileiro, a cidade de São Paulo. Nossas empresas trabalham hoje para satisfazer 37 milhões de clientes – em um universo de 180 milhões de brasileiros e de mais de 100 milhões de clientes do Grupo Telefônica em dezenas de países.

A divulgação de informes como este, que não se restringem às informações financeiras, é algo relativamente novo no Brasil. A Telefónica S.A., controladora das empresas do Grupo Telefônica no Brasil, já publicou duas memórias de Responsabilidade Corporativa, relatando as atividades desenvolvidas nos anos de 2002 e 2003 pelas empresas do nosso Grupo no mundo. Estes dois informes também contemplaram informações sobre as empresas do nosso Grupo no Brasil.

Este Informe de Responsabilidade Corporativa relata a nossa atuação em seis anos no País, disponibiliza todos os dados disponíveis sobre ela e ratifica os compromissos do Grupo Telefônica no Brasil. Estes compromissos têm diversas dimensões: em termos de governança corporativa, na gestão eficiente de nossos ativos intangíveis – como as nossas marcas, por exemplo – e nas relações com nossos clientes, acionistas, empregados, sociedade, meio ambiente, fornecedores e meios de comunicação. Todavia, como você poderá observar, nossas atividades de telefonia móvel no Brasil não estão descritas em detalhes neste memorial, já que a Vivo possui uma administração independente e compartilhada com a Portugal Telecom.

Ao tornar todas estas informações transparentes, perseguimos dois dos nossos principais objetivos: queremos ser o grupo de Comunicações de *sua confiança*; queremos também ter reconhecido o nosso claro *compromisso* com o Brasil – *compromisso* este que compartilhamos com nossos mais de 42 mil empregados. Ao criarmos postos de trabalho (geramos outros 30 mil empregos em nossos fornecedores, além do efeito na cadeia produtiva), produzirmos riquezas, pagarmos impostos – somos o principal contribuinte privado do País – e participarmos como protagonistas da ampliação e modernização das Comunicações entre pessoas e empresas, estamos atuando como importante motor de desenvolvimento do Brasil.

Mas não basta. Com o foco de estreitar os nossos laços de *proximidade* com a sociedade brasileira, adotamos uma política de *Responsabilidade Social* destinada a colaborar na redução das desigualdades sociais. Para tanto, nos tornamos, com a criação da Fundação Telefônica, em março de 1999, apenas seis meses após

o início de nossas atividades em larga escala no País, o primeiro conglomerado do setor de telecomunicações brasileiro a instituir uma entidade para coordenar as ações sociais de suas empresas. Nossa estratégia consiste em utilizar as ferramentas do campo de nossa competência principal, a tecnologia da informação, para auxiliar no combate à exclusão de vastas parcelas da sociedade, trabalhando notadamente pela inclusão digital.

Acreditamos que nossa *proximidade* e nossas ações concretas em prol da inclusão dos brasileiros que integram as camadas desfavorecidas, além de significar o *cumprimento* de uma *Responsabilidade Social,* é parte importante e indissociável de nossa missão de conquistar a *confiança* do País onde vivem nossos clientes, empregados e milhões de nossos acionistas. Para estes públicos – assim como para outros, como os meios de comunicação – este memorial traz informações as mais completas possíveis sobre o outro (e principal) objetivo de grupos privados como o nosso: a eficiência de nossas operações, de nossa gestão, do nosso negócio.

Finalmente, em nome do Grupo Telefônica, gostaria de agradecer a todos os brasileiros que confiam em nossa organização e desejar que este documento seja proveitoso no conhecimento e compreensão de nossos *valores* e *objetivos*.

Com as nossas saudações,

Fernando Xavier Ferreira
Presidente do Grupo Telefônica no Brasil

Grupo Telefônica: seis anos de Brasil

EM 1998, NASCIA O MAIS COMPLETO GRUPO DE COMUNICAÇÕES BRASILEIRO. PARA 37 MILHÕES DE CLIENTES, PIONEIRISMO TECNOLÓGICO E QUALIDADE. À SOCIEDADE BRASILEIRA, INVESTIMENTOS, EMPREGOS E CONTRIBUIÇÃO EM IMPOSTOS EM NÍVEL RECORDE – ALÉM DE UM FORTE COMPROMISSO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL

A CONSTRUÇÃO DO GRUPO DE COMUNICAÇÃO MAIS COMPLETO DO PAÍS

Em setembro de 1998, com o início das operações da Telefônica SP/Telesp (concessionária do serviço de telefonia fixa no Estado de São Paulo) e da Telefônica Celular em quatro Estados (Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia e Sergipe), o Grupo Telefônica iniciava a consolidação de suas operações no Brasil. Abria-se, assim, o caminho para a construção do mais completo grupo de Comunicação do País, composto por 42 mil empregados diretos (além de milhares de indiretos) dedicados a oferecer produtos e serviços com a mais avançada tecnologia a um universo de 37 milhões de clientes.

Nestes seis anos, a operação brasileira do Grupo Telefônica tornou-se a maior do conglomerado fora da Espanha. Desde 1998, o Grupo Telefônica tornou-se o maior investidor das últimas décadas no Brasil. Somente na compra de ativos de telefonia fixa e móvel, foram investidos US$ 18 bilhões, além de outros R$ 23 bilhões na modernização e expansão das redes destas companhias e no desenvolvimento de produtos e serviços.

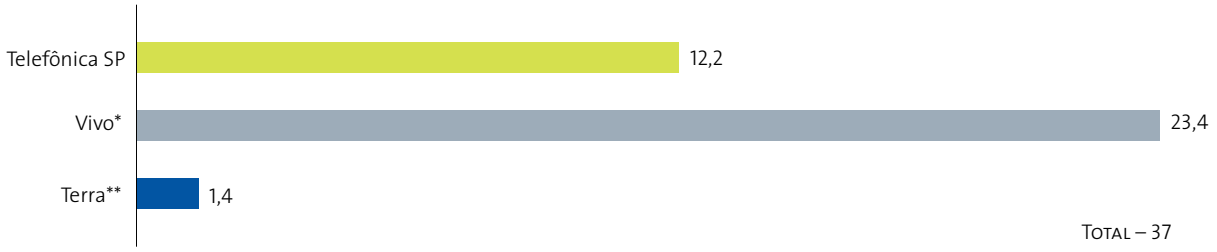
O resultado deste volume de investimentos recorde foi o posicionamento do Grupo Telefônica (conforme o ranking "Melhores e Maiores" da principal publicação econômica nacional, a revista *Exame*, da Editora Abril) como o terceiro maior conglomerado privado do País (e o maior não-financeiro), atrás apenas dos grupos financeiros Bradesco/Bradespar e Itaú/Itaúsa.

O mesmo levantamento aponta o Grupo Telefônica como o terceiro do setor privado brasileiro em geração de empregos e como o primeiro em patrimônio, pagamento de impostos e geração de riquezas (nestes três últimos quesitos, atrás apenas do grupo estatal Petrobrás). Sozinha, a Telefônica SP/Telesp ocupa a quinta colocação entre as empresas de capital privado em pagamento de impostos e a primeira colocação em geração de riquezas.

OPERAÇÃO INTEGRADA EM SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Desde 1996, o Grupo Telefônica já estava presente no Brasil, mas apenas com uma operação isolada, a Companhia Rio-grandense de Telecomunicações (CRT), operadora de telefonia fixa e móvel no Estado do Rio Grande do Sul, adquirida naquele ano, em leilão estadual. Com a aquisição da Telesp fixa na privatização das companhias que formavam a antiga holding federal Telebrás, em julho de 1998, o Grupo Telefônica teve, por

GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL – CLIENTES POR LINHAS DE NEGÓCIO
(Dados de julho de 2004, em milhões)



** Joint venture com a Portugal Telecom*
*** Clientes pagos de acesso*

força da regulamentação em vigor, de abrir mão da operação fixa da CRT, mantendo a operação celular, integrada às quatro novas operadoras móveis na Telefônica Celular.

Desde então, o Grupo Telefônica foi instalando no Brasil, ano após ano, suas diferentes companhias, que viriam a formar um completo e integrado *portfolio* em soluções de Comunicação. Os negócios do conglomerado no País foram construídos nas seguintes linhas de atividades:

Telefonia Móvel – Em agosto de 1998, as cinco operadoras que acabavam de formar a Telefônica Celular no Brasil (Estados do Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Sergipe e Rio Grande do Sul) acumulavam 1,7 milhão de clientes, mas tinham um déficit de mais de um milhão de pessoas aguardando na fila por uma linha móvel. Nos quatro anos e meio seguintes, graças a investimentos de mais de R$ 4 bilhões, não só não havia mais espera por linhas celulares nestes Estados, como o número de clientes havia subido mais de 340 %, para os 7,5 milhões registrados ao final de 2002.

Em dezembro de 2002, as cinco operadoras da Telefônica Celular foram integradas à Brasilcel, *joint venture* formada com as operadoras do grupo Portugal Telecom no Brasil (são elas a Telesp Celular, de São Paulo e a Global Telecom, dos Estados de Santa Catarina e Paraná). Telefónica Móviles (controladora das operadoras da antiga Telefônica Celular) e Portugal Telecom dividem em partes iguais o capital da Brasilcel.

Em janeiro de 2003, a Brasilcel adquiriu a operadora nacional TCO, ampliando o número de Estados de operação de oito para vinte (que incluem o Distrito Federal e concentram 86% do PIB brasileiro), e estendendo sua presença para 83% do território nacional. Em abril de 2003, as operadoras da Brasilcel passaram a usar a marca nacional Vivo, consolidando a maior empresa de telefonia móvel do Hemisfério Sul e uma das dez maiores do mundo, que superou a marca de 23 milhões de clientes no primeiro semestre de 2004. O telefone celular no Brasil tem sido instrumento de forte democratização do acesso aos serviços de Comunicação – cerca de 70% dos clientes utilizam aparelhos pré-pagos. Investimentos anuais em torno de R$ 1 bilhão (repartidos entre os grupos controladores) garantem também o acesso às mais avançadas soluções tecnológicas, como a Internet wireless.

Telefonia Fixa – Nestes seis anos, a Telefônica SP/Telesp promoveu uma verdadeira revolução nas telecomunicações do Estado de São Paulo. Em agosto de 1998, mais de 7 milhões de paulistas aguardavam em uma imensa fila de espera para utilizar uma linha fixa. Perto de 40% da rede de

5,8 milhões de linhas em serviço era analógica, o que impedia a disseminação dos serviços digitais – uma linha telefônica, para quem tinha acesso a ela (pagando até US$ 10 mil em um hoje extinto "mercado paralelo"), servia apenas para ouvir e falar.

Graças aos investimentos acumulados neste período (que devem somar R$ 18,3 bilhões ao final de 2004), já em setembro de 2001 a fila de espera por uma linha havia sido eliminada. Assim, a Telefônica SP se tornou a primeira operadora fixa do País a cumprir, com dois anos e meio de antecedência, as ambiciosas metas de universalização fixadas pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) para dezembro de 2003.

Este pioneirismo permitiu à operadora, em um benefício previsto na regulamentação do setor no País, a ser também a primeira a lançar (em agosto de 2002) serviços nacionais de chamadas de longa distância nacional, o chamado *Super 15*, hoje o preferido dos paulistas para sua comunicação com o Brasil e o mundo. A Telefônica SP tem hoje 12,2 milhões de linhas em serviço em empresas e residências.

A antecipação das metas da ANATEL permitiu também a outra empresa do conglomerado, que trabalha integrada à Telefônica SP, a Telefônica Empresas (surgida em 2000, a partir de cisão da operadora), ampliar para todo o País seus serviços de transmissão de voz e dados e conectividade para grandes empresas, o que inclui o mais avançado Data Center brasileiro. A Telefônica Empresas, que já era a preferida das corporações do Estado de São Paulo (onde, em 2003, estavam sediadas 44,2% das 500 maiores empresas do Brasil), passou a atender às suas redes de filiais em todos os Estados brasileiros.

Neste período de seis anos, o serviço de telecomunicações em São Paulo se transformou completamente. Com a quase total digitalização da planta de telefonia fixa do Estado, a Telefônica SP lançou produtos e serviços como o *Speedy*, Internet em banda larga pelo sistema ADSL. O *Speedy* foi lançado em fevereiro de 2000, na mesma época em que o serviço ADSL era implantado em países europeus como Espanha, Inglaterra e Alemanha. No final do primeiro semestre de 2004, a Telefônica SP atingia os 640 mil usuários de banda larga (todos eles em cidades paulistas), o que representa metade do mercado nacional de web rápida (o que inclui todas as tecnologias, inclusive conexão telefônica, cable modens e via satélite).

Além do *Speedy*, outro nicho de produtos e serviços de valor adicionado implantado com sucesso pela Telefônica SP é o pacote Serviços Digitais. Ao final do primeiro semestre de 2004, mais de 5 milhões dos 9,6 milhões de clientes residenciais da empresa no Estado de São Paulo possuíam ao menos um item do pacote de Serviços Digitais (o que inclui *Secretária Digital*, o identificador de chamadas *Detecta*, a conference call *Chamada a Três* e a *Transferência de Chamadas*, entre outros). No total, mais de 14 milhões de facilidades telefônicas estão em uso pelos clientes da Telefônica SP.

O mais novo serviço de alta tecnologia da operadora foi lançado em junho de 2004, em associação com outra empresa do conglomerado, a Telefônica Assist, dedicada também ao fornecimento de serviços para condomínios residenciais e empresariais e mantenedora do provedor de Internet grátis *iTelefônica*. A novidade surgida da parceria entre Telefônica Assist e Telefônica SP chama-se *Speedy Wi-Fi*. Trata-se de serviço de acesso de banda larga sem fio à Internet, lançado com presença em 200 locais (*hot spots*) do Estado de São Paulo, mas com previsão de 500 pontos de acesso até o final de 2004.

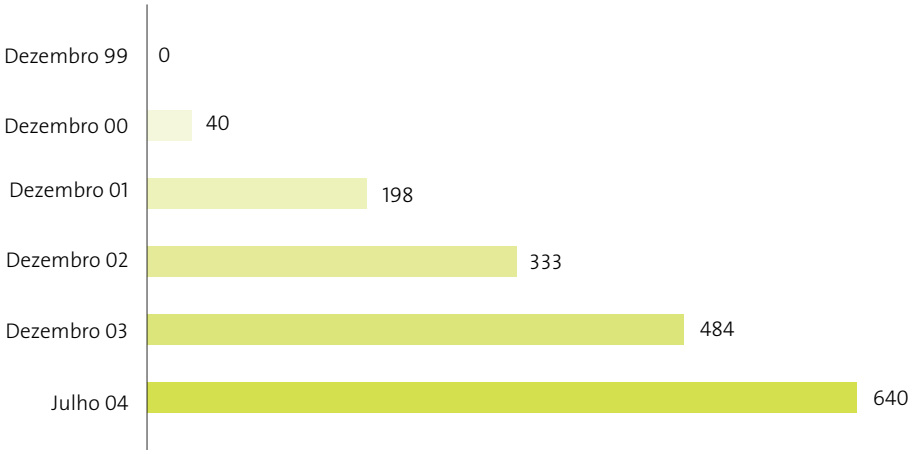
Internet – O provedor e portal de Internet Terra foi implantado no Brasil a partir da aquisição, pelo Grupo Telefônica, no final de 1999, do serviço ZAZ, por sua vez sucedâneo de um dos pioneiros da web brasileira, o NutecNet, surgido no início da segunda metade dos anos 90. Em quatro anos e meio, o Terra atingiu a liderança da Net brasilei-

ra, com 1,4 milhão de assinantes espalhados pelo País, sendo metade deles internautas rápidos, usuários do *Terra Plus* – que disponibiliza conteúdo e tecnologia de qualidade, desenvolvidos no Brasil, nos mais diversos meios de acesso (ADSL, cable modem e satélite).

O provedor do Grupo Telefônica é também o que está presente em maior número de cidades brasileiras, 1.900 municípios, sendo 860 deles com serviços em banda larga. A abrangência e a audiência do Terra trouxe ao provedor e portal a preferência das empresas brasileiras na escolha de um parceiro na web. Como conseqüência da forte adesão das empresas, anunciantes e internautas brasileiros, em 2003, quarto ano de operação, o Terra atingiu pela primeira vez resultado financeiro positivo.

TELEFÔNICA SP – EVOLUÇÃO DOS CLIENTES ADSL (*SPEEDY*)

(Em milhares de clientes)



Contact Center – Em apenas cinco anos, desde 1999, quando se estabeleceu no Brasil, a empresa especializada em call center e contact center Atento se tornou a quarta maior empregadora do País, com perto de 32 mil contratados diretos. Maior companhia do setor na América Latina, a Atento investe pesadamente em treinamento de sua mão-de-obra especializada. Em 2003, foram 1,6 milhão de horas de capacitação.

Esta aplicação levou a empresa do Grupo Telefônica a conquistar a confiança de 110 grandes empresas, que entregam a um pessoal especializado os contatos com seus milhões de clientes.

Guias e listas impressos e eletrônicos – Também desde 1999 no Brasil, a Telefônica Publicidade e Informação (TPI) e seu *Guia Mais* conquistaram a liderança em consultas e anunciantes no maior mercado do País, a cidade de São Paulo. Produto de guias e listas disponível em maior número de versões (impresso, *on-line*, celular wap, por telefone e palm), o *Guia Mais* tem edições também nas ricas regiões paulistas de Ribeirão Preto, Guarulhos, Grande ABC e Alphaville/Barueri.

UM GRUPO DE FIRME COMPROMISSO COM A INOVAÇÃO E A QUALIDADE A SERVIÇO DO CLIENTE

O Grupo Telefônica tem reforçado nos últimos anos seu compromisso com a excelência dos serviços prestados aos clientes. Em março de 2004, foi lançado no Brasil o Programa "Compromisso Cliente". Seu objetivo é tornar as operadoras de telefonia fixa do Grupo Telefônica em organizações totalmente voltadas para o cliente, para continuar crescendo de forma rentável e sustentável.

Para conquistar a confiança dos clientes, as empresas do Grupo Telefônica têm investido no desenvolvimento de produtos e serviços que ofereçam utilidade e agreguem valor aos usuários, na diversificação e aprimoramento dos canais de atendimento e na melhoria da comunicação com os consumidores.

COMPROMISSO COM O CUMPRIMENTO DE SUA RESPONSABILIDADE SOCIAL E CORPORATIVA

O Grupo Telefônica tinha apenas seis meses de presença forte no Brasil quando, em março de 1999, estabeleceu no País a unidade local da Fundação Telefônica. Como nos demais países onde atua, a função da entidade é apoiar tecnicamente as ações do conglomerado e suas empresas no campo da responsabilidade social, desenvolvendo projetos próprios, mas sempre buscando parcerias com organizações não-governamentais e órgãos do poder público. A prioridade do Grupo Telefônica neste campo no Brasil é o combate à exclusão social de vastas camadas da população. Para melhor atender a este objetivo, o conglomerado procura utilizar sua competência no setor de Comunicações para ações de inclusão digital, caminho fundamental para o desenvolvimento das famílias de baixa renda nos dias de hoje.

O Grupo Telefônica foi um dos entes privados que mais contribuiu para fornecer acesso aos meios da informática às populações carentes. O programa "Internet nas Escolas" instalou computadores, acessos à Internet em banda larga, softwares e impressoras em 800 escolas das redes do governo do Estado de São Paulo e das prefeituras da capital paulista e Osasco, na região metropolitana. Em outra parceria com a Prefeitura de São Paulo, o Grupo Telefônica financiou o aparelhamento de vinte telecentros de acesso público e treinamento em uso da Internet. O Grupo Telefônica está viabilizando também outros vinte Telecentros de Informações e Negócios do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, voltados para apoiar micro e pequenas empresas. As parcerias também atingem as organizações não-governamentais. O conglomerado aparelhou com computadores 66 Escolas de Informática e Cidadania (EICs) mantidas em áreas carentes pelo Comitê pela Democratização da Informática (CDI).

As ações do Grupo Telefônica pela inclusão digital não se restringem, porém, ao fornecimento de meios de acesso. O conglomerado tem investido na pesquisa da realidade da exclusão digital (lançou, em 2003, o livro *A Sociedade da Informação no Brasil*, o mais completo levantamento do nível de acesso dos brasileiros às telecomunicações e Internet) e na divulgação das iniciativas públicas e privadas para superar essa exclusão – papel cumprido pelo livro *Inclusão Digital – Com a Palavra, a Sociedade*, lançado pela Plano Editorial, com patrocínio do conglomerado. Este livro focaliza a visão dos beneficiados pelos principais programas de inclusão digital em funcionamento no Brasil.

Além de promover o conhecimento das iniciativas pela inclusão digital, o Grupo Telefônica procura aliar, em seus projetos de ação, ao fornecimento de infra-estrutura, o desenvolvimento de conteúdos adequados, a capacitação dos beneficiados e a promoção de atividades que os mobilizem para usufruir destas ações. Exemplo de ação dentro desta filosofia é o portal *EducaRede*, desenvolvido e lançado em 2002 pela Fundação Telefônica, em parceria com as ONGs especializadas em Educação Fundação Vanzolini e Cenpec e com o provedor Terra. Maior portal entre os inteiramente voltados para os 45 milhões de alunos e professores da rede pública brasileira, o *EducaRede* atingiu, em abril de 2004, a marca de um milhão de pageviews mensais, índice que se manteve nos meses seguintes.

A filosofia do portal é, ao mesmo tempo em que se mantém alinhado com a política educacional do País (representantes do Ministério da Educação e da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo participam de seu conselho consultivo), disponibilizar conteúdos transversais e atividades interativas. Para atingir o objetivo de treinar os beneficiados no uso das ferramentas da informática, foi criado o subprojeto *Redes de Capacitação*, que beneficiou mais de quatro mil educadores em todo o Brasil. Outro subprojeto, *Aulas Unidas*, mobiliza professores e alunos em atividades interativas com escolas dos diversos Estados brasileiros e de outros países.

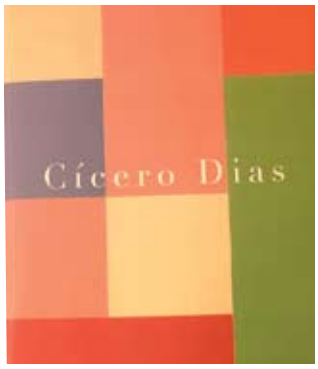
O Grupo Telefônica tem inserido ações de inclusão digital mesmo em projetos fora do setor de Educação. Um exemplo é o *Pro-Direitos*, hoje inteiramente dedicado à construção de redes eletrônicas entre os organismos governamentais e da sociedade civil que cuidam da proteção de crianças e adolescentes.

Outro objetivo do *Pro-Direitos* quando foi criado, em 1999, era o de financiar projetos, no âmbito dos Conselhos Municipais de Defesa dos Direitos das Crianças e Adolescentes, destinados a levar menores em conflito com a lei a trocarem as instituições correcionais fechadas por medidas socioeducativas em meio aberto. Este objetivo foi absorvido, em 2003, por um novo programa, o *Medida legal*. Este programa é completado por outro, o *Gera Renda*, que financia projetos para capacitação e desenvolvimento de cooperativas profissionais formadas por mulheres chefes de família (situação encontrada em perto de 40% do total das unidades familiares em algumas regiões carentes, como o Nordeste Brasileiro), que assim podem manter seus filhos na escola e longe da violência.

Outra iniciativa no campo da infância que utiliza os meios digitais é o portal *RISolidaria*, desenvolvido pela Fundação Telefônica para favorecer a troca de experiências e conhecimento da legislação sobre proteção de crianças e adolescentes.

O VALOR DA PROXIMIDADE

Os programas de iniciativa própria no campo da responsabilidade social não são a única iniciativa do Grupo Telefônica para contribuir para o progresso da sociedade brasileira. O conglomerado tem investido em ações que promovam a proximidade com a população e suas carências. Assim, o Grupo Telefônica foi um dos que mais contribuiu com o programa governamental de segurança alimentar *Fome Zero*. A Atento, empresa de call center do conglomerado, desenvolveu a estrutura nacional de atendimento telefônico



aos interessados em informações sobre o programa (sejam doadores, sejam beneficiários) e a Telefônica SP (assim como fizeram as demais operadoras de telefonia fixa do País em suas regiões de atuação) financiou o funcionamento desta estrutura no Estado de São Paulo. A Fundação Telefônica desenvolveu e o Terra, provedor e portal de Internet do conglomerado, hospeda o site da organização não-governamental criada para estimular a participação da sociedade no programa, a Associação Apoio *Fome Zero*. E o Grupo Telefônica ainda patrocina a edição de um boletim informativo mensal sobre o *Fome Zero*.

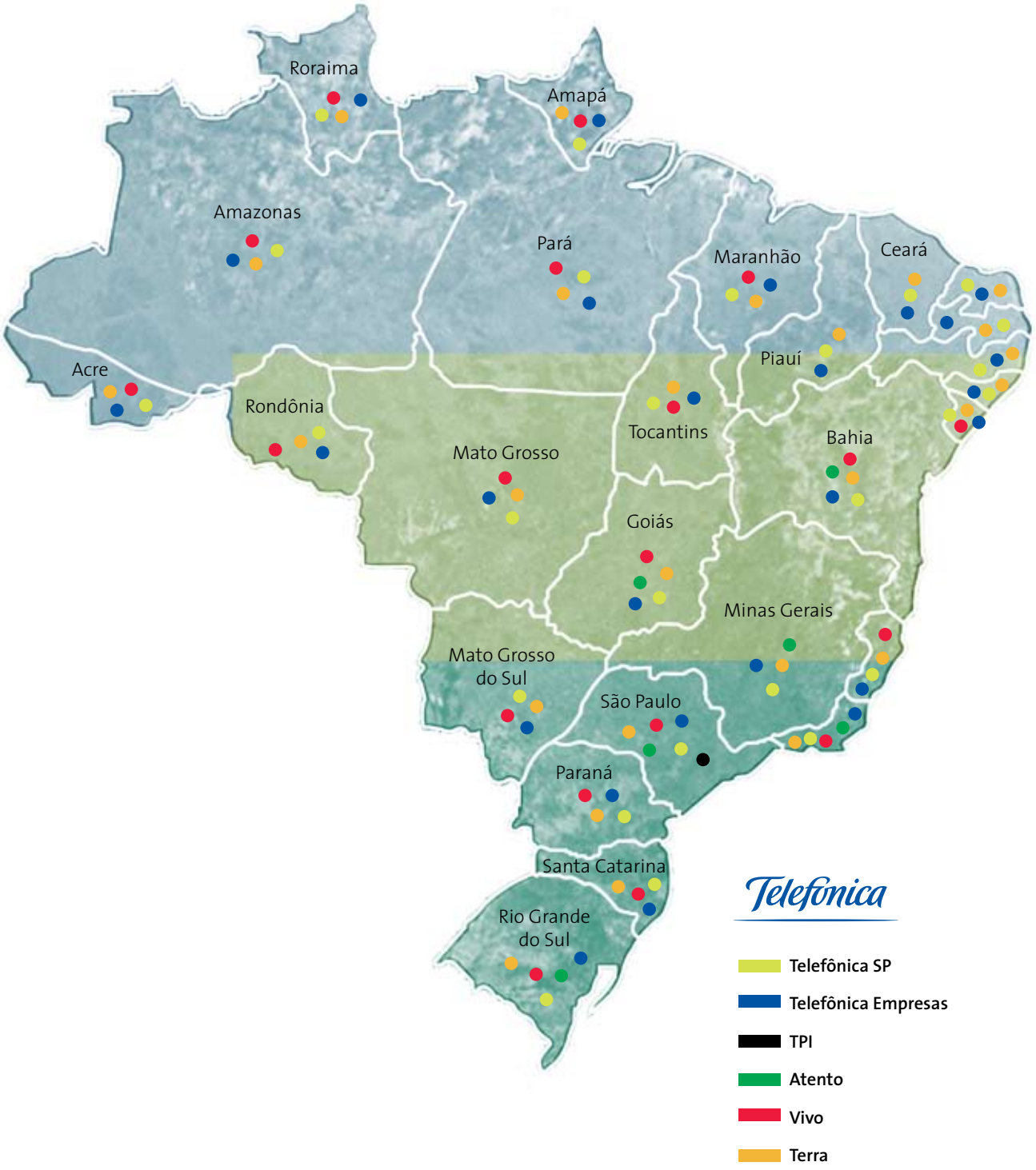
O Grupo Telefônica também tem desenvolvido grandes esforços para contribuir para a democratização do acesso dos brasileiros à cultura de alta qualidade. Desde 1999, o conglomerado patrocinou a montagem de nove grandes exposições de arte para o grande público, com entrada franca ou preços populares nos principais museus de São Paulo e Rio de Janeiro. Além de trazer ao Brasil as criações dos grandes mestres internacionais como Raoul Dufy, Picasso e Gaudí, estas exposições promoveram a divulgação da arte nacional, mostrando as obras de Cândido Portinari, do fotógrafo Sebastião Salgado e dos modernistas brasileiros. *Mestres do Modernismo* é justamente o título da exposição que estreou em agosto de 2004, na Estação Pinacoteca, em São Paulo, com previsão de permanecer em cartaz até julho de 2005. O Grupo Telefônica ainda resgatou, em três livros, a vida e a obra de Portinari e Cícero Dias e as pinturas sobre o Brasil de Rugendas. Em 2004, um novo livro de arte será lançado, tratando da vida e da obra do mestre da escultura Victor Brecheret.

Em 2003, o Grupo Telefônica prestou importante contribuição também à preservação da memória do jornalismo brasileiro, ao patrocinar, com exclusividade, o livro *Diário de Bagdá*, relatando a experiência do repórter Sérgio D´Ávila e do repórter fotográfico Juca Varella, da *Folha de S. Paulo*, únicos brasileiros a participarem da cobertura da Guerra do Iraque em plena capital do país sob bombardeios.

A mesma proximidade que o Grupo Telefônica cultiva junto à sociedade e a seus clientes é mantida junto a nossos acionistas. A corporação mantém estruturada Área de Relações com Investidores. Em 2004, a Telefônica SP/Telesp recebeu destaque entre as dez companhias abertas brasileiras com melhores resultados para seus acionistas, em levantamento promovido pelo serviço noticioso *Cias Abertas*, da respeitada Agência Estado, responsável pela cobertura do mercado financeiro dentro do grupo de Comunicações *O Estado de São Paulo*, e pela consultoria especializada *Economática*. [Mais detalhes da atuação do Grupo Telefônica junto à sociedade nos capítulos 02 e 06 e junto aos acionistas no capítulo 04]

O objetivo do Grupo Telefônica, em todos os seus relacionamentos e com relação ao Brasil, é cumprir integralmente seus compromissos, fortalecendo nossos laços de confiança.

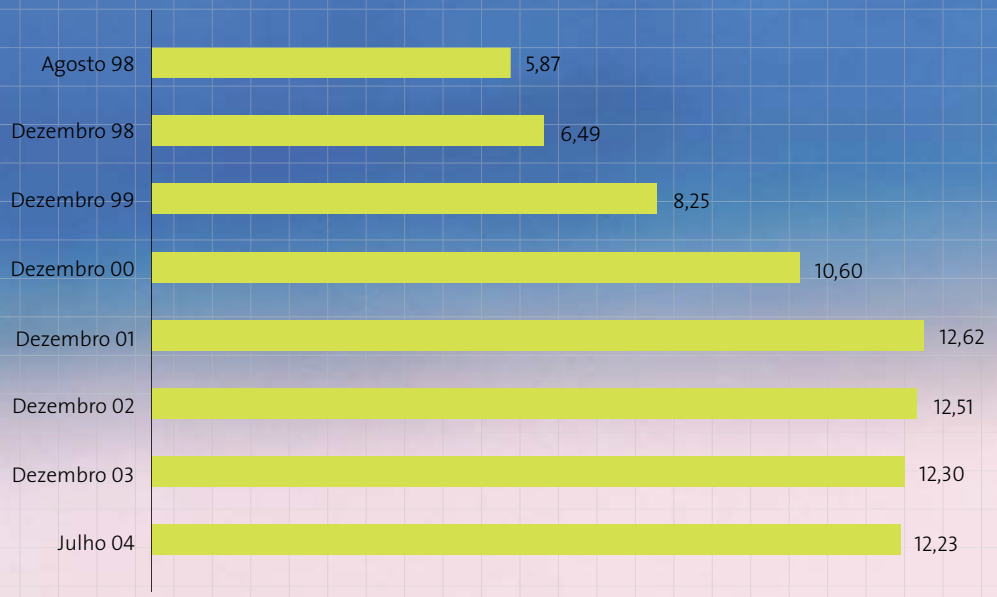
PRESENÇA DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL



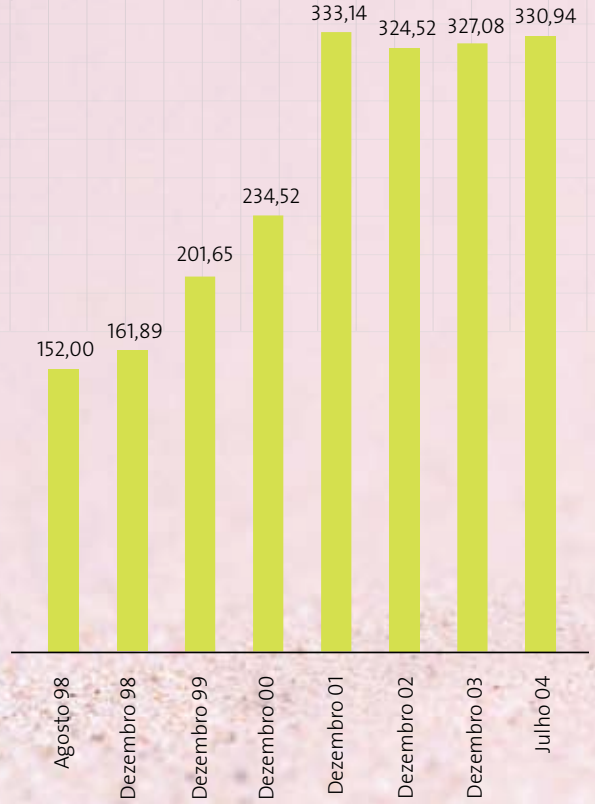
Desenvolvimento do Mercado pelo

Telefonia fixa

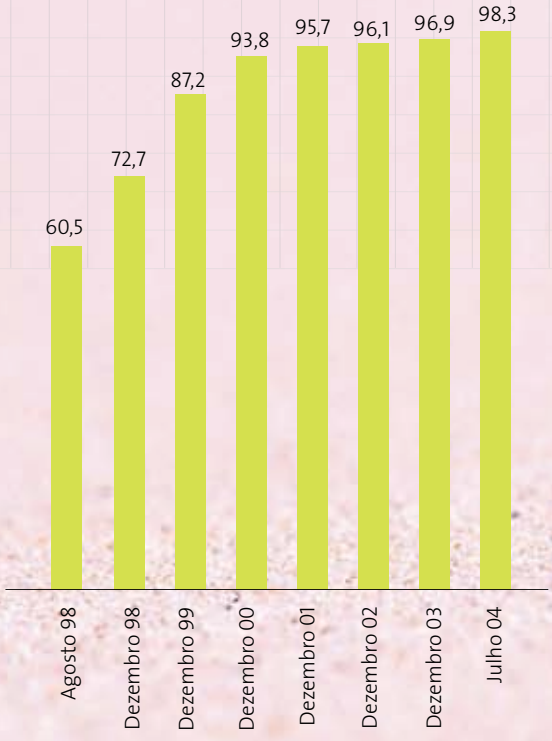
LINHAS EM SERVIÇO
(Dados em milhões de clientes)



TELEFONES PÚBLICOS
(Em milhares de unidades)



DIGITALIZAÇÃO DA PLANTA
(Em %)

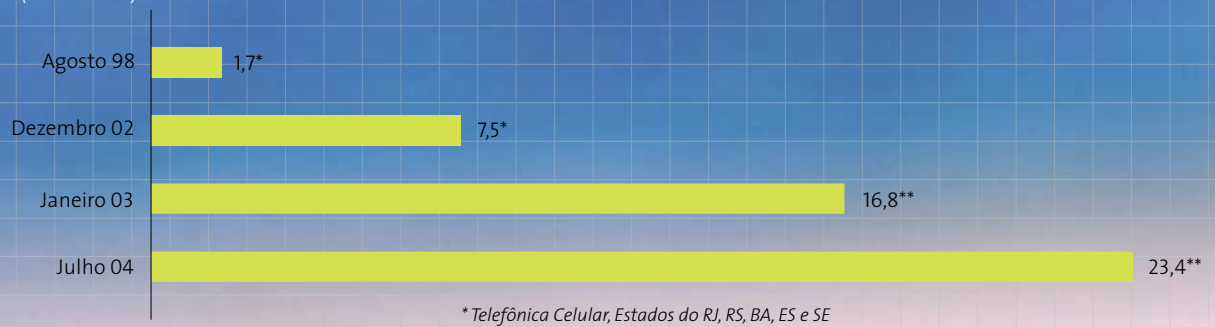


Grupo Telefônica no Brasil

(1998 - 2004)

Telefonia móvel

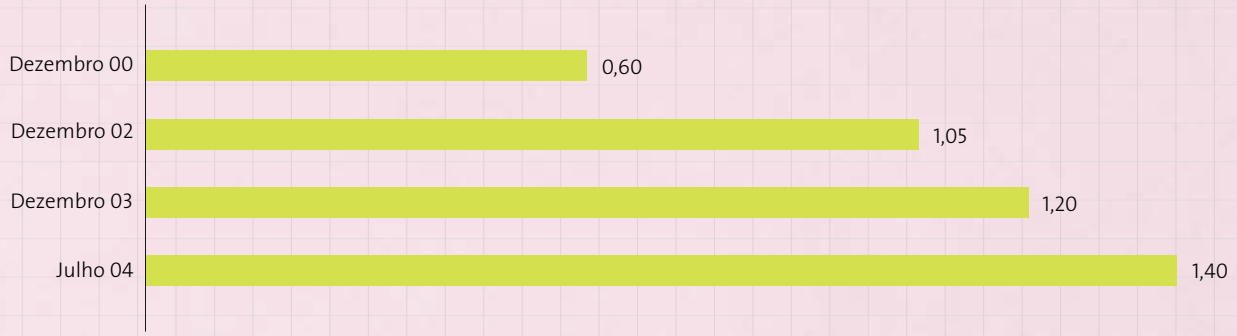
CLIENTES (TELEFÔNICA CELULAR, DEPOIS VIVO)
(Em milhões)



** Telefônica Celular, Estados do RJ, RS, BA, ES e SE*
*** Vivo, com joint venture com Portugal Telecom e absorção da TCO, totalizando 20 Estados*

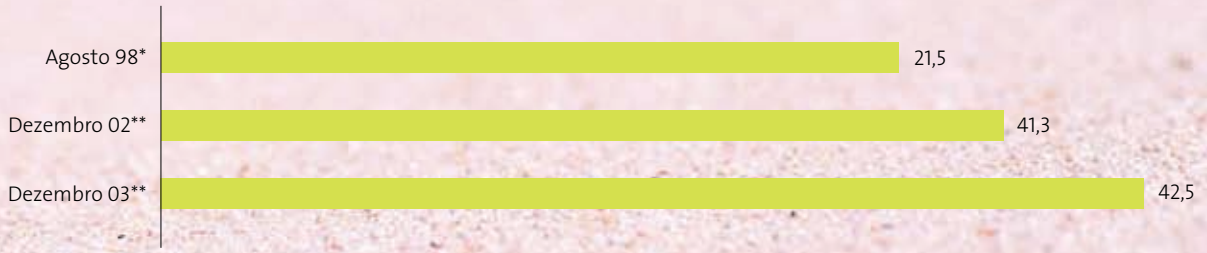
Internet

CLIENTES DE ACESSO PAGANTE
(Em milhões)



Geração de empregos

NÚMERO DE EMPREGADOS
(Em milhares de contratados diretos)



** As empresas eram Telefônica SP e Telefônica Celular (5 Estados)*
*** Empresas: Telefônica SP, Vivo, Telefônica Empresas, Terra, Atento, TPI, Telefônica Assist, t-gestiona, Mercador.com, Telefônica Soluções, Telefônica Engenharia de Segurança do Brasil (TESB), Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD), além da Fundação Telefônica.*

O Grupo Telefônica no mundo em 2003

O BALANÇO DE 2003 E O PERFIL DE UM LÍDER NOS MERCADOS DE LÍNGUA ESPANHOLA E PORTUGUESA. UM GRUPO QUE INTEGRA SOLUÇÕES GLOBAIS DE COMUNICAÇÃO, TENDO O CLIENTE COMO CENTRO DE SUAS ATIVIDADES E COMPROMETIDO COM A SOCIEDADE ONDE ATUA

UM GRUPO LÍDER NOS MERCADOS DE LÍNGUA ESPANHOLA E PORTUGUESA

O Grupo Telefônica é líder mundial no setor das telecomunicações e o operador de referência nos mercados de língua espanhola e portuguesa. Sua base de clientes supera os 100 milhões de clientes, em um mercado potencial de 500 milhões de pessoas.

O Grupo Telefônica é líder pela dimensão de sua atividade. Assim, o Grupo está presente em três continentes, realiza operações de forma significativa em 15 países, e tem atividade de alguma natureza em outros 40. Graças a esta presença, o Grupo Telefônica conta com mais de 44 milhões de linhas fixas e com 58 milhões de linhas de celulares. Para desenvolver estas atividades, mais de 148 mil profissionais trabalham no Grupo.

O Grupo Telefônica é também líder nos mercados financeiros. Em fevereiro de 2004, a Telefónica S.A. (controladora dos negócios globais do Grupo) era o sexto operador do mundo por capitalização bursátil e a quinta companhia no ranking EuroStoxx50. Mais de 1,6 milhão de acionistas confiam na gestão e na rentabilidade da Companhia e respaldam esta liderança.

O Grupo Telefônica é um operador comprometido com a América Latina. O Grupo tem uma presença estável na região há 14 anos, com investimentos em infra-estruturas e aquisições na ordem de US$ 65 milhões. Em 2003, a Telefônica prosseguiu como a operadora de referência no Brasil, Argentina, Chile e Peru, e está desenvolvendo operações relevantes em Porto Rico, Colômbia, México e Venezuela, entre outros países da região. Cerca de 62% dos clientes do Grupo corresponde aos mercados de língua espanhola, enquanto 36% pertencem aos de língua portuguesa. O Grupo Telefônica conseguiu obter a maior cota de mercado na região, alcançando 25 milhões de linhas fixas, e 35 milhões de clientes celulares, além de oferecer resposta a soluções integrais de comunicação às corporações.

O Grupo Telefônica é um operador multidoméstico por vários motivos. Por um lado, porque oferece em cada país uma oferta de acordo com as singularidades de cada mercado, adaptando-se às necessidades de cada sociedade. Por outro lado, porque é o único operador que é incumbente em todos os países relevantes para o seu negócio. E terceiro, porque a contribuição aos resultados operacionais, procedente de mercados diferentes a seu país de origem, é a maior entre os principais grupos de telecomunicações do mundo.

UM OPERADOR INTEGRADO E GLOBAL DE SOLUÇÕES DE TELECOMUNICAÇÃO

Durante os últimos anos, o Grupo Telefônica concentrou seu negócio básico nas telecomunicações, reforçando sua presença em telefonia fixa e telefonia móvel. Por isso, em 2003 foram realizados vários investimentos em outros ativos não-estratégicos.

Como resultado, o novo modelo de negócio está orientado a satisfazer as necessidades de comunicação de todos seus clientes, tendo em vista a clara vocação de serviço que sempre caracterizou o Grupo.

Os negócios do Grupo Telefônica são organizados conforme as seguintes linhas de atividades e filiais:

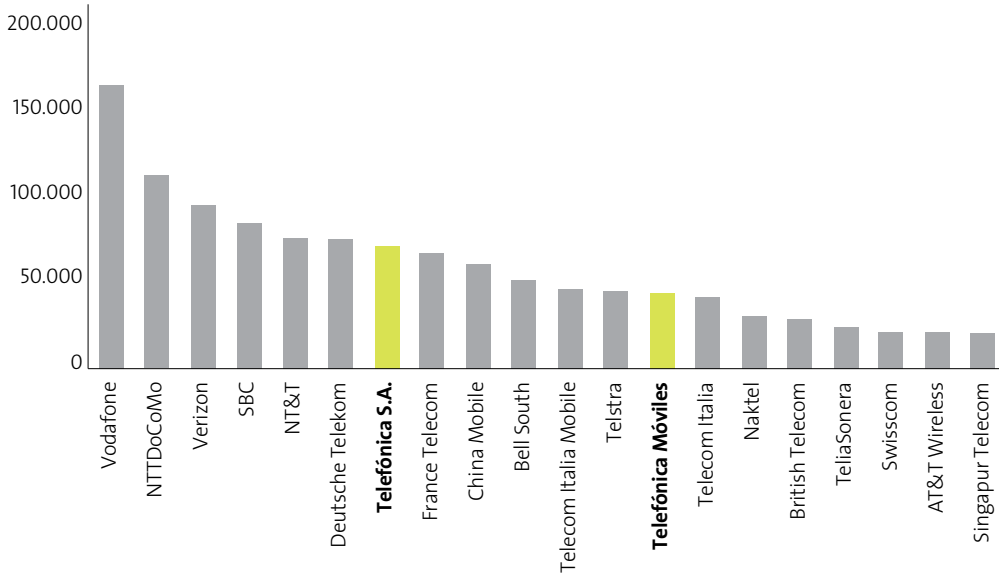
- **Telefonia fixa e dados:** na Espanha e América Latina, atividade desenvolvida, respectivamente, pela Telefónica de España e Telefônica Latino-americana.

- **Telefonia móvel:** na Espanha, América Latina e Bacia Mediterrânea, linha de negócio gerenciada pela Telefónica Móviles.

- **Internet:** na Espanha e América Latina, o Terra concentra suas atividades como provedor de

RANKING POR CAPITALIZAÇÃO BURSÁTIL DAS COMPANHIAS DE TELECOMUNICAÇÕES (FIXA, MÓVEIS E DADOS)

(Dados ao final do exercício de 2003, em milhões de dólares)



acesso, serviços e conteúdos de Internet: portais, publicidade *on-line* etc.

- **Outros negócios de telecomunicações:** englobando a Telefónica Contenidos, que agrupa os negócios de produção e difusão de conteúdos na Espanha, América Latina (com exceção do Brasil), Estados Unidos e parte da Europa; TPI (Telefônica Publicidade e Informacão), responsável pelos negócios de guias e listas na Espanha e América Latina; e Atento, que administra serviços de contact center ou plataformas multicanais, na Espanha, América Latina e Marrocos.

Junto a estas linhas de atividade, o Grupo conta com uma série de filiais e instituições de apoio ao negócio. Entre elas se destacam: Telefónica I+D (no Brasil, Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento, TPD), uma filial que canaliza a inovação de novos produtos, serviços e aplicações; a Fundação Telefônica, responsável por impulsionar a ação social e cultural do Grupo em benefício dos setores mais desfavorecidos dos países onde a empresa atua; além da Fonditel e Antares, sociedades financeiras de seguros, fundos de investimentos e pensões.

Além disso, existe um Centro Corporativo responsável pela definição da estratégia global e pelas políticas corporativas, pela gestão das atividades comuns e pela geração de políticas de apoio. O Grupo busca, com esta estrutura de companhia integrada de empresas, a construção recíproca e a obtenção de sinergias entre as linhas de negócio.

UM GRUPO QUE COLOCA O CLIENTE NO CENTRO DE SUAS ATIVIDADES

Em 2003, o Grupo Telefônica modificou sua estrutura operacional para colocar o cliente como centro de sua atividade. O objetivo foi o de transformar o Grupo em uma organização comercial e passar de um modelo de companhias centradas no produto, a um Grupo integrado para satisfazer as necessidades globais de comunicação de seus clientes.

Para isso, o Grupo Telefônica identificou quatro grandes segmentos comerciais a partir dos quais organizar e reforçar a atividade comercial: Pessoas, Residências, Pequenas e Médias Empresas, Grandes Corporações e Administrações Públicas. Com esta segmentação, o Grupo Telefônica persegue a satisfação das necessidades de todos os clientes de maneira personalizada e adaptada às suas expectativas.

Neste novo modelo, são duas as grandes alavancas de atuação: o crescimento nas principais

áreas de negócio, Internet em banda larga e celulares, além do desenvolvimento da telefonia fixa na América Latina.

O objetivo do Grupo Telefônica, através da oferta comercial das companhias que integram o Grupo, é transformar a tecnologia em soluções e serviços acessíveis, que comportem benefícios claros e relevantes para o cliente. Para isso, é imprescindível conhecer detalhadamente as necessidades reais dos clientes, antecipar-se com soluções inovadoras adaptadas às suas expectativas, e cumprir os compromissos adquiridos para construir uma relação baseada na confiança.

BANDA LARGA E MOBILIDADE: O FUTURO

Durante 2003, o Grupo avançou em dois eixos que configuram a nova geração de produtos para os próximos anos: Internet em banda larga (ADSL) nas residências e nas empresas, que abre novas possibilidades de crescimento na geração de soluções, conteúdos e aplicações, e a tecnologia de terceira geração UMTS, que cria novas possibilidades em serviços de dados móveis.

A banda larga é um dos principais motores estratégicos de crescimento da companhia. Em 2003, o Grupo contava com 2,7 milhões de clientes ADSL. O Grupo Telefônica está apostando na banda larga, sendo referência na Europa, tendo atingido, em 2003, 1,6 milhão de conexões na Espanha, 226.526 na Alemanha e 769.680 na América Latina.

A importância da ADSL para o Grupo está em sua capacidade de criar novos serviços e aplicações para os clientes. Por uma parte, se destaca *Imagenio*, uma solução (ainda não lançada no Brasil) que permite introduzir conteúdos e serviços de valor agregado nas residências, pela televisão, através da tecnologia ADSL. Por outra, vale citar a tecnologia *Wi-Fi*, que permite o acesso à Internet em alta velocidade sem cabos, permitindo aos clientes flexibilidade e mobilidade na conexão.

UM GRUPO COM UMA VISÃO EM MOVIMENTO

O Grupo Telefônica possui uma visão definida: quer tornar-se "um operador de confiança para todos aqueles que se aproximem dele: clientes, empregados, acionistas e o conjunto da sociedade". E entende a confiança como o resultado do cumprimento dos compromissos adquiridos, além de fazê-lo de forma conjunta e próxima.

A confiança se manifesta em compromissos certos. Em primeiro lugar, o Grupo assumiu um compromisso com a governança corporativa e a transparência. Neste sentido, a Telefónica S.A. publicou seu segundo informe de Governança Corporativa, que em 2003 foi estendido a todas as suas filiais cotizadas em cumprimento com a legislação espanhola, para ressaltar o modo de funcionamento dos órgãos de governo e gestão do Grupo.

Em segundo lugar, o Grupo também tem um compromisso com a Responsabilidade Corporativa. Consciente disso, em 2003 o Grupo publicou seu segundo informe anual que, também, é estendido às outras companhias cotadas em bolsa. Este compromisso, além de objetivar uma gestão eficaz do negócio, se traduz em um compromisso com o ambiente laboral, no respeito pelo meio ambiente, em uma maior integração e coesão social, e em oportunidades para seus fornecedores, sócios etc. Em última instância, um compromisso com a geração de riqueza e desenvolvimento das sociedades nas quais o Grupo Telefônica está presente.

Em terceiro lugar, o Grupo tem o compromisso de ser um conglomerado empresarial solidário. Neste sentido, o Grupo Telefônica aposta fortemente nas camadas menos favorecidas da sociedade. A Fundação Telefônica é responsável pela canalização da ação social e cultural na Espanha, Brasil, Argentina, Chile, Peru e Marrocos; em 2003, mais de 14 milhões de pessoas se beneficiaram diretamente dos programas sociais e culturais desenvolvidos pelo Grupo. Um dos pontos-chave da Fundação Telefônica, a pró-

pria empresa e a solidariedade dos empregados, tornou possíveis ações tão significativas como o Programa de Voluntariado Corporativo ou a Asociación Telefónica de Asistencia a Minusválidos (ATAM), da Espanha, uma referência no setor dos portadores de deficiência.

Em quarto lugar, o Grupo Telefônica tem o compromisso de ser um conglomerado empresarial inovador. Em 2003, o Grupo investiu em Pesquisa e Desenvolvimento 1,9 bilhão de euros. Com a segurança de que os avanços tecnológicos levam ao progresso da sociedade, o Grupo Telefônica busca o desenho de novas soluções que contribuam com a melhoria da qualidade e a situem na vanguarda das novas tecnologias e da Sociedade da Informação. A redução da exclusão digital é um compromisso que o Grupo Telefônica assume como eixo principal de sua estratégia empresarial.

O Grupo, portanto, firma sua liderança em valores próprios que definem sua personalidade e refletem suas aspirações. Assim, a proximidade e o compromisso definem a identidade da organização, e se associam a valores-chave de referência nas relações com os principais grupos de interesse: rentabilidade e transparência para com os acionistas; qualidade e cumprimento com os clientes; clareza na relação e desenvolvimento profissional para o empregado e, por último, contribuição e proximidade com a sociedade. A soma destes valores tem como resultado o estabelecimento de um vínculo de confiança. Uma confiança que, sem dúvida, se ganha dia a dia, assumindo compromissos corretos e cumprindo-os. Demonstrando, definitivamente, que o Grupo Telefônica é capaz de fazer o que se propõe.

01

Telefônica SP: exemplo de Governança Corporativa

01 Propriedade

- Capital Social da Telefônica SP/Telesp
- Estrutura da propriedade
- Bolsas de Valores
- Assembléia Geral Ordinária

MAIS DE
2.700.000
ACIONISTAS

02 Conselho de Administração

- Composição e atividades do Conselho de Administração
- Comissões do Conselho

NÚMERO DE CONSELHEIROS

2 Executivos
6 Externos (Não-executivos)
6 Independentes

03 Diretoria

- Equipe de direção
- Conselho Fiscal
- Normas e competências
- Regulamento Interno de Conduta

REGULAMENTO INTERNO DE CONDUTA

04 Transparência

- Área de Relações com Investidores
- Norma de Comunicação de Informação aos Mercados
- Norma sobre Registro, Comunicação e Controle de Informação Financeiro-Contábil

INFORME DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Seguindo as diretrizes estabelecidas pela Telefónica S.A., as linhas de negócio do Grupo Telefônica no Brasil, incluindo a Telefônica SP/Telesp, vêm adotando práticas de bom governo corporativo, de forma que o Grupo possa apresentar aos mercados, de forma alinhada, um compromisso com a transparência de suas operações, a prestação de contas e a eqüidade no tratamento dos acionistas, garantindo a seus investidores mais segurança e tranqüilidade.

Assim, além das previsões contidas no seu estatuto social e no seguimento das recomendações da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) acerca de Governança Corporativa, a Telesp vem implantando diversas normas internas para assegurar que os objetivos acima elencados sejam alcançados, sendo que essas regulam, dentre outros aspectos, o modo pelo qual deverão ser prestadas informações ao mercado, bem como o trâmite interno para a conclusão destas divulgações. Essas normativas internas serão mencionadas mais adiante.

No que diz respeito aos **princípios que inspiram a prática da Governança Corporativa na Telesp**, destacam-se os seguintes:

a. a maximização do valor da Companhia;

b. o papel essencial do Conselho de Administração na supervisão e na direção e administração da Sociedade;

c. a transparência informativa nas relações com seus empregados, acionistas, investidores e clientes;

d. a eqüidade de tratamento dos acionistas, bem como a transparência na prestação das contas da Sociedade.

Assim, foi aprovado, em reunião do Conselho de Administração da Telesp realizada em 23 de março de 2004, o **Informe de Governança Corporativa**, apresentado perante a CVM. Esse Informe se configura como exercício inicial de análise e revi-

RECOMENDAÇÕES E PROPOSTAS CONSIDERADAS NO CUMPRIMENTO DOS PRINCÍPIOS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

- Instruções da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) 358/02 e 369/02
- Cartilha da CVM sobre Governança Corporativa (junho/2002)
- Sarbanes-Oxley Act (agosto/2002)
- Lei das Sociedades Anônimas (Lei no. 6.404/76)
- Política de divulgação de atos e fatos relevantes da companhia
- Regulamento Interno de Conduta
- Norma sobre Registro, Comunicação e Controle de Informação Financeiro-Contábil
- Norma de Comunicação de Informação aos Mercados

são da atual situação da Companhia e como ponto de partida para considerar possíveis iniciativas de melhora a curto e médio prazo, tendo sempre presente a busca pela fórmula de Governança Corporativa que melhor defenda os interesses dos acionistas e a valorização da empresa.

A Telesp, com as práticas que vem adotando internamente, assume firmemente o compromisso com seus acionistas no sentido de reafirmar e consolidar as práticas de Governança Corporativa. Como reflexo, ficou aprovada a implementação desse Informe, no qual as estruturas reais de Governança Corporativa da Telesp são analisadas, bem como o grau de **cumprimento das principais recomendações existentes** acerca do assunto.

As principais recomendações consideradas são as seguintes:

- Assunção expressa do Conselho de Administração da função geral de supervisão, com cunho indelegável e fixação de uma relação de matérias reservadas a seu conhecimento;
- Inserção no Conselho de um número razoável de conselheiros independentes;
- Ajuste do tamanho do Conselho operativo às características da Sociedade;
- Dever de informação e transparência, especialmente com relação à matéria de Governança Corporativa;
- Existência de disposições internas que regulem o sistema de Governança Corporativa;
- Relevância da figura do Secretário do Conselho;
- Reuniões do Conselho: freqüência, incentivo à participação de todos os Conselheiros e cuidado na redação das atas;
- Informação financeira periódica elaborada conforme os mesmos princípios e práticas profissionais das contas anuais e verificação pela Comissão de Auditoria.

01. Propriedade

O **Capital Social da sociedade em ações** é composto de 493.592.279.341 ações, sendo 165.320.206.602 ações ordinárias e 328.272.072.739 ações preferenciais, sem valor nominal por ação. O Capital Social subscrito e integralizado é de:

R$ 5.978.073.811,88.

A Telefónica S.A., por meio da Telefónica Internacional, controla 87,49% da Telesp. As ações da Companhia são escriturais administradas pela instituição depositária Banco ABN AMRO Real S/A, não existindo, portanto, um registro de acionistas mantido pela própria empresa. A companhia é organizada de acordo com leis da República Federativa do Brasil e registrada junto a CVM – Comissão de Valores Mobiliários. As ações são negociadas na **Bolsa de Valores de São Paulo** – BOVESPA. A empresa também está registrada junto à SEC nos Estados Unidos e seus ADRs são negociados na **Bolsa de Valores de Nova Iorque** - NYSE.

De acordo com as informações obtidas junto à instituição depositária das Ações Escriturais Banco ABN AMRO Real S/A e da CBLC – Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia, referente ao encerramento do dia 30 de junho de 2004, o número de acionistas da Telesp, tanto pessoas físicas como pessoas jurídicas, era de aproximadamente **2,7 milhões**. O quadro de acionistas da Companhia é composto em sua maioria por acionistas minoritários, provenientes de planos de expansão por autofinanciamento.

A lei determina que deverá ser realizada, obrigatoriamente, uma **Assembléia Geral Ordinária** nos quatro primeiros meses do exercício social com a finalidade de aprovar o relatório anual da administração, balanço/demonstrações financeiras do exercício anterior, deliberar sobre a destinação do resultado e eleger administradores e conselheiros fiscais, se for o caso. À Assembléia Geral Ordinária de 2003, além dos acionistas controladores, compareceram 117 acionistas representando 0,847% do capital social.

Mais informações sobre a divisão e propriedade destas ações estão disponíveis no capítulo 04 deste Informe.

04. Transparência

Com a finalidade de manter a transparência da companhia e buscar a aproximação com o mercado financeiro, existe na empresa uma **Área de Relações com Investidores** para atender acionistas e investidores institucionais. Essa área começou a funcionar antes mesmo da privatização, proporcionando suporte para a negociação da companhia nas bolsas de valores de São Paulo e, posteriormente, em Nova Iorque.

A Área de Relações com Investidores tem como função primordial a de projetar e executar o programa de comunicação da empresa para os mercados financeiros nacionais e internacionais, com o objetivo de dar conhecimento e explicação sobre as principais ações estratégicas, operacionais, organizacionais e de negócio da companhia e colaborar com a adequada valorização dos valores emitidos pela mesma. Em 2003, foram realizadas mais de 100 reuniões com investidores e analistas, incluindo contatos diretos e por telefone, principalmente com investidores do Brasil, assim como da Europa e dos Estados Unidos. Mais informações sobre as atividades de atendimento a acionistas e investidores podem ser encontradas no capítulo 04 deste Infome.

Para atender aos princípios da transparência e da boa governança corporativa, a Telesp adotou as seguintes medidas:

- **Norma de Comunicação de Informação aos Mercados:** regula os princípios básicos de funcionamento dos processos e sistemas de controle da comunicação de informação da Companhia, através dos quais busca garantir a qualidade e controle sobre a informação divulgada aos órgãos reguladores dos mercados de valores e ao mercado em geral.

- **Norma sobre Registro, Comunicação e Controle de Informação Financeiro-Contábil:** o Conselho de Administração aprovou uma normativa que regula os procedimentos internos e os mecanismos de controle relativos à preparação da informação financeiro-contábil da Sociedade, garantindo a aplicação de práticas e políticas contábeis homogêneas em todo o Grupo e estabelecendo um sistema de avaliação periódica do funcionamento desse processo. Com esta norma, cumprem-se as exigências estabelecidas pela lei americana Sarbanes-Oxley Act.

6
Conselheiros Independentes

6
Conselheiros Externos, ou Não-Executivos

02. Conselho de Administração

O estatuto social da Telesp prevê que o **Conselho de Administração** deve ser composto de, no mínimo, cinco e, no máximo, quinze membros, eleitos e destituíveis do órgão pela Assembléia Geral. O Conselho de Administração da Telecomunicações de São Paulo S.A. é composto de catorze conselheiros, cujos mandatos se encerrarão na data da Assembléia Geral Ordinária do ano de 2007.

2
Conselheiros Executivos

03. Diretoria

Cabe ao Conselho de Administração atribuir a gestão ordinária dos negócios da Sociedade aos órgãos executivos e à equipe de direção.

O **Conselho Fiscal** é um órgão de existência obrigatória nas sociedades por ações brasileiras, devendo o estatuto social dispor sobre o seu funcionamento, de modo permanente ou não. Na Telesp, o Conselho Fiscal é mantido em caráter permanente. Não é um órgão da administração, mas sim um órgão de fiscalização da gestão da empresa e dos atos dos administradores.

Durante o ano de 2003, o Conselho de Administração da Telesp realizou treze reuniões, as quais, em geral, tiveram duração média de duas horas cada uma.

O **Presidente do Conselho** de Administração da Telesp é nomeado pelo próprio órgão dentre seus membros. Segundo o Estatuto Social e o Regimento Interno do Conselho, suas atribuições específicas são: convocar e presidir a Assembléia Geral de Acionistas e perante terceiros; convocar, presidir e dirigir as reuniões do Conselho de Administração; baixar os atos que consubstanciem as deliberações, pareceres ou recomendações do Conselho.

Em dezembro do ano de 2002, foi instituída uma **Comissão de Auditoria e Controle**, como órgão auxiliar e vinculado ao Conselho de Administração. Integram esta Comissão três conselheiros não-executivos. Durante o ano de 2003, a Comissão celebrou três reuniões. Entre as funções da Comissão, estão: avaliar os resultados de cada auditoria interna e externa, bem como as providências da Administração em relação às recomendações da auditoria; comprovar a adequação e integridade dos sistemas internos de controle e supervisionar o cumprimento do contrato de auditoria independente, buscando que a opinião sobre as contas anuais e os conteúdos principais do informe de auditoria sejam redigidos de forma clara e precisa.

O **Comitê de Vencimentos** foi constituído pelo Conselho de Administração com atribuição de analisar, definir os critérios e fixar a remuneração mensal a ser paga a cada membro da Diretoria Executiva da Companhia, observadas as políticas aplicáveis aos administradores. Atualmente, esse Comitê é composto por quatro conselheiros.

Dentre os **deveres dos administradores** destacam-se, entre outros: o dever de diligência, o dever de lealdade, o dever de perseguir os fins e interesses da Sociedade, o dever de abster-se de intervir em operação social em que tenha interesse conflitante com a Sociedade, o dever de informar a propriedade, o dever de guardar sigilo sobre informações que ainda não tenham sido divulgadas ao mercado, o dever de comunicar ao mercado deliberações da Assembléia Geral ou dos órgãos da administração, ou fatos relevantes ocorridos nos negócios sociais que possam influir na decisão dos investidores do mercado de vender ou comprar valores mobiliários emitidos pela Companhia.

Com o objetivo de especificar a forma de atribuição de competências entre as unidades corporativas e as empresas do Grupo, uniformizando-a, na medida do possível, de modo a exteriorizar as melhores práticas, gerando sinergias, visando economias de escala, e também garantindo o controle interno realizado pelo Conselho de Administração, a Telesp vem seguindo as **Normas** abaixo, já aprovadas pela Telefónica S.A.: Operações do Grupo com Decisão Centralizada, Norma Geral de Pagamento, Norma de Critérios de Contratação e Compra de Bens e Serviços, Operações Intragrupo e Norma de Viagens: Condições para Pessoas com Cargo Inferior a Gerente.

A Sociedade ampliou as obrigações procedentes do dever de lealdade aos altos executivos por meio das disposições de seu **Regulamento Interno de Conduta** em questões de conflitos de interesse. Foram adotadas normas de comportamento em questões relacionadas a mercados de valores, não somente com estrito respeito à legislação vigente, mas também com base em critérios éticos e de responsabilidade profissional.

02

Ativos intangíveis

01 Valores: a confiança no cumprimento dos compromissos

- Valores do Grupo Telefônica
- Formação de valores
- Reconhecimento dos compromissos cumpridos

CONFIANÇA

02 Responsabilidade social

- Gestão pró-ativa de riscos
- Flexibilidade e adaptabilidade
- Relação com os grupos de interesse (*stakeholders*)
- Transparência das informações

PARTICIPAÇÃO ATIVA EM:

8 iniciativas internacionais

4 iniciativas nacionais

03 Presença institucional

- Patrocínios
- Fóruns, conferências e seminários
- Colaboração com organismos internacionais

740.000

PESSOAS ATINGIDAS POR PATROCÍNIOS NO BRASIL EM 2003

04 A marca como vínculo com os grupos de interesse

- Estratégia e arquitetura da marca
- Gestão da marca dirigida ao cliente

Telefónica

LANÇAMENTO MUNDIAL DA MARCA

05 Pesquisa, desenvolvimento e inovação

- Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD)
- Novos serviços
- Parcerias com a Universidade

LANÇAMENTO DO LIVRO *A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO NO BRASIL*

01 VALORES: A CONFIANÇA NO CUMPRIMENTO DOS COMPROMISSOS

a) Valores do Grupo Telefônica

O Grupo Telefônica deseja que seus clientes, empregados, acionistas e as sociedades dos países em que opera confiem nela por sua capacidade de cumprir os compromissos assumidos.

Os valores do Grupo Telefônica são os alicerces das relações com seus grupos de interesse (*stakeholders*). Assim, a empresa busca rentabilidade e atua com transparência para seus acionistas, qualidade e cumprimento para seus clientes, clareza nas relações e desenvolvimento profissional para seus empregados e, por fim, a contribuição e proximidade com a sociedade. A soma desses valores permite que se estabeleça um vínculo de confiança.

O Grupo Telefônica sabe que não se trata de falar de confiança, e sim de conquistá-la dia após dia, assumindo compromissos certos e cumprindo-os. Trata-se de demonstrar, decisivamente, que é capaz de fazer o que diz.

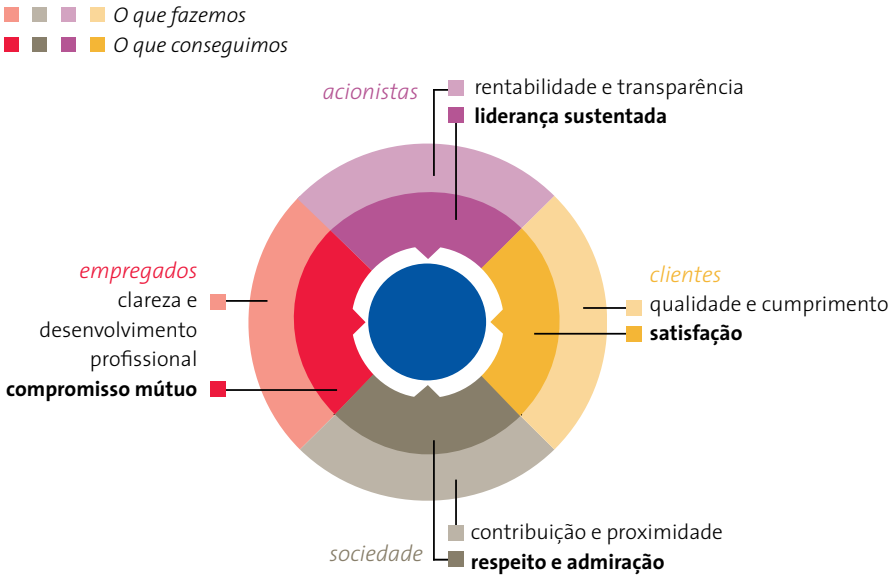
Com base nessa confiança, o Grupo Telefônica quer construir sua visão de liderança: situar-se, nos próximos anos, entre as primeiras operadoras mundiais de telecomunicações e ser reconhecida como um grupo multilocal líder e sempre próximo, capaz de atuar tanto em nível global como doméstico ao mesmo tempo. Esses valores definem os atributos de sua personalidade: proximidade e compromisso.

b) Formação de valores

O Grupo Telefônica tem pautado a relação com seus funcionários, acionistas, clientes e com a sociedade no Projeto Valores. Válido para todas as empresas do Grupo no mundo, o processo de definição dos valores, realizado em 2001, contou com a participação dos funcionários de todos os níveis hierárquicos nos países de atuação. O valor transversal do Grupo Telefônica é a confiança, que é traduzida da seguinte forma: "Assumimos a responsabilidade individual de tornar a companhia a mais desejada para se trabalhar e com a qual se trabalhar, a melhor alternativa de investimento e a mais admirada do setor por seus clientes".

VALORES E ATRIBUTOS DA MARCA

OS VALORES DO GRUPO TELEFÔNICA
(Por grupos de interesse)



Nos últimos anos, e especialmente a partir de 2003, as empresas do Grupo Telefônica passaram a realizar atividades para disseminar os valores aos funcionários. Foram preparadas reportagens periódicas nos veículos de comunicação interna e os empregados receberam folders informativos.

Na Telefônica SP, foi lançado o Projeto da Telesp, um desdobramento do Projeto Valores que tem como objetivo fortalecer a posição de liderança da empresa com foco na satisfação dos clientes, acionistas e empregados. Em 2003, esse projeto foi tema de uma "Ordem do Dia" – programa que estabelece um tema relevante no mês para divulgação "em cascata", a partir dos diretores para todos os funcionários (detalhado no capítulo 05).

c) Reconhecimento dos compromissos cumpridos

Durante o exercício de 2003, diversas empresas do Grupo Telefônica foram reconhecidas publicamente pelo cumprimento de seus compromissos. Sem dúvida, são exemplos de confiança nas atividades da Telefônica.

Reconhecimento de excelência empresarial:

- Pelo segundo ano consecutivo, a Telefônica SP e o Terra figuraram em 2004 como as empresas dos setores de operadoras de telefonia fixa e provedores de Internet mais admirados pelos dirigentes empresariais brasileiros, segundo o ranking anual realizado pela publicação *Carta Capital*, em parceria com a *InterScience*.

- Em 2003, a Telefônica SP e a Telefônica Empresas receberam o prêmio de Excelência Empresarial pelo atendimento dispensado ao cliente, que lhes foi concedido pela publicação mais importante do setor no Brasil, a revista *Consumidor Moderno*.

Reconhecimento do compromisso com a sociedade local:

- A Telefônica SP recebeu, pela segunda vez, o selo "Esta Empresa Ajuda São Paulo", conferido pela Prefeitura Municipal, que reconhece sua contribuição ao desenvolvimento da cidade.

- O governo brasileiro elogiou a colaboração do Grupo Telefônica no Programa *Fome Zero*, por meio do qual são feitas contribuições para reduzir a fome nas regiões mais desamparadas do País. O Grupo também recebeu do Ministério da Segurança Alimentar e Combate à Fome o "certificado 15" – o número é uma alusão ao código de seleção de prestadora da Telefônica SP – como reconhecimento ao apoio dado pela empresa ao programa.

- Quatro empresas do Grupo Telefônica no Brasil receberam o selo "Empresa Amiga da Criança", concedido pela Fundação Abrinq pelos compromissos assumidos pela erradicação do trabalho infantil em toda sua cadeia produtiva e a promoção dos direitos da criança (mais informações sobre o selo no capítulo 05).

02 RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Grupo Telefônica considera a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) um compromisso com todos os seus grupos de interesse, amparado nos seguintes princípios:

- Gestão pró-ativa de riscos (Princípio de Precaução).
- Flexibilidade e adaptabilidade a todos os países em que opera.
- Relação com grupos de interesse.
- Criação de valor sustentável para todos os grupos de interesse.
- Transparência das informações.

Esses princípios são efetivados por meio de diferentes linhas de trabalho, integrando-se a um todo e formando o Plano de Responsabilidade Social Corporativa do Grupo Telefônica.

a) Gestão pró-ativa de riscos

O Projeto de Reputação Corporativa, iniciado em dezembro de 2001, teve sua primeira fase concluída, com a identificação de 750 riscos à imagem em todos os países do mundo em que o Grupo atua, selecionados entre aqueles considerados mais críticos. Todas as áreas de gestão corporativa participaram desse processo de identificação, ficando assim os riscos agrupados em seis categorias: riscos de produtos, riscos de gestão, riscos de tecnologia, riscos de sociedade, riscos de comunicação e riscos de regulação.

A segunda fase do Projeto de Reputação Corporativa, que ainda está em andamento, tem como finalidade a geração de políticas uniformes para a gestão desses riscos, que minimizem seu impacto e evitem sua recorrência.

b) Flexibilidade e adaptabilidade

Nos últimos anos, o Grupo vem progredindo significativamente no sentido de uma maior coesão e uma cultura interna mais sólida. Nesse processo de mudança o Grupo Telefônica vem reforçando o reconhecimento da necessidade de respeito ao meio social, político e econômico, assim como a adaptabilidade às características de cada unidade de negócios. As políticas de responsabilidade social constituem um fator importante na formação do espírito de Grupo, razão pela qual, desde sua fase inicial, são concebidas como políticas flexíveis e adaptáveis, passíveis de aplicação em todo o âmbito de operações do Grupo Telefônica.

c) Relação com os grupos de interesse *(stakeholders)*

O conglomerado trabalha com um enfoque em múltiplos grupos de interesse e entende a gestão da responsabilidade social como o resultado da combinação de crescimento econômico e satisfação das expectativas de todos esses grupos. Para conhecer os interesses e preocupações de cada um, o Grupo Telefônica mantém uma política de ouvir os *stakeholders*, por meio de diferentes órgãos e associações que os representam.

A presença e institucional, sua participação pró-ativa em iniciativas públicas e privadas, nas quais são debatidas responsabilidade e reputação corporativa, são os principais canais de captação de informações. O Grupo Telefônica está presente em vários organismos, que contam com a participação

de representantes de procedência diversificada: acadêmicos, associações empresariais, terceiro setor, sindicatos, sociedade civil, pontos de encontro em geral entre a empresa e os representantes dos vários grupos de interessados.

Segue uma descrição das atividades de responsabilidade social mais significativas das quais o Grupo Telefônica vem participando nos últimos anos:

Iniciativas internacionais

- ***Pacto Mundial das Nações Unidas:*** O Grupo Telefônica é uma empresa signatária do Pacto Mundial desde março de 2002. Além disso, o Grupo participou com a apresentação de dois casos práticos no III Learning Forum do Pacto Mundial, celebrado em dezembro de 2003 em Belo Horizonte.

- ***União Européia:*** O Grupo Telefônica realizou duas apresentações em Bruxelas em 2003, expondo seu Modelo de Gestão de Reputação e Responsabilidade Social no "European Multistakeholders Forum", analisando o processo de preparação de seu Relatório de Responsabilidade Corporativa perante um grupo de especialistas em medição de ativos intangíveis.

- ***Global Reporting Initiative:*** As Diretrizes GRI constituem um marco internacionalmente reconhecido na medição e comunicação das atividades das empresas. Desde março de 2003, o Subdiretor Geral de Reputação e Responsabilidade Social Corporativa da Telefónica S.A. é Membro do Conselho de Partes Interessadas do GRI.

- ***International Chamber of Commerce (ICC):*** O Grupo Telefônica participa dos grupos de estudo de Responsabilidade Social e Combate à Corrupção. Durante o ano de 2003, houve progressos desses grupos nas questões de cooperação e acompanhamento das atividades de outras iniciativas, tais como a Convenção Anticorrupção das Nações Unidas ou a presença do Conselho Consultor em Responsabilidade Social Corporativa da ISO (International Organization for Standardization).

- ***Global e-Sustainability Initiative (GeSI):*** A Telefônica juntou-se, em 2002, a esta iniciativa que, impulsionada pela UNEP (Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas) e pela UIT (União Internacional de Telecomunicações), reúne os fabricantes e operadores do setor de tecnologias de informação, com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável.

- ***European Telecommunication Network Operators (ETNO):*** O conglomerado está presente no Grupo de Trabalho sobre Sustentabilidade, que em 2003 ampliou sua Declaração Ambiental a uma Declaração de Sustentabilidade. O Grupo Telefônica promoveu em Madri a última reunião do Grupo de Trabalho em que participaram representantes de 14 operadoras européias.

- ***Reputation Institute:*** Desde 2002, a Telefónica S.A. é afiliada ao Reputation Institute, instituição acadêmica norte-americana pioneira no estudo de tendências empresariais de comunicações, ética, reputação, responsabilidade, identidade e governança corporativa.

- ***Dow Jones Sustainability Index (DJSI):*** O Grupo Telefônica foi incluído, em agosto de 2004, nos índices de sustentabilidade DJSI, importante indicador de referência internacional em termos de responsabilidade empresarial e governança corporativa.

Iniciativas no Brasil

- ***Instituto Ethos:*** o Grupo Telefônica é associado ao Instituto Ethos de Responsabilidade Social, principal ONG brasileira que promove o exercício socioambiental corporativo no Brasil no seu sentido mais amplo, tal como entendido neste Informe de Responsabilidade Corporativa.

Capa do segundo Informe Anual de Responsabilidade Corporativa da Telefónica S.A., publicado em abril de 2004

- ***Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social:*** o presidente do Grupo Telefônica no Brasil, Fernando Xavier Ferreira, é membro do Conselho, criado em fevereiro de 2003 com função de assessorar o Presidente da República na formulação de políticas e diretrizes sociais. O CDES é presidido pelo Presidente da República e tem entre seus membros representantes do Governo Federal e da Sociedade Civil.

- ***Gife (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas):*** associação civil sem fins lucrativos que reúne empresas, institutos e fundações de origem empresarial, entre elas a Fundação Telefônica, dedicados ao investimento social e cultural privado. O Gife participa ativamente de discussões do terceiro setor, com grupos temáticos das áreas de educação, cultura, desenvolvimento comunitário, entre outros.

- ***Movimento Nacional pela Cidadania e Solidariedade:*** em 2004, o Grupo Telefônica apoiou a criação do Movimento Nacional pela Cidadania e Solidariedade, iniciativa de um grupo de empresas e ONGs para promover o cumprimento dos Objetivos do Milênio, estabelecidos por 190 países na Conferência da ONU em 2000.

Por estas e por outras vias, o Grupo Telefônica recebe a opinião e toma conhecimento das expectativas de diferentes setores da sociedade, partilhando seus modelos de gestão com o público em geral e especializado em aspectos sociais e ambientais da atividade empresarial.

d) Relação com os grupos de interesse

O Grupo implementou, em 2003, mais de 30 projetos segmentados por áreas de gestão, cujos objetivos consistem em conferir à responsabilidade empresarial um caráter transversal e impregnar sua gestão em todos os níveis organizacionais. Dessa forma, procura-se um equilíbrio na relação com todos os grupos de interesse.

Nesse sentido, para garantir que todas as políticas se concentrem na busca por esse equilíbrio, o Grupo Telefônica implementou um Comitê de Responsabilidade Social Corporativa, que congrega todas as áreas envolvidas na gestão das relações com diferentes grupos de interesse, assim como as principais linhas de negócios. O principal objetivo deste comitê consiste em reunir iniciativas e sinergias, aumentando a contribuição de valor social ao Grupo.

e) Transparência das informações

O Informe de Responsabilidade Corporativa da Telefónica S.A., que já teve duas edições publicadas e que reúne todas as informações sobre as atividades de responsabilidade social do Grupo no mundo em relação a todos os grupos de interesse, é a concretização do compromisso com a transparência das informações.

Para a preparação desse Relatório Anual de Responsabilidade Corporativa, a Telefónica S.A. realizou uma análise prévia voltada para a identificação dos indicadores exigidos pelos principais interessados. Uma vez publicada a primeira edição, foram mantidas diversas reuniões para troca de idéias sobre seu conteúdo, para a obtenção de sugestões, em sua maior parte levadas em conta na preparação desta edição. No exercício de 2003, foi implementado um Sistema Integrado de Informações de Responsabilidade Corporativa, que incorpora os processos de informações financeiras do Grupo Telefônica, dados e indicadores referentes à responsabilidade empresarial.

O presente Informe de Responsabilidade Corporativa é resultado de um levantamento semelhante feito no Brasil, consolidando as atividades locais.

03 PRESENÇA INSTITUCIONAL

Como um conglomerado líder em telecomunicações, a cada ano, em cada um dos países em que está presente, o Grupo Telefônica mantém uma presença institucional importante em

"Mestres do Modernismo", a mais recente exposição patrocinada pelo Grupo Telefônica, permanecerá por um ano na Estação Pinacoteca (SP), até julho de 2005

Exposição "Gaudí" (2004): maior média de público na história do Instituto Tomie Ohtake (SP)

todos os campos de sua atuação. Nesta seção, encontra-se um resumo de suas atividades de patrocínio, conferências ou cooperação com organismos internacionais.

a) Patrocínios

O Grupo Telefônica está institucionalmente presente em inúmeras atividades da sociedade por meio do patrocínio de atividades esportivas, culturais e sociais ou de outro tipo. No total, durante o ano de 2003, foram patrocinadas 54 iniciativas, atingindo um público de cerca de 740 mil pessoas.

Um dos focos dos patrocínios institucionais do Grupo Telefônica no Brasil é a divulgação, para o grande público, do trabalho de artistas plásticos notáveis, brasileiros e estrangeiros. Desde 1999, o Grupo Telefônica já patrocinou nove grandes exposições de artes plásticas no País, todas elas com número de visitantes recorde. Além disso, o Grupo Telefônica bancou a edição de três livros de grandes pintores, *Cícero Dias – Uma Vida pela Pintura* (2001), *Rugendas e o Brasil* (2002) e *Cândido Portinari – O Lavrador de Quadros* (2003). No total, o grupo empresarial investiu mais de R$ 10 milhões na divulgação das artes plásticas no Brasil.

Estes números mostram a clara opção do Grupo Telefônica em favor da popularização das artes plásticas, dentro das iniciativas no setor de Cultura. No total, incluindo apoios, como o patrocínio das temporadas da Sociedade de Cultura Artística de São Paulo nos últimos cinco anos, e o investimento de R$ 1 milhão na reforma da antiga Estação Júlio Prestes (atual Sala São Paulo), o investimento do conglomerado na área cultural atinge os R$ 16 milhões.

A primeira grande exposição de arte patrocinada pelo Grupo Telefônica no Brasil foi "Raoul Dufy, o Pintor da Vida Moderna" (MAM-SP, 1999). No mesmo ano, grandes filas se formaram para assistir "Picasso – Anos de Guerra", no MASP. Em 2000, o Grupo Telefônica trouxe ao Museu Nacional de Belas Artes, no Rio de Janeiro, "Esplendores de Espanha – De El Greco a Velazquez". Em 2001, investiu US$ 2 milhões para trazer à Pinacoteca do Estado de São Paulo a exposição "De Picasso a Barceló", com obras de 73 artistas plásticos contemporâneos. Foi o maior sucesso de público da história da Pinacoteca, com 170 mil visitantes, superando o recorde anterior do museu, registrado seis anos antes, com as 150 mil pessoas que foram ver a primeira exposição de esculturas do francês Auguste Rodin no Brasil.

Também em 2001, o Grupo Telefônica patrocinou a volta da obra do escultor francês ao País, ainda na Pinacoteca do Estado, com "Rodin – A Porta do Inferno". Em 2002, outra exposição patrocinada pelo Grupo Telefônica, "Imagens do Brasil – 80 Anos de Modernismo", que reunia as coleções Nemirovsky e Cisneros, bateu o recorde de público em exposições de arte brasileira realizadas no MAM.

Em 2003, o Grupo Telefônica patrocinou a exposição "Portinari 100 anos: Alegorias do Brasil", realizada no MAM-SP, entre julho e setembro. Com curadoria de Tadeu Chiarelli, a mostra reuniu 30 obras, pertencentes a colecionadores, museus e instituições de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Buenos Aires, todas elas dos anos 30 e 40 do século XX, um dos melhores períodos da obra de Cândido Portinari. A exposição "Gaudí – A Busca da Forma", realizada em 2004, foi o último grande patrocínio cultural do Grupo Telefônica no País. Esta exposição foi recordista de público na história do Instituto Tomie Ohtake em São Paulo, onde permaneceu durante 50 dias. O afluxo de visitantes (36 mil pessoas por dia) superou até mesmo a exposição com obras da própria artista que dá nome ao instituto, que registrou média diária de 33 mil pessoas.

A mais recente exposição patrocinada pelo Grupo Telefônica é "Mestres do Modernismo", desde agosto de 2004 na Estação Pinacoteca, em São

Jovens do coral do Projeto Guri em recital. O Grupo Telefônica patrocina o Pólo Júlio Prestes do projeto, que une cultura e ação social

Paulo. Até o final deste ano, o Grupo Telefônica lançará seu quarto livro de arte, sobre a obra e vida do escultor Victor Brecheret.

Outra iniciativa relevante, que une cultura e projeto social, é o patrocínio, pelo Grupo Telefônica, desde 2001, do Pólo Júlio Prestes, do Projeto Guri. O objetivo do projeto é ensinar música para crianças e adolescentes que vivem em áreas carentes e promover a sua integração social. Por meio da participação em grupos musicais, orquestras-escolas e corais, jovens de 8 a 19 anos têm a possibilidade de criar e viver em sociedade. Mantido desde 1995 pela Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, o Projeto Guri reúne 108 pólos em todo o Estado. Somente o Pólo Júlio Prestes, apoiado pelo Grupo Telefônica, reúne 590 jovens.

b) Fóruns, conferências e seminários

A presença em fóruns e conferências internacionais, sobretudo nos relativos ao desenvolvimento do setor de telecomunicações, desenvolvimento econômico e sociedade de informação, é uma outra área de atuação institucional do Grupo Telefônica.

Durante o exercício de 2003, o Grupo Telefônica patrocinou no Brasil um total de 44 fóruns, conferências e seminários, direcionados principalmente para debates relacionados ao setor de telecomunicações e tecnologia, e também eventos organizados por entidades de classe e associações profissionais de relacionamento com as empresas do Grupo.

c) Colaboração com organismos internacionais

O Grupo Telefônica colabora com associações e organismos de prestígio e representatividade em todo o mundo. As principais associações e fóruns em que o Grupo Telefônica está presente são aqueles relacionados às telecomunicações, sobretudo na área de influência da empresa (Europa e América Latina).

04 A MARCA COMO VÍNCULO COM OS GRUPOS DE INTERESSE

A marca do Grupo Telefônica é o eixo central para transmitir a proposta de valor da empresa a seus diferentes públicos:

- Dedicar todos os seus recursos e experiência para a satisfação das necessidades de seus clientes.
- Converter os avanços tecnológicos em soluções de comunicação acessíveis, que facilitem uma forma de vida melhor para as pessoas, residências e empresas.
- Obter a confiança de seus clientes, empregados, acionistas, fornecedores, mídia e do conjunto da sociedade brasileira, por meio do cumprimento dos compromissos.
- Contribuir para o desenvolvimento sustentável das sociedades em que atua.
- Manter presença institucional expressiva, condizente com sua dimensão empresarial.

A grande transformação relativa à marca do Grupo Telefônica foi o lançamento oficial de sua nova logomarca em novembro de 1998, em São Paulo. A identidade atual então lançada, após a estréia no Brasil para implementação progressiva nos demais mercados, não era simplesmente uma mudança, e sim um símbolo da mudança. O logotipo reflete a visão de crescimento, solidez e força da empresa. No mesmo dia do lançamento da nova logomarca, a Telefônica SP mobilizou equipes durante a madrugada para trocar as cúpulas dos telefones públicos ("orelhões") nas principais ruas e avenidas da cidade de São Paulo, utilizando a cor verde ao fundo e a logomarca em azul. Essa ação marcou o início da transição da marca no Brasil.

Em seguida, a empresa iniciou a mudança em todos os materiais que utiliza: papelaria interna e

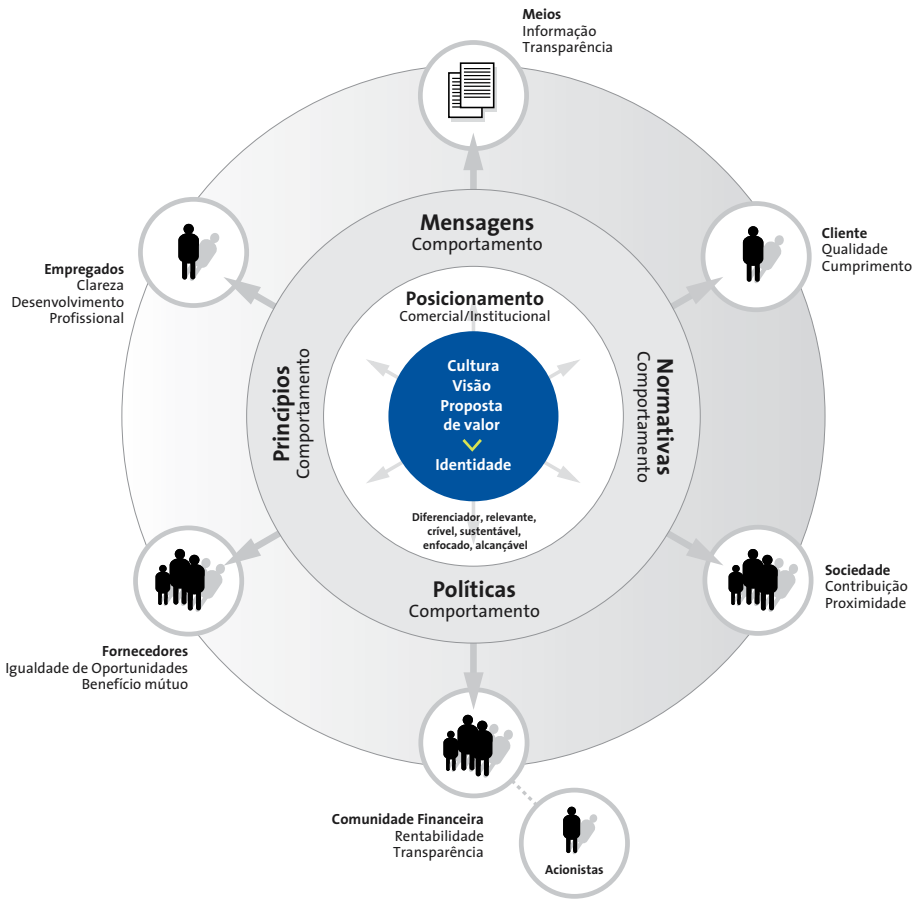
Algumas associações internacionais nas quais o Grupo Telefônica está presente:

- AHCIET (Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicación)
- ASETA (Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de la Comunidad Andina)
- BRT (Brussels Round Table)
- CITEL (Comisión Interamericana de Telecomunicaciones)
- EIF (European Investment Fund)
- ERG (European Regulators' Group)
- ERT (European Round Table of Industrialists)
- ESF (European Services Forum)
- ETP (European Telecommunications Platform)
- ETNO (European Telecommunications Network Operators)
- ETSI (European Telecom Standards Institute)
- EURESCOM (European Institute for Research and Strategic Studies in Telecommunications)
- GBDe (Global Business Dialogue on e-commerce)
- GeSI (Global e-Sustainability Initiative)
- GSMa-GSMe (GSM Association - GSM Europe)
- ICANN (Internet Corporation for Asigned Names and Numbers)
- ICC (International Chamber of Commerce)
- MEBF (Mercosur European Union Business Forum)
- TABD (TransAtlantic Business Forum)
- UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones)
- 3GPP (3rd Generation Partnership Project)

Algumas associações e entidades nas quais o Grupo Telefônica mantém representação no Brasil:

- AACD – Associação de Assistência à Criança Deficiente
- ABDIB – Associação Brasileira da Infra-estrutura e Indústrias de Base
- ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil
- CDES – Comitê de Desenvolvimento Econômico e Social
- CEAL – Conselho Empresarial da América Latina
- COPS – Comitê de Orientação Política e Social – FIESP
- Fórum de Líderes – Gazeta Mercantil
- Fundação Dom Cabral
- GIIC – Global Information Infrastructure Commission – GIIC
- IEDI – Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial
- Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social
- Instituto Talento Brasil
- LAAC – Latin America Advisory Council
- SCA – Sociedade de Cultura Artística
- TELEBRASIL – Associação Brasileira de Telecomunicações
- ABERJE – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial
- Cámara Oficial Española de Comercio em Brasil
- Instituto Roberto Simonsen – FIESP
- AMCHAM – Câmara Americana de Comércio
- COTRI – Conselho de Orientação Técnica em Relações Industriais - CIESP
- BRISA – Sociedade para o Desenvolvimento da Tecnologia da Informação
- ABRAFIX – Associação Brasileira de Telefonia Fixa
- Fundação SISTEL de Seguridade Social
- ABT – Associação Brasileira de Telemarketing
- ABRAREC – Associação Brasileira das Relações entre Empresas e Clientes
- Fundação ABRINQ
- Fundação ONCOCENTRO de São Paulo
- Fundação Roberto Marinho
- Instituto AKATU
- NAS – Núcleo de Ação Social da FIESP
- FEDERASUL – Federação do Comércio do Rio Grande do Sul
- Câmara de Comércio Ítalo Brasileira de São Paulo
- Fundação Centro de Pesquisa e Desenvolvimento – CPqD
- IBEF – Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças
- ABRANET – Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações da Rede Internet
- CTE – Comitê de Transferência de Especialização – Fundação Dom Cabral
- APAR – Associação Paulista de Administração de Recursos Humanos – Seccional Campinas
- OSAC do Brasil – Overseas Security Advisory Council
- CEATS – Centro de Empreendedorismo e Administração do Terceiro Setor da Fundação Instituto de Administração, ligada à Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo

A MARCA COMO VÍNCULO COM OS GRUPOS DE INTERESSE



externa, material de publicidade, mídia, material comercial e institucional, interiores, uniformes dos técnicos, frota de veículos, tampas de caixas subterrâneas etc.

Com isso, ao final do primeiro semestre desse mesmo ano, a nova logomarca já estava sendo utilizada em todos os materiais da empresa. Até aquele momento, as cores (pantones) utilizadas na logomarca não eram utilizadas no Brasil. Com a demanda elevada gerada pelo Grupo Telefônica, o verde e o azul passaram a fazer parte da cartela de cores dos principais fornecedores brasileiros.

Novembro de 1998: surge a nova marca mundial do Grupo Telefônica, lançada no Brasil

Grupo Telefônica: marca transforma-se em garantia para os clientes

O Grupo Telefônica está empreendendo uma profunda transformação em seu modelo de gestão, passando de conglomerado bastante focado em produtos para um Grupo voltado para o cliente. O cliente é o centro de suas atividades, ponto-chave de sua estratégia, força-motriz de sua organização e principal fonte de receitas para o negócio. Esta é a essência do programa "Compromisso Cliente", descrito no capítulo de Clientes (03) deste Informe.

A força e solidez de sua marca no mercado permitem ao Grupo Telefônica construir relações de longo prazo com seus públicos e transmitir, de modo simples e claro, sua visão, posicionamento e valores diferenciais.

A marca do Grupo Telefônica transforma-se em garantia para os clientes, gerando uma predisposição maior para a compra e uso de seus produtos e serviços e incentivando a preferência pela companhia e a lealdade dos clientes para com o Grupo.

a) Estratégia e arquitetura da marca

A marca tem um impacto global em todas as atividades do conglomerado, tanto pelos serviços que oferece como pelas atividades que empreende de forma institucional e em todos os pontos de contato com seus grupos de interesse. Para tanto, a estratégia da marca está a serviço da estratégia do negócio, desenvolvendo-se por meio de sua arquitetura, gestão e sistemas de medição.

Uma parte fundamental dessa estratégia consiste em ouvir o cliente, entender suas inquietações, necessidades e aspirações, atribuindo-as corretamente a cada um dos mercados em que atua.

O objetivo da arquitetura da marca consiste em conferir clareza e coerência à identificação, comunicação e comercialização da oferta de produtos e serviços do Grupo a seus clientes, tanto em escala global como local. Com esses propósi-

ARQUITETURA DA MARCA TELEFÔNICA NO BRASIL

tos em mente, potencializa-se a marca corporativa e constroem-se marcas comerciais sólidas, competitivas e líderes em seus mercados.

Nessa arquitetura, a marca do Grupo Telefônica assume a posição de marca corporativa dentro da organização, estabelecendo hierarquias entre as diferentes marcas comerciais, submarcas e denominações de produtos e serviços. A hierarquização e vinculação das marcas e vinculação das marcas comerciais à marca corporativa do Grupo Telefônica têm por base o grau de associação ao negócio de operadora tradicional de telecomunicações ou o grau de vinculação que, por razões estratégicas, societárias ou regulatórias, possa ser estabelecido com uma empresa do Grupo.

b) Gestão da marca dirigida ao cliente

A Gestão da Marca concentra-se no objetivo de aumentar o valor dos ativos mais preciosos para a empresa – sua marca – assegurando assim sua consistência e coerência em cada um dos pontos de contato com seus públicos. Esse objetivo requer um sistema de gestão do *portfolio* das marcas, a preparação de diretrizes e normas e o uso de ferramentas de medição da solidez da marca, bem como da validade e eficácia das mensagens.

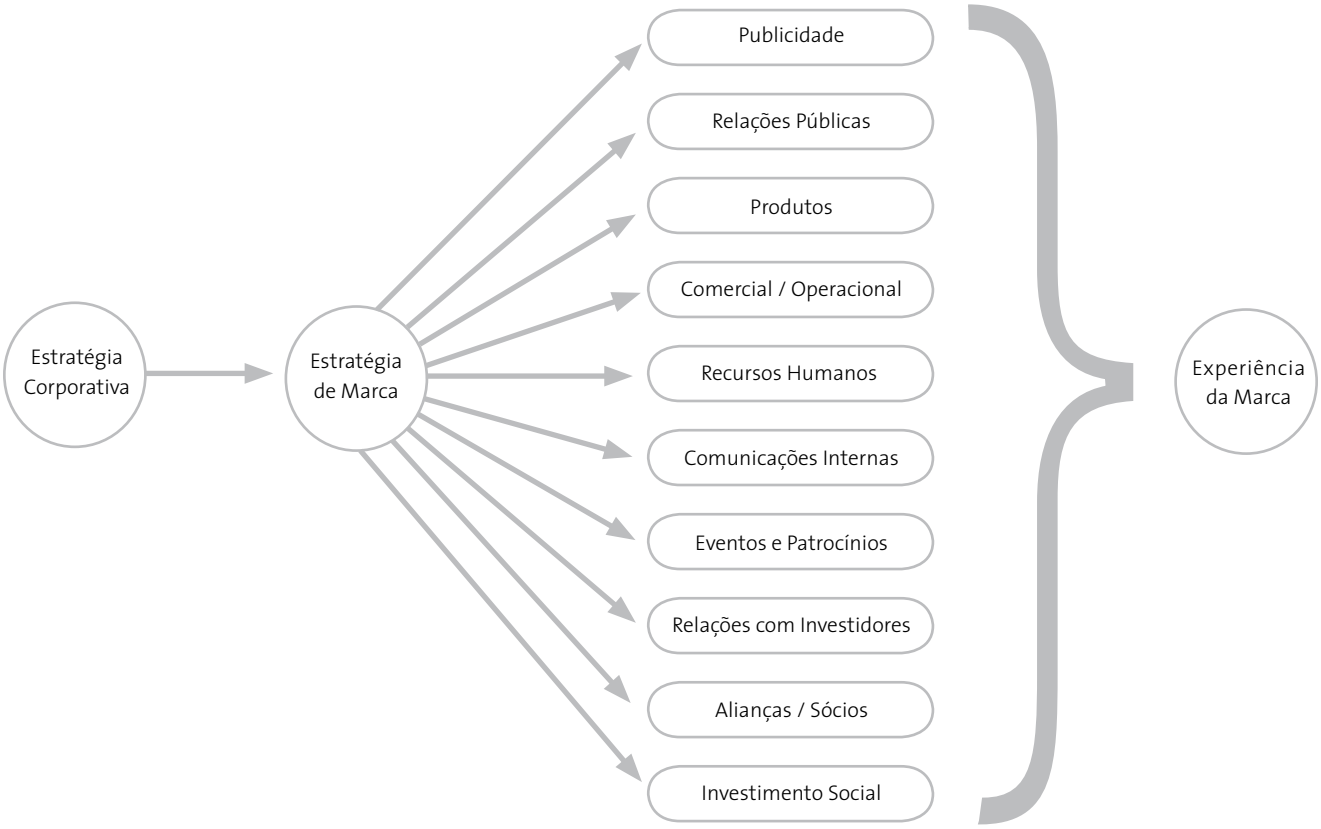
O Grupo Telefônica desenvolveu um conjunto de ferramentas de gestão e análise das informações comum a todas as linhas de negócios e países, com a finalidade de realizar acompanhamento e controle permanentes e sistemáticos da notoriedade, imagem, satisfação e afinidade de suas marcas com seus diferentes públicos.

Uma marca forte e com posição sólida no mercado permite estabelecer menores custos de captação de novos clientes e a manutenção dos já existentes, margens de distribuição mais baixas e ampliação das linhas de produto sob uma mesma marca com menores investimentos. Segundo as estimativas da Telefônica em 2003, suas marcas comerciais no Brasil contribuíram em cerca de 13% para a geração de receitas.

As marcas do Grupo Telefônica estão entre as mais lembradas em alguns estudos feitos no Brasil:

- O Grupo Telefônica foi a marca mais lembrada pelos brasileiros na categoria "serviços de telefonia", segundo pesquisa realizada por associações de publicidade e mídia do Brasil em fevereiro de 2002. A pesquisa, chamada de "Marcas do seu Coração", consultou 2,5 milhões de pessoas em todo o País por meio de cupons publicados nos veículos impressos filiados à Associação Nacional de Jornais (ANJ) e Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner).

ESTRATÉGIA DE MARCA E ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO



Em 2003, a carteira de marcas e domínios do Grupo Telefônica no mundo superava os

15.500

registros de marca

No Brasil, o Grupo Telefônica tem

822

marcas registradas

- A edição de setembro de 2003 da *InfoExame* divulgou a Pesquisa Info de Marcas 2003, na qual os assinantes da revista elegem as marcas de tecnologia em que se pode confiar. O Terra aparece entre os eleitos da categoria "Provedores de Banda Estreita", considerado excelente por 34% dos assinantes e bom por 45% deles. O Terra Messenger também aparece entre as Mensagens Instantâneas indicadas com avaliação excelente e boa por 54% dos eleitores.

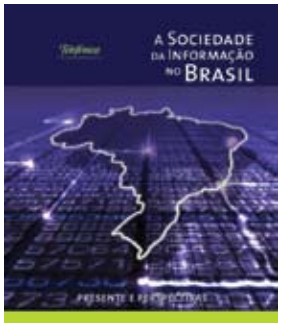
05 PESQUISA, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

No começo de 2003, o Grupo Telefônica anunciou o início das atividades da Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD) no Brasil, um centro de excelência em pesquisa e desenvolvimento dedicado a desenvolver soluções inovadoras em produtos, serviços e sistemas para as empresas do conglomerado em todo o mundo. Marcando o lançamento da TPD no Brasil, o Grupo Telefônica no Brasil apresentou o livro *A Sociedade da Informação no Brasil*, o mais completo levantamento já feito no País sobre o acesso da sociedade ao conhecimento através da tecnologia. A obra dá continuidade a estudos similares produzidos pelo Grupo Telefônica sobre as sociedades espanhola e européia, estudos que se tornaram referência obrigatória entre autoridades e especialistas no tema em todo o mundo.

As linhas de negócios também investem em pesquisa e desenvolvimento para oferecer novos produtos e serviços e aprimorar o atendimento oferecido a seus clientes. Na Telefônica SP, por exemplo, a área de Planejamento Estratégico é responsável pelo desenvolvimento de novos produtos tanto para o mercado residencial quanto corporativo. Entre o início de 2003 e o primeiro semestre de 2004, oito novos produtos passaram a ser oferecidos aos clientes da operadora. Entre eles, estão a Secretária Digital e o *Speedy Wi-Fi*.

Além disso, a operadora de telefonia fixa também tem ampliado consideravelmente o investimento para desenvolver sistemas que possibilitem oferecer melhorias no atendimento aos clientes. De 2002 para 2003, esse investimento aumentou mais de dez vezes.

O Grupo Telefônica no Brasil mantém um relacionamento próximo com universidades, apoiando projetos e oferecendo oportunidades para estudantes universitários. Entre essas ações desenvolvidas em conjunto com universidades, estão:



O livro "A Sociedade da Informação no Brasil", editado pelo Grupo Telefônica, o mais completo levantamento sobre o acesso dos brasileiros à tecnologia da informação

- **Prêmio Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento**

  Lançado em novembro de 2003 em três universidades (Universidade de São Paulo - USP, Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP e Universidade de Mauá), tem como objetivo estimular e recompensar a iniciativa e esforço inovador dos alunos de cursos de telecomunicações, informática e afins.

  O tema da primeira edição do prêmio foi "Novos Produtos e Serviços para Telecomunicações e Tecnologias da Informação".

- **Conexão Universidade**

  É um programa que busca estreitar o relacionamento com as universidades que mais preparam profissionais para o Grupo Telefônica.

  O objetivo é encontrar estudantes de grande potencial para estagiar nas empresas do Grupo para, futuramente, poder contar com esses profissionais em seu quadro de empregados.

  Por meio desse programa, executivos do Grupo vão às universidades para participar de palestras e debates e estudantes visitam os centros de excelência do Grupo (como o Centro de Operações e Supervisão – CEOS, da Telefônica SP e o Telefônica Data Center – TIC, mantido pela Telefônica Empresas).

- **Summer Job**

  Desde 2002, a área de Recursos Humanos do Grupo Telefônica tem recrutado estudantes brasileiros de MBA em entidades de primeira linha na Europa e Estados Unidos com objetivo de oferecer estágio (summer job - junho, julho e agosto) e também admitir esses profissionais em posição estratégica ao final do curso.

03

Clientes: qualidade e cumprimento

01 Uma organização 100% voltada para o cliente

- O Grupo Telefônica: voltado para o cliente
- Nosso programa no Brasil: "Compromisso Cliente"

COMPROMISSO CLIENTE

02 Nossos compromissos com o cliente

- Liderança no desenvolvimento de banda larga
- Serviços de valor agregado
- Fidelização dos clientes
- Satisfação do cliente

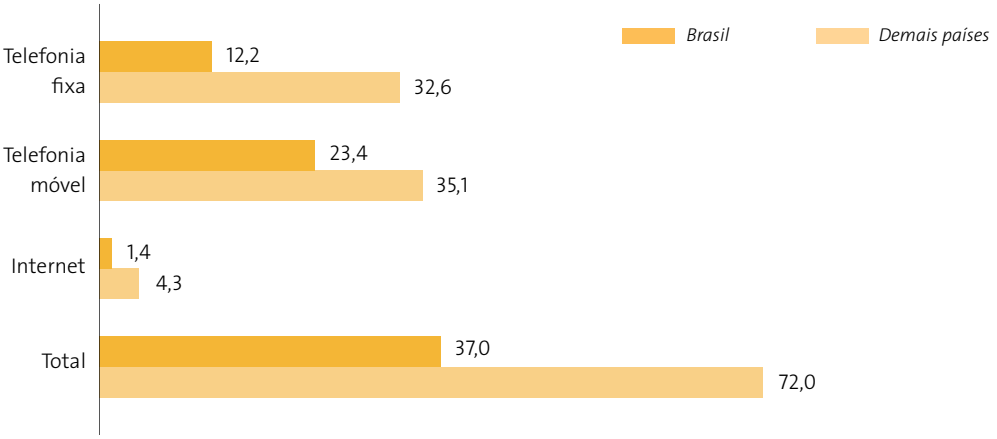
67%
dos clientes da Telefônica SP estão satisfeitos com a empresa, segundo pesquisa

03 Nossos meios para alcançar esses objetivos

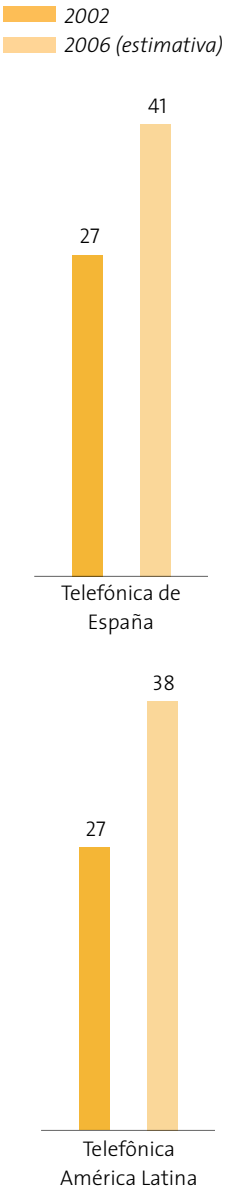
- Profundo conhecimento dos clientes
- Confiabilidade dos serviços
- Coerência na gestão

A Telefônica SP recebeu
325
milhões de chamadas de clientes em 2003

DISTRIBUIÇÃO DE CLIENTES DO GRUPO TELEFÔNICA EM JUNHO DE 2004
(Dados de julho de 2004, em milhares de clientes)



EVOLUÇÃO DA EQUIPE COMERCIAL DAS OPERADORAS FIXAS
(Dados em porcentagem da equipe com função comercial)



01 UMA ORGANIZAÇÃO 100% VOLTADA PARA O CLIENTE

a) O Grupo Telefônica: voltado para o cliente

No fim do ano de 2003, o Grupo Telefônica havia conquistado a confiança de mais de 100 milhões de clientes em todo o mundo, consolidando-se como a operadora líder nos mercados de língua espanhola e portuguesa. Destes, mais do que um terço é de clientes brasileiros, tanto de telefonia fixa como de telefonia móvel.

Uma importante mudança estrutural está ocorrendo hoje no setor de telecomunicações em todo o mundo, impulsionada fundamentalmente por:

- Novas necessidades dos clientes, expressas em uma crescente demanda de serviços e aplicações em banda larga.
- Modificação do marco competitivo, caracterizada por mais maturidade do mercado, intensificação da concorrência e ampliação da cadeia de valor.
- Novas tecnologias que são incorporadas aos serviços e modificam os hábitos dos consumidores.

Nesse contexto, o desafio do Grupo Telefônica consiste em transformar sua tecnologia em soluções e serviços acessíveis, que comportem benefícios claros e relevantes para o cliente. É imprescindível conhecer em detalhes as necessidades reais dos clientes e cumprir os compromissos assumidos, construindo assim uma relação baseada em confiança.

Em 2003, o Grupo Telefônica modificou sua estrutura operacional para transformar de vez o cliente em elemento central de suas atividades. O objetivo é transformar o Grupo em uma organização comercial, evoluindo de um modelo de companhia em grande parte centrada no produto para um grupo integrado, concentrado em quatro grandes segmentos comerciais: pessoal, local, pequenas e médias empresas (PMEs) e grandes corporações/administrações, nos quais organizará e fortalecerá suas atividades comerciais.

Nessa linha, a Telefônica da América Latina apresentou, em 2004, seu programa "Compromisso Cliente", com o objetivo de transformar as operadoras de telefonia fixa do Brasil, Argentina, Chile e Peru em organizações cada vez mais centralizadas no cliente. Outras empresas do Grupo, como a própria Telefónica de España, também estão desenvolvendo programas similares desde o ano de 2004.

b) Nosso programa no Brasil: "Compromisso Cliente"

O programa "Compromisso Cliente" foi lançado em março de 2004 pelo presidente mundial do Grupo Telefônica, César Alierta, em um encontro realizado em São Paulo com 1.300 executivos de todos os países da América Latina. Para conseguir transformar o conjunto das empresas de telefonia fixa do Grupo em uma operação 100% voltada para o cliente, o programa envolverá todos os empregados na região, por meio de quatro grandes programas nas áreas de Formação, Gestão de Talento, Gestão de Conhecimento e Mudança Cultural.

Uma meta tão abrangente como a transformação do Grupo deve ser sustentada em objetivos mais concretos. Por essa razão, foram definidos quatro grandes objetivos:

1. Liderança na expansão dos serviços de banda larga no Brasil.
2. Popularização de serviços de valor agregado para clientes de telefonia tradicional.
3. Fidelização de nossos clientes.
4. Satisfação do cliente.

Compromisso Cliente Está em suas mãos Telefônica

Além de projetos específicos para desenvolver cada um desses quatro objetivos, o Grupo Telefônica instituiu três grandes linhas de trabalho que respaldam todo esse processo de transformação:conhecimento profundo dos clientes, confiabilidade do serviço oferecido e coerência na gestão do negócio.

Alguns destes programas já vêm sendo desenvolvidos pelo Grupo Telefônica desde o início de suas operações no Brasil, outros são adaptações de iniciativas em curso e outros são totalmente inovadores.

A ação combinada de todos, sobre a base do desenvolvimento de uma cultura corporativa, capacidade e processos de gestão, permitirá enfocar todas as atividades do Grupo para o cliente.

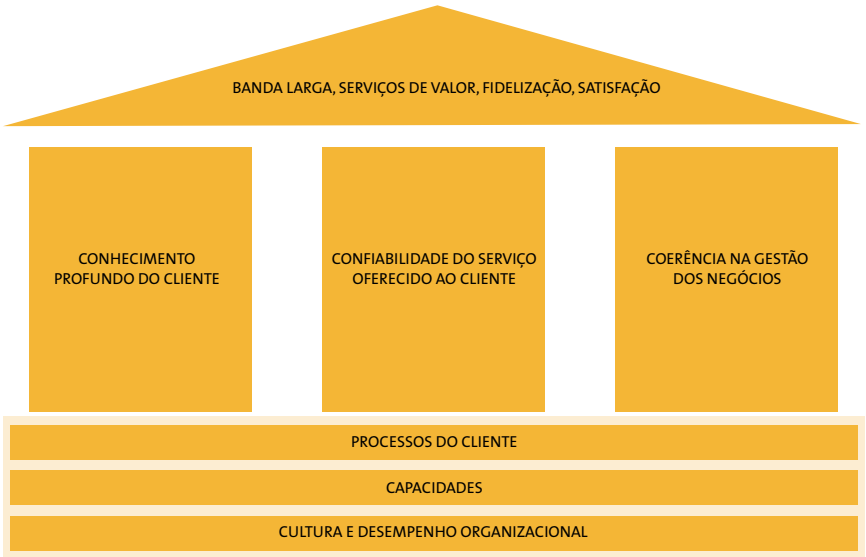
02 NOSSOS COMPROMISSOS COM O CLIENTE

a) Liderança no desenvolvimento de banda larga

Desde que a Telefônica SP começou a oferecer seu serviço de Internet de banda larga, desenvolveram-se numerosas iniciativas para popularizar o serviço. Como resultado, o número de linhas *Speedy* superou a marca de 600 mil assinantes em junho de 2004. A banda larga vem se popularizando em conseqüência da expansão da cobertura do serviço *Speedy* em rede de telefonia fixa e da melhoria nos parâmetros de eficácia de sua instalação.

Além da atuação do Grupo Telefônica na banda larga, a Telefônica Assist lançou em julho de 2003 em 164 municípios o provedor gratuito de acesso à Internet discada (*dial up*) *iTelefônica*.

ESTRUTURA DO PROGRAMA "COMPROMISSO CLIENTE"



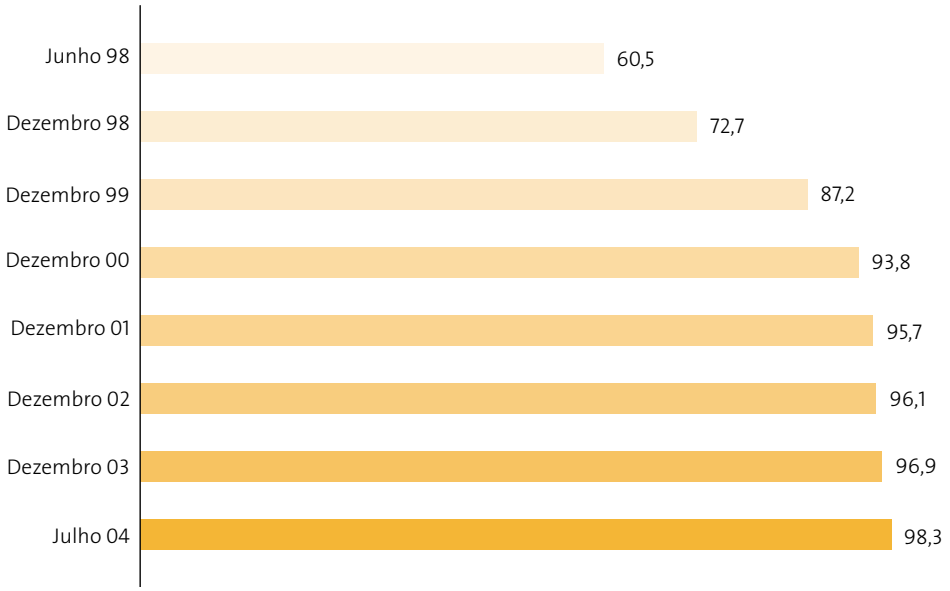
COBERTURA DE BANDA LARGA (JUL/2004)
(Dados em porcentagem)

Rede fixa com cobertura de serviço *Speedy*

INICIATIVAS DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL PARA POPULARIZAR A BANDA LARGA

Data	Iniciativa
Janeiro 2000	Telefônica SP lança comercialmente o *Speedy*, conexão à Internet em banda larga baseada na tecnologia ADSL, disponível em três velocidades diferentes (256 Kbps, 512 Kbps e 2 Mbps) e nas versões residencial e corporativa. Em setembro do mesmo ano, o serviço já estava disponível em oito municípios da Grande São Paulo e 24 cidades do interior do Estado.
Outubro 2000	A Telefônica Empresas dá início à instalação de 51 anéis ópticos (19 na área metropolitana de São Paulo e 32 no restante do Estado) para conectar em banda larga mil edifícios comerciais que concentram pequenas e médias empresas.
Março 2001	A Telefônica Empresas lança o serviço *Speedy Link*, por meio do qual oferece soluções de banda larga e passagem à Internet por meio da rede IP a mais de 70 provedores de acesso à Internet no Estado de São Paulo.
Maio 2001	Nos prêmios iBest, a campanha publicitária "*Speedy Velocidade Máxima na Internet*" foi reconhecida como uma das três melhores da web. O centro de teleatendimento do *Speedy* obtém o certificado de qualidade ISO 9002, em cujo processo participaram mais de 400 teleoperadores.
Outubro 2001	*Speedy* é a marca mais conhecida de acesso à Internet de alta velocidade, segundo a pesquisa "Top of Mind" do Instituto Datafolha.
Novembro 2002	Lançamento de um kit de auto-instalação, que permitia a ativação do serviço *Speedy* diretamente pelo usuário e com o apoio de um helpdesk.
Setembro 2003	Telefônica SP apresenta o *Novo Speedy*, que exigiu investimentos de 20 milhões de reais para sua implementação. Este serviço oferece como velocidade de referência 450 Kbps (75% a mais que a versão 256 Kbps e praticamente pelo mesmo preço). Além disso, o "Acelerador *Speedy*" permite obter velocidades mais elevadas, de até 1Mbps, para trabalhos específicos (banda *on demand*). O *portfolio* do *Novo Speedy* tem uma versão especial para condomínios verticais, com vantagem de oferecer a mesma qualidade do serviço individual a preço mais baixo.
Outubro 2003	Terra lança o serviço *Wi-Fi* em todo Brasil, oferecendo acesso semifixo à Internet de alta velocidade a todos seus clientes.
Novembro 2003	Telefônica SP oferece acesso rápido à Internet por meio de telefones públicos, simplesmente utilizando um cartão telefônico.
Abril 2004	A Telefônica SP oferece o serviço *Speedy 128 Light*, que permite conexão permanente à Internet a baixo custo para os usuários. Este produto contemplou investimentos de 10 milhões de reais.
Junho 2004	A Telefônica Assist coloca à disposição do público o *Speedy Wi-Fi*, acesso de banda larga sem fio à Internet, presente em mais de 200 locais (*hot spots*) em 25 cidades do Estado de São Paulo. O serviço já estava em testes desde o final do ano anterior.

ÍNDICE DE DIGITALIZAÇÃO DA REDE DE TELEFONIA BÁSICA NO ESTADO DE SÃO PAULO
(Dados em porcentagem)



b) Serviços de valor agregado

A evolução das comunicações no Brasil permite que o telefone deixe de ser só uma ferramenta de transmissão de voz, desenvolvendo uma nova cultura no uso do telefone com base em novas facilidades tecnológicas que aumentam a produtividade dos clientes. Esses serviços, entre os quais merece destaque os integrantes do pacote de *Serviços Digitais,* são possíveis graças aos esforços realizados na digitalização das redes, que atingiu 98,28% do território do Estado de São Paulo em julho de 2004.

Até o final do primeiro semestre de 2004, mais de 5 milhões de um total de 12,2 milhões de clientes da Telefônica SP já tinham pelo menos um serviço digital instalado na linha telefônica. O sucesso dos serviços digitais se deve à capacidade de compatibilizar as necessidades dos clientes às da empresa, oferecendo utilidade aos usuários e possibilitando à Telefônica SP extrair maior valor de sua infra-estrutura.

Os principais serviços digitais oferecidos hoje são:

- ***Detecta:*** sucesso absoluto entre os *Serviços Digitais* da operadora, possibilita a identificação dos números de quem está chamando, protegendo a família contra trotes e ligações indesejadas. Com o *Detecta*, o cliente tem o benefício de saber quem está ligando e pode escolher se e quando vai atender as ligações. Em 2004, o serviço superou a marca de 2 milhões de clientes.

- ***Secretária Digital:*** Com formato inédito no País, a nova *Secretária Digital* armazena mensagens quando ninguém puder atender ou quando o telefone estiver ocupado, sem necessidade de aparelhos acoplados ao telefone, e ainda avisa sobre a existência de recados gravados todas as vezes que o cliente tirar o fone do gancho. Com o serviço de *Secretária Digital*, o cliente não perde recados importantes mesmo quando falta energia e as mensagens podem ser resgatadas de qualquer lugar do Brasil e também de outros países.

- ***Caixa Postal:*** serviço sem mensalidade que grava mensagens quando o telefone estiver ocupado ou caso ninguém atenda. Oferece ainda uma facilidade adicional, avisando por meio de ligações telefônicas que há mensagens gravadas.

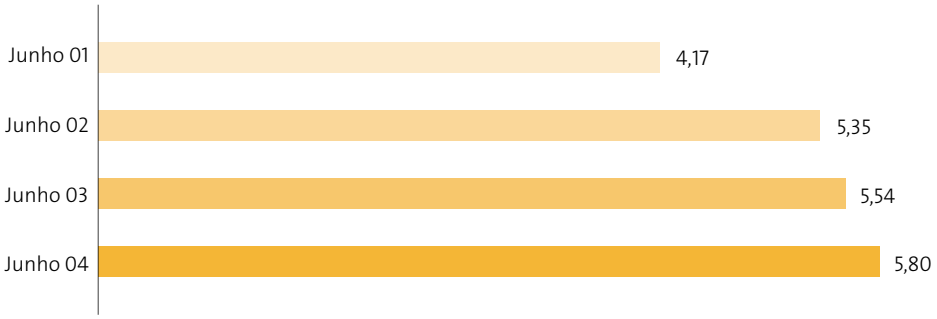
- ***Atendimento Simultâneo:*** Permite ao cliente atender uma segunda chamada sem precisar desligar a primeira e avisa, por meio de um sinal, que uma outra pessoa está tentando ligar se a linha estiver ocupada. É possível reter ou desligar a primeira ligação e atender a segunda chamada.

- ***Transferência de Chamadas:*** Permite que o cliente programe seu telefone para transferir as chamadas, locais ou interurbanas, para um outro número de telefone, evitando perda de chamadas e proporcionando liberdade de locomoção.

- ***Chamada a Três:*** Permite que o cliente retenha uma ligação, realize em seguida uma outra (sem desligar a primeira) ou interligue as duas ligações para uma conversa a três.

Além de facilitar o acesso aos serviços, a Telefônica SP também está empenhada em tornar a utilização desses serviços cada vez mais simples. Uma das iniciativas foi implantada em maio de 2004, com a criação de um número único para a programação de todos os serviços. Os clientes só precisam ligar *15 mais o número de DDD (sem

NÚMERO DE CLIENTES DA TELEFÔNICA SP COM *SERVIÇOS DIGITAIS*
(Dados em milhões de clientes)



o zero) e escolher o que deseja fazer. A programação é automática.

Além dos *Serviços Digitais*, a Telefônica SP oferece opções de consulta por telefone que facilitam a vida do cliente:

- ***130 Hora Certa:*** serviço que informa a hora oficial do Brasil e dos Estados e cidades com horário diferente de Brasília. Informa também os horários das principais cidades das Américas, Europa, Ásia e Oceania.

- ***132 Meteorologia:*** serviço que informa as condições climáticas das principais cidades de São Paulo, com boletins atualizados a cada 3 horas.

- ***134 Despertador Automático:*** serviço que permite ao usuário programar o horário que deseja ser despertado pelo toque telefônico.

A Telefônica Assist, subsidiária integral da Telefônica SP, também oferece aos clientes da operadora serviços que agregam valor à linha. Seguem alguns exemplos:

- ***Plano de Manutenção Estendida:*** oferece a possibilidade de manutenção da rede interna do cliente (serviço que, de acordo com a regulamentação brasileira, não pode ser prestado diretamente pelas operadoras de telefonia fixa).

- ***Telemergência:*** é um sistema de segurança residencial que funciona por intermédio de sensores e botões de pânico que detectam qualquer invasão, conectados a uma central de plantão 24 horas, pela linha telefônica do cliente. Em agosto de 2004 o serviço encontrava-se em fase de testes na região de Campinas.

Também o Terra passou a oferecer serviços de valor agregado (SVAs) como diferencial aos seus clientes, visando especialmente incrementar a oferta de benefícios que diferenciam o uso pago da Internet a partir da crescente oferta de acesso gratuito. Alguns dos pacotes SVAs são embutidos nos pacotes comerciais adquiridos pelos usuários, além de comercializados individualmente, tanto para quem é, como para quem não é usuário do provedor Terra.

Entre os serviços oferecidos pelo Terra estão:

- ***E-mail Protegido:*** um dos serviços com maior índice de aceitação, trata-se de uma "inteligência" adicionada ao e-mail@terra.com.br que executa as funções antivírus e anti-spam.

- ***Disco Virtual:*** bastante útil para guardar, organizar e compartilhar os arquivos via web.

- ***Álbum de Fotos:*** ferramenta com objetivo similar ao do Disco Virtual, porém específica para fotos. O usuário tem a opção de deixar suas imagens públicas ou não na Internet.

- ***Páginas Pessoais:*** serviço de hospedagem gratuita de sites para clientes Terra.

- ***Terra Mail Plus:*** serviço de e-mail que possui características adicionais àquelas disponíveis aos assinantes de acesso, como: maior capacidade, arquivamento de e-mails importantes, praticidade através da tecnologia IMAP4, segurança (*E-mail Protegido*), entre outras.

- ***Almas Gêmeas:*** serviço de relacionamentos.

c) Fidelização dos clientes

Dentro do programa "Compromisso Cliente", a Telefônica SP estabeleceu uma série de objetivos para fidelização do clientes. Entre os focos dessas iniciativas estão os clientes residenciais assinantes do *Speedy* e os clientes corporativos.

A Telefônica Empresas iniciou em fevereiro de 2003 o Projeto de Fidelização "Em Primeiro Plano", que atendeu em sua primeira fase 47 clientes/grupos empresariais (conglomerados

formados por várias empresas). Em outubro daquele mesmo ano, 80 clientes já eram contemplados com ações de comunicação diferenciadas, atendimento personalizado no pós-venda (células que concentram gestão técnica, planos de ação para melhorar o atendimento, acompanhamento do cliente através de indicadores estratégicos) e ofertas comerciais focadas no negócio do cliente.

O projeto foi concebido inicialmente com o objetivo de incrementar a receita proveniente do núcleo de maiores clientes e estimular e facilitar as vendas. Através de ações de atenção e encantamento ao cliente, estreita-se o relacionamento com a Telefônica Empresas. Dentre os resultados mais expressivos do Programa de Fidelização "Em Primeiro Plano", convém destacar o aumento da receita média dos clientes impactados pelo programa. Além disso, o projeto foi premiado pela ABEMD (Associação Brasileira de Marketing Direto) na categoria B2B – Programa de Relacionamento em Telecomunicações, Telefonia Fixa e Telefonia Celular.

d) Satisfação do cliente

A satisfação dos clientes é o objetivo prioritário do Grupo Telefônica. Por essa razão, os resultados das pesquisas de satisfação são fatores que influenciam fortemente os processos que devem ser melhorados.

Para determinar os objetivos de satisfação dos clientes, a Telefônica SP recorreu à visão que os clientes têm de uma operadora de telecomunicações. De acordo com essa visão, são três os aspectos que importam para satisfazer suas necessidades: o acesso aos serviços, seu funcionamento e, por último, a gestão das reclamações:

- O acesso inclui as fases de comercialização e prestação do serviço, compreendendo todo o processo, desde o momento em que o cliente começa a receber as informações sobre o produto até que ele lhe esteja disponível, por meio de sua ativação.
- O funcionamento inclui aspectos como a qualidade do serviço ofertado e o detalhamento periódico do consumo por meio da fatura do serviço.
- As reclamações abrangem todas as ocorrências relatadas pelos clientes e atendidas pelo Centro de Atendimento (contact center) ao Consumidor (SAC) e pelas equipes de suporte técnico.

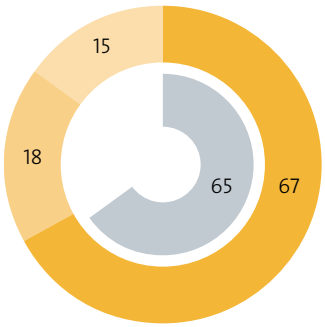
Portanto, considerando a visão que o cliente da Telefônica SP tem de cada um desses aspectos, a empresa define as ações de melhorias específicas, com a finalidade de proporcionar satisfação máxima a seus clientes.

O Tracking de Satisfação com Clientes tem o objetivo de desenvolver estudos para mensurar a satisfação dos clientes com a Telefônica SP e com a concorrência. Estes estudos permitem estabelecer Indicadores Globais de Satisfação dos Clientes convergentes com os Indicadores Operacionais Internos e ajudam a melhorar aspectos de desempenho e imagem, por meio de ações preventivas e corretivas em cada processo. Assim, enfoca-se a satisfação dos clientes, melhora-se o desempenho operacional, a rentabilidade e cria-se barreiras para ameaças da concorrência.

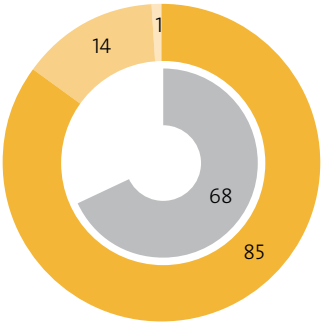
O Tracking de Satisfação segue um processo padronizado que envolve cinco projetos de pesquisas independentes utilizando metodologia quantitativa, quatro deles por entrevistas telefônicas e outro por entrevistas pessoais. As pesquisas por linha de negócios, área ou produto, inclusive a investigação em todos os seus segmentos, são realizadas em separado, em periodicidades diferentes, embora em alguns meses ocorra a sobreposição de várias delas.

A satisfação dos clientes da Telefônica SP medida em pesquisas chegou a 67% no ano de 2003. Esses indicadores abrangem várias questões relacionadas à satisfação, tais como a percepção da evolução da qualidade do serviço (57% de melhora em 2003) ou a recomendação do serviço (89%).

SATISFAÇÃO GERAL DOS CLIENTES DA TELEFÔNICA SP
(Dados em porcentagem)



SATISFAÇÃO GERAL DOS CLIENTES ATENTO
(Dados em porcentagem)



Para aprimorar cada vez mais a qualidade dos serviços prestados, a Telefônica Empresas realiza duas grandes pesquisas de satisfação de clientes. As pesquisas realizadas no Brasil têm a mesma metodologia daquelas que são aplicadas em todos os outros países nos quais há operações da Telefônica Empresas (Argentina, Chile, Peru, México, Colômbia, Estados Unidos e Porto Rico). Desta forma, é possível comparar o grau de satisfação dos clientes (grandes empresas, corporações e governos) em vários países. A uniformidade de metodologia é especialmente importante para aprimorar o atendimento dos chamados Clientes Globais (multinacionais com presença em vários países).

A partir da Pesquisa de Satisfação, apuram-se os macroprocessos que são mais importantes do ponto de vista do cliente. Em 2003 e 2004, o foco está nos processos de Comercialização, Instalação, Faturamento, Suporte Técnico, Funcionamento e Atendimento. Para todos eles, existem Planos de Ação concretos, que envolvem equipes multidisciplinares, movimentam toda a empresa e são acompanhados mensalmente em reuniões de desempenho conduzidas pelo presidente da Telefônica Empresas.

A Atento realiza pesquisas periódicas para medir a satisfação dos seus clientes. Desde novembro de 2000 a satisfação geral com a empresa vem aumentando. O maior salto foi registrado na última rodada, realizada no primeiro semestre de 2004, quando o índice de Satisfação Geral superou os 80%.

A pesquisa é realizada com grandes empresas que contratam os serviços de call center e contact center da Atento para atendimento de seus clientes. Os resultados também mostram que o índice de lealdade permanece alto e que há aumento significativo na propensão dos respondentes em indicar a Atento. O percentual de empresas que acreditam que a Atento está atingindo suas expectativas subiu de 41% para 63% em 2004.

O Terra analisou a satisfação de seus usuários no Brasil, realizando pesquisa tanto junto a usuários de banda larga como com os de banda estreita.

O Serviço de Atendimento Nacional (SAN) do Terra realiza ações para garantir a satisfação dos clientes e mantê-los em sua base. Este serviço possui uma célula especializada para contato com clientes no primeiro mês de cadastro que por algum motivo não estão utilizando o serviço ou possuem baixo ou médio acesso e também para contatar os que são *heavy users* (forte uso) mas têm planos que disponibilizam baixo tempo para conexão. O cliente é contatado por um agente que procura

identificar os motivos de não-utilização ou utilização inadequada ao seu perfil de usuário, além de prestar auxílio em casos de dúvidas.

O SAN também incorporou à sua rotina a análise diária dos indicadores de reclamações, sugestões e elogios aos produtos e serviços Terra, como forma de aprimoramento e melhoria contínua dos produtos atualmente oferecidos. E também como fonte de sugestões de novos produtos, através da identificação de novas necessidades dos clientes ouvidos pela área de Relacionamento.

Além disso, as células de atendimento *on-line* (chat) realizam uma pesquisa de satisfação ao final de cada atendimento, para analisar não apenas o processo de atendimento mas também com relação aos produtos e serviços Terra.

A t-gestiona, empresa dedicada aos processos de suporte e administração do Grupo Telefônica, também avalia periodicamente a satisfação de seus clientes no Brasil (o resultado está nesta página, à direita).

03 NOSSOS MEIOS PARA ALCANÇAR ESSES OBJETIVOS

a) Profundo conhecimento dos clientes

O Grupo Telefônica fica conhecendo a opinião de seus clientes por diversos canais que permitem identificar a evolução de suas necessidades, seja durante qualquer contato simples para solicitar um novo serviço ou ampliar a prestação dos serviços já em uso, seja para solicitar manutenção, fazer uma consulta ou reclamação.

Em resposta a essa preocupação com seus clientes, o Grupo Telefônica está transformando seu modelo comercial em todo o mundo, deixando de ser um conglomerado demasiadamente centrado nos produtos de comunicações (linha básica, *Speedy*, telefonia pública, longa distância etc.) para se tornar uma empresa totalmente voltada ao cliente e às suas necessidades (pessoas, residências, firmas e grandes corporações).

a.1.) Central de Pesquisas

A Central de Pesquisas é a área do Grupo Telefônica responsável por realizar, de forma centralizada, pesquisas de acordo com as necessidades das linhas de negócios, tais como:

- Lançamento de novos produtos/serviços
- Reposicionamento de produtos/serviços
- Teste Comunicação
- Estudo e monitoramento da satisfação dos clientes
- Monitoramento da imagem da marca
- Hábitos e atitudes de clientes/clientes potenciais

a.2.) Defensor do cliente

A Telefônica SP incorporou a opinião do cliente aos processos habituais da operadora. Definiu para isso a figura do Ombudsman. Sua missão consiste em garantir que a Telefônica SP entenda perfeitamente as necessidades e expectativas dos clientes, com o intuito de protegê-los. Ele atua como patrocinador do cliente em relação a outros órgãos internos da empresa, registrando a solicitação e acompanhando-a até sua solução, com a filosofia de que um pedido é sempre uma oportunidade de melhora.

A satisfação dos clientes com o serviço de Ombudsman, em novembro de 2003, era de 88%. Os elogios mais freqüentes são a educação, a cordialidade e o interesse dos assistentes em solucionar as reclamações. De acordo com a avaliação

A satisfação geral dos clientes do Terra atingiu

3,2

em uma escala de 1 a 5

A satisfação geral dos clientes da t-gestiona atingiu

4,6

em uma escala de 0 a 6

INDICADORES ESTRATÉGICOS DE QUALIDADE
(Fixados pelo Plano Regional de Qualidade para a América Latina)

Serviço Telefônico Básico	Brasil
Tempo médio de instalação de linha básica (dias)	3,49
Defeitos por cada 100 linhas de acesso (residencial)	3,78
Nº médio de horas para reparos	12,3
Disponibilidade do serviço telefônico básico (%)	99,7

Circuitos de Empresas	Brasil
Tempo médio de instalação (dias)	31,96
Avisos de defeitos / 100 circuitos	7,8
Tempo médio de reparos (horas)	3,06
Disponibilidade de serviços (%)	99,04

do Ipsos Opinion (instituto de pesquisa, fundado na França em 1975), o grau de insatisfação com a Telefônica SP por parte dos clientes que recorreram ao Ombudsman é bem crítico, sendo necessário dispensar atenção especial ao segmento.

O cliente pode entrar em contato com o Ombudsman pelo telefone 0800 10 12 12, de segunda à sexta-feira, das 9h às 17h, pelo fax 0800 80 89 89, por cartas endereçadas à Caixa Postal 1024 – CEP 01059-970 – São Paulo – SP, ou pelo site www.telefonica.com.br. Ao receber uma reclamação, o Ombudsman está preparado para recomendar providências em todos os níveis da empresa e acompanhar seu andamento, até que o cliente receba a sua resposta.

a.3.) Encontros com clientes

As empresas do Grupo Telefônica organizam ainda encontros e reuniões com seus clientes para ouvir e compreender suas principais necessidades. Por exemplo, em uma iniciativa inédita, a Telefônica Empresas realizou um *talk show* com cinco clientes durante a Convenção Anual de Vendas. A proposta era ouvi-los e conhecer melhor suas necessidades. Cada cliente falou um pouco sobre o cenário que espera para 2004 em seu segmento e o que espera dos Gerentes de Negócios da Telefônica Empresas.

O Ombudsman realiza pelo menos uma visita mensal aos principais clientes corporativos e às entidades ou associações representativas de classe, para ouvir as necessidades da comunidade e assim poder atuar de forma pró-ativa, trabalhando pela boa imagem da organização. Logo após a visita, o Ombudsman elabora um relatório sobre as oportunidades de melhoria e o encaminha aos diretores das áreas envolvidas que, por sua vez, se manifestam relatando as medidas tomadas.

Além disso, a Diretoria de Relações Regionais realiza um trabalho com parlamentares, órgãos públicos e entidades da sociedade civil. Envia também consultores para, em reunião com as comunidades locais, coletar informações sobre suas necessidades em relação à Telefônica SP. Encerradas as visitas, são preparados relatórios para as áreas envolvidas a fim de que estas tomem medidas em relação às oportunidades de melhoria apontadas pela comunidade.

b) Confiabilidade dos serviços

b.1.) Excelência do serviço

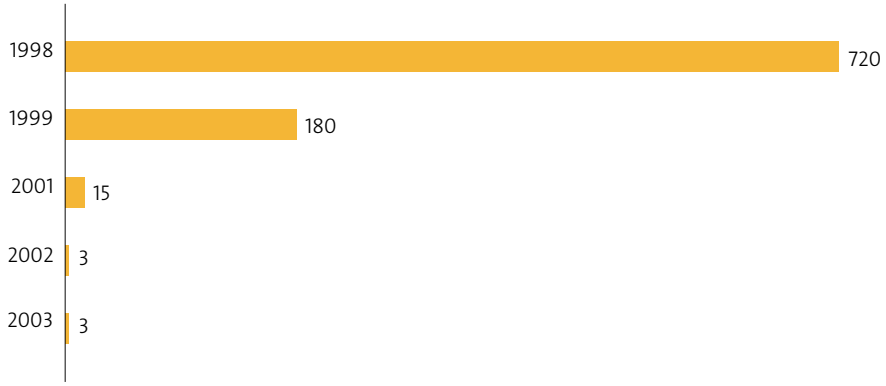
- **Cumprimento de metas do serviço**

Desde 1998, quando iniciou suas operações em larga escala no Brasil, o Grupo Telefônica vem transformando significativamente o cenário dos serviços de telecomunicações no País. A partir da privatização, houve um salto importante de qualidade nos serviços oferecidos.

Em agosto de 2001, a Telefônica SP tornou público, com dois anos de antecedência, o cumprimento das metas de universalização da ANATEL, previstas para serem cumpridas em dezembro de 2003. Em pouco menos de três anos – de julho de 1998 a maio de 2001 – a Telefônica instalou 6,4 milhões de linhas em residências e empresas de todo o Estado, ritmo de expansão sem paralelo na história das operadoras de telefonia fixa em todo o mundo.

Eliminada a fila de espera por uma linha (fila esta que atingiu 7 milhões de inscrições em 1998), qualquer novo pedido de telefone nas localidades com mais de 600 habitantes é atendido hoje pela Telefônica SP em até duas semanas. A universalização promovida no Estado de São Paulo pode ser mensurada pela taxa de densidade telefônica, que atinge 34 linhas para cada 100 habitantes contra 16 em 1998. Esse patamar é comparável ao existente em diversos países europeus. Além disso, a Telefônica SP oferece aos paulistas um serviço de telefonia tão abrangente que toda comunidade com pelo menos 300 habitantes conta com

TEMPO MÉDIO DE INSTALAÇÃO DE UMA LINHA TELEFÔNICA
(Dados em dias)



NÚMEROS DE RECLAMAÇÕES FUNDAMENTADAS CONTRA A TELEFÔNICA SP NO PROCON SP
(Dados em unidades / cidade de São Paulo)

um orelhão e qualquer cidadão das localidades com mais de 600 habitantes não precisa andar mais que 300 metros para encontrar um telefone público.

Para atingir esses resultados, a Telefônica SP teve de esquadrinhar os 248 mil quilômetros quadrados do Estado com uma precisão não encontrada nos mapas e dados estatísticos oficiais. Foi uma tarefa que mobilizou 55 mil profissionais e investimentos em modernização e expansão que, desde 1998, somaram mais de R$ 18 bilhões.

A Telefônica SP transformou-se, assim, na primeira concessionária de serviços de telefonia fixa a antecipar o cumprimento das metas e, conseqüentemente, na primeira operadora a obter licença da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) para expandir o serviço de chamadas de longa distância além de sua área de concessão, o Estado de São Paulo, passando a oferecer a seus clientes ligações nacionais para todo o País e também internacionais.

- **Parâmetros de qualidade**

Na busca por melhor qualidade, a Telefônica SP faz uso das boas práticas de qualidade do resto das operadoras do Grupo Telefônica no mundo. O Grupo Telefônica iniciou, em 2003, o conceito e a implementação do Plano Regional de Qualidade para a América Latina. Como fruto desta iniciativa, foram definidos Indicadores Estratégicos de Qualidade, um conjunto de parâmetros comuns e homogêneos que permitem um acompanhamento da qualidade objetiva (parâmetros operacionais) e estão diretamente vinculados à qualidade percebida (pesquisas de satisfação e reclamações).

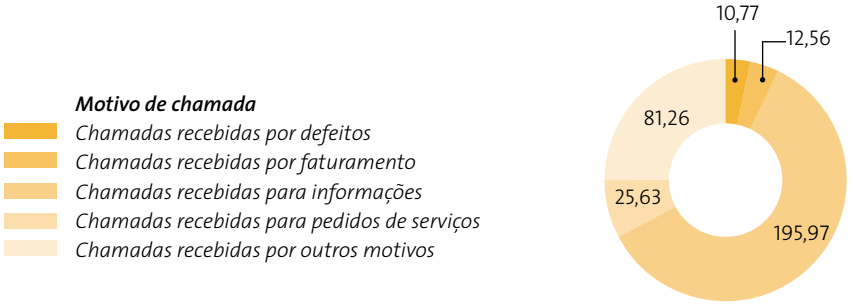
Esses esforços por melhorias contínuas tiveram reflexos extraordinários na redução dos prazos médios de instalação de uma linha no Brasil desde o início das operações da Telefônica SP, até hoje, de 720 dias em média, para 3 dias.

Graças aos esforços da Telefônica SP para a melhoria da qualidade dos serviços nos últimos anos, continua a cair drasticamente o número de reclamações fundamentadas contra a empresa no Procon SP, órgão de defesa dos consumidores na cidade de São Paulo.

Em 2003, o número de queixas chegou a 478, volume 44,6% inferior ao registrado em 2002. O número de queixas do ano 2003 corresponde a uma reclamação para cada grupo de 10,4 mil usuários ou 0,00956% dos 5 milhões de clientes da Telefônica na capital. Esse percen-

CHAMADAS AOS CENTROS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE DA TELEFÔNICA SP EM 2003

(Em milhões de chamadas)



Os principais canais de atendimento por telefone para os clientes da Telefônica SP são:

Atendimento geral para solicitar aquisição, informações, reparo de produtos e serviços	103
Guia de Assinantes, atendimento para prestar informações sobre números de telefones	102
Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte (SISO); através desse atendimento, os clientes com deficiência auditiva se comunicam utilizando um equipamento especial	142
Atendimento comercial aos clientes corporativos, para solicitar aquisição, informações e reparo de produtos e serviços	0800 15 15 00
Canal de venda de produtos e serviços	0800 10 15 15
Central de Vendas *Speedy*	0800 12 15 20
Informações sobre tarifas de longa distância e planos alternativos do "Super 15"	0800 777 15 15

tual é o mais baixo registrado pela empresa desde o início das operações, em 1998.

A Telefônica SP é a empresa com melhor colocação no ranking que aponta as companhias prestadoras de serviços que mais resolvem as reclamações de seus clientes.

Também no ranking geral, onde estão companhias de todos os ramos de atividade, a operadora está entre as empresas que têm maior índice de soluções para casos apresentados pelos clientes.

b.2.) Comunicação com os clientes

Levando-se em conta os diferentes segmentos de clientes atendidos e a disponibilidade de acesso aos canais em algumas regiões, as empresas do Grupo Telefônica oferecem uma série de canais de comunicação com seus clientes, tais como:

- **Comunicação direta**

  A Telefônica SP envia aos clientes, junto com as contas telefônicas, o encarte *Conexão*, que traz informações sobre produtos, serviços e sistema de faturamento da empresa.

No período imediatamente subsequente à grande expansão da planta de telefonia fixa no Estado de São Paulo, concluída em 2001, a Telefônica SP também passou a enviar aos clientes o informativo *Primeira Conexão*, visando explicar o sistema de tarifação e outros temas que, devido ao rápido crescimento e diversificação do setor de telecomunicações, ainda geravam dúvidas entre os assinantes. O informativo trazia explicações sobre cada um dos itens da conta telefônica, como assinatura, pulsos, ligações para municípios vizinhos e conexão à Internet e também orientações gerais sobre produtos e serviços adicionais e informações de como entrar em contato com a empresa via telefone ou Internet.

No Terra, após a efetivação do cadastramento, o novo cliente recebe um Welcome Kit, ou seja, um kit de boas-vindas ao provedor com informações sobre utilização dos serviços e dicas de utilização dos canais de atendimento.

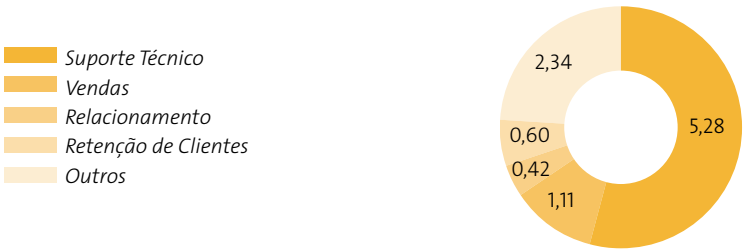
- **Comunicação telefônica**

  O telefone é o meio mais utilizado pelos clientes para se comunicar com a Telefônica SP. No ano de 2003, foram registradas mais de 326 milhões de chamadas.

Telefones comerciais do Terra

Na cidade de São Paulo	(11) 3677-1010
Na cidade de Porto Alegre	(51) 3287-0707
Nas demais cidades	0800 701 7777

CHAMADAS AOS CENTROS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE DO TERRA EM 2003
(Em milhões de chamadas)



A Telefônica SP e a Atento Brasil criaram uma ferramenta para aumentar ainda mais a satisfação do cliente, a Pesquisa Eletrônica de Satisfação Pós-Atendimento. O objetivo é abrir um canal de comunicação imparcial para o cliente que, além de captar sua percepção sobre o atendimento, amplia as possibilidades da empresa de agir rapidamente diante de uma insatisfação apresentada. Quando o cliente liga para a Central de Atendimento, ele tem a opção de responder, no final da chamada, a uma pesquisa eletrônica sobre o acesso ao canal e sobre a qualidade do atendimento de sua solicitação.

Uma nova ferramenta está ajudando a melhorar a qualidade do atendimento no call center da Telefônica SP. Trata-se do First Call Resolution (FCR), que mede a quantidade de clientes que têm suas solicitações resolvidas no primeiro contato, ou seja, junto ao atendente. Desta forma o cliente não precisa ser transferido para outros canais da empresa, ou repetir o contato, para sanar dúvidas ainda existentes – o que acarreta insatisfação com o serviço e desencontro nas informações prestadas. Cada ponto percentual elevado do FCR reflete diretamente no volume de ligações atendidas.

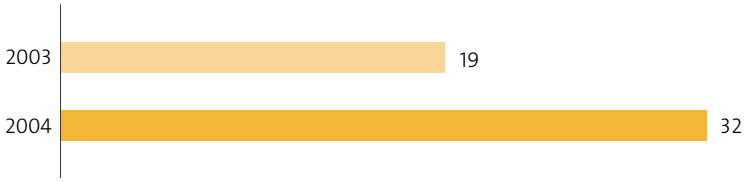
Esta ferramenta também está sendo utilizada para o atendimento ao cliente do Terra. O telefone ainda é o meio mais utilizado pelos usuários do provedor para o contato com a empresa para compras de acesso, meio físico e SVAs, informações, reclamações, suporte técnico, dúvidas e negociações de cobrança. Em 2003, foram registradas mais de 9,7 milhões de chamadas.

O Terra criou um indicador para o suporte técnico no formato de um semáforo, onde cada cor (vermelho, amarelo e verde) indica aos agentes de atendimento telefônico se o cliente já entrou em contato, quais as dúvidas apresentadas e se ele ficou satisfeito. Esta medição permanece no sistema durante um prazo de sete dias.

Também foi implantado o Mood Indicator, que permite ao agente, a cada atendimento, captar, em sua percepção pessoal, o humor do cliente e registrá-lo devidamente no sistema. O objetivo é que, para o próximo atendimento, sejam ampliadas as possibilidades de garantir a satisfação e qualidade de atenção de acordo com a última impressão deixada.

O atendimento por telefone é realizado 24 horas por dia, sete dias por semana, em mais de 600 posições de atendimento, ocupadas por quase 2.100 funcionários dedicados aos

MÉDIA MENSAL DE ATENDIMENTOS PELO CHAT DA TELEFÔNICA SP
(Em milhares de atendimentos)



clientes Terra dos segmentos ISP, Terra Empresas, E-Commerce e Web-EDI.

Além de uma área comercial que responde por mais de 20% do quadro de pessoal da companhia, a Telefônica Empresas também coloca à disposição dos seus clientes uma Central de Relacionamento que pode ser acessada via telefone (0800-151551), e-mail (relacionamento @empresas.telefonica.com.br) ou chat via web (www.telefonica.com.br/empresas).

Mais de uma dezena de clientes tem posições exclusivas para atendimento em inglês. Todo tipo de serviço, reparo ou registro de reclamações pode ser feito na Central de Relacionamento ou ao Gerente de Negócios que faz a interface comercial com o cliente.

Média mensal de atendimentos do Terra pelo chat em 2004

64.000

Média mensal de e-mails recebidos pelo Terra em 2004

121.000

- **Comunicação *on-line***

O Grupo Telefônica apresenta sua oferta de serviços de uma forma integrada e coordenada por meio de portais locais em cada um dos países em que opera, com destaque para a unificação de estilos e estruturas realizada no ano de 2003. Seu site no Brasil (www.telefonica.com.br) recebeu mais de 21 milhões de visitas e 270 mil contatos em 2003.

Em dezembro de 2000, a Telefônica SP lançou a sua **Loja Virtual** na Internet, um espaço onde o cliente pode solicitar produtos e serviços de telefonia fixa tanto para residências quanto para empresas. Em 2002, a Telefônica SP desenvolveu um canal exclusivo para esclarecer dúvidas por meio de um chat em sua Loja Virtual na Internet. Sugestões e perguntas sobre produtos e serviços residenciais, e até mesmo a aquisição de linhas telefônicas e serviços, podem ser feitas na mesma hora, em uma conversa *on-line* com o atendente. A Telefônica SP foi a primeira operadora de telecomunicações brasileira a oferecer atendimento *on-line* a seus clientes – e a primeira também a oferecer esta facilidade à totalidade de seus clientes residenciais. A Telefônica já havia sido pioneira em maio de 2000, quando passou a oferecer suporte *on-line* via chat aos assinantes do *Speedy*, seu serviço de Internet em alta velocidade.

Pelo web site www.telefonica.com.br, o cliente pode adquirir produtos e solicitar informações. A tecnologia permite ao usuário o esclarecimento *on-line* de todas as dúvidas antes de efetuar a solicitação. A Telefônica é a única operadora do País a oferecer um canal de vendas para linhas telefônicas com essa comodidade. O número de usuários registrados pelo canal *on-line*, em dezembro de 2003, era superior a 366 mil.

Em 2001, a Telefônica SP fechou parcerias com bancos para pagamento *on-line* de contas de telefone. A empresa foi pioneira em oferecer aos seus clientes a possibilidade de efetuar o pagamento da conta por meio de seu próprio canal de atendimento.

O serviço de atendimento ao cliente do Terra está focado na migração dos atendimentos para os canais *on-line*, e-mail e web:

ON-LINE: As áreas de vendas de Acesso Discado e Banda Larga possuem atendimento *on-line* através do link http://centraldoassinante.terra.com.br/index_assine.htm, onde o cliente esclarece suas dúvidas sobre produtos e serviços Terra, podendo inclusive efetuar a compra da solução completa de Internet através deste canal. A célula de suporte técnico atende os clientes Terra através do link http://www.terra.com.br/suporteonline/, esclarecendo dúvidas e prestando suporte técnico a todos os clientes Terra.

E-MAIL: Foi criado um canal de atendimento via web, o Fale com o Terra, onde o cliente pode enviar e-mail para diversas áreas da empresa e esclarecer suas dúvidas, sugerir, reclamar ou elogiar os serviços e produtos Terra, através do link: http://www.terra.com.br/fale/.

- **Outros pontos de atendimento**

A Telefônica SP está ampliando sua rede de pontos de atendimento pessoal no Estado de

São Paulo, como complemento ao atendimento telefônico e *on-line*. Até meados de 2005, a empresa pretende manter 150 pontos de atendimento, incluindo locais próprios e parcerias com entidades, como agências da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT).

A Telefônica SP criou, em 2002, o Centro de Atenção ao Cliente Corporativo (CACC), com o objetivo de garantir mais agilidade e qualidade no atendimento às empresas. Inicialmente criado para atender grandes corporações – entre elas, órgãos governamentais, instituições financeiras, hospitais, clubes e universidades – a atuação do CACC foi ampliada em 2004, alinhada com programa "Compromisso Cliente". Até o final de agosto, 5,9 mil empresas já contavam com o atendimento diferenciado, que monitora os circuitos de dados e coordena também pedidos de instalações e manutenções.

A Telefônica Empresas dispõe, em São Paulo, de um local de encontro para clientes, parceiros, funcionários e colaboradores, onde são feitos também workshops segmentados com demonstrações das soluções de comunicação de dados que a operadora oferece ao mercado corporativo. O objetivo do Espaço Telefônica Empresas não é apenas a demonstração de serviços. É também um local de convivência, treinamento de Recursos Humanos, realização de palestras, seminários, reuniões e atividades como sessões de vídeo e aulas de dança. O espaço também abriga a Reunião de Desempenho, evento mensal em que o presidente da Telefônica Empresas apresenta os resultados da companhia aos seus funcionários e que é transmitido em tempo real, via intranet, a todas estações de trabalho da empresa.

c) Coerência na gestão

Desde 2002, os executivos da Telefônica SP e suas equipes fazem uma pausa no trabalho no Dia do Consumidor. As equipes realizam uma reflexão sobre os resultados que melhoraram a satisfação dos clientes e sobre o que ainda é preciso fazer para encantá-los até chegar à excelência. Já a equipe do Ombudsman aproveita essa data para discutir sugestões para melhorar ainda mais a qualidade do atendimento.

c.1.) Certificação da qualidade

O Grupo Telefônica está avançando nos trabalhos de certificação da qualidade de seus processos de trabalho no Brasil. A Telefônica SP realizou a terceira auditoria interna de qualidade em 2004, com o objetivo de verificar a aderência dos processos de Atendimento e Suporte à Gestão do Ombudsman aos requisitos da norma ISO 9001:2000. O enfoque desta norma é na abordagem por processos, melhoria contínua e a satisfação dos clientes. Esta foi mais uma etapa rumo à Certificação Externa.

Demonstrando que a preocupação com o cliente é um elemento essencial da estratégia da Telefônica SP, os primeiros processos a serem certificados são aqueles em que existe maior relação com eles: os processos de contato no Call Center, o Ombudsman e os processos de faturamento.

- ***Ombudsman:*** Um grande passo para a certificação ISO 9000:2000 da Telefônica SP foi concluído com sucesso: a certificação interna do processo de atendimento da área Ombudsman. Para atingir os objetivos da certificação, a Diretoria de Qualidade coordenou todas as etapas, como a preparação de 25 auditores internos e 5 auditores líderes, elaboração da documentação do atendimento Ombudsman, execução da auditoria externa, além de análise crítica da auditoria envolvendo o gestor da área.

- ***Atento:*** Fortalecer e estreitar o relacionamento com os clientes e melhorar os resultados da empresa por meio de processos e procedimentos estruturados e inteligentes. Esses são os objetivos da Atento Brasil ao investir cada vez mais na melhoria da qualidade de suas macro-atividades. A Atento detém a certificação pela norma ISO 9002 versão 1994, que tem validade até o final de 2004 e, será substituída pela ISO 9001 versão 2000. Em 2003, auditores

da Fundação Vanzolini encerraram a auditoria para a troca de certificação da norma ISO na Atento Brasil. Ressaltaram que o Sistema de Gestão da Qualidade da empresa está bem implantado e que todos os processos auditados nas centrais de atendimento demonstraram total comprometimento com o sistema.

- ***Faturamento:*** A Telefônica SP obteve, no fim de 2002, o certificado de conformidade da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) para os processos de registro, coleta, tarifação e faturamento das contas de serviços telefônicos. A certificação atesta que todas as ligações realizadas de um telefone fixo na área de concessão da Telefônica SP estão sendo cobradas de acordo com o destino, horário, duração e valor corretos. A entidade, a cada seis meses, verifica se a empresa continua com o mesmo padrão de excelência nos processos abrangidos pela certificação.

c.2.) Iniciativas de melhora

- **Projetos *Seis Sigma***

A metodologia *Seis Sigma*, que tem por base a melhora de processos e a formação das pessoas, busca a satisfação do cliente e o cumprimento de objetivos. É a metodologia de referência do Grupo Telefônica para a otimização dos processos.

A Telefônica Latino-americana (que reúne as operadoras de telefonia fixa do Grupo no Continente) criou, dentro do Plano Regional de Qualidade, um Comitê Regional de Especialistas em Seis Sigma, com a finalidade de garantir o alinhamento e a identificação de sinergias em sua implantação. A Telefônica SP é um bom exemplo de empresa do Grupo com projetos em andamento em 2003. Em uma primeira fase, foram identificados onze iniciativas. Somente em 2003 os projetos *Seis Sigma* proporcionaram retorno financeiro de R$ 12,1 milhões para a Telefônica SP. A empresa espera que o valor acumulado entre 2003 e 2004 chegue a R$ 71,8 milhões.

Os projetos *Seis Sigma* já começam a mostrar os primeiros resultados na Telefônica SP. Desde 2003, foram conseguidos ganhos bastante efetivos em áreas como gestão de estoques, reparo e instalação de DDR, rede externa, serviço *Speedy*, desenvolvimento de novos negócios, débito automático e call center, entre outras. Na Telefônica Empresas, os principais focos eram reclamação sobre contas, aquisição de componentes para Data Center e redução de cancelamentos de faturamento.

A Atento Brasil prepara-se para colocar em prática a metodologia *Seis Sigma*. Para a implantação, a área de Qualidade selecionou uma equipe que irá atuar como agente de mudanças. Através de um processo seletivo interno, para o qual mais de 250 empregados se candidataram, foram selecionados quatro profissionais, que participaram do treinamento. Inicialmente serão realizados trabalhos nas áreas de Recursos Humanos, Comercial, Tecnologia da Informação e Finanças.

- **Comex (Telefônica Latino americana)**

A Telefônica Latino-americana iniciou a implantação do Projeto Comex (excelência comercial) para a identificação das melhores práticas comerciais nas quatro operadoras fixas do Grupo no Continente. Como resultado criou-se um plano de implantação de dez iniciativas integradas para mais de vinte projetos. Os principais eixos de atuação do projeto concentram-se em conhecer melhor as expectativas do cliente e em uma correta gestão das capacidades que permitem o desenvolvimento de excelência comercial.

Para o Grupo Telefônica, a melhor recompensa é a satisfação diária de seus clientes. Entretanto, é um motivo de orgulho para a companhia o grande número de prêmios e reconhecimentos que recebeu por seu trabalho dirigido aos clientes, sem dúvida reflexo do êxito nos objetivos diários de satisfazer às suas necessidades.

PRINCIPAIS PRÊMIOS DE QUALIDADE RECEBIDOS PELO GRUPO TELEFÔNICA

Empresa	Prêmio	Concedido por	Razão do prêmio
Atento	Top de Qualidade 2003	Instituto de Estudos de Pesquisa da Qualidade Brasil	Foi escolhida a melhor empresa do país em sua categoria pelo terceiro ano consecutivo.
	III PRÊMIO ABT DE TELEMARKETING 2003 - Categoria Melhor Sistema com Internet	ABT (Associação Brasileira de Telemarketing)	Atendimento do *Terra E-commerce*, considerado "Inovador e Eficiente Canal de Vendas".
	III PRÊMIO ABT DE TELEMARKETING 2003 - Melhor Operação de Telemarketing Agências (Receptivo)	ABT (Associação Brasileira de Telemarketing)	Atendimento ao cliente Terra, case "Venda Receptiva Comprova Superioridade na Venda de Serviços".
	IX Prêmio ABEMD de Marketing Direto 2003	ABEMD (Associação Brasileira de Marketing Direto)	Atendimento de E-Commerce Receptivo.
Telefônica Assist	Melhor empresa na categoria Integração, Manutenção e Assistência Técnica / 2003	*Anuário Telecom* (Plano Editorial)	Premiação para as melhores empresas de telecomunicações em diversas categorias.
Telefônica Empresas	Prêmio Consumidor Moderno de Excelência no Atendimento ao Cliente (edições de 2003 e 2004)	Revista *Consumidor Moderno* (Padrão Editorial)	Apuração baseia-se na avaliação dos usuários e no chamado tripé lealdade, satisfação do cliente, possibilidade de compra de outro produto e serviços da empresa e recomendação de terceiros.
	Top de Vendas	ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing)	Premiada pela parceria com a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo pelo case "Rede do Saber", de ensino à distância para professores.
	Prêmio e-Finance	Revista *Executivos Financeiros* (S.A. Comunicação)	Premiada pelos cases BM&F (solução de voz sobre IP ligando as corretoras brasileiras com a Bolsa de Valores de Nova Iorque) e Caixa Econômica Federal (Rede de Telecom Comunicação de Voz e Dados interligando mais de 16 mil pontos de atendimento).
	Prêmio Melhor Data Center do Brasil	Revista *Info Exame* (Editora Abril)	Premiação para as melhores empresas de informática e tecnologia em diversas categorias.
Telefônica SP	Prêmio Consumidor Moderno de Excelência no Atendimento ao Cliente / 2003	Revista *Consumidor Moderno* (Padrão Editorial)	Empresa foi destaque nas categorias Telefonia Fixa e Provedor de Serviço 0800.
	Excelência em Prestação de Serviços / 2003	Revista *Telecom Negócios* (IT Mídia)	Empresa foi premiada na categoria Telefonia Fixa Local. Prêmio destaca provedores de serviço que se notabilizam no atendimento ao mercado corporativo.
	• Melhor operadora de longa distância para clientes residenciais • Serviços de dados para pequenas e médias empresas • Serviços de dados para o mercado doméstico (*Speedy*)	Revista *World Telecom* (IDG)	Premiação para as melhores empresas de telecomunicações em diversas categorias.
	Melhor Operadora de Telefonia Fixa	*Anuário Telecom* (Plano Editorial)	Premiação para as melhores empresas de telecomunicações em diversas categorias.
Terra	Consumidor Moderno 2001	Revista *Consumidor Moderno* (Padrão Editorial)	Melhor atendimento de Internet.

04

Acionistas:rentabilidade e transparência

01 Estrutura acionária

- Histórico acionário
- Composição acionária
- Acionistas de empresas do Grupo Telefônica no Brasil

A TELEFÓNICA S.A. CONTROLA

87,49%

DA TELESP

02 Rentabilidade dos Investimentos

- Distribuição de dividendos

A TELESP DISTRIBUIU

R$ 613,7 milhões

EM DIVIDENDOS NO 1º SEMESTRE DE 2004

03 Informações completas e transparentes

- Canais de comunicação para os acionistas da Telefónica S.A.
- Canais de comunicação para os acionistas da Telesp

A TELESP ATENDE

2.800

LIGAÇÕES DE PEQUENOS ACIONISTAS POR MÊS

01 ESTRUTURA ACIONÁRIA

a) Histórico acionário

Antes da fundação da empresa pública Telebrás, em 1972, existiam mais de 900 empresas de telecomunicações operando no Brasil. Entre 1972 e 1975, a estatal, por meio de suas subsidiárias (que formavam o Sistema Telebrás) adquiriu quase todas as outras empresas telefônicas do País, obtendo o monopólio na prestação de serviços públicos de telecomunicações em quase todas as áreas do Brasil.

Em 1995, o governo federal iniciou uma ampla reforma do sistema da regulação das telecomunicações no Brasil. Em julho de 1997, o Congresso Nacional aprovou a Lei Geral de Telecomunicações, que preparava o estabelecimento de um novo quadro regulatório, a introdução da competição e a privatização do Sistema Telebrás. Em 29 de julho de 1998, a Telefónica S.A. adquiriu o controle da Telesp no leilão de privatização do Sistema Telebrás, promovido pelo governo brasileiro.

Em 29 de outubro de 1999, a Telefônica SP/Telesp incorporou a Telefônica Assist como sua subsidiária integral para prestação de serviços de assistência técnica de rede interna.

Antes da privatização, os clientes dos serviços telefônicos recebiam ações da sociedade cotadas na Bolsa de São Paulo quando assinavam o serviço. Por essa razão, tradicionalmente havia uma parte do capital da Telesp em poder de muitos acionistas minoritários, com participação relativamente pequena no capital. Além disso, as ações da Telesp são cotadas na Bolsa de Nova Iorque (NYSE), por meio de ADRs (Recibos de Depósitos de Ações Americanos).

No ano de 2000, o controlador realizou uma operação pela qual oferecia a permuta de ações da Telesp por ações da Telefónica S.A. Assim, os acionistas da Telesp convertiam-se em acionistas da empresa de telecomunicações líder nos mercados de língua hispânica e portuguesa. Os acionistas que realizaram a permuta receberam BDRs (Recibos de Depósitos de Ações Brasileiros), na proporção de um BDR para cada ação da Telesp. Graças à realização dessa operação, a Telefónica S.A. ampliou sua participação na Telesp. Hoje, o controlador detém 87,49% da Telesp; o restante do capital está em poder de 2,7 milhões de pequenos acionistas.

Em outubro de 2000, foi criada uma filial para prestar serviços de redes de comutação por pacotes, a Telefônica Empresas, companhia que posteriormente foi cindida da Telesp, passando a constituir a sociedade Telefônica Data Brasil Holding (TDBH), cujo capital foi dividido entre aqueles que já eram acionistas da Telesp.

O Grupo Telefônica no Brasil (nome dado ao conjunto de empresas controladas pela Telefónica S.A. no País) inclui ainda companhias subsidiárias que têm capital fechado como a Atento Brasil, Terra Networks Brasil e Telefônica Publicidade e Informação (TPI).

b) Composição acionária

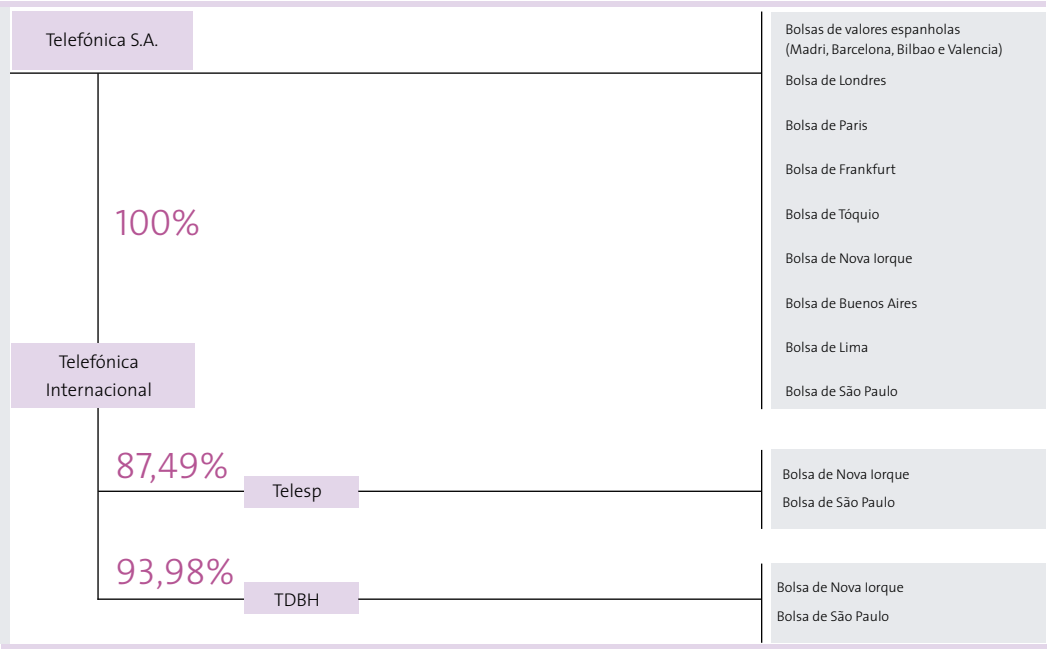
A Telefónica S.A. é uma empresa líder nos mercados financeiros. Em junho de 2004, a Telefónica S.A. era a quinta companhia do EuroStoxx 50, segundo critério de capitalização. Mais de 1,6 milhão de acionistas confiam na gestão e rentabilidade da empresa, fortalecendo essa liderança.

Por meio de sua filial Telefónica Internacional, a Telefónica S.A. controla 87,49% da Telesp e 93,98 % de TDBH.

c) Acionistas de empresas do Grupo Telefônica no Brasil

De acordo com o estatuto social, existem duas classes de ações da Telesp em circulação: ordinárias e preferenciais. As ordinárias possuem direito pleno de voto e as preferenciais têm direito

BOLSAS DE VALORES COM COTAÇÕES PARA AS AÇÕES DA TELEFÓNICA S.A. E DE SUAS CONTROLADAS BRASILEIRAS



COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA DA TELESP

	Ordinárias	Preferenciais	Total
SP Telecomunicações	83.038.516.733	23.983.413.678	107.021.930.411
	50,23%	7,31%	21,68%
Telefónica Internacional	57.002.343.740	*267.836.148.402	324.838.492.142
	34,48%	81,59%	65,81%
Outros	25.279.346.129	36.452.510.659	61.731.856.788
	15,29%	11,10%	12,51%
Número total de ações	**165.320.206.602**	**328.272.072.739**	**493.592.279.341**

Dados incluídos na apresentação dos resultados de junho de 2004 (2º trim. 2004).
**A participação da Telefónica Internacional em ações preferenciais é composta de ADRs, registradas na Bolsa de Valores de Nova Iorque.*

a voto em circunstâncias limitadas. Em 31 de dezembro de 2003, a SP Telecomunicações detinha 50,23% das ações ordinárias da Telesp e a Telefónica Internacional possuía 34,48% dessas ações. Como a Telefónica Internacional detém 100% do capital patrimonial da SP Telecomunicações, seu controle efetivo é de 84,71% das ações ordinárias em circulação. Dessa forma, a SP Telecomunicações e a Telefónica Internacional juntas podem eleger o Conselho de Administração – à exceção de um conselheiro representante dos minoritários preferencialistas –, bem como determinar a direção e as futuras operações da Telesp.

A Telefónica Internacional é uma subsidiária integral da Telefónica S.A.

A Telefónica S.A. tem acionistas brasileiros por intermédio de cotações da Telesp e da TDBH na Bolsa de São Paulo e dos BDRs da Telefónica S.A.

NÚMERO DE ACIONISTAS DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL

Empresa	Número de acionistas	Data
Telefónica S.A.*	22.392 detentores de BDRs	junho 2004
Telesp **	2.724.239	junho 2004
TDBH**	2.735.111	junho 2004

**cadastro do Banco Bradesco e cadastro da CBLC (Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia)*
***cadastro do Banco ABN AMRO Real S/A e da CBLC*

Como resultado da vinculação histórica entre clientes e acionistas da Telesp, o número de acionistas dessa empresa (e também da TDBH) supera os 2,7 milhões.

O número de BDRs negociados no Brasil atinge 5.793.159 (1 BDR equivale a uma ação da Telefónica S.A.), papéis estes que estão em poder de 22.392 acionistas. Entre estes acionistas, 21.671 têm ações depositadas no Banco Bradesco e 721 na CBLC – Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia.

02 RENTABILIDADE DOS INVESTIMENTOS

Na reunião do Conselho de Administração da Telesp realizada em abril de 2004, foi aprovada a distribuição de dividendos intermediários para os acionistas ordinários e preferenciais no montante de R$ 613,7 milhões, com base nos lucros acumulados do exercício anterior. O Conselho de Administração da Telesp aprovou também o pagamento de juros sobre capital próprio para as ações ordinárias e preferenciais no montante de R$ 251,4 milhões, líquido de imposto de renda retido na fonte, referente ao exercício de 2004. Os pagamentos de dividendos e juros sobre o capital próprio começaram a ser realizados em 23 de abril de 2004.

Em maio de 2004, a Telesp recebeu o prêmio *Destaques Cias. Abertas*, concedido pela Agência Estado, a partir de um ranking elaborado pela consultoria *Economática* onde estão elencadas as dez empresas que registraram, em 2003, os melhores desempenhos do ponto de vista de seus acionistas. O levantamento considera 134 companhias abertas, todas com patrimônio líquido acima de R$ 10 milhões. A metodologia da pesquisa leva em conta os seguintes critérios: Variação do Retorno sobre Patrimônio Líquido, Preço/Lucro, Preço/Valor Patrimonial da Ação, Dividendo/Patrimônio, Oscilação, Volatilidade e Liquidez em Bolsa, todos relacionados à perspectiva dos acionistas.

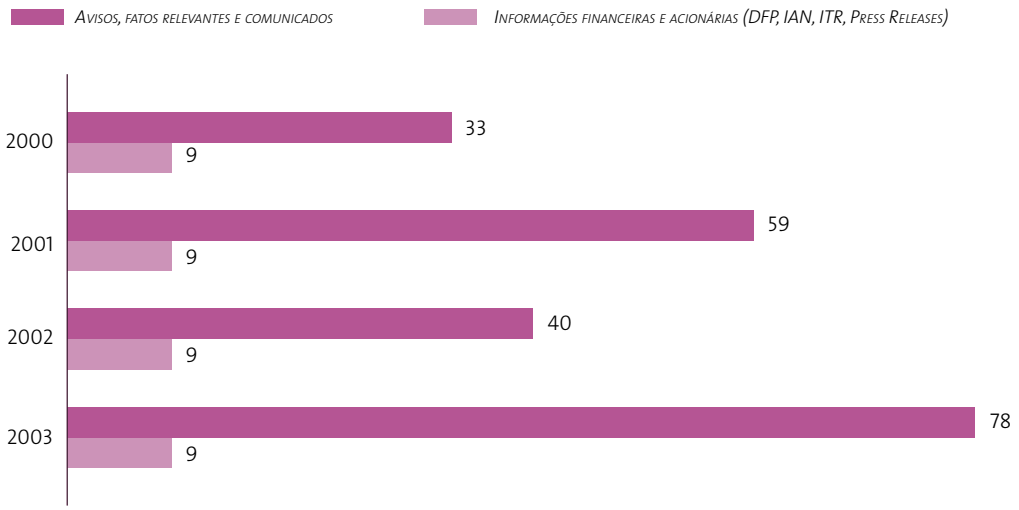
03 INFORMAÇÕES COMPLETAS E TRANSPARENTES

O Grupo Telefônica no Brasil prepara a implementação de um Código de Ética, regulando a conduta dos administradores de suas companhias em relação ao registro e controle de informações financeiras e contábeis, de forma a cumprir as diretrizes da Sarbanes-Oxley Act e normas da NYSE. Esse Código de Ética deverá contemplar valores como: transparência, honestidade e integridade, cumprimento de leis e regulamentos, proteção da informação e comunicação de suspeita de comportamento ilegal ou não-ético.

DIVIDENDOS E JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO DA TELESP PAGOS AOS DETENTORES DE AÇÕES ORDINÁRIAS E PREFERENCIAIS DESDE 2001
(Em reais, por lote de mil)

Ano	Ações ordinárias	Ações preferenciais
2004	1,643176	1,807493
2003	6,905139	7,595653
2002	1,783651	1,962016
2001	1,825797	1,825797

INFORMAÇÕES SOBRE A TELEFÓNICA S.A. ENVIADAS PARA CVM E BOVESPA



Em 2004, a Telefônica SP apresentou à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) brasileira o Informe de Governança Corporativa, reforçando seu compromisso de atuar com transparência em suas operações e oferecer um tratamento de eqüidade a seus acionistas, conforme já mencionado no primeiro capítulo desta publicação.

O desenvolvimento de uma política de ampla divulgação de atos e fatos relevantes e a existência de equipes para esclarecimento a acionistas e investidores, conforme detalhado nos itens a seguir, também refletem a preocupação do Grupo Telefônica em oferecer informações completas e transparentes.

a) Canais de comunicação para os acionistas da Telefónica S.A.

A Telefónica S.A. mantém uma iniciativa importante ao colocar suas informações à disposição de todos os seus acionistas, estando eles onde estiverem. Por esse motivo, ao longo de 2003 foi realizada uma revisão importante da página web da Telefónica S.A. no que diz respeito à comunicação das informações relevantes para acionistas e investidores. Essas páginas, disponíveis em idioma português, além de castelhano e inglês, receberam um total de 680 mil visitas em 2003.

Além disso, toda a documentação relevante (Relatório Anual, Relatórios Trimestrais, documentação da Assembléia Geral de Acionistas, Press Releases etc.) é publicada em castelhano, inglês e português. Em 2003, foram feitos mais de 84 mil downloads de documentos em português da página web de acionistas.

Para o mercado brasileiro, atos e fatos relevantes são traduzidos e publicados em jornais de grande circulação e, juntamente com comunicados aos acionistas, são registrados na CVM/Bovespa simultaneamente à sua publicação em Madri.

Ao longo de 2003, a Telefónica S.A. continuou promovendo intensas atividades com investidores institucionais e analistas financeiros, por meio de apresentações em fóruns, reuniões e conferências em áudio. Entre as mais importantes, vale destacar:

- III Conferência de Investidores, realizada em Madri em outubro de 2003, com a participação de 283 investidores e analistas. A Primeira Conferência de Investidores organizada pela Telefónica S.A. teve lugar em 2001, no Rio de Janeiro.

  Os principais temas dessa reunião foram apresentados novamente no Brasil, em cooperação

ATENDIMENTOS DA ÁREA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL EM 2003

- mais de 100 reuniões com analistas e investidores em visita à sede do Grupo.
- realização de uma reunião com investidores promovida pela Abamec (Associação Brasileira de Analistas de Mercados de Capitais).
- mais de 800 atendimentos telefônicos a analistas e investidores institucionais.
- realização de um "Road Show", com visitas aos principais investidores institucionais de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, em companhia de bancos de investimento.

2.800

Número de chamadas atendidas, em média, por mês (34 mil ao ano) na Área de Relações com Investidores

com a Abamec - Associação Brasileira de Analistas de Mercados de Capitais.

- A Telefónica S.A. e suas controladas no Brasil publicam trimestralmente relatórios de resultados, os quais são apresentados ao público por meio de conferências em áudio, podendo ser acompanhadas por linha telefônica ou webcast. O público em 2003 foi de 563 investidores por telefone e 567 pela Internet.

Em conseqüência dessas importantes atividades informativas, a Telefónica S.A. vem recebendo, há vários anos, importantes reconhecimentos nos mercados financeiros, tais como o "Melhor desempenho de Relações com Investidores em nível europeu de telecomunicações" (2003, Thomson Extel Survey), "Melhores Relações Financeiras com a Mídia" (IR Magazine Eurozone Awards 2003) ou os prêmios TOP5 e POP+ do concurso Ameri-MZ Consult 2003, conferidos à subsidiária Telefónica CTC Chile.

Para atender às necessidades do mercado financeiro, a Telefónica S.A. e suas controladas no Brasil dispõem de uma área de Relações com Investidores, centralizada em São Paulo, especializada em prestar informações sobre o Grupo a analistas e investidores institucionais, esclarecendo dúvidas e detalhando informações necessárias aos mercados financeiros brasileiro e do exterior.

Adicionalmente, o Bradesco, na qualidade de banco depositário, também cumpre a tarefa de prover determinadas informações aos detentores de BDRs, inclusive enviando extratos de posição acionária de forma regular.

b) Canais de comunicação para os acionistas da Telesp

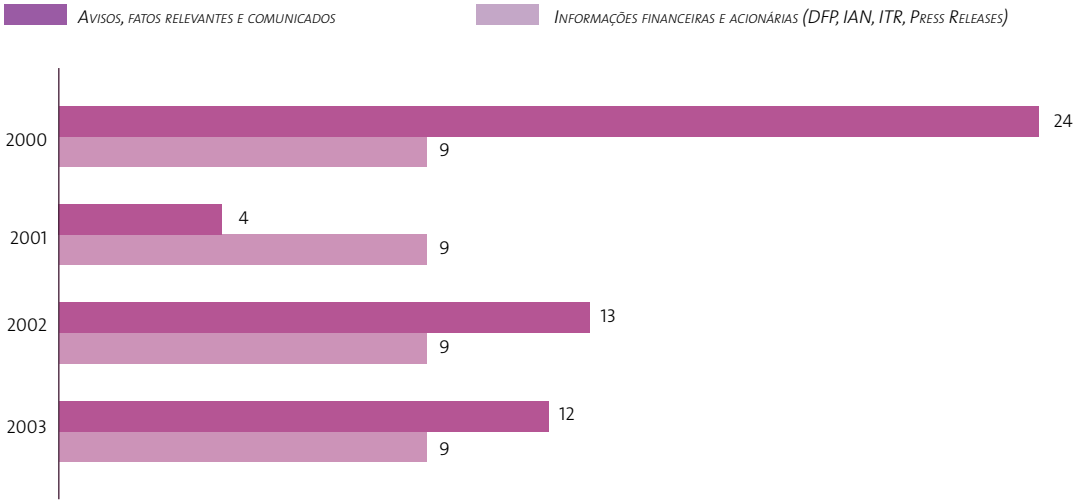
De acordo com o aviso aos acionistas de 24 de março de 1998, as ações do capital social da Telesp foram transformadas em ações escriturais cuja administração passou a ser feita pelo Banco ABN AMRO Real S/A, o qual é responsável por toda manutenção e movimentação de ações.

A Telesp tem um serviço telefônico gratuito para atender às solicitações de informações dos pequenos acionistas, por meio do 0800 77 11 680.

A operadora mantém uma página web dedicada a seus acionistas, onde publica inúmeros folhetos informativos, sempre em português e inglês, entre os quais destacam-se:

- Folheto Informativo Anual (IAN), publicado segundo as recomendações da Comissão de Valores Mobiliários. Estas mesmas informações, revisadas a cada fato relevante, são também incluídas no folheto informativo 20-F, subme-

INFORMAÇÕES SOBRE A TELESP ENVIADAS PARA CVM E BOVESPA
(Em número de comunicados)

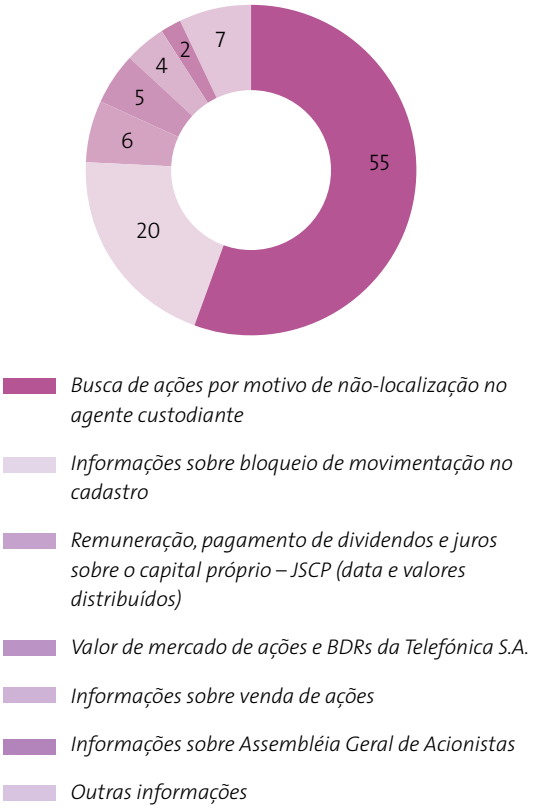


tido à SEC-Securities Exchange Commission, de Nova Iorque.

- Demonstração Financeira Padronizada (DFP), que apresenta um balanço da situação da empresa.
- Relatórios Trimestrais de Resultados (ITR).
- Press releases sobre as informações financeiras trimestrais.
- Folheto Informativo Anual em formato 20F, apresentado à SEC.

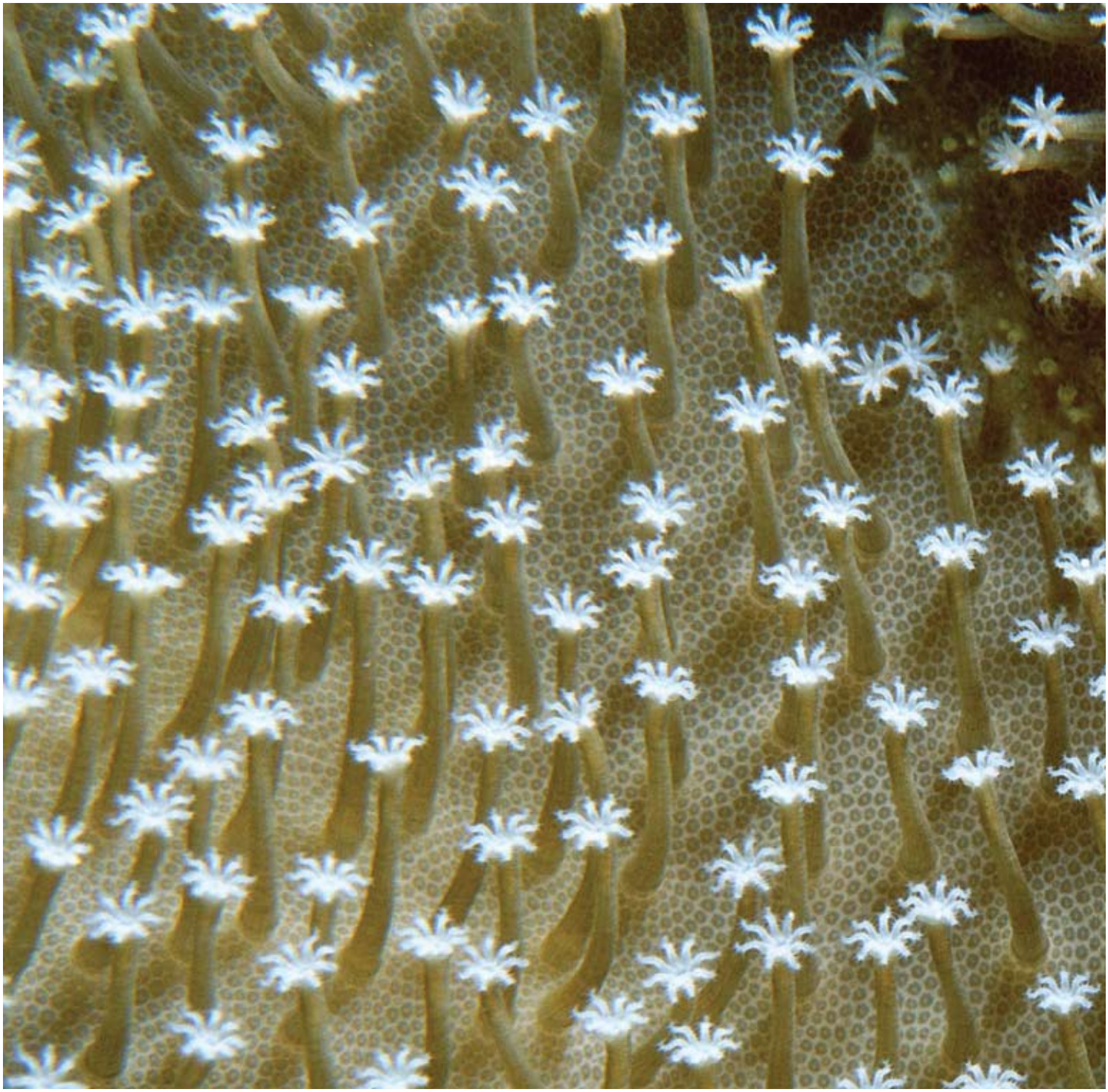
Também são publicados em jornais de grande circulação atos e fatos relevantes referentes à Telesp, bem como o Relatório de Administração Anual.

SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO ACIONISTA
(Razão das chamadas em %)



05

Empregados: clareza e desenvolvimento profissional



01 Um grande grupo de pessoas

- Características do efetivo do Grupo Telefônica
- Iniciativas de motivação, envolvimento e reconhecimento dos empregados
- Gestão de clima organizacional
- Comunicação interna

MAIS DE
42.000
EMPREGADOS NO BRASIL

02 Gestão e Remuneração

- Qualidade na gestão em relação aos empregados
- Política de remuneração
- Benefícios

85,6%
DO EFETIVO TÊM REMUNERAÇÃO VARIÁVEL

03 Formação e desenvolvimento profissional

- Formação dos empregados
- E-learning
- Planos de desenvolvimento
- Gestão de talentos

10.300
COLABORADORES TÊM ACESSO AO E-LEARNING

04 Garantia dos Direitos Humanos

- Relações trabalhistas
- Equilíbrio profissional-pessoal
- Erradicação do trabalho infantil
- Não-discriminação
- Saúde, segurança e ergonomia

SELO EMPRESA AMIGA DA CRIANÇA DA FUNDAÇÃO ABRINQ

05 Empregados solidários

- Ações de arrecadação de alimentos e agasalhos
- Envolvimento em ações sociais

EMPREGADOS DA T-GESTIONA DOARAM
22 toneladas de alimentos ao Fome Zero

EVOLUÇÃO DO EFETIVO CONSOLIDADO DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL

EMPRESAS	SETEMBRO 1998	DEZEMBRO 2001	DEZEMBRO 2002	DEZEMBRO 2003
Atento	0	27.102	26.442	29.434
Telefônica SP/Telesp	19.000	10.380	9.348	6.964
Telefônica Celular / Vivo*	2.500	2.649	2.917	3.350
t-gestiona	0	994	946	938
Telefônica Empresas	0	828	719	767
Terra	0	588	478	478
TPI	0	368	338	343
CCP BRASIL**	0	149	167	170
TESB	0	26	26	38
Telefônica P&D	0	0	0	14
TOTAL PAÍS	21.500	43.084	41.381	42.496

** Em 1998, 2001 e 2002, os dados da Vivo incluem todos os empregados da Telefônica Celular nos Estados do RJ, BA, RS, ES e SE.*
Em 2003 esses dados refletem todo o efetivo da Vivo ponderado pela participação da Telefônica na empresa.
***CCP Brasil = Centro Corporativo Grupo Telefônica no Brasil.*

01 UM GRANDE GRUPO DE PESSOAS

a) Características do efetivo do Grupo Telefônica

Em 31 de dezembro de 2003, o Grupo Telefônica no Brasil era constituído por 42.496 empregados, que representavam 28% dos empregados do Grupo Telefônica em todo o mundo. As linhas de negócios, com maior número de empregados são a Atento, com 69,26% dos empregados do Grupo no Brasil e a Telefônica SP com 16,39%.

As principais características do efetivo do Grupo Telefônica no Brasil[1] são:

- 99,28% dos empregados têm contrato fixo, 0,10% têm contratos temporários e 0,62% são estagiários.

- 36,9% do efetivo do Grupo Telefônica no Brasil dedica-se a funções comerciais, 46,9% a funções de operação e 16,2% a funções de apoio. Este cálculo é feito sem computar os empregados da Atento, que poderiam ser considerados tanto como pertencentes à área produtiva como à comercial.

- O grau de hierarquização do efetivo é de 2,8%, entendido como o percentual que representa a alta direção, a direção e as posições de média gerência em relação ao total do efetivo.

Outras características do efetivo do Grupo Telefônica no Brasil[2] são:

- 59,92% do efetivo é composto por mulheres, com destaque para a contribuição da Atento com 68,13% das mulheres em seu contingente. Nas demais empresas do Grupo, a situação é inversa, com 65,44% de homens em seu quadro de empregados.

- O tempo médio de permanência na empresa do efetivo do Grupo Telefônica no Brasil é de 4,49 anos. Este valor oscila entre 21 anos de senioridade média na t-gestiona, 13 anos de senioridade da Telefônica SP e dois anos de senioridade média na Atento Brasil e na TPI.

- A média de idade dos empregados no Brasil é de 28,7 anos. Merece destaque a juventude dos empregados da Atento, com média de 26 anos, em contraposição à experiência dos empregados da Telefônica SP e t-gestiona, de 38 anos.

- Cerca de 12% dos empregados têm formação universitária. Destes, 3.201 são da Telefônica SP e 2.213 são da Atento. Vale ressaltar ainda o alto

(1) *Os dados desta seção referem-se à Atento Brasil, Telefônica SP, Vivo, Telefônica GSC Brasil, Telefônica Empresas, Terra Brasil, TPI Brasil, CCP Brasil, Telefônica Pesquisa+Desenvolvimento do Brasil (TP+D) e Telefônica Engenharia de Segurança do Brasil (TESB), com base no efetivo equivalente.*

(2) *Os dados desta seção referem-se às empresas Atento Brasil, Telefônica SP, Telefônica GSC Brasil, Telefônica Empresas, Terra Brasil, TPI Brasil e Telefônica Engenharia de Segurança do Brasil (TESB). Baseiam-se na alocação física dos empregados.*

Participante da edição 2004 do "Show de Talentos"

volume de funcionários da Atento cursando universidade. Ao final de 2003, eram mais de 6.000 os funcionários da empresa nessa condição.

- O Grupo Telefônica tem 212 empregados trabalhando em escritórios virtuais no Brasil (195 na Telefônica SP e 17 na t-gestiona), aproveitando as oportunidades que as novas tecnologias oferecem.

Ênfase especial deve ser dada à geração de emprego da Atento durante os últimos anos, como resultado da extensão das atividades a outros clientes externos, além do Grupo Telefônica. O bom atendimento aos clientes dos nossos clientes pelos empregados da Atento constitui a maior garantia de estabilidade e crescimento no emprego.

b) Iniciativas de motivação, envolvimento e reconhecimento dos empregados

Para o Grupo Telefônica, é de suma importância manter um bom ambiente de trabalho, que motive todos os seus empregados. A companhia entende que empregados motivados e satisfeitos trabalham melhor e ajudam a empresa a atingir bons resultados.

Nas diferentes empresas do Grupo Telefônica, são desenvolvidas inúmeras iniciativas voltadas para a criação e manutenção de condições de trabalho adequadas, que possibilitem o envolvimento e a motivação dos empregados nas atividades da empresa. Destacamos a seguir algumas dessas ações.

"Show de Talentos" / Atento

Criado pela Atento em 2000, em parceria com a Telefônica SP, o "Show de Talentos" é uma das maiores campanhas motivacionais de que se tem notícia no País. Para se ter uma idéia do tamanho do evento, em 2004, o "Show de Talentos" registrou a participação de cerca de 11 mil funcionários. No primeiro ano foram 4 mil participantes. O programa, cujas inscrições começam em janeiro e tem a grande final nacional realizada em junho, contribuiu para manter elevado o nível de motivação durante todo o ano.

No "Show de Talentos", a Atento estabelece um tema e os teleoperadores que tiveram o melhor desempenho no trimestre imediatamente anterior às inscrições desenvolvem apresentações como peças teatrais, musicais ou outras formas de expressão artística. Os próprios grupos concorrentes escolhem as melhores apresentações.

O objetivo do programa é incentivar o trabalho em equipe e trazer à tona a criatividade dos inscritos, gerando comprometimento e integração das pessoas. O "Show de Talentos" já é percebido pela concorrência, e até por aqueles que buscam uma vaga nas operações da Atento, como um diferencial motivacional. Os funcionários premiados recebem premiações em dinheiro, troféus e medalhas.

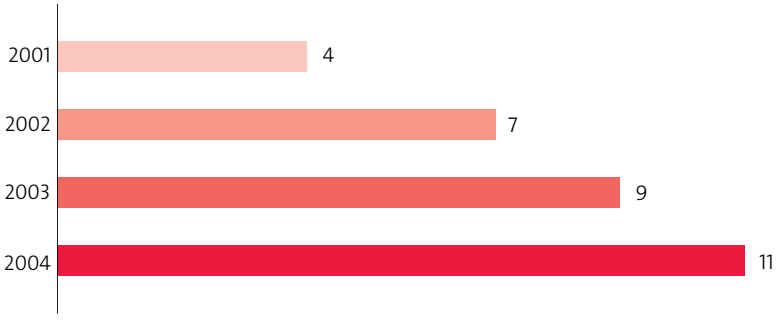
A Atento alcançou

32.000

empregados em julho de 2004

NÚMERO DE PARTICIPANTES DO "SHOW DE TALENTOS"/ATENTO

(Dados em milhares)

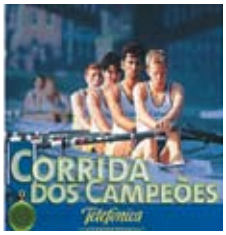


OPERAÇÃO SORRISO

A Satisfação do Cliente é a sua Satisfação

"Corrida dos Campeões" / Telefônica SP

A "Corrida dos Campeões" é um programa interno realizado entre 2001 e 2004 na Telefônica SP para estimular a participação dos funcionários e promover a implantação de projetos. Com essa campanha, a empresa compartilha com os colaboradores informações sobre seus objetivos estratégicos e divide com eles a responsabilidade em atingi-los. Tem como um dos principais objetivos ampliar a autonomia para que os empregados possam resolver problemas e implantar projetos e funciona como uma vitrine do empregado na empresa.



Logotipos das diversas fases da "Corrida dos Campeões"

Os empregados de todos os níveis hierárquicos são desafiados a implementar ações/projetos para melhorar os resultados da empresa. É objetivo do projeto criar um ambiente que facilite o empreendedorismo. Entre 2001 e 2004, foram realizadas quatro etapas da campanha, com temas alinhados aos objetivos estratégicos da companhia naquele período. As duas primeiras tinham o objetivo de reduzir despesas e aumentar receitas. A terceira etapa tinha como meta a melhoria do atendimento ao cliente e os 724 projetos implementados ajudaram a Telefônica SP a reduzir o número de reclamações nos órgãos de defesa do consumidor. Nesta etapa, puderam participar também funcionários da Atento, t-gestiona e empresas contratadas, atingindo cerca de 30 mil participantes entre empregados e terceiros.

A quarta etapa da "Corrida dos Campeões" incentivou a implementação de ações de melhoria do clima organizacional e foi um dos fatores que colaboraram para a elevação do nível de satisfação dos empregados em onze pontos percentuais, conforme apontado na pesquisa de clima.

A partir da divulgação dos temas na empresa, os empregados só podem inscrever os projetos que foram efetivamente implementados, em equipes de até dez pessoas. O período de inscrição dos projetos é, em média, de seis meses; ao final desta fase, os projetos são avaliados por um comitê com um representante de cada área. Todos os projetos implementados são avaliados pelo comitê, e os pré-selecionados passam por uma entrevista que visa apurar a avaliação do projeto e conhecer os principais desafios enfrentados. Os autores dos melhores projetos recebem prêmios em dinheiro e são homenageados em grandes eventos, que contam com a presença de todos os participantes inscritos e executivos da companhia.

"Operação Sorriso" / Telefônica Empresas

A "Operação Sorriso" é um programa de relacionamento com o público interno lançado na Telefônica Empresas em junho de 2002 com o objetivo de melhorar a comunicação e, conseqüentemente, a satisfação dos empregados. O lema do programa é "A Satisfação do Cliente é a sua Satisfação" e a empresa busca atingir seu objetivo com um misto de ações de motivação, informação, reconhecimento e encantamento.

A "Operação Sorriso" integrou as áreas de Comunicação e Recursos Humanos e seus projetos voltados aos empregados. Entre eles, por exemplo, está o Projeto Podium, para reconhecer a excelência dos profissionais da empresa. Em 2003, o Projeto Podium reconheceu mais de 120 funcionários e vinte projetos propostos foram aprovados.

"Gente & Ação" / Telefônica SP

O grupo "Gente & Ação" foi formado em fevereiro de 2003 com o objetivo de promover ações para tornar o ambiente de trabalho mais leve e melhorar a experiência das pessoas com a empresa. Ao longo de 2003, o "Gente & Ação" organizou cerca de vinte projetos para envolver os funcionários e oferecer opções de lazer. Entre esses projetos, estão:

- "Poltrona 15": sessão de cinema com direito a pipoca e refrigerante, que acontece na última quinta-feira de cada mês, no fim do expediente, em três prédios da Telefônica. Os empregados podem votar no filme que querem assistir.

- Acampamento: no mês de julho é organizado um acampamento para filhos de empregados. A Telefônica SP oferece o transporte e brindes, liberando os empregados para acompanhar os grupos de crianças.

- Presentes: o grupo ajudou a distribuir presentes para empregados em diversas ocasiões durante o ano de 2003, como Páscoa, Natal, Dia das Mães e Dia dos Pais.

- Ações com filhos dos empregados: em 2003, a Telefônica SP promoveu ações para trazer os filhos de empregados para a empresa.

- "Arraial Telefônica": festa junina que, em 2003, reuniu cerca de 30 mil pessoas, entre funcionários e familiares, e sorteou diversos prêmios aos presentes, incluindo um automóvel 0km.

Com o objetivo de melhorar a comunicação da empresa, o "Gente & Ação" criou o "Grupo Semeadura", um projeto que envolve cerca de 500 funcionários – principalmente secretárias e apoios administrativos. O Semeadura passou a ser responsável pela disseminação das informações importantes e por replicar ações nas áreas.

"Casual Everyday"/Telefônica SP e Telefônica Empresas

A Telefônica São Paulo e a Telefônica Empresas instituíram em 2003 o "Casual Everyday", permitindo um estilo mais informal de vestuário todos os dias da semana, com o objetivo de reforçar a integração e descontração no ambiente de trabalho. A empresa divulgou nos veículos de comunicação interna a forma de interpretar a nova prática e quais as situações em que seria necessário manter trajes mais formais.

Competições Esportivas / Grupo Telefônica

As empresas do Grupo Telefônica realizam uma série de competições esportivas ao longo do ano, visando integrar os empregados e incentivar o lazer. Em 2003, a Copa de Futsal do Grupo Telefônica contou com 44 equipes inscritas e envolveu cerca de 650 funcionários de diversas empresas do Grupo. O objetivo do torneio vem sendo atingido: as equipes se confraternizam e conhecem outras áreas do Grupo em um clima de alegria e respeito em uma competição saudável.

O torneio é uma iniciativa típica das atividades do Clube Telefônica. Outra iniciativa similar é a Copa Telefônica de Voleibol Misto 2003, na qual foram realizados quarenta jogos que envolveram as empresas Telefônica SP, t-gestiona e Telefônica Empresas. O Torneio de Futebol de Campo do Grupo Telefônica contou com 36 equipes inscritas por cerca de 720 funcionários da Atento, t-gestiona, Telefônica Empresas, TPD e Telefônica SP.

Desenvolvimento de produtos

As diretorias de Desenvolvimento de Novos Negócios das empresas do Grupo Telefônica iniciaram em 2003 um processo de prospecção de novas oportunidades de negócios, buscando envolver os funcionários na apresentação de propostas. Para isso, as idéias viabilizadas em novo negócio/produto concorrem a uma viagem para conhecer a sede do Grupo Telefônica, na Espanha. No primeiro ano do programa, houve 183 idéias inscritas no concurso.

c) Gestão de clima organizacional

O Projeto de Gestão de Clima Organizacional foi desenhado para medir a favorabilidade da percepção dos colaboradores em relação a políticas, sistemas, valores e práticas do Grupo. Além desse diagnóstico, a gestão se dá pela realização de ações que causam impacto positivo nessa percepção e, conseqüentemente, no nível de comprometimento dos colaboradores com os resultados da organização.

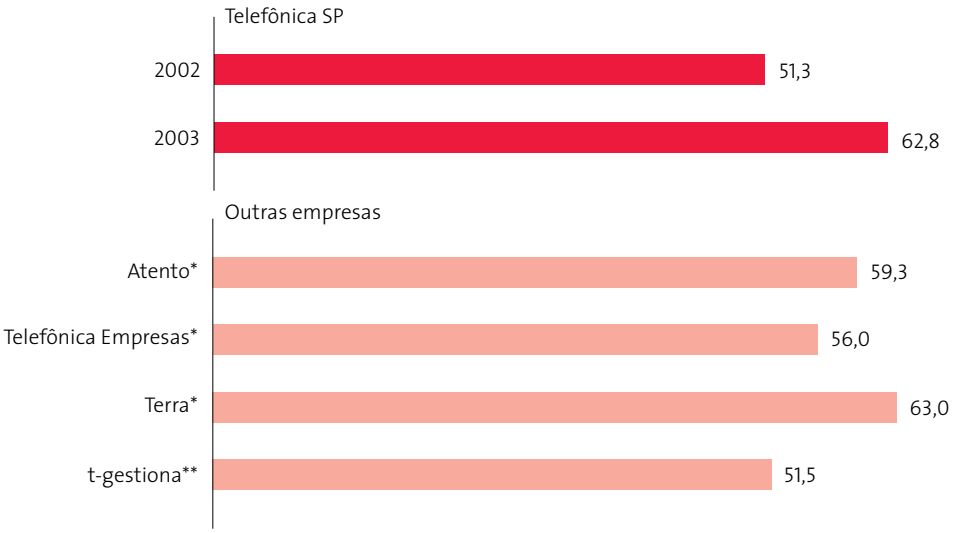
Acampamento para filhos de empregados

Promotores de eventos vestidos como o "Super 15" abrem passeio ciclístico de empregados

Arraial Telefônica

Funcionária participa de distribuição de ovos de Páscoa

SATISFAÇÃO GERAL DOS EMPREGADOS
(Dados em porcentagem)



** Pesquisa de 2003 / ** Pesquisa de 2002*

Pesquisas de clima organizacional

Desde 2001, as empresas do Grupo Telefônica vêm realizando pesquisas de clima organizacional de forma sistemática. Essas pesquisas funcionam como eixo fundamental da gestão de recursos humanos do Grupo Telefônica e ponto de partida para definir os planos de ação para melhoria de clima.

Na Telefônica SP, houve uma melhoria expressiva da satisfação dos empregados registrada na pesquisa de clima. A empresa registrou crescimento de 11,5 pontos percentuais no índice de satisfação geral, que passou de 51,25% em 2002 para 62,75% em 2003. Além disso, a expressiva participação dos empregados nas pesquisas foi um indício positivo do êxito do compromisso da empresa para com eles.

A Atento tem realizado pesquisas de clima anualmente para medir o nível de satisfação de seus funcionários. Em 2003, mais de 9,7 mil empregados participaram da pesquisa de clima de trabalho, indicando um nível de satisfação geral de 59,3% com relação a sua situação de trabalho na empresa. Entre os fatores positivos apontados pelos funcionários na pesquisa, estão a satisfação com a atividade desempenhada, o bom relacionamento no ambiente de trabalho e o bom processo de comunicação com a chefia – todos com satisfação superior a 80%.

No Terra, a satisfação expressada pelos 453 empregados participantes na última pesquisa de clima (2003) foi de 63%.

A Telefônica Empresas também realiza pesquisas de satisfação entre seus empregados anualmente. Os resultados são discutidos no Comitê Diretivo e orientam o prosseguimento dos programas internos. Na pesquisa de 2003, foi apurado um índice de satisfação de 56%.

Na t-gestiona foi realizada uma pesquisa de clima organizacional no final do ano de 2002, registrando um percentual de favorabilidade de 51,48%. Vale ressaltar que 78,7% dos empregados da empresa responderam voluntariamente a pesquisa.

Iniciativas para melhorar o clima interno

Na Telefônica SP foram realizadas diversas ações durante o ano de 2003 com o objetivo de melhorar o clima interno e a satisfação dos empregados com a empresa. Atingir esse objetivo passou a ser responsabilidade de todos. Uma parte da remuneração variável (bônus) de todos os executivos foi condicionada à satisfação dos empregados. Os empregados também implementaram projetos para melhorar o clima interno em uma etapa da "Corrida dos Campeões" com essa finalidade.

Na Atento, há uma central de atendimento de recursos humanos (0800) para tratamento de dúvidas relacionadas a questões de Recursos Humanos. Desde maio de 2003, a empresa disponibiliza aos seus funcionários esse canal de comunicação denominado "Atento para Ouvir", uma ouvidoria por meio da qual os funcionários podem fazer reclamações, denúncias e elogios.

Na t-gestiona, a partir da pesquisa de clima realizada em 2002, foi implementado um plano de ação geral para a empresa e desenvolvidas ações específicas nas diretorias visando a melhoria do clima. Também foi aberto um canal de e-mail para que os funcionários pudessem apresentar sugestões de projetos para melhoria de clima.

Intranet

d) Comunicação interna

O Grupo Telefônica desenvolveu sistemas de comunicação corporativa para seus empregados a fim de conciliar a informação geral em escala do Grupo com a específica de cada negócio ou país. Sua utilização é complementada pelo trabalho de hierarquia média, considerado peça essencial no processo de comunicação.

Canais de comunicação corporativos

O conglomerado possui veículos de comunicação interna para manter os empregados informados sobre as ações e objetivos de negócio da companhia. Os principais são:

- ***Televip:*** é o jornal interno do Grupo Telefônica; dezesseis páginas com notícias sobre as empresas do grupo que atuam no País. É enviado para a casa de todos os empregados (com exceção da Atento, que tem seu próprio jornal, o *Sintonia*), sendo sua tiragem de 12.300 exemplares mensais. O suplemento *Televip São Paulo* é distribuído apenas para os empregados da Telefônica SP e Telefônica Empresas.

- ***Intranets:*** mantêm informações gerais sobre as empresas, entre elas: guia completo de empregados, com telefone e e-mail, inclusive dos executivos; dados gerais sobre atuação do Grupo no Brasil e no mundo; demonstrativo de pagamento etc. Há ainda a Intranet Corporativa, acessada pela rede do Grupo Telefônica.

- ***Televip.net:*** é o site de notícias do Grupo Telefônica no Brasil. Pode ser acessado pela intranet ou pela Internet, e mantém informações atualizadas dos principais veículos de comunicação do País sobre a Telefônica e o setor de telecomunicações.

- ***Televip.mail:*** é um boletim diário de notícias corporativas que aborda as atividades promovidas pelas empresas do Grupo, sendo acessado por cerca de 1.500 executivos.

- ***Telefônica Informa:*** é o informativo com as notícias de interesse dos empregados da Telefônica SP.

Também se destaca a administração do Curso de Boas-Vindas ao Grupo Telefônica, realizado pelos empregados que ingressam nas empresas do Grupo a cada ano. Em 2003, o curso foi realizado por 20.860 novos funcionários (19.914 dos quais corresponderam à Atento). Na Atento, o Programa de Integração para os novos empregados e estagiários, denominado "Atento e Você", é efetuado quinzenalmente, onde é apresentada toda a empresa, principais mercados, outras empresas do Grupo Telefônica, áreas de negócios, meios de comunicação, Gestão de RH (programa de estágio, retenção de talentos, atração, competências, benefícios).

Canais de comunicação para projetos estratégicos

Os objetivos estratégicos do Grupo Telefônica são expostos mensalmente pelos principais executivos nas edições do *Televip* e nos demais veículos de comunicação interna.

Em casos de programas ou campanhas específicos, que visam envolver os empregados – como por exemplo "Compromisso Cliente" e "Corrida dos Campeões" – são mantidos *hot sites* específicos, nos quais os empregados podem acessar todas as informações relevantes sobre o programa e realizar um acompanhamento de suas ações.

Além disso, são desenvolvidas ferramentas de comunicação específicas para envolver os funcionários em grandes mudanças que marcam a empresa, como lançamento de novos produtos ou prêmios de reconhecimento recebidos pela companhia.

Nesse mesmo âmbito, deve-se ressaltar as convenções de empregados do Grupo – especialmente da Telefônica SP e da Telefônica Empresas – que abordam assuntos como apresentações estratégicas, convenções das equipes de vendas, novos planos comerciais, lançamento de produ-

tos ou cumprimento de objetivos de atendimento a clientes.

Ações de comunicação nas empresas

Além dessas ferramentas corporativas, algumas empresas do Grupo definiram esquemas de comunicação interna complementares.

- Na Telefônica Empresas, a "Operação Sorriso" (já mencionada anteriormente) reorganizou os canais de comunicação interna, buscando garantir informações precisas e em primeira mão para os funcionários. Nesse processo, a intranet foi reestruturada e toda informação relevante passou a ser enviada por e-mail para os empregados. A "Operação Sorriso" busca garantir que todos os funcionários conheçam a empresa e, assim, contribuam para alcançar os objetivos propostos. O programa foi estendido, em 2003, para as unidades da Telefônica Empresas da Argentina, Chile, Peru, EUA, Porto Rico e México.

- Na Telefônica SP, está em vigor uma cultura de comunicação em "cascata", que envolve o grupo gerencial diretamente no trabalho de comunicação com os colaboradores. Entre os programas instituídos pela empresa para facilitar a comunicação em cascata, vale destacar a "Ordem do Dia". Mensalmente, o Comitê Diretivo da Empresa reúne-se com todos os diretores da empresa. Nessa reunião, é definido um tema que deve ser comunicado em cascata até chegar a todos os empregados. Posteriormente, é realizada uma auditoria com empregados para avaliar a abrangência (quantos empregados conhecem o tema) e a qualidade (compreensão e comentários dos empregados) da informação. Entre os temas que fizeram parte da "Ordem do Dia" ao longo do ano de 2003, estão o sistema de remuneração variável, os valores da empresa e o sistema de tarifação utilizado pela empresa na cobrança dos produtos e serviços oferecidos aos clientes.

- Desde 2003, os empregados da Telefônica SP têm um canal específico para enviar perguntas ao Diretor Geral. Por meio do site "Pergunte ao Diretor Geral", disponível na intranet, os empregados podem encaminhar questões sobre qualquer tema que afete seu trabalho. Os temas mais importantes são respondidos pelo Diretor Geral nas edições do *Televip São Paulo*.

- A Atento e também a Telefônica Empresas promovem o programa "Café com o Presidente", com o objetivo de estreitar as relações entre os profissionais que atuam em diversas áreas e abrir espaço para que todos possam contribuir com idéias e iniciativas.

- A t-gestiona divulga semanalmente o informativo eletrônico *t-informo*. Às sextas-feiras, os funcionários da empresa recebem essa newsletter com as informações da semana.

02 GESTÃO E REMUNERAÇÃO

a) Qualidade na gestão em relação aos empregados

As empresas do Grupo Telefônica no Brasil dispõem de equipes próprias de Recursos Humanos para desenvolver projetos destinados especificamente ao perfil do quadro de empregados de cada linha de negócio. Ao longo dos últimos anos, algumas empresas do Grupo Telefônica no Brasil receberam reconhecimento por diferentes atividades relacionadas à gestão de pessoas:

- Em 2002, a revista *Gestão Plus* concedeu seu prêmio "Gestão empresarial" ao "Sistema de Avaliação de Desempenho 360º", desenvolvido e implantado no Grupo Telefônica. O projeto, cuja aplicação abrange todos os níveis de comando das empresas do Grupo, contempla a avaliação múltipla das competências de cada um dos empregados por seus superiores, colegas, subordinados, clientes e também a auto-avaliação.

- O projeto de Planos de Carreira, desenvolvido pela Telefônica SP, foi escolhido para receber o prêmio "Destaque RH 2002", categoria em que concorreram mais de 800 projetos apresentados em nível nacional no Brasil. O projeto da Telefônica apresentou sua ferramenta de gestão de remuneração e planos de carreira fundamentada em:

  - Avaliação de competências pela utilização de um sistema de avaliação individualizado.

  - Ranking interno de desempenho e avaliação comparativa entre empregados.

- A Telefônica SP foi premiada nos anos de 2002 e 2003 no levantamento realizado pela revista *Forbes Brasil* e pela consultoria de recrutamento de executivos Transearch que elege "As empresas mais Desejadas para Trabalhar". Em 2003, a Telefônica aparece em 1º lugar no setor de Telecom e 14º lugar no ranking geral das 50 empresas mais desejadas pelos executivos brasileiros no ranking das empresas preferidas como empregadoras. Cerca de 6,6 mil profissionais participaram da pesquisa pela Internet para a seleção das empresas.

- A t-gestiona, no ano de 2003, foi premiada em duas ocasiões:

  - "Empresa do Futuro 2003", por suas políticas e programas de recursos humanos;

  - Prêmio Top RH 2003, por um projeto de responsabilidade social, vinculado ao programa *Fome Zero*, do governo federal, que envolveu mobilização e voluntariado dos empregados.

- A Telefônica Empresas recebeu o Prêmio "Top RH 2003", por seu projeto de comunicação interna "Operação Sorriso: A Satisfação do Cliente é sua Satisfação". Esta distinção é conferida anualmente às companhias que se destacaram por sua visão empresarial e na melhora de resultados por meio da implantação apropriada de um estilo de administração.

b) Política de remuneração

O Grupo Telefônica busca a motivação e fidelização de seus empregados oferecendo pacotes de remuneração competitivos e equilibrados. A Política de Remuneração tem como objetivo ajudar com eficiência a organização a cumprir seus objetivos de trabalho, reforçando as condutas adequadas para orientar seus empregados à consecução dos mesmos. O Grupo Telefônica realiza anualmente pesquisas de mercado, envolvendo as empresas em geral e especificamente o mercado de telecomunicações, para manter os salários em patamares competitivos. Essas pesquisas direcionam não apenas a remuneração fixa como também a variável.

Entre os empregados,

99,82%

têm percentual da remuneração vinculado a desempenho ou resultados

O sistema de remuneração do Grupo Telefônica estabelece um pacote integrado e flexível, destacando-se que 38.890 empregados do Grupo no Brasil (99,82%) têm alguma porcentagem de sua remuneração variável em função do desempenho ou resultados. De todos eles, 33.349 (85,59% do efetivo) foram avaliados de acordo com os planos de remuneração variável: [3]

(3) Os dados desta seção referem-se às empresas Atento Brasil, Telefônica SP, Telefônica GSC Brasil, Telefônica Data Brasil, Terra Brasil, TPI Brasil e T. Engenharia Segurança.

- Remuneração por Competências, prática de gestão de pessoas que tem como objetivo estimular os empregados a se desenvolverem, permitindo visibilidade e o reconhecimento do desempenho individual, bem como o fortalecimento do processo de *feedback*.

- Plano de cargos e salários. Implantado em 2002 na Telefônica SP, Telefônica Empresas, t-gestiona e Centro Corporativo, o Plano de Cargos e Salários prevê reavaliação anual da situação de todos os empregados. Os gestores avaliam suas equipes e os empregados com melhor desempenho dentro de cada diretoria recebem aumento de salários e/ou promoções. No ano passado, cerca de 45%

dos empregados da Telefônica SP em cargos não-executivos foram contemplados com aumentos salariais. O reajuste médio entre esses colaboradores foi de 6%.

- Remuneração Variável, programa de bonificação atrelado ao cumprimento de metas/objetivos, visando maior orientação na busca dos resultados da empresa. Os Gestores fazem a contratação e avaliam as metas de seus subordinados semestralmente, no caso dos empregados, ou anualmente, entre os executivos.

O Programa de Remuneração Variável existe no grupo desde 1999 e o de Remuneração por Competências desde 2002, abrangendo todos os empregados da Telefônica SP, Telefônica Empresas e t-gestiona (objeto de Acordo Coletivo) e executivos (programa corporativo do Grupo Telefônica). O sistema de bonificação também oferece vantagens em comparação ao mercado. Um ocupante de cargo não-executivo na companhia, por exemplo, tem a possibilidade de receber até 2,6 salários extras em bônus enquanto a média das empresas do País é de 1,2 salário.

c) Benefícios para empregados

O Programa de Benefícios consta do Manual de Políticas Corporativas, baseado nos valores de Cidadania, Transparência e Confiança. Integram este Programa:

- Benefícios legais, como Vale-Transporte, Auxílio-Creche e Auxílio-Maternidade, por exemplo.

- Benefícios resultantes de acordo coletivo de trabalho, como programa-alimentação, assistência médica e odontológica, seguro de vida, seguro de vida complementar, auxílio-creche dos seis meses até a pré-escola, licença-adoção complementar à licença previdenciária, licença-paternidade, complementação de auxílio-doença e auxílio-acidente e indenização por morte decorrente de acidente de trabalho.

- Benefícios concedidos por liberalidade pelas empresas, como Previdência Privada, Cooperativa de Crédito, Plano Preferencial de Assistência à Saúde para executivos, Clube Social, manutenção de convênio com a Associação Beneficente de Empregados da Telefônica – ABET e Associação para Integração e Apoio para os Portadores de Deficiência – SEMEAR etc.

A operacionalização do Programa de Benefícios nas empresas do Grupo foi assumida pela t-gestiona.

Vale destacar que alguns benefícios, em função da autogestão (Previdência Privada, Cooperativa de Crédito Mútuo, Plano de Assistência à Saúde) facilitam a intervenção personalizada nas intercorrências de utilização.

Plano de saúde

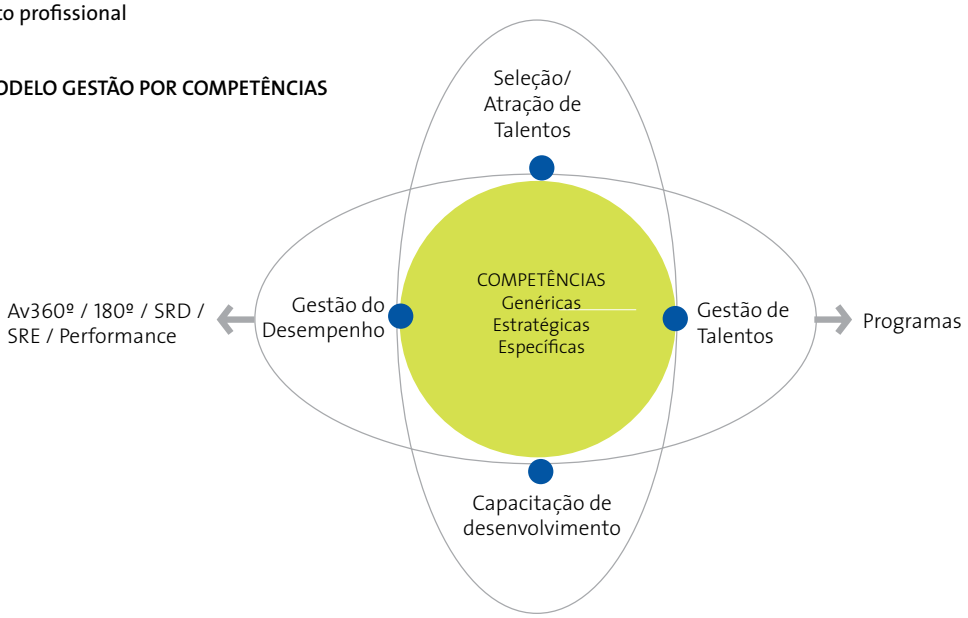
A Telefônica SP oferece a todos os seus empregados e seus dependentes diretos a possibilidade de adesão ao Plamtel, um plano de assistência à saúde no sistema de autogestão, superior aos oferecidos no mercado. Os empregados e dependentes têm à disposição toda a assistência médica hospitalar comum aos planos de saúde.

O Plamtel está entre os cinco melhores convênios médicos do Estado. Este é o resultado da pesquisa da Acoesp (Associação das Clínicas e Consultórios Médicos do Estado de São Paulo) que divulgou em 2002 ranking dos planos de saúde com melhor avaliação na opinião dos médicos. A adesão a esses planos, em dezembro de 2003, era de 70% dos empregados efetivos.

Previdência privada

O Plano Visão é oferecido pela Telefônica SP, t-gestiona, Telefônica Empresas e Centro Cor-

MODELO GESTÃO POR COMPETÊNCIAS



Educação Telefônica

porativo a todos os seus empregados. Uma das principais características do plano é a flexibilidade no valor da contribuição, podendo variar de 2% a 9% da remuneração do empregado. Até o teto de 9%, a empresa contribui com o mesmo valor de contribuição escolhido pelo funcionário.

Programa de alimentação

As empresas do Grupo Telefônica oferecem subsídio para alimentação a todos os seus empregados, que podem compor o pacote com vale-alimentação e vale-refeição. A Atento, por ter um quadro de empregados com perfil diferenciado, fornece cartões-lanche aos teleoperadores com jornada de 180 horas mensais. Eles podem utilizar o cartão magnético em máquinas automáticas de fornecimento nos sites da empresa.

Promoções de produtos e serviços para empregados

Os empregados do Grupo recebem informações periódicas sobre promoções especiais para adquirir produtos e serviços do Grupo Telefônica. Há condições especiais para contratação do *Speedy*, para a compra de celulares Vivo, de computadores IBM com financiamento pela empresa, de aparelhos telefônicos *Domo*, comercializados pela Telefônica Assist, de serviços do Terra etc.

03 FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

O Grupo Telefônica tem um compromisso com a formação e desenvolvimento profissional e das competências de seus empregados, que se desenvolvem por intermédio dos cursos de formação, da formação *on-line*, dos programas de desenvolvimento e da gestão do talento.

O Grupo Telefônica implantou, em 2002, as metodologias de Avaliação em 360º, para os executivos (liderança) e de Avaliação em 180º para os demais empregados. Essa metodologia é válida para a Telefônica SP, t-gestiona e Telefônica Empresas.

A prática de gestão é anual e a responsabilidade pela execução cabe aos gestores e empregados. A área de RH é responsável pela definição de metodologia e ferramenta, pelo acompanhamento da execução das etapas e pela realização das ações de desenvolvimento corporativas. Esta prática envolve todos os níveis hierárquicos.

a) Formação dos empregados

Nas operações da Atento, 100% dos empregados participa de programas de treinamento. Em 2003 foram ministradas mais de 1,6 milhão de horas de treinamento, envolvendo formação inicial e reciclagem. Toda a estrutura administrativa da empresa passa por um programa de "Gestão Estratégica de Talentos – GET", que compreende as etapas de avaliação de competências, formação profissional, e perfil pessoal comparado com o perfil da posição, onde a resultante é o instrumento de oportunidade de desenvolvimento de carreira. Em 2003, foram avaliados em torno de 600 funcionários.

O Programa "Educação Telefônica" é uma solução educacional para gestão de treinamento e desenvolvimento para os empregados e gestores da Telefônica SP, implementado em maio de 2002. As ações objetivam o treinamento e o desenvolvimento nas competências para o alcance dos resultados e objetivos estratégicos da organização.

- **Competências Estratégicas:** Definição pela alta direção e implementação de programas corporativos para desenvolvimento dessas competências, uma vez definidas as diretrizes estratégicas da Organização.

- **Competências Genéricas:** Retratam os valores / condutas esperadas pela Organização e reque-

rem programas corporativos para desenvolvimento das mesmas.

- **Competências Específicas:** Priorizadas em função do plano estratégico, requerem treinamentos específicos por grupos de função.

Dentro do Programa "Educação Telefônica", há ciclos de palestras destinados a funcionários com diferentes ocupações na empresa. O "Canaltec" inclui palestras dirigidas aos empregados que se relacionam com atividades de tecnologia (engenheiros e técnicos). Já o "Canalcom" é direcionado aos empregados que se relacionam direta ou indiretamente com a atividade comercial. O "Painel Telefônica", que ocorre mensalmente, é aberto a todos os empregados e executivos e entre os temas abordados estão atualidades, negócios e desenvolvimento pessoal.

Em 2003, o "Educação Telefônica" registrou:

28.000
participações em atividades de formação (57% a mais que em 2002)

291.000
horas de aula

35 *horas de formação por empregado*

87%
dos empregados formados

Na área de formação, devem ser destacados os programas de desenvolvimento de habilidades *Seis Sigma*, tanto pela novidade dessa metodologia no Brasil, como também por seu notável impacto posterior nos processos de negócios da empresa e no impacto para o cliente. O *Seis Sigma* é uma ferramenta que, através de métodos estatísticos, tem o objetivo de chegar mais próximo possível ao defeito zero, ou seja, eliminar 99,99966% de erros dentro de um processo. Até o momento, está implantada na Telefônica SP e na Atento Brasil. Mais informações sobre o impacto desses projetos podem ser conferidas no capítulo 03 deste Informe.

Na Telefônica Empresas, foram desenvolvidas mais de 22.450 horas de formação ao longo de 2003, o que corresponde a quase 30 horas de formação por empregado e ano.

A TPI desenvolve inúmeras atividades de formação, que incluem o "Gentemais" (programa de formação em valores), "Líder Ação" (programa completo de desenvolvimento de chefes e gerentes de vendas internos e externos), formação comercial para consultores, e-learning e programa de multiplicadores.

Treinamento e desenvolvimento

Os empregados com melhor desempenho têm prioridade nos programas de treinamento e desenvolvimento, contando inclusive com subsídio para realização de MBA *in company*.

Adicionalmente, o Grupo Telefônica oferece bolsas de estudo para cursos de pós-graduação em universidades renomadas da Espanha, para funcionários.

b) *e-learning*

O *e-learning* é uma das grandes apostas do Grupo Telefônica no Brasil para oferecer um leque cada vez mais amplo de cursos aos empregados e possibilitar o treinamento de um grande número de pessoas. Essa ferramenta deve ser ampliada também por estar diretamente ligada aos diversos serviços que as empresas do Grupo Telefônica comercializam, como o acesso e a capacidade de administrar redes e conteúdos, a gestão de softwares e a própria tecnologia.

O *e-learning* foi utilizado pela primeira vez em 2001, para dar vazão ao grande número de ações de treinamento envolvendo produtos e serviços. A partir do sucesso da ferramenta e em parceria com todas as empresas do Grupo Telefônica no mundo, foi implantado a *Plataforma a+* com o objetivo de facilitar o processo de treinamento e desenvolvimento. No Brasil, a *Plataforma a+* entrou no ar em outubro de 2002. No ano de 2003, o Grupo investiu na regionalização e expansão do conteúdo e mais de 4 mil pessoas foram treinadas. Em 2004, o Grupo Telefônica está ampliando ainda mais o número de cursos disponibilizados por meio do *e-learning*.

Aproximadamente 10.300 empregados brasileiros do Grupo Telefônica já são potenciais usuários da *Plataforma a+*, já tendo utilizado mais de 53 mil horas de treinamento. A boa aceitação do *e-learning* se deve principalmente à flexibilidade de horário e até mesmo de local para a realização dos cursos de autodesenvolvimento.

c) Planos de desenvolvimento

O Grupo Telefônica utiliza ferramentas para garantir a clareza de objetivos nos processos de admissão e também para possibilitar o desenvolvimento profissional e perspectivas de crescimento para os seus empregados.

Recrutamento

Em todos os processos de recrutamento, interno ou externo, são definidas as principais características e competências para a posição requerida, através de um questionário que é preenchido pelo consultor de Recursos Humanos, com o auxílio do gestor da área solicitante. Neste questionário, há dois grandes "blocos" para a definição do perfil da posição:

- **Descrição do Cargo:** quais são as atividades propostas, os principais desafios e interfaces.
- **Perfil Desejado:** qual experiência profissional exigida, formação acadêmica / especializações, quais são os conhecimentos imprescindíveis e quais as competências específicas para o bom desempenho das funções, além da descrição dos idiomas desejados.

A t-gestiona é responsável pelo recrutamento e seleção de funcionários para a maioria das empresas do Grupo Telefônica no Brasil.

A Atento Brasil colocou em operação em seu site (www.atento.com.br) um canal chamado "Oportunidade de Carreiras", no qual exibe cargos disponíveis e disponibiliza serviço de envio de currículos *on-line*.

Planejamento de Carreira e Desenvolvimento Pessoal

O Plano de Carreira é uma ferramenta de gestão de pessoas que tem como objetivo propiciar perspectivas de crescimento para os empregados, permitindo visibilidade e o reconhecimento do desempenho individual. Fortalece o processo de *feedback*, estimulando a alta performance, através de critérios preestabelecidos de avaliação.

Vale destacar que o Plano de Carreira é uma prática de gestão diferenciada, pois contempla avaliações (qualitativa e quantitativa) e visa minimizar a subjetividade na definição de promoções e aumentos salariais para os empregados, tornando claros os motivos da diferenciação salarial e os critérios adotados para a distribuição de verba para os gestores.

O Plano de Carreira está formalizado no Grupo Telefônica, para todos os empregados e níveis hierárquicos, desde 2002, podendo ser consultado pelo gestor via intranet, além das apresentações de RH contendo todos os critérios definidos.

d) Gestão de talentos

O Grupo Telefônica mantém programas voltados para a identificação e desenvolvimento de talentos, identificando empregados com potencial para assumir cargos de gestão e na carreira de especialistas. Os talentos do conglomerado são alvos de programas de desenvolvimento como MBA e especialização *in company*, bolsas de estudo para cursos de pós-graduação na Espanha e programas de desenvolvimento para suprir lacunas individuais nas competências.

A empresa oferece outras oportunidades de progresso e desenvolvimento profissional através da divulgação interna das vagas no "Banco de Oportunidades". No ano de 2003, 250 vagas foram providas.

Programas de estágios

O Grupo Telefônica reestruturou seu programa de estágio, unificando as ações das linhas de negócios. O programa está baseado no conceito de vaga responsável, delimitando o número de esta-

Comunicação visual da Plataforma a+, e-learning do Grupo Telefônica

Empregados participaram de

53.000

horas de treinamento através da Plataforma a+

giários de acordo com a capacidade de absorção de cada área das empresas. O supervisor do estágio estabelece um plano básico a ser cumprido no período e, ao final do primeiro ano, o estagiário desenvolve um projeto aplicativo com melhorias para a área. É destinado para estudantes de penúltimo e último ano de cursos de nível superior ou técnico, e tem duração de um ou dois anos.

Em 2003, foi realizada a primeira edição do Prêmio Estagiário que contou com 67 projetos aplicativos inscritos, todos efetivamente implementados, de 111 estagiários. Todos os estagiários têm um supervisor e um mentor, que normalmente é o diretor da área, o que garante a exposição dos estudantes aos executivos da empresa. Os autores de projetos premiados receberam bolsas de estudos.

Já a Telefônica Empresas individualmente instituiu um programa de *trainees* em 2003. Nove jovens recém-formados permaneceram na empresa durante 11 meses, com atividades vinculadas a projetos previamente definidos.

Banco de Oportunidades

É um sistema de recrutamento interno concebido para possibilitar aos estagiários, empregados e executivos acesso às oportunidades existentes no Grupo. Os perfis das vagas disponíveis nas empresas são divulgados para todos os empregados na entrante, democratizando as oportunidades de evolução e crescimento profissional. A política de recrutamento do Grupo estabelece que só se deve procurar um profissional no mercado quando se esgota a possibilidade de preenchimento da vaga internamente. Em 2003, 45% das vagas abertas foram preenchidas por profissionais que já estavam nas empresas.

Programa de Oportunidades Internas/ TPI

A TPI oferece a seus empregados o "Programa de Oportunidades Internas", que visa oferecer oportunidade de crescimento a seus empregados. Por meio do POI, todos podem concorrer às vagas disponíveis na empresa.

Projeto Escalada / Atento

A Atento possui uma política de aproveitamento interno, possibilitando aos empregados galgar posições dentro da própria operação (teleoperador – supervisor – gestor – gerente) ou mesmo ocupando posições em outras áreas. Esse trabalho, conhecido como "Projeto Escalada", possibilitou que, no ano de 2003, mais de 10 mil funcionários fossem promovidos.

Programa JAP (Jovens de Alto Potencial)

É um programa mundial do Grupo Telefônica, que tem por objetivo manter uma base permanente de profissionais com perfil diferenciado, visando o futuro aproveitamento em oportunidades como executivos. Para participar, é preciso ter até 30 anos, formação superior, inglês fluente e trabalhar na companhia há pelo menos um ano. No processo de seleção, os finalistas são entrevistados pelos diretores das empresas. O programa de desenvolvimento tem duração de dois anos e, nesse período, são identificadas oportunidades para aproveitamento desses jovens.

Programas de desenvolvimento de talentos

O Grupo Telefônica mantém três programas específicos para identificar, desenvolver e reter talentos. Nos programas "Talentos Diretivos", "Talentos Executivos" e "Talentos Profissionais", os executivos identificam seus potenciais sucessores e validam essas indicações com seus superiores hierárquicos. A identificação de talentos acontece a cada dois anos e a metodologia utiliza o resultado da avaliação de desempenho e do sistema de bonificação, sendo confirmada por um comitê de executivos.

Programa 5 estrelas/TPI

É um programa de identificação e desenvolvi-

PRINCÍPIOS DO PACTO MUNDIAL VINCULADOS A DIREITOS HUMANOS E A CONDIÇÕES DE TRABALHO

1 As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos.

2 Garantir que não sejam cúmplices de violações de tais princípios.

3 As empresas devem defender a liberdade de associação e reconhecer as negociações coletivas.

4 A eliminação de todo tipo de trabalho obrigatório e forçado.

5 A erradicação do trabalho infantil.

6 A eliminação de toda discriminação em relação ao emprego.

mento de vendedores-chave. Este programa inicia-se com recrutamento interno por meio da avaliação e prossegue com um ciclo de desenvolvimento com duração de seis meses.

Cursos no exterior

Por meio de uma parceria com a Fundação Carolina (Espanha), o Grupo Telefônica disponibiliza anualmente, desde 2002, vagas para cursos de pós-graduação em universidades espanholas para empregados. O investimento médio é de 25 mil euros por estudante. Durante o curso, os empregados também fazem um estágio de quatro meses em alguma empresa da Telefónica S.A. na Espanha.

04 GARANTIA DOS DIREITOS HUMANOS

O Grupo Telefônica confirmou seu compromisso com a defesa dos Direitos Humanos em todas as suas atividades, com sua adesão ao Pacto Mundial das Nações Unidas. As empresas que aderiram ao Pacto Mundial comprometem-se a cumprir nove princípios, dos quais os seis primeiros fazem referência à promoção dos direitos humanos e ao estabelecimento de condições de trabalho justas na relação entre a empresa e seus empregados.

a) Relações trabalhistas

A busca da eficiência é a essência da estratégia trabalhista do Grupo Telefônica, de forma que o diálogo e a negociação em todos os níveis constituam o fator-chave de nosso desenvolvimento como Grupo. Nesse sentido, e em resposta a tal compromisso mútuo, merece especial consideração a assinatura, no mês de setembro de 2003, do Convênio para 2004 da Telefônica Assist e Telefônica Empresas com os sindicatos que representam 7.700 empregados do Grupo entre engenheiros e trabalhadores em empresas de telefonia.

Em relação ao diálogo social no âmbito internacional, o Grupo Telefônica e a UNI (Union Network International) têm o compromisso de se reunir anualmente para que a direção do conglomerado transmita aos sindicatos informações gerais sobre os temas mais importantes do Grupo que afetam o seu andamento, sua posição no mercado, seu futuro e suas prioridades. A reunião de 2003 foi realizada em novembro, no Rio de Janeiro.

Entre os empregados do Grupo Telefônica no Brasil, 88,77% estão cobertos por convênios coletivos, o que significa mais de 34.500 empregados.

A liberdade de afiliação é um direito dos empregados do Grupo Telefônica no Brasil, como demonstram os 11.250 empregados afiliados a sindicatos no Brasil (28,87%).

O empregado pode pedir auxílio ou fazer-se ouvir quando estiver enfrentando algum problema.

- Gestão de portas abertas: A alta direção das empresas do Grupo Telefônica está aberta para receber solicitações e ouvir relatos de empregados que se sintam injustiçados.

- O Ombudsman da Telefônica SP (defensor do cliente) também ouve e encaminha solicitações feitas pelos empregados.

b) Equilíbrio profissional-pessoal

As empresas do Grupo Telefônica implementaram em 2002 o Banco de Horas, que tem como objetivo reduzir as horas extras e, conseqüentemente, melhorar a qualidade de vida dos empregados. Por esse sistema, os funcionários podem compensar as horas trabalhadas – com dias de folgas, atrasos e saídas antecipadas – adicionalmente em períodos de baixa demanda de trabalho.

Além de colaborar na redução das horas extras, o Banco de Horas possibilita o acompanhamento da carga horária dos empregados para melhor distribuição de horas extras entre os membros

da equipe. O cumprimento da política de Banco de Horas é de responsabilidade dos executivos de cada área.

O Grupo também adotou a flexibilização de horário nas atividades administrativas, possibilitando a prorrogação do horário em até duas horas em relação ao horário original. Essas ações foram implementadas na Telefônica SP, Telefônica Empresas, t-gestiona e Centro Corporativo.

Além dessas medidas, a Telefônica SP também passou a oferecer aos empregados em 2003 o seminário "Insight – O Despertar do Coração", um sistema educativo que vem permitindo que as pessoas descubram novos pontos de vista sobre os aspectos mais importantes de suas vidas. Mais de mil pessoas passaram pelo treinamento apenas em 2003. Cada turma, com cerca de 150 pessoas, envolve funcionários de diferentes áreas e níveis hierárquicos, que, durante 40 horas, têm a oportunidade de aprender a melhorar a auto-estima, ter maior confiança em si mesmo, maior clareza em suas metas profissionais e pessoais. O índice de satisfação com a experiência alcançou 94%.

c) Erradicação do trabalho infantil

No Brasil, quatro empresas do Grupo Telefônica obtiveram a certificação como Empresa Amiga da Criança, da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, programa que tem como desafio o desenvolvimento de políticas para a proteção da criança em termos sociais e trabalhistas. São elas: Telefônica SP, Telefônica Empresas, Telefônica Assist e t-gestiona. Em quadro na página 83, conheça os dez compromissos estabelecidos pela Fundação Abrinq e como as empresas do Grupo Telefônica atuam para cumpri-los.

d) Não-Discriminação

Existem mecanismos no Grupo Telefônica para garantir que não haja discriminação, bem como para incentivar o respeito à diversidade:

- **Processo de seleção**

  Os empregados do Grupo Telefônica são selecionados por meio de um processo completamente isento de qualquer tipo de discriminação. Qualquer pessoa interessada pode encaminhar o currículo pela Internet, que fica armazenado em um Banco de Currículos, utilizado pela maioria das empresas do Grupo Telefônica no Brasil. Sem considerar a Atento, as empresas do Grupo Telefônica contrataram 1.116 pessoas em 2003 por meio de processos de seleção abertos.

- **Avaliação de desempenho**

  Ao adotar um modelo de avaliação 360º para os executivos, as empresas garantem oportunidade para os empregados opinarem sobre a atuação de seus gestores.

- **Banco de Oportunidades**

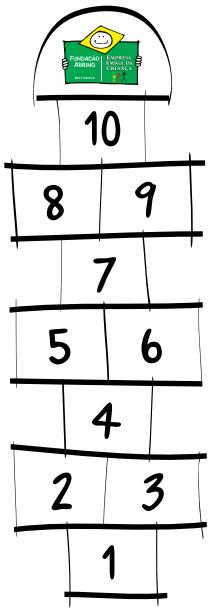
  Os empregados podem se candidatar a vagas em outras áreas das empresas por meio do Banco de Oportunidades, programa destinado à divulgação de vagas existentes na empresa e que está disponível na intranet. A chefia imediata só é informada para liberação quando já houve aprovação na triagem.

- **Portadores de necessidades especiais**

  O Grupo Telefônica tem uma política que visa garantir a contratação de portadores de necessidades especiais, identificados nos processos de seleção. No caso de desligamento de um portador de deficiência física, a vaga aberta deve ser preenchida por outra pessoa nas mesmas condições. Além disso, os portadores de necessidades especiais são poupados quando há necessidade de implantação de planos de desligamento incentivados. Na Atento, trabalham 118 empregados com algum tipo de deficiência.

  Ainda com relação à igualdade de oportunidades, 60% do efetivo do Grupo Telefônica no Brasil é constituído por mulheres. Se descon-

	COMPROMISSO ESTABELECIDO PELA FUNDAÇÃO ABRINQ	ATUAÇÃO DAS EMPRESAS DO GRUPO TELEFÔNICA
1	Dizer não ao trabalho infantil.	As empresas não empregam menores de 16 anos, exceto na condição de aprendizes e só a partir dos 14 anos.
2	Respeitar o jovem trabalhador.	Não há menores de 18 anos em trabalho noturno ou em atividades noturnas, perigosas ou insalubres.
3	Alertar seus fornecedores, por meio de cláusula contratual ou outros instrumentos, que uma denúncia comprovada de trabalho infantil pode causar rompimento da relação comercial.	Todos os contratos com fornecedores têm cláusula proibindo utilização de trabalho infantil e exigindo que estes estendam essa proibição em suas próprias relações comerciais.
4	Fornecer creche ou auxílio-creche para filhos de funcionários.	As empresas não apenas cumprem as disposições legais para trabalhadores com filhos menores de seis meses, mas também incluem ajuda para os filhos com idades entre 6 meses e 7 anos.
5	Assegurar que os funcionários matriculem seus filhos menores de 18 anos no ensino fundamental e empreender esforços para que todos freqüentem a escola.	Os empregados podem comprovar *on-line* o comparecimento de seus filhos menores de 18 anos à escola, por meio de uma campanha de divulgação interna.
6	Incentivar e auxiliar as funcionárias gestantes a realizar o pré-natal e orientar todas as funcionárias sobre a importância dessa medida.	As empresas implantaram o "Programa Bem Gestar", que se destina a gestantes, empregados, esposas e dependentes de empregados, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida e a saúde das famílias em período de gestação. Juntamente com o atendimento sanitário, existem outros benefícios como a flexibilidade nas ausências das mulheres nessa condição.
7	Estimular a amamentação, dando condições para que as funcionárias possam amamentar seus filhos até no mínimo os seis meses de idade.	
8	Orientar seus funcionários a fazer o registro de nascimento dos seus filhos.	É exigido o registro civil dos filhos de todos os empregados que declarem tê-los.
9	Fazer investimento social na criança ou adolescente compatível com o porte da empresa, conforme estabelecido pela Fundação Abrinq.	A Fundação Telefônica colabora com projetos em defesa da infância.
10	Contribuir para Fundo de Direitos da Criança e do Adolescente, com o equivalente a 1% do imposto de renda devido, conforme estimativa de lucro tributável da empresa no exercício.	



siderarmos a Atento, este percentual cai para 34,5%. O número de mulheres em cargos de direção e chefia, no Brasil, é de 187.

e) Saúde, segurança e ergonomia

As principais linhas de ação na prevenção de riscos trabalhistas no Grupo Telefônica são:

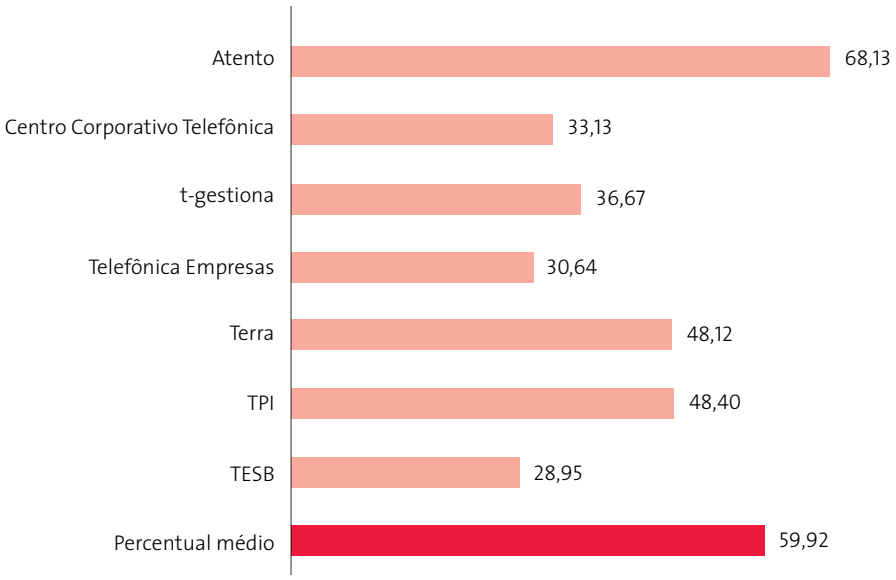
Programa de Controle de Saúde Ocupacional

O programa é revisto anualmente e a execução ocorre no período pré-admissional, semestral, anual ou bienalmente, dependendo do risco ocupacional e da idade do empregado, quando houver alteração do risco ocupacional da atividade do empregado, no primeiro dia de retorno do afastamento do trabalho por período igual ou superior a 30 dias, por motivo de doença e parto e quando do desligamento do empregado até a data da homologação. Esta prática se aplica a todos os empregados e gestores desde 1998. Durante 2003, foram realizados 33.803 *checkups* de saúde.

Plano de Organização de Emergência - POE

O objetivo do POE é dispor de pessoas habilitadas para atuarem em situações de emergência.

MULHERES NO QUADRO DE EMPREGADOS
(Dados em porcentagem)



A prática é disseminada a todos os empregados, independente do nível hierárquico, que tem por objetivo a prevenção e combate a princípios de incêndio e abandono das instalações prediais em situações de emergência. O padrão é avaliado pelo SESMT (Serviço Especializado de Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho), coordenadores de brigada, empregados componentes dos POEs, Recursos Humanos e demais gerências.

Programa de Prevenção de Riscos Ambientais

Se trata de cumprimento de exigência legal – há uma legislação específica que determina a forma de elaboração do documento. A prática é aplicada a todas as áreas da empresa, anualmente, desde 1998, dentro das especificações da legislação, podendo ser evidenciada por meio dos documentos-base elaborados pelo SESMT.

Comissão Interna de Prevenção de Acidentes

As práticas são disseminadas entre todos os empregados, em todos os níveis hierárquicos, e têm por objetivo a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho. São registradas atas de reuniões ordinárias da CIPA, Plano de Trabalho da CIPA, Protocolização de Acordo Coletivo Tripartite no Ministério do Trabalho, Protocolização da composição da CIPA no Ministério do Trabalho.

Tratando-se de Acordo Coletivo Tripartite e Exigência Legal, o padrão acima é avaliado e/ou acompanhado, mensalmente, pelos técnicos em Segurança do Trabalho, presidente e vice-presidente de cada CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes.

Incentivo aos cuidados com o corpo

Inclui, entre outras, as seguintes iniciativas:

- **Empresa Saudável (Telefônica Empresas)**

  A Telefônica Empresas lançou um programa dedicado ao bem-estar dos funcionários para promover uma mudança cultural nos ambientes de trabalho. Na programação do "Empresa Saudável" há uma série de projetos voltados ao estímulo de hábitos mais saudáveis, como os que envolvem sessões de shiatsu e ginástica laboral, com séries de relaxamento e alongamento a serem realizadas durante o expediente. Desta idéia floresceu um programa completo, que também envolve projetos voltados ao combate a dependências químicas, como o alcoolismo e tabagismo. Desenvolvido pela t-gestiona e implantado em parceria com o Sintetel - Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Telecomunicações e Operadores em Mesas Telefônicas no Estado de São Paulo e a CIPA.

- **Momentos de relaxamento para funcionários**

  Em alguns centros da Atento, existem "salas de relaxamento" para os teleoperadores, onde eles têm à disposição livros, música e jogos. Periodicamente, os empregados da Atento e de alguns departamentos da Telefônica SP participam de sessões de massagens para relaxar o corpo.

- **Ginástica laboral e reeducação alimentar/t-gestiona)**

  A t-gestiona tem um programa para incentivar a adoção de hábitos saudáveis pelos funcionários. O programa de ginástica laboral acontece todos os dias, sendo duas vezes por semana com professores e nos outros dias, coordenado por funcionários que atuam como multiplicadores. A empresa também oferece um programa de reeducação alimentar, disponibilizando orientação com nutricionista para os funcionários interessados.

05 EMPREGADOS SOLIDÁRIOS

No Brasil, os empregados do Grupo Telefônica estão desenvolvendo inúmeras ações de solidariedade. Em 2003 foram incentivadas pelo Grupo diversas ações buscando envolver os empregados em ações sociais. O esquema para mobilização das áreas através de multiplicadores em toda as empresas do Grupo, mais a participação efetiva de representantes de empregados, tanto na elaboração dos projetos quanto em sua operacionalização, são destaques desta prática de gestão. As atividades implementadas sempre têm uma dimensão social e são realizadas em parceria com ONGs e órgãos governamentais.

Algumas dessas iniciativas são relatadas abaixo:

- Os empregados da Atento organizaram 18 campanhas de arrecadação de bens e/ou donativos para prestar ajuda aos mais desfavorecidos.

- A t-gestiona fez a maior doação de alimentos realizada por uma única empresa ao *Fome Zero*, constituída de 22 toneladas de alimentos para a versão paulistana do Programa. A meta prevista de arrecadação era de 5 toneladas.

- Em maio de 2003, foi realizada uma campanha do agasalho em que os empregados do Grupo foram incentivados a formar equipes para arrecadar roupas e cobertores, que foram entregues ao Fundo Social de Solidariedade do Estado de São Paulo.

- No final de 2003, funcionários das empresas do Grupo arrecadaram mais de 5 mil brinquedos, doados a crianças carentes no Natal.

- Empregados da Atento e da Telefônica SP têm realizado diversas campanhas de doação de sangue.

Os empregados da Telefônica SP, por meio do trabalho que realizam, se envolvem em eventos solidários para arrecadar fundos para entidades, como o Teleton (organizado pela rede de TV SBT e destinado à Associação de Assistência à Criança Deficiente - AACD) e o Criança Esperança (organizado pela Rede Globo em parceria com a Organização das Nações Unidas para Educação e Cultura - UNESCO).

06

Sociedade: contribuição e proximidade

01 Benefícios da popularização das comunicações

- Ações contra a exclusão digital geográfica
- Ações contra a exclusão digital econômica

330.000
TELEFONES PÚBLICOS NO ESTADO DE SP

02 Inclusão social pela inclusão digital

- Infra-estrutura
- Conteúdo, capacitação e mobilização

MAIS DE
860
BIBLIOTECAS E ESCOLAS COM ACESSO À INTERNET

03 Desenvolvimento Social

- Apoio à comunidade

MAIS DE
1.000
ADOLESCENTES ATENDIDOS PELO *MEDIDA LEGAL*

04 Visão do Usuário

- Impacto do investimento social

DEPOIMENTOS DOS PARCEIROS E BENEFICIADOS

PRINCIPAIS METAS DE UNIVERSALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA
(Previstas pela ANATEL para dezembro de 2003, cumpridas pela Telefônica SP desde 2001)

- Oferecer acessos telefônicos individuais em todas as localidades com mais de 600 habitantes
- Atender as solicitações de instalação de linhas em até duas semanas
- Instalar telefones públicos em todas as localidades com mais de 300 habitantes
- Garantir que o deslocamento máximo para encontrar um telefone público seja de 300 metros

O Grupo Telefônica é o conglomerado de Comunicações de referência nos mercados de língua espanhola e portuguesa em decorrência de seu forte compromisso com o desenvolvimento econômico, tecnológico, social e ambiental dos países onde está presente e de sua vocação para conhecer e atender às características de cada um deles. No exercício dessa responsabilidade, tem consciência plena de que os serviços de Comunicações constituem parte importante do "sistema nervoso" da sociedade, estando presente na coluna vertebral e ramificações de todas as atividades sociais, econômicas, educativas e, principalmente, de desenvolvimento. Todos os grupos sociais que ficarem à margem dessa rede terão dificuldades maiores para se integrarem à sociedade, desencadeando a chamada *exclusão digital*.

Desde sua chegada ao Brasil, em 1998, o Grupo Telefônica vem empreendendo diversas iniciativas voltadas à democratização do acesso às comunicações, com a promoção do uso social de seus produtos e serviços. Nessas duas frentes, o Grupo Telefônica manifesta seu compromisso com a sociedade brasileira, buscando facilitar a inclusão social por meio da inclusão digital.

01 BENEFÍCIOS DA POPULARIZAÇÃO DAS COMUNICAÇÕES

De acordo com o informe publicado em julho de 2003 pela Associação Latino-Americana de Integração (ALADI), o conceito "brecha digital" – ou "exclusão digital", como é conhecido no Brasil – é utilizado para representar as diferenças existentes no acesso às novas tecnologias. Entretanto, a falta de acesso a computadores não é a única responsável pela exclusão digital. Para superá-la, são fatores determinantes, além disso, a disponibilidade de infra-estrutura de comunicações em todo o território, a oferta de conteúdos adequados e a capacitação e o estímulo para o uso de novas tecnologias.

Para garantir a inclusão digital, é também essencial que esses três pilares não sejam tratados de forma isolada, pois somente uma ação integrada poderá reduzir a exclusão. Este capítulo apresenta uma análise individualizada das ações que vêm sendo realizadas pelo Grupo Telefônica no Brasil.

a) Ações contra a exclusão digital geográfica

A exclusão digital geográfica é conhecida como o fenômeno pelo qual algumas regiões têm acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC) e outras não, em conseqüência de fatores geográficos. Tradicionalmente, é feita a distinção entre a exclusão digital internacional (reflexo da diferença de disponibilidade de novas tecnologias que há em cada país) e a exclusão digital nacional (reflexo da diferença de disponibilidade de tecnologias entre diferentes regiões de um mesmo país).

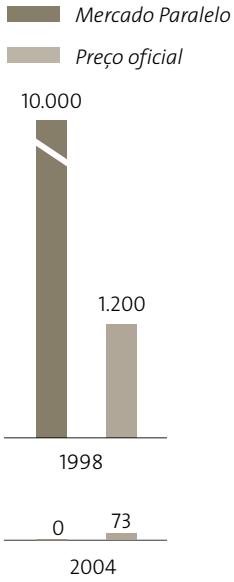
Na ação contra a exclusão digital geográfica, o Grupo Telefônica assumiu seu papel de conglomerado líder do segmento de telecomunicações nos mercados de língua espanhola e portuguesa, oferecendo os melhores serviços possíveis em Comunicações à sociedade onde atua. Assim, a empresa demonstra que, decididamente, sua responsabilidade principal é garantir o progresso através da eficiência de suas operações.

- ***Cumprimento das exigências reguladoras de universalização do serviço telefônico básico***

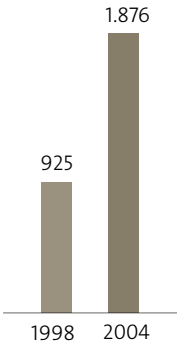
  Desde 1998, quando iniciou suas operações comerciais no Brasil, o Grupo Telefônica vem transformando significativamente o cenário dos serviços de telecomunicações no País. Com a privatização do serviço, os parâmetros de qualidade mudaram, resultando em um salto importante de qualidade nos serviços oferecidos.

  Em uma demonstração de seu compromisso com este novo paradigma de qualidade, em setembro de 2001, a Telefônica SP anunciou o cumprimento das metas de universalização dos serviços exigidas pela ANATEL com mais de dois anos de antecedência em relação às exigências regulatórias, que as previam para dezembro de 2003. Nesta época, uma pesquisa independente comprovou que 85%

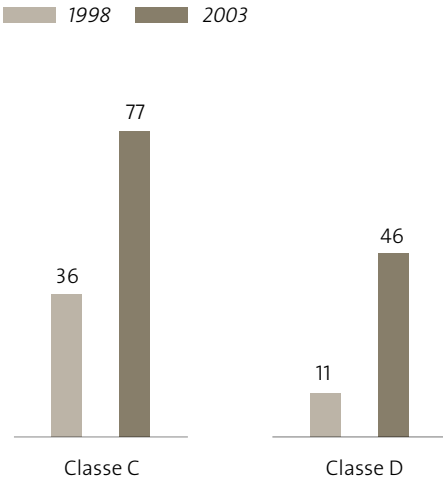
CUSTO DE AQUISIÇÃO DE UMA LINHA
(Em reais)



LOCALIDADES ATINGIDAS PELO SERVIÇO TELEFÔNICO NO ESTADO DE SÃO PAULO
(Em número de localidades)



ACESSO AO SERVIÇO TELEFÔNICO POR CLASSES SOCIAIS NA ÁREA DA TELEFÔNICA SP
(Dados em porcentagem, no Estado de São Paulo)



dos habitantes do Estado de São Paulo (área de concessão da Telefônica SP) aprovavam a privatização do sistema de telefonia no País, reconhecendo a evolução na oferta e na prestação dos serviços.

Em pouco menos de três anos – de julho/1998 a maio/2001 –, a Telefônica SP instalou 6,4 milhões de linhas no Estado, ritmo de expansão sem paralelo na história das operadoras de telefonia fixa em todo o mundo. A universalização promovida no Estado de São Paulo pode ser mensurada pela taxa de densidade telefônica, que hoje atinge 34 linhas para cada 100 habitantes, contra uma densidade de 16 telefones por 100 habitantes em julho de 1998.

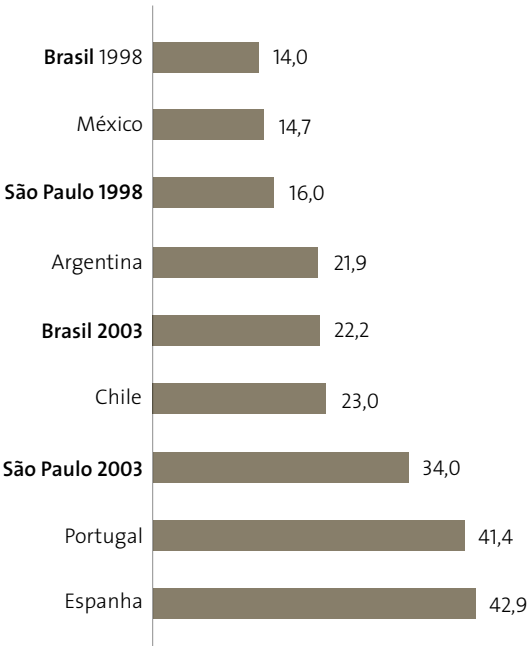
As classes economicamente menos favorecidas foram as principais beneficiadas por esta expansão e graças ao barateamento de custos de aquisição do serviço – uma linha, que chegou a custar R$ 10 mil em 1998, no chamado mercado paralelo, hoje tem uma taxa de habilitação para uso de apenas R$ 73.

Na classe D, o percentual de domicílios com linha telefônica no Estado de São Paulo cresceu de 11% em 1998 para 46% em 2003, um aumento de 318%. Na classe C, este aumento foi de 114% em cinco anos, de 36% para 77% de residências com telefone. Hoje, perto de 50% dos clientes da Telefônica SP percentem às classes C e D. As regiões mais pobres e isoladas obtiveram nível inédito de acesso ao serviço. O número de localidades atendidas no Estado dobrou, de 925, em 1998, para 1.876 em 2004.

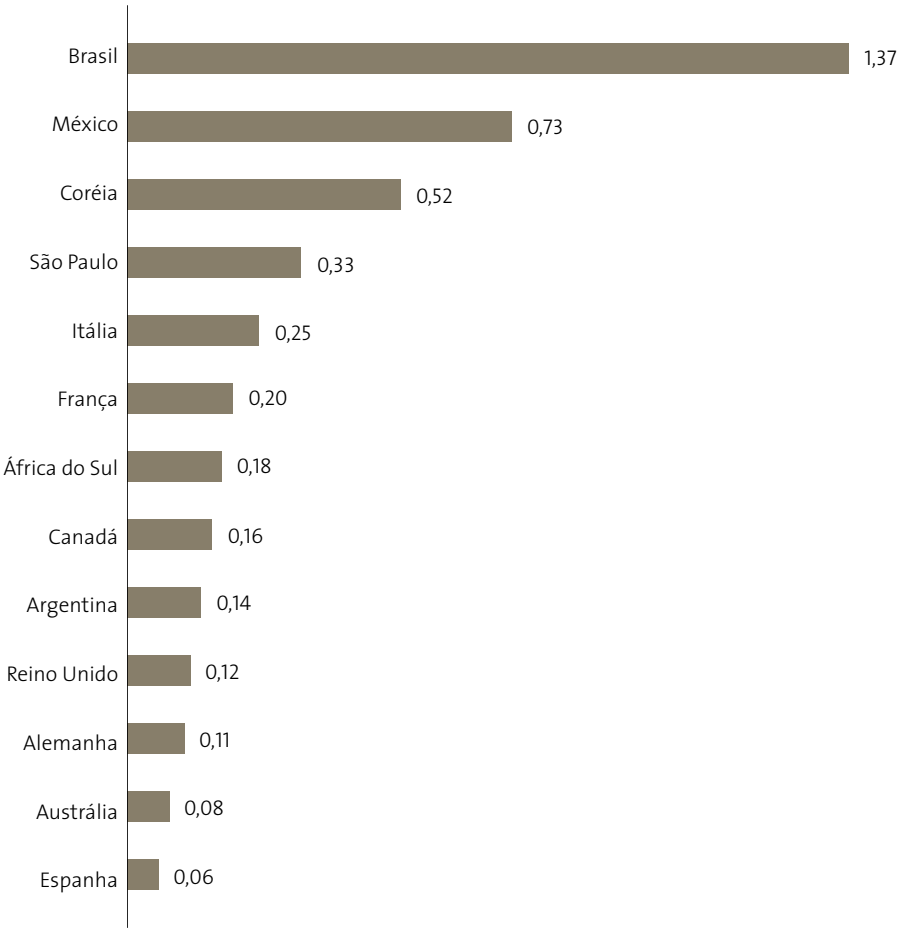
- ***Oferta de Banda Larga (Speedy) no Brasil***

Ao oferecer o serviço ADSL no Brasil antes de sua disponibilidade em países europeus como o Reino Unido, a Telefônica SP posicionou o País na vanguarda tecnológica em matéria de Internet em banda larga. Os programas de investimentos realizados pelo Grupo Telefônica na

TELEDENSIDADE EM SP, NO BRASIL E NO MUNDO
(Em telefones por 100 habitantes, dados de 2003)



TELEFONES PÚBLICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO, NO BRASIL E NO MUNDO
(Em milhões de terminais em funcionamento)



América Latina para impulsionar esse segmento – que superam um bilhão de dólares – refletem-se na elevada cobertura dos serviços de banda larga (*Speedy*) na rede de telefonia fixa. Em setembro de 2004, mais de 88% das linhas telefônicas instaladas na área de concessão da Telefônica SP podiam ter *Speedy* instalado.

Em 2004, o Grupo Telefônica acrescentou mobilidade à sua oferta de banda larga por meio da implantação de *hot spots* de tecnologia *Wi-Fi* em lugares como hotéis, agências de turismo, salas de convenções, aeroportos e outros locais públicos. Até o final do primeiro semestre, a Telefônica Assist colocou à disposição do público o *Speedy Wi-Fi*, acesso de banda larga sem fio à Internet, em mais de 200 locais (*hot spots*) em 25 cidades do Estado de São Paulo.

- ***Oferta de serviços em todo o país***

Com a antecipação das metas de universalização da ANATEL, a Telefônica SP transformou-se na primeira concessionária de serviços de telefonia fixa a obter licença do órgão regulador para atuar em longa distância interestadual e internacional a partir de São Paulo e também oferecer serviços de longa distância e de telefonia local fora de sua área original de concessão (Estado de São Paulo).

- ***Contribuição para o Fundo de Universalização do Serviço de Telecomunicações (FUST)***

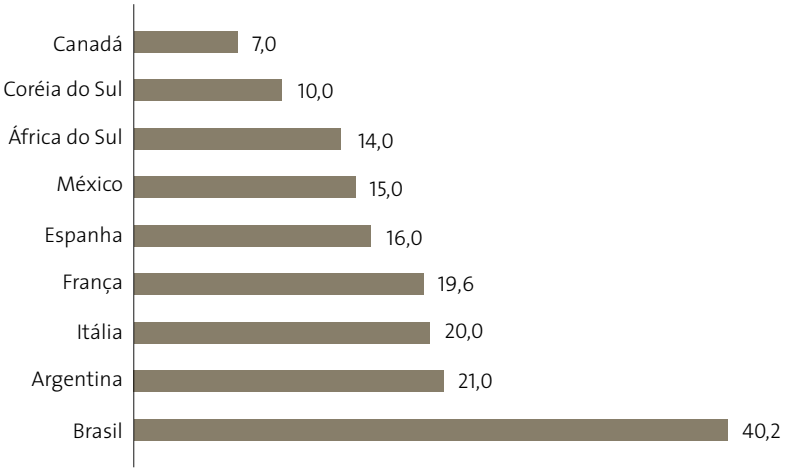
O Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações, instituído em 2000, visa cobrir os custos do serviço nas áreas que não são de responsabilidade da concessionária do serviço ou naquelas em que o serviço não é economicamente rentável. A contribuição das operadoras para este fundo iniciou-se em 2001 e corresponde a 1% da receita operacional líquida. Em 2003, a Telefônica SP contribuiu com R$ 102,7 milhões.

- ***Telefonia de uso público***

A Telefônica SP oferece aos paulistas um serviço de telefonia abrangente, para que toda comunidade com pelo menos 300 habitantes conte com um telefone público e para que qualquer cidadão das localidades com mais de 600 habitantes não precise andar mais de 300 metros para encontrar um telefone público. Ao final do primeiro semestre de 2004, a operadora possuía mais de 330 mil telefones públicos instalados.

Consciente do importante papel da infra-estrutura de uso público no desenvolvimento dos novos serviços, a Telefônica SP vem incorporando funcionalidades da Internet a alguns de seus terminais públicos, possibilitando o envio de e-mails ou acesso a homepages.

TRIBUTOS INCLUÍDOS NA CONTA TELEFÔNICA
(Dados em porcentagem)



Além disso, a Telefônica SP investe permanentemente para manter operacional a rede de telefonia de uso público, enfrentando a depredação de cerca de 25% da planta mensalmente.

b) Ações contra a exclusão digital econômica

A forte concentração de renda registrada no Brasil, aliada à alta carga tributária incidente sobre serviços de telecomunicações no País (ver tabela acima), impede uma maior democratização do acesso aos serviços. No Estado de São Paulo, conforme estudo da respeitada LCA Consultores, somente 49% dos clientes da Telefônica SP são rentáveis para a empresa. Os demais 51% geram receitas para a companhia inferiores aos custos de manutenção de suas linhas telefônicas.

Diante desta realidade, a Telefônica SP mantém uma oferta de produtos de acordo com a realidade social e econômica das regiões em que opera. O serviço pré-pago, juntamente com a telefonia de uso público e as linhas com serviços restritos, são os alicerces nos quais a Telefônica SP baseou sua oferta de serviços dirigidos às faixas de renda mais baixa. Segundo estudos realizados pelo Grupo Telefônica, são imprescindíveis as iniciativas desse tipo para promover a inclusão digital, uma vez que as classes sociais de menor renda – a classe D, em alguma medida, e boa parte da classe E – têm dificuldades para arcar com a taxa básica de outra forma.

- ***Linha da Economia***

  Em julho de 2004, a Telefônica SP ampliou a oferta de linhas destinadas ao público de baixa renda. A empresa passou a oferecer os serviços – *Linha da Economia* e *Linha da Super Economia* – para os clientes interessados nestes produtos. Em apenas três meses, até setembro de 2004 360 mil clientes já haviam adquirido uma *Linha da Economia* ou uma *Linha da Super Economia*.

  A *Linha da Economia* permite apenas a realização de chamadas locais, as mais baratas. Para as ligações para celular e de longa distância, as mais caras e que oneram mais pesadamente a conta, o cliente tem a opção de utilizar o cartão pré-pago, uma alternativa eficaz para o controle de gastos. Já a *Linha da Super Economia* somente recebe ligações. A realização de chamadas locais, de longa distância e para celulares podem ser feitas por meio do cartão pré-pago. Nos dois casos, o custo fixo de manutenção da linha é menor do que o do produto convencional.

02 INCLUSÃO SOCIAL PELA INCLUSÃO DIGITAL

Na avaliação do Grupo Telefônica, a inclusão digital é prerrequisito para a inclusão social e o desenvolvimento sustentável. Com essa preocupação, com coordenação da Fundação Telefônica, o grupo vem firmando parcerias com governos e entidades não-governamentais com a finalidade de assegurar à população menos favorecida acesso às mais modernas tecnologias de telecomunicações.

Entre os clientes da Telefônica SP,
51%
são deficitários para a empresa

Os investimentos na área social visam eliminar um dos principais fatores de desigualdade social, que é a exclusão digital. A essas iniciativas somam-se outras atividades sem fins lucrativos, voltadas ao desenvolvimento social e cultural da sociedade, promovidas também por outras empresas do grupo.

Para combater a exclusão social por meio da inclusão digital, a Fundação Telefônica estimula a disseminação do uso de tecnologias de informação, incentivando, por exemplo, a aplicação pedagógica da Internet nos processos de aprendizagem.

Na área de educação, a entidade atua no desenvolvimento de plataformas tecnológicas que permitam o desenvolvimento de ferramentas avançadas e eficientes, criação de conteúdos educativos inovadores e apoio à formação e capacitação de professores, alunos e pais no uso desses novos recursos. Também incentiva a criação de espaços de reflexão e debate entre especialistas, a comunidade educacional e a sociedade, criando áreas virtuais de trabalho e troca de conhecimentos que permitem a programação

www.educarede.org.br

O EducaRede atingiu

1.000.000

de pageviews/mês no primeiro semestre de 2004

de aulas, a docência e a pesquisa em rede. Esse é apenas um exemplo do trabalho desenvolvido pelo Grupo Telefônica, que, entre 1999 e 2003, aprovou 91 projetos no valor de R$ 31,5 milhões, em diversas áreas de atuação (leia descrição detalhada dos programas nos itens a seguir).

Na avaliação da Grupo Telefônica, o sucesso da inclusão digital está alicerçado em duas vertentes básicas: de um lado, há a necessidade de prover infra-estrutura; por outro lado, o uso desta estrutura depende do desenvolvimento de conteúdos, da capacitação e da mobilização. Ou seja, assim como na educação oferecer livros não é suficiente, no processo digital não basta doar equipamentos: é preciso investir em conteúdo qualificado, capacitar os agentes envolvidos e também mobilizá-los para usufruir deste novo mundo. E é nesse sentido que o Grupo orienta seus esforços.

a) Infra-estrutura

- ***Internet nas escolas e bibliotecas***

O projeto, desenvolvido em cooperação com o Governo do Estado de São Paulo e prefeituras municipais, conectou à Internet, por banda larga, cerca de 700 escolas de ensino fundamental e médio da rede pública estadual, assim como informatizou e conectou à Internet mais de 100 escolas municipais de São Paulo e Osasco.

O Grupo Telefônica doou a 66 bibliotecas públicas da cidade de São Paulo um total de 264 computadores conectados à Internet com alta velocidade, além de softwares e impressoras, beneficiando aproximadamente 30 mil usuários/mês.

- ***Escolas de informática e cidadania***

Em 2003, pelo segundo ano consecutivo, a Fundação Telefônica prestou seu apoio a esse projeto, realizado em cooperação com o Comitê pela Democratização da Informática (CDI). O apoio da Fundação viabilizou a abertura de 67 Escolas de Informática e Cidadania (EICs) nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Bahia e Espírito Santo, com o objetivo de aproximar crianças e jovens de comunidades desfavorecidas do meio digital. Além de contribuir com recursos financeiros (cerca de R$ 400 mil para a contratação e capacitação de pessoal), a entidade doou computadores seminovos para equipar as escolas. Mais de 5 mil alunos foram beneficiados, até agora, por meio desse programa.

- ***Comunicações de uso público/Telecentros***

Com a finalidade de promover o acesso à Internet nas comunidades com maiores dificuldades econômicas, o Grupo Telefônica e a Prefeitura de São Paulo implantaram Telecentros em vinte bairros da capital paulista, oferecendo conectividade a jovens, crianças e adultos que, até então, não tinham contato com o mundo virtual. Nesses locais, é possível obter acesso à Internet, e também a serviços *on-line* da Prefeitura, e-mails individuais e cursos de informática. Para garantir esses benefícios, o Grupo Telefônica doou equipamentos de informática (vinte computadores por unidade), mobília para as salas e reforma de edifícios, além de providenciar toda a infra-estrutura de telecomunicações.

Em abril de 2004, o Grupo Telefônica assinou um acordo de cooperação para a expansão da Rede de Telecentros de Informação e Negócios do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, para assegurar a implantação de vinte Telecentros de Informações e Negócios voltados para associações de micro e pequenas empresas do Estado de São Paulo.

b) Conteúdo, capacitação e mobilização

b.1.) Ações em Educação

- ***EducaRede - www.educarede.org.br***

Para o Grupo Telefônica, a educação é um dos

caminhos mais importantes para o desenvolvimento do País. E a tecnologia da informação pode contribuir fortemente para abrir novas perspectivas para o ensino público. Por esse motivo, o grupo já investiu mais de R$ 5 milhões no desenvolvimento e implantação do *EducaRede*, programa cujo carro-chefe é um portal de educação adaptado ao contexto social do País, cujo objetivo é ampliar a oferta de recursos educacionais disponíveis aos educadores do ensino público fundamental e médio, por meio da criação e promoção de novos materiais e inovações pedagógicas, além de promover a comunicação direta entre eles.

Criado no mês de março de 2002, o *EducaRede* é um programa idealizado pela Fundação Telefônica, desenvolvido em colaboração com o Cenpec (Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária), entidade especializada em educação pública, a Fundação Vanzolini, que conta com competência reconhecida em educação à distância, e o Terra, provedor de serviços de Internet do Grupo Telefônica. Mantém um portal de educação totalmente gratuito, desenvolvido especificamente para professores e alunos de educação fundamental e média das escolas públicas brasileiras, com o objetivo de contribuir para a melhoria da educação, pelo estímulo ao uso de novas tecnologias de ensino e aprendizado. Por isso, estimula tanto o acesso aos conteúdos disponibilizados quanto a interatividade, por meio do envio de sugestões e de trabalhos próprios e em grupo.

Em 2003, o *EducaRede* contabilizou mais de 460 mil visitantes únicos, totalizando 6.222.000 pageviews, sendo acessado por mais de 13.500 usuários, o que corresponde a um aumento de 116% em relação à base de usuários registrados no ano anterior. O número de usuários cadastrados no *EducaRede* cresceu de 13.534, em 2003, para 20.453, em julho de 2004. Tem potencial para atingir cerca de 40 milhões de alunos e os professores de 250 mil estabelecimentos educacionais em todo o Brasil.

Por sua contribuição para o uso de tecnologias no ensino fundamental e médio, o *EducaRede* venceu, em 2003, o Prêmio Cidadania, concedido pelo Anuário Telecom, na categoria Educação.

- ***Aulas Unidas***

O *Aulas Unidas* é um projeto do *EducaRede* que promove a união entre alunos de escolas distantes (de Estados ou até mesmo de países diferentes). A idéia é que as escolas escolham um dos temas transversais propostos (meio ambiente, cidadania e sexualidade, entre outros) e depois se unam a outra escola que optou pelo mesmo tema de interesse. Juntas, desenvolvem um projeto comum, finalizado em um site, por meio do qual professores e alunos das duas escolas se comunicam e trocam experiências acadêmicas, culturais e pessoais. Já participaram do projeto cerca de 2 mil alunos e 70 professores de 30 escolas de São Paulo e Salvador.

- ***EducaRede vai à Escola***

Durante o ano de 2003, o projeto "*EducaRede* vai à Escola" capacitou cerca de 1.700 professores no uso pedagógico de informática e Internet, com o apoio da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo e das Secretarias Estaduais de Educação da Paraíba e do Ceará. Um dos principais objetivos do projeto, parte do programa *EducaRede*, é mostrar aos docentes o poder pedagógico da informática e das novas tecnologias. No período entre 2002 e julho de 2004, foram capacitados 5.024 educadores.

Em 2004, o projeto ganhou fôlego e nasceu a *Rede de Capacitação*. É uma estratégia de ação que ajuda educadores da rede pública, além de gestores e multiplicadores dos Núcleos de Tecnologia Educacional (NTEs) e dos Núcleos Regionais de Tecnologia Educacional (NRTEs), a integrar a Internet ao currículo escolar. Na prática, a *Rede de Capacitação* acontece a partir de parcerias firmadas entre o programa e as Secretarias de Educação locais. São enviados profissionais especialmente preparados para realizar

oficinas pedagógicas presenciais. Durante as oficinas, a Secretaria indica educadores de sua pasta para se tornarem capacitadores locais, aptos a repassar os conhecimentos a outros professores da região. Com a *Rede*, o potencial de capacitação de profissionais é amplamente multiplicado. Pretende-se levar a capacitação, até abril de 2005, a mais 10 mil educadores.

- ***Laboratório Didático Virtual de Física***
  www.labvirt.futuro.usp.br

  O *Laboratório Didático Virtual de Física* é um projeto de aplicação das novas tecnologias de informação ao ensino de Física para alunos de nível médio. A Fundação Telefônica colaborou com essa iniciativa – em escala piloto –, em conjunto com a Secretaria de Estado da Educação de São Paulo, a Escola do Futuro, da USP, e a Vitae Apoio à Cultura, Educação e Promoção Social. O *Labvirt* (Laboratório Didático Virtual de Física) utiliza o conceito "pedagogia de projetos" e já beneficiou cerca de 6 mil alunos, permitindo que estudantes de escolas públicas utilizem os computadores como ferramentas para o desenvolvimento de simulações interativas de problemas de física propostos pelos próprios alunos e a Internet como instrumento de suporte no processo de aprendizagem. Promove, também, a participação de estudantes universitários de física, responsáveis pelo desenvolvimento das simulações.

- ***História das Telecomunicações***
  www.museudotelefone.org.br

  A exposição "Estação Telefônica" é um projeto da Fundação Telefônica que percorreu diversas cidades do Estado de São Paulo com a finalidade de promover a aproximação entre as comunicações e a sociedade. Foram três as atrações: exposição de aparelhos telefônicos históricos e de equipamentos de telefonia com tecnologia de última geração; mostra de fotos que retratam cidades brasileiras; e Oficina Digital Interativa, na qual crianças e jovens puderam usar a criatividade fotografando e digitalizando as imagens no computador.

  Em 2004, a Fundação Telefônica apresentou "Bellatrix e o Palácio do Tempo", um jogo de computador (game) educativo, que mostra de maneira lúdica e interativa os primórdios, história e fundamentos científicos da telefonia desde a sua invenção, no século XIX, até 1928 (ano de criação das primeiras centrais automáticas). O jogo, que pode ser acessado por CD-ROM ou pelo site do Museu do Telefone (www.museudotelefone.org.br/bellatrix), é dirigido a adolescentes com idade entre 10 e 14 anos, embora possa também ser utilizado por professores que queiram trabalhar em classe conceitos de física (como a propagação do som) ou de história (os grandes inventos do século XX, por exemplo).

- ***Conscientização via cartões telefônicos***

  A Fundação Telefônica realiza, em parceria com a Telefônica SP e com reconhecidas organizações da sociedade civil, séries de cartões telefônicos com o objetivo de divulgar serviços, disponibilizar informações de interesse da sociedade e difundir causas sociais relevantes. Dentre as campanhas mais recentes, destacam-se a parceria com o UNICEF, cujo tema principal foi a difusão dos direitos das crianças e dos adolescentes; com o TUCCA (Associação para Crianças e Adolescentes com Tumor Cerebral), visando divulgar os riscos do retinoblastoma (tumor ocular); e a divulgação da Campanha Mundial da Aids em 2003. Somando esses três exemplos, a tiragem dos cartões superou a casa dos 2 milhões.

b.2.) Ações de cooperação social

- ***Rede Internacional Solidária (RISolidaria)***
  www.risolidaria.org.br

  O portal *RISolidaria* (Rede Internacional Solidária) é uma plataforma transnacional promovida pelas unidades da Fundação Telefônica de cada país que pretende facilitar o trabalho das organizações sociais por meio de sua inserção em uma rede virtual, visando agilizar seus contatos e cooperação mútua. No Brasil,

o *RISolidaria* foi inaugurado em novembro de 2003 e é, como nos demais países em que a Fundação Telefônica está presente, um portal aberto e gratuito, cujo objetivo principal é criar redes virtuais de cooperação, intercâmbio de experiências e produção de conhecimento sobre diversos temas ligados à área social. No ar desde novembro de 2003, registra estatísticas crescentes: enquanto o número de pageviews em novembro de 2003 foi de 13.184, em junho de 2004 subiu para 64.410.

O *RISolidaria* brasileiro está estruturado em torno de áreas temáticas, sendo a primeira já implantada: um canal dedicado à infância e à adolescência, que oferece ferramentas para o suporte e o fortalecimento dos agentes empenhados em promover a proteção integral de crianças e adolescentes – organizações da sociedade civil, do poder público, membros dos Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente e Conselhos Tutelares, universidades, pesquisadores e partes interessadas na questão.

Em agosto de 2004, a Fundação Telefônica assinou convênio com a Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República e o Conanda (Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente) com o objetivo de disponibilizar um maior número de informações a profissionais que trabalham na proteção dos direitos da criança e do adolescente. O Portal *RISolidaria* é a ferramenta pela qual o conteúdo será disponibilizado. O convênio prevê três frentes de trabalho: a criação de uma seção no site dirigida a conselheiros dos direitos municipais, estaduais e nacionais e a conselheiros tutelares; a disponibilização de uma ferramenta interna de comunicação que pretende aproximar e promover o debate entre o Conanda e os 27 Conselhos Estaduais de Direito e a realização, a partir de 2005, de um programa de capacitação dos conselheiros. As ações têm potencial para atingir até 55 mil profissionais envolvidos com direitos da criança e do adolescente espalhados em todo o País.

A Fundação Telefônica no Brasil conta com colaboradores especialistas na gestão desse portal, assim como ocorre no *EducaRede*. Nesse caso, a gestão executiva está a cargo do CEATS (Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor), que é um programa mantido pela FIA (Fundação Instituto de Administração), da Universidade de São Paulo.

- ***Cidade dos Direitos***

  O espaço *Cidade dos Direitos*, do *RISolidaria*, pretende explicar de uma forma inovadora, lúdica, didática e pedagógica a filosofia e as políticas instituídas pelo ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente). O espaço é construído como uma cidade ideal, dividida em quatro zonas representativas das quatro políticas norteadoras do Estatuto: sociais básicas, de assistência social, de proteção especial e de garantias de direitos. As ruas da cidade representam elementos básicos dessas políticas; os edifícios e as casas são os programas e serviços oferecidos em cada uma delas. Cidadãos exemplares guiam os internautas pela Cidade dos Direitos e seus conteúdos.

- ***Programa Fome Zero***

  O programa do governo federal de combate à fome foi lançado no dia 30 de janeiro de 2003, em Brasília, pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O *Fome Zero* visa beneficiar cerca de 10 milhões de famílias, totalizando mais de 46 milhões de pessoas, residentes em áreas urbanas e rurais.

O Grupo Telefônica colabora com esse programa por meio de várias iniciativas:

- O Terra e a Fundação Telefônica patrocinam o site (http://www.fomezero.org.br/) da sociedade civil em apoio ao programa do governo federal, mantido pela Associação de Apoio a Políticas de Segurança Alimentar – Apoio Fome Zero. O site tem média mensal de 10 mil visitantes únicos e de 2.790 atendimentos através de e-mail.

- A Atento desenvolveu o sistema nacional das Centrais de Atendimento do Programa Fome Zero. A Telefônica SP financia o atendimento, executado pela Atento no Estado de São Paulo. O mesmo é feito pelas demais operadoras de telefonia em seus Estados de atuação. As Centrais de Atendimento do Programa Fome Zero funcionam todos os dias, menos feriados nacionais, das 8h às 20h. O número é o 0800 707 2003. As ligações têm possibilitado que tanto potenciais colaboradores, como os próprios municípios interessados, se orientem sobre como trabalhar no *Fome Zero*. Diariamente, 1.200 pessoas são atendidas pelo *call center* do *Fome Zero*.

- O Grupo Telefônica patrocina ainda, integralmente, o *Informativo Fome Zero*, editado pela Apoio Fome Zero.

b.3.) Direitos da criança e do adolescente

- ***Programa Pro-Direitos***

O programa *Pro-Direitos* da Fundação Telefônica apóia, desde 1999, o trabalho realizado pelos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, que têm a finalidade de formular as políticas municipais de atendimento a esses públicos. Foram apoiadas 277 organizações (até junho de 2004), em projetos que beneficiaram mais de 42 mil crianças e adolescentes. São os objetivos do programa a garantia dos direitos das crianças e adolescentes do País; o reforço da atuação dos Conselhos Municipais no desempenho de seu trabalho; a promoção da articulação de redes voltadas para a demanda na área da infância e da juventude e a contribuição para a melhoria da qualidade de vida das crianças e jovens pela redução da desigualdade social e prevenção da violência no País.

A estratégia do *Pro-Direitos* é apoiar projetos de implantação de redes de comunicação e informação entre os Conselhos Municipais de Direitos das Crianças e Adolescentes e as organizações assistenciais que atendem a infância e juventude nesses municípios. Tais redes permitem o compartilhamento de informações e dados sobre crianças, aumentando a eficiência do trabalho das organizações.

A escolha de projetos beneficiados pelo programa *Pro-Direitos* se dá a partir de uma convocação pública: recebem suporte financeiro e técnico os melhores projetos apresentados pelos Conselhos e que visam a melhoria no atendimento ao público infanto-juvenil do País.

A *Rede Criança* de Barueri, uma iniciativa do Conselho Municipal de Direitos da Criança e do Adolescente, é um exemplo. Implementada com o apoio da Fundação Telefônica, entre 2003 e 2004, em parceria com a Prefeitura Municipal de Barueri e a Hewlett-Packard, em pouco mais de um ano promoveu a capacitação das organizações para o trabalho em rede, realizou o diagnóstico das demandas da criança e do adolescente por bairro e estruturou a articulação de 31 organizações governamentais e não-governamentais atuantes na área da criança e do adolescente, aplicando tecnologia de ponta na área social.

Um banco de dados e o site da rede (www.redecrianca.barueri.sp.gov.br) foram criados de forma participativa. Esse processo tem contribuído para a otimização dos recursos do município, com ganhos de competência gerencial das organizações, transparência no uso da informação, agilidade de comunicação e planejamento das políticas públicas.

A realização de seminários de Elaboração de Projetos Sociais, que visam a capacitação de conselheiros e profissionais das entidades executoras para a elaboração, acompanhamento e gerenciamento de projetos sociais, também está entre as ações da Fundação Telefônica. As entidades executoras também são assessoradas no processo de captação de recursos para projetos, para que dêem continuidade ao trabalho.

ASSOCIAÇÃO PARCERIA CONTRA DROGAS

A Fundação Telefônica também trabalha em parceria com os Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente no programa *Medida Legal* (detalhado no item 3 – Desenvolvimento Social).

- ***Seminário Rede das Redes***

Em novembro de 2003, a Fundação Telefônica promoveu o Seminário Nacional Rede das Redes, cujo ato de abertura incluiu o lançamento do portal *RISolidaria*. Participaram desse encontro especialistas da área de direitos da criança, membros dos Conselhos Municipais, representantes do poder público e de organizações não-governamentais, administradores de projetos de redes e demais entidades envolvidas na implementação de políticas de proteção integral a crianças e adolescentes, com o objetivo de promover a criação de uma "rede de redes" brasileiras de atendimento, aproveitando a facilidade de interatividade e capacitação oferecida pelo *RISolidaria*.

- ***Prêmios Ibero-Americanos de Comunicação pelos Direitos da Criança e do Adolescente***

A Fundação Telefônica Brasil apoiou, em 2003, a preparação de uma análise profunda dos trabalhos da segunda edição dos Prêmios Ibero-Americanos de Comunicação pelos Direitos da Criança e do Adolescente, promovido pelo UNICEF e pela agência EFE. Esses prêmios são concedidos em reconhecimento e estímulo ao trabalho de jornalistas da América Latina, Espanha, Portugal e meios de comunicação hispânicos dos Estados Unidos, pelo esforço em promover a defesa dos direitos da infância.

A análise, publicada em português e espanhol pela ANDI (Agência de Notícias pelos Direitos da Infância), tem como finalidade verificar o tratamento dado pelos jornalistas à promoção e defesa dos direitos das crianças e adolescentes (http://www.unicef.org/brazil/premio_ibero_americano.htm).

- ***Centros de Informação sobre Drogas***

A Atento Brasil patrocina os Centros de Informações sobre Drogas (CIDs), criados pela Associação Parceria contra Drogas. O objetivo dos CIDs é prestar atendimento às populações sem acesso à informação sobre prevenção ao uso de drogas. O CID é um estande que reúne material impresso (guias e livros) e audiovisual. A Atento é a primeira empresa patrocinadora dessa iniciativa e financiou 14 CIDs, doados para as cidades nas quais a empresa mantém centrais de atendimento. Antes da doação, os funcionários da empresa têm a oportunidade de conhecer os centros, que ficam em exposição durante uma semana nas Centrais de Atendimento da Atento. Depois, são colocados em locais públicos de grande movimento, como shoppings ou estações de metrô.

b.4.) Apoio a pessoas com deficiência

- ***Rede Saci – www.saci.org.br***

A *Rede Saci* (Solidariedade, Apoio, Comunicação e Informação) é um projeto da Coordenadoria Executiva de Cooperação Universitária e de Atividades Especiais da Universidade de São Paulo (CECAE/USP), do CNPq, da Amankay e da Universidade Federal do Rio de Janeiro e conta com o apoio financeiro da Fundação Telefônica e da Vitae Apoio à Cultura, Educação e Promoção Social. Opera um portal de Internet cujo objetivo é estimular a comunicação e a difusão de informações entre e para pessoas com deficiência, seus familiares, profissionais, órgãos públicos, empresários e formuladores de políticas públicas, como instrumento de promoção de qualidade de vida, inclusão social e cidadania.

A *Rede Saci* implantou também alguns Centros de Informação e Convivência (CICs), que contam com computadores, um deles equipado com uma impressora Braille. O acesso à rede mundial de computadores utiliza o programa Dosvox, especialmente desenvolvido para o uso de deficientes visuais e composto por

um sintetizador de voz e uma placa de som acoplados ao micro que permitem a leitura, em voz alta, de tudo o que está na tela do computador, inclusive textos em páginas da Internet. Portadores de deficiência física também podem utilizar os computadores por meio de programas e acessórios adaptados de acordo com o nível de deficiência apresentado. Todos os cursos e atividades são acompanhados por monitores especializados.

- ***Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte (SISO)***

O Contact Center da Atento Brasil oferece um serviço diferenciado, o SISO. Trata-se de uma central de atendimento que promove a intermediação de ligações de deficientes auditivos. O atendimento é feito através de um aparelho específico, o TDD, ou através do Sistema Internet Callcenter, que funciona como um chat. Através do TDD, o cliente se conecta à central e digita a mensagem que deve ser repassada. O teleoperador lê a mensagem e a transmite. O caminho inverso funciona da mesma forma: a pessoa que quer entrar em contato com um cliente com deficiência auditiva fala com um atendente, que digita a mensagem e a envia para o TDD do destinatário.

O SISO realiza

8.000

intermediações de ligações por mês

- ***Teleton - Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD)***

Por seis anos consecutivos, o Grupo Telefônica apóia o Teleton, que arrecada fundos para a AACD através de uma campanha televisiva e de contribuições realizadas por telefone e cobradas na conta telefônica. A Telefônica SP é responsável pelo atendimento das ligações da campanha no Estado de São Paulo e também supervisiona as doações feitas nos demais Estados do País. O Centro de Operação e Supervisão (CEOS) da Telefônica SP monitora o tráfego, supervisionando de forma dedicada e ininterrupta cada chamada. A Telefônica SP pode receber até 2,5 milhões de ligações durante o período da campanha (24hs). A capacidade de atendimento simultâneo chega a seis mil chamadas. Já o Terra hospeda o site Teleton e transmite ao vivo o evento.

- ***Educação Inclusiva***

A Fundação Telefônica promoveu uma parceria em prol da educação inclusiva entre três projetos: os portais *EducaRede* e *RISolidaria* e a *Rede Saci*. Este último mantém um Observatório de Práticas Inclusivas na Educação, para dar suporte a educadores, alunos e pais. Os conteúdos podem ser acessados em qualquer um dos portais. O objetivo da Fundação Telefônica é ampliar o conhecimento sobre a educação inclusiva e formas de colocá-la em prática. No Brasil, 5,1% das crianças entre 7 e 14 anos sem deficiência estão fora da escola. Esse percentual dobra (11%) entre as crianças com deficiência na mesma faixa etária.

03 DESENVOLVIMENTO SOCIAL

O Grupo Telefônica, embora privilegie a inclusão digital como estratégia para a inclusão social, reconhece que as comunidades com que se relaciona apresentam demandas que precisam ser atendidas por outras estratégias. Por isso, são apoiadas iniciativas que têm como público beneficiário principalmente crianças e adolescentes.

- ***Programa Gera Renda (Geração de Receitas para Mulheres)***

Esse programa, desenvolvido pela Fundação Telefônica desde 2002, tem como principal objetivo apoiar as iniciativas sociais que promovam a integração ao trabalho de mulheres chefes de família que tenham crianças e adolescentes sob sua responsabilidade. O apoio abrange capacitação, desenvolvimento dos produtos, ajuda à comercialização ou à formação em técnicas de gestão.

- ***Cooperativa de Costureiras do Parque São Bartolomeu***

Este projeto, implementado pelo Pangea – Centro de Estudos Sócioambientais – a partir de 2002, com a cooperação da Fundação Telefônica, criou e implementou uma cooperativa

de costureiras na periferia de Salvador, Bahia. Além da consolidação da cooperativa, que beneficia 50 mulheres que são chefes de família, em 2003 o grupo obteve o apoio financeiro do BID para a construção de uma sede própria e abriu uma loja para a venda dos produtos. Ao final de 2004, a Cooperativa de Costureiras do Parque São Bartolomeu deverá se tornar autosuficiente.

- ***Mundaréu - Projeto Comércio Justo***

A Fundação Telefônica firmou, em 2002 e em 2003, convênio de cooperação com o projeto da Associação Mundaréu, entidade sem fins lucrativos cujo objetivo é criar mecanismos de comercialização amparados nos princípios de comércio justo, com benefícios diretos a cerca de 800 pessoas e a mais de 3 mil indiretamente. Objetos de artesanato produzidos por 26 grupos, entre cooperativas, associações e projetos sociais de várias regiões do País são comercializados na Loja Mundaréu.

- ***Projeto Anzol***

No projeto da associação Saúde Criança Renascer, o objetivo é promover a geração de receitas para mulheres chefes de famílias em condições de miséria, com a sua capacitação em diferentes cursos, para que possam satisfazer as necessidades dos filhos, pacientes do Hospital da Lagoa, no Rio de Janeiro. Com apoio da Fundação Telefônica, o Projeto Anzol assegurou formação a 100 mulheres em oficinas de costura, bordado e pintura em tecidos, entre outras, uma oportunidade de ingressar no mercado de trabalho.

- ***Centro de Educação Infantil em Pirituba (SP)***

O Grupo Telefônica, em parceria com a Prefeitura de São Paulo, entregou, em maio de 2004, o Centro de Educação Infantil do Jardim São João, em Pirituba, periferia de São Paulo. A creche, com capacidade para 160 crianças de até seis anos, tem 900 metros quadrados, construídos em um terreno da Polícia Militar, foi doada pela Telefônica SP, através do Funcad. Foi uma iniciativa pioneira, que abriu caminho para outras parcerias semelhantes entre a Prefeitura e a iniciativa privada.

- ***Planetário Municipal do Parque do Carmo (SP)***

Em outra parceria com a Prefeitura de São Paulo, o Grupo Telefônica construiu também o mais moderno planetário da cidade, a ser entregue ainda em 2004. Fica no Parque do Carmo, na periferia leste de São Paulo.

- ***Empresários para o Desenvolvimento Humano***

Em 2003, a Fundação Telefônica iniciou cooperação com o projeto "Empresários para o Desenvolvimento Humano" (EDH), movimento de líderes empresariais com a missão de atuar de forma estratégica para reduzir a distância entre o PIB (Produto Interno Bruto) e o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano). O Brasil é a décima economia mundial em PIB e, ainda assim, ocupa o 73º lugar na classificação do IDH. Pretende-se concluir a implantação dos projetos "Acelera Brasil", cujo objetivo é erradicar a reprovação escolar com a aceleração do aprendizado, e "Se Liga Brasil", destinado a eliminar o analfabetismo escolar. Os dois projetos, em implantação no Estado de Pernambuco, são administrados pelo Instituto Ayrton Senna. A iniciativa, com duração de seis anos, pretende beneficiar 627 mil alunos da rede pública.

- ***Alfabetização Solidária***

Em 1999, o Grupo Telefônica apoiou o início do Programa Alfabetização Solidária nas duas primeiras cidades em que foi instalado: São Paulo e Rio de Janeiro, que então contabilizavam, juntos, cerca de 700 mil jovens e adultos analfabetos. O Grupo Telefônica adotou, em 1999, 20 mil alunos durante seis meses, e, em 2000, outros 5 mil. Um investimento de R$ 2,5 milhões.

Segundo o IBGE,

25%

dos lares brasileiros são chefiados por mulheres

Em camadas de mais baixa renda, esse índice chega a

40%

O Gera Renda aumentou em

97%

a renda média das costureiras da Cooperativa do Parque São Bartolomeu

- ***Medida Legal***

Em apoio aos Conselhos Municipais da Criança e do Adolescente e aplicando a mesma metodologia do programa *Pro-Direitos*, já mencionado anteriormente, o programa *Medida Legal* pretende incluir jovens autores de atos infracionais que estejam cumprindo determinação judicial de liberdade assistida ou prestação de serviços à comunidade em projetos de assistência. Tais medidas, que contam com atividades pedagógicas, culturais, educacionais ou de apoio familiar, são uma alternativa à privação de liberdade. A eficácia dessas medidas vem sendo confirmada pelos baixos índices de reincidência. O *Medida Legal* já apoiou onze organizações, sendo sete não-governamentais e as demais ligadas a governos. O número de adolescentes auxiliados por esses projetos superou a marca de 1.000.

- ***Cartilha "Direitos do Estudante"***

A Fundação Telefônica apoiou, em 2003, o lançamento da cartilha "Direitos do Estudante", desenvolvida pelo Protagonistés, Instituto de Protagonismo Jovem e Educação, com o apoio técnico da UNESCO. O objetivo desse manual, escrito em linguagem simples, é garantir às famílias e aos alunos pleno conhecimento sobre as obrigações das escolas, com informações sobre os locais de reclamação caso os direitos dos estudantes não sejam cumpridos e sobre a forma de colaborar para a melhoria do patrimônio de todos. A primeira tiragem da cartilha foi de 500 mil exemplares.

- ***Metas do Milênio***

A Fundação Telefônica apóia a iniciativa do Movimento Nacional pela Cidadania e Solidariedade, que visa conscientizar Poder Público, empresas e sociedade civil a trabalhar para o cumprimento das Metas do Milênio, estabelecidas em 2000 pela Organização das Nações Unidas. Os programas da Fundação colaboram para o cumprimento destas metas. O *EducaRede*, por exemplo, trabalha pela melhoria do ensino por meio do uso pedagógico da Internet. O Portal *RISolidaria* colabora no "trabalho pelo desenvolvimento" e por "reduzir a mortalidade infantil". As outras Metas do Milênio são: "acabar com a fome e a miséria", "igualdade entre os sexos e valorização da mulher", "melhorar a saúde das gestantes", "combater a Aids, a malária e outras doenças" e "igualdade de vida e respeito ao meio ambiente".

- ***Manuais de Apoio ao Programa de Saúde da Família***

Em 2002, a Fundação Telefônica apoiou a edição de manuais impressos do Programa de Saúde da Família, do Ministério da Saúde. Foram editadas 500 mil cartilhas para serem distribuídas para profissionais de saúde de todo o País.

- ***Bolsa Empreendedor***

O Grupo Telefônica doou bolsas de estudo de seis meses a 300 estudantes universitários inscritos no projeto "Bolsa Empreendedor". No projeto, inserido no programa "Oportunidade Solidária", da Prefeitura de São Paulo, os bolsistas desenvolvem produtos tecnológicos, como sistemas públicos e privados de gestão, preferencialmente de empreendimentos populares.

O Grupo Telefônica patrocinou, entre 2000 e 2002, a elaboração do "Material Instrucional para Educação à Distância", elaborado pelo Instituto para o Desenvolvimento da Saúde para o Programa de Saúde da Família (PSF), do Ministério da Saúde. Foram editados 6 mil manuais de padronização de procedimentos médicos das equipes do PSF (entre médicos, enfermeiros, auxiliares de enfermagem e agentes comunitários) espalhadas por todo o País. O "Material Instrucional" incluiu ainda vídeos e um site com as informações do PSF.

EXEMPLOS DE PROJETOS DE INCLUSÃO DIGITAL DO GRUPO TELEFÔNICA EM PARCERIA COM GOVERNOS

Projeto	Objetivo	Participação do Grupo Telefônica	Atendimento	Responsável
Internet nas Escolas	Disponibilizar a tecnologia de informação, mediante a utilização de serviços de telecomunicações em escolas da rede pública estadual de ensino e em núcleos regionais de tecnologia educacional, através de acesso à Internet pelo sistema *Speedy*.	Instalação de *Speedy Business* com velocidade de 512 kbps, instalação e configuração de rede LAN com capacidade de 8 / 12 / 16 ou 24 computadores, para um total de 742 escolas distribuídas entre a capital e interior.	Aproximadamente 600 mil alunos da rede de ensino estadual.	Governo do Estado de São Paulo
Internet nas escolas II **Internet nas escolas III**	A democratização da educação, acesso e permanência das crianças nas escolas, e a ampliação da qualidade social do ensino através do desenvolvimento, evolução e aplicações relativas à tecnologia da informação.	Doação, a 50 escolas municipais, de 2.000 computadores conectados à Internet com alta velocidade, softwares e impressoras.	Aproximadamente 40 mil alunos da rede de ensino municipal.	Prefeitura Municipal de São Paulo
		Doação, a 100 escolas municipais de educação infantil e fundamental, de 250 computadores conectados à Internet com alta velocidade, softwares e impressoras.	Aproximadamente 35 mil alunos da rede de ensino municipal.	Prefeitura Municipal de Osasco
Internet nas bibliotecas	Interligar as bibliotecas municipais à rede mundial de computadores, com acesso gratuito aos usuários.	Doação, a 66 bibliotecas municipais, de 264 computadores conectados à Internet com alta velocidade, softwares e impressoras.	Aproximadamente 30 mil usuários mensais.	Prefeitura Municipal de São Paulo
	Implantação de catálogo eletrônico, com todos os títulos dos acervos onde o usuário pode localizar a obra pelo computador, encerrando-se a procura de livros em fichas datilografadas.			
Telecentros	Ser a porta de entrada da comunidade à rede mundial de computadores e aos serviços e informações prestados aos cidadãos, visando também incluir as pessoas das regiões de maior carência, no desenvolvimento de habilidades e competências necessárias ao cotidiano.	Doação de 400 computadores conectados à Internet em alta velocidade, softwares e impressoras para atendimento a 20 núcleos. Os vinte edifícios receberam também mobiliário e reforma predial.	Desde fevereiro de 2002, quando foi inaugurada a última unidade, são atendidas mensalmente cerca de 62 mil pessoas, sendo que 23.318 já concluíram os cursos ministrados pelas unidades; 91 mil encontram-se cadastrados para novas turmas.	Prefeitura Municipal de São Paulo
Rede de Telecentros de Informações e Negócios	Assegurar a expansão desta rede de telecentros, voltada para associações de micro e pequenas empresas.	Fornecimento de equipamentos e conexões à Internet para 20 novos telecentros, todos no Estado de São Paulo.	Acesso às Tecnologias de Informação, possibilitando expansão dos negócios, para milhares de empresas paulistas.	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio
Bolsa Empreendedor	Projeto inserido no âmbito do Programa "Oportunidade Solidária", objetivando o desenvolvimento de produtos tecnológicos, preferencialmente de sistemas de gestão direcionados aos setores público, privado, com prioridade para os empreendimentos populares.	Doação de bolsas de estudo, pelo período de 6 meses, a estudantes de 18 a 25 anos de idade, matriculados em curso de graduação ministrado por instituição de ensino e pesquisa contratada pelo município.	300 bolsistas.	Prefeitura Municipal de São Paulo

OPINIÕES SOBRE OS PROJETOS

Estudantes da rede pública acessam o portal EducaRede

Alunos de Escola de Cidadania e Informática do CDI

EDUCAREDE

"É interessante esse trabalho do *EducaRede* de vir até à escola. Mostra preocupação com o que acontece aqui. A partir das nossas necessidades, eles desenvolvem as ferramentas, os conteúdos. Não fazem a partir do que acham que é importante. Minha motivação aumentou muito por causa do portal. É bom saber que há um espaço virtual em que a gente pode apresentar não só o que nós, professores, fazemos, mas também o que os alunos fazem."

Paloma Martin Fernandez de Godoi, 41,
Professora orientadora de informática educativa

"Quando eu quero fazer pesquisas na Internet, uso o *EducaRede*. É de graça e muito útil. Se eu ficar fuçando, acho tudo. E o melhor de tudo é poder ver seus trabalhos expostos ali no portal, como um trabalho que eu fiz de educação artística. É ótimo, senti orgulho de mim mesma."

Cristina Aiko, 14,
Aluna da 8ª série

"Manter este portal de educação no Brasil é um empreendimento cívico, e não só educativo, da maior importância. É preciso assegurar sua continuidade, a qualidade das ferramentas tecnológicas que possui, a diversidade e a densidade das informações que permitem inúmeras possibilidades de navegação, a máxima interatividade como forma de permitir intercâmbio efetivo e circulação de informações e conhecimentos."

Maria do Carmo Brant de Carvalho
Diretora do Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária (CENPEC)

RISOLIDARIA

"Iniciativas que abordam a inclusão digital e a democratização da informação são muito bem-vindas em um país de diferenças sociais significativas como o Brasil. Além disso, acreditamos em um projeto que utiliza a vocação do grupo para alcançar suas metas, ou seja, a oferta de tecnologia a serviço da transformação social."

Rosa Fischer
Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS) da Universidade de São Paulo

ESCOLAS DE INFORMÁTICA E CIDADANIA

"O projeto visa a inclusão social da população menos favorecida, utilizando as tecnologias de informação como instrumento para construção e exercício da cidadania. Estimamos que, em um ano, 15 mil jovens sejam beneficiados pelas Escolas de Informática e Cidadania apoiadas pela Fundação."

Rodrigo Baggio
Secretário Executivo do Comitê pela Democratização da Informática (CDI)

SE LIGA BRASIL

"A redução drástica dos índices de alfabetização alcançados em Pernambuco em 2003, com o programa *Se Liga*, que ajuda a formar alunos aplicados e cidadãos conscientes, é exemplo de que investimentos em educação de qualidade são a melhor maneira de semear um futuro mais justo para a juventude brasileira."

Margareth Goldenberg
Instituto Ayrton Senna

SOCIAIS DO GRUPO TELEFÔNICA

Costureira de cooperativa apoiada pelo Gera Renda

Oficina de trabalho do programa Medida Legal

GERA RENDA /COOPERATIVA SÃO BARTOLOMEU

"Não seríamos nada hoje sem o apoio da Fundação Telefônica. Eles vieram de longe, viram seriedade em nosso trabalho e fizeram essa aposta na gente. Graças a Deus não os decepcionamos. Temos credibilidade no mercado, uma loja no shopping e compradores até da Itália e de Angola. Trabalhar assim nos dá alegria e orgulho. É sempre bom saber que o que fazemos é reconhecido."

Maria José Leite de Lima, 45,
Costureira da Cooperativa do Parque São Bartolomeu

"A colaboração da Fundação Telefônica permitiu o aprofundamento neste programa, pois tivemos a oportunidade de dar os passos necessários ao desenvolvimento e consolidação de uma experiência de cooperativismo popular. Os resultados obtidos fazem da Cooperativa referência no desenvolvimento de associações de base econômica."

Gabriel Atalla
Coordenador do Pangea

PRO-DIREITOS

"O apoio da Fundação Telefônica na estruturação da Rede Criança gera benefícios imediatos para todas as crianças e adolescentes atendidos hoje em Barueri. Temos melhores condições, maior capacitação e, principalmente, atuação conjunta e planejada das entidades. "

Eduardo Assarito
Presidente do Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Barueri (SP) e coordenador do Rede Criança

"O projeto tem sido de extrema importância para o município de Vila Velha, pois em apenas um ano de atuação, possibilitou conquistas importantes às entidades que dele participam, com vistas à melhor adequação de suas ações, tais como: integração e troca de experiências, aperfeiçoamento da prática pedagógica, envolvimento e qualificação dos professores e uma nova visão sobre a importância do trabalho em Rede."

Marivez Bareta
Coordenadora do Rede Vil@ Criança - Vila Velha (ES)

MEDIDA LEGAL

"Todo mundo que vive na periferia corre o risco de cair na marginalidade. Eu mesmo estava me envolvendo com as pessoas erradas e quase caí nela. Há seis meses, eu comecei a freqüentar o Telecentro do RAC, e fui muito bem recebido. Mas percebi que eu precisava aprender mais, e resolvi também fazer o curso de informática avançada, sobre montagem e manutenção de micros. Eu pensava: vou deixar de ir no curso para fazer coisa errada? Eu não! Eu também senti a necessidade de preencher o meu tempo livre e pedi para ser voluntário no Telecentro. Lá, eu aplico o que aprendi no curso e passo esse conhecimento para as outras pessoas, auxilio em pesquisas, recomendo sites, faço cadastros dos usuários para cursos, agendo os acessos."

Daniel Padula Gomes, 17 anos,
Participou de oficina de informática do RAC/Medida Legal e saiu de situação de risco no Jardim Ângela (SP)

07

Meio ambiente: respeito e proteção

01 Compromisso com o meio ambiente

- Compromisso público com o meio ambiente
- Comunicação ambiental

AÇÕES PARA REDUÇÃO DO IMPACTO

02 Gestão ambiental

- Atividades com repercussão ambiental
- Implantação de sistemas de gestão ambiental

CONHECIMENTO DOS IMPACTOS E IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES

03 Minimização do impacto das operações

- Redução do impacto das infra-estruturas
- Redução do consumo de recursos escassos
- Gestão responsável de resíduos
- Emissões atmosféricas e eletromagnéticas

8,4%

DE ECONOMIA DE ENERGIA NO PROGRAMA DE REDUÇÃO DO CONSUMO

04 Desenvolvimento de serviços com impacto positivo sobre o meio ambiente

- Impacto positivo dos serviços de telecomunicações
- Análise ambiental dos produtos lançados

353

PROJETOS NO MUNDO TIVERAM O IMPACTO AMBIENTAL AVALIADO PELA TELEFÓNICA I+D

01 COMPROMISSO COM O MEIO AMBIENTE

a) Compromisso público com o meio ambiente

O Grupo Telefônica considera fundamental o respeito pelo meio ambiente em todas suas atividades e, nesse sentido, as empresas do Grupo vêm assumindo, globalmente, um compromisso público com o meio ambiente há vários anos:

- Em 1996, a Telefónica de España (operadora de telefonia fixa naquele país) firmou um compromisso com o meio ambiente pela ETNO (European Telecommunication's Operator Association), passando a integrar a equipe de trabalho na área de meio ambiente. Em decorrência desse compromisso, adotou em 1999 sua Política Ambiental, estruturada em dez linhas de atuação desenvolvidas de forma coordenada entre si.

- Em 2002, o Grupo Telefônica subscreveu, em nível global, o Pacto Mundial das Nações Unidas, que compreende nove princípios, três deles vinculados ao respeito ao meio ambiente:

  7 as empresas devem manter um enfoque preventivo que favoreça o meio ambiente.

  8 as empresas devem incentivar as iniciativas que promovam uma responsabilidade ambiental mais abrangente.

  9 as empresas devem favorecer o desenvolvimento e a disseminação das tecnologias que respeitem o meio ambiente.

- Ao longo de 2003, o Grupo Telefônica contribuiu efetivamente com o programa GeSI (Global e-Sustainability Initiative) que, impulsionado pela UNEP (Programa Ambiental das Nações Unidas) e pela UIT (União Internacional de Telecomunicacões), congrega fabricantes e operadores do setor de TI com a finalidade de promover o desenvolvimento da sociedade da informação.

No Brasil, as ações voltadas para redução do impacto ambiental estão concentradas principalmente em duas empresas: t-gestiona, empresa do Grupo Telefônica especializada na prestação de serviços de gestão de negócios e que atende as demais empresas da corporação, e Telefônica SP, por ser a maior empresa do Grupo e ter atividades que provocam algum impacto ambiental.

Em 2002, a Telefônica SP reforçou suas atividades voltadas para o meio ambiente, por intermédio de um grupo de trabalho composto de especialistas e empregados, com enfoque na utilização racional de energia elétrica e água, assim como na reciclagem de materiais e na repercussão que tais processos têm sobre o meio ambiente.

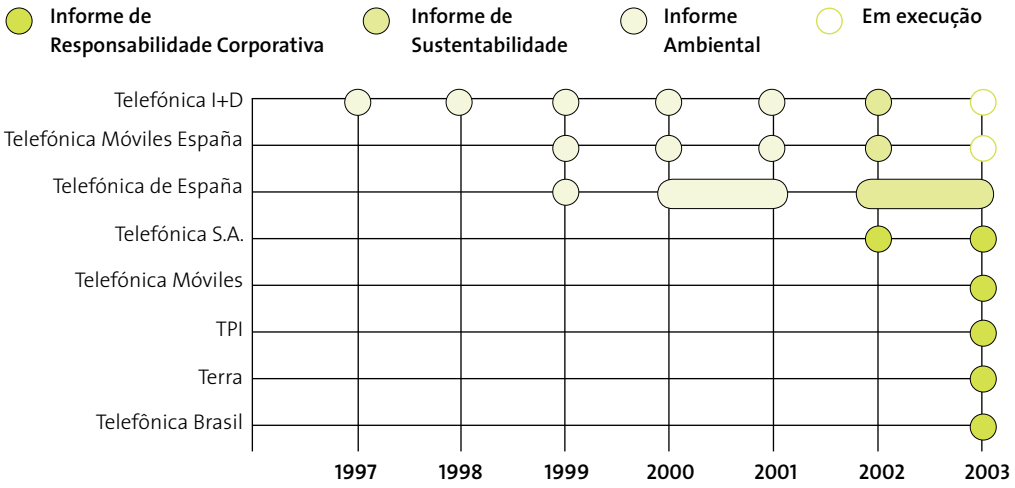
b) Comunicação ambiental

Diversas empresas do Grupo Telefônica publicam, em nível mundial, memórias de registros ambientais que estão evoluindo para relatórios de sustentabilidade, preparados segundo o guia GRI 2002 (Global Reporting Initiative).

Em 2003, a Telefónica S.A. publicou seu primeiro Relatório de Responsabilidade Corporativa, onde foram agrupadas as diferentes atuações das empresas do Grupo em relação aos diferentes grupos de interesse em geral, incluindo um capítulo dedicado ao meio ambiente. A área de Responsabilidade Corporativa da página web da Telefónica S.A. inclui uma seção de meio ambiente que especifica as políticas das empresas do grupo, os registros e notícias dessa matéria.

O presente capítulo ambiental do Relatório de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica constitui a primeira publicação ambiental do Grupo especificamente no Brasil.

INFORMES AMBIENTAIS DO GRUPO TELEFÔNICA



02 GESTÃO AMBIENTAL

Ao longo de 2003, a Telefónica S.A. conduziu uma análise preliminar dos riscos ambientais do Grupo na América Latina, dando continuidade ao estudo realizado anteriormente na Espanha. Em uma análise preliminar, concluiu-se que as empresas que prestam serviços de telefonia fixa ou móvel são as que poderiam ter maior impacto ambiental, tanto pelo tipo de atividade como pelo maior número de instalações. A análise, realizada pela área de Auditoria Interna Corporativa e pela Telefónica I+D na qualidade de especialista, concentrou-se na identificação dos **principais riscos ambientais das atividades dos serviços de telefonia fixa e móvel.**

Esse estudo permitiu avaliar os principais aspectos ambientais levantados pelas diversas atividades das empresas do Grupo Telefônica, identificar os riscos associados e os pontos suscetíveis de melhorias:

- As principais atividades da Telefônica SP que podem ter uma repercussão sobre o ambiente são: planta interna e externa, torres de transmissão, serviços administrativos e descarte de baterias chumbo-ácidas.

- Por parte da t-gestiona são: prestação de serviços de manutenção em instalações prediais e equipamentos, projetos e execução de reformas em prédios, gerenciamento de contratos e demais serviços administrativos e descarte de resíduos urbanos em geral.

A Telefônica SP e a t-gestiona estão implantando **sistemas de gestão ambiental.**

O trabalho realizado na companhia inclui as seguintes atividades:

- Gestão de água e energia de toda a planta da empresa, incluindo prédios técnicos, administrativos e mistos;

- Contratação e gestão de energia de produtores independentes (Pequenas Centrais Hidrelétricas – PCH), visando redução no custo da energia utilizada;

- Contratação de água por "demanda firme", visando redução no custo da água utilizada;

- Implantação e operação da Central de Gestão de Energia e Água (centralização de administração das contas de energia e água);

- Realização de programa de obras visando a redução de consumo, buscando o uso eficiente de energia e água;

- Tratamento de fontes de emissão de ruído e de fumaça;

- Modificação nas instalações dos sistemas de combustíveis de óleo diesel para redução de impactos ambientais;

- Substituição de equipamentos obsoletos e depreciados por novos, com melhor eficiência e menor impacto ambiental;

- Introdução no programa de obras do orçamento anual dos seguintes projetos: norma ambiental, eficientização energética e de água e substituição de equipamentos obsoletos;

- Laudos de emissões eletromagnéticas das antenas do sistema de telecomunicações da empresa;

- Projetos de engenharia para construção e ampliação de prédios técnicos e mistos e de torres de telecomunicações.

Adicionalmente, a t-gestiona é responsável pelas seguintes atividades para as empresas do Grupo Telefônica:

- Controle e pagamentos de água e energia elétrica de todos os sites existentes na planta do Grupo Telefônica;

- Elaboração de projetos de engenharia de obras e reformas prediais, com especificações de peças/materiais e equipamentos, visando a racionalização dos consumo de água e energia elétrica;

- Execução de manutenção predial em todos os sites da planta do Grupo Telefônica, com utilização de peças/materiais e equipamentos de menor consumo e de maior eficiência. (Ex: Substituição de calhas com grelha dupla, com chapa de alumínio anotizado, reatores eletrônicos e lâmpadas fluorescentes de 32 Watts);

- Realização de controle de demanda junto às concessionárias de energia dos prédios administrativos.

03 MINIMIZAÇÃO DO IMPACTO DAS OPERAÇÕES

A Telefônica SP e a t-gestiona realizam trabalhos em sinergia visando a redução do consumo de água e energia elétrica.

Além disso, entre os principais objetivos de gestão ambiental implantados pela Telefônica SP estão o descarte de baterias chumbo-ácidas e o tratamento da emissão de ruído e fumaça.

Por parte da t-gestiona, as principais ações são: a correta destinação de sucata de papéis em geral, lâmpadas de mercúrio, gases que agridem a camada de ozônio (Protocolo de Montreal), instalação de proteção contra ruídos e vibrações, instalação de filtros no escapamento de GMG, limpeza/higienização de dutos de ar (Legionella), controle de qualidade do ar interior, economia de energia (com ações preventivas e corretivas pelas áreas gestoras) e da água (Projeto CURA), reciclagem de papéis e reutilização de cartuchos de toner.

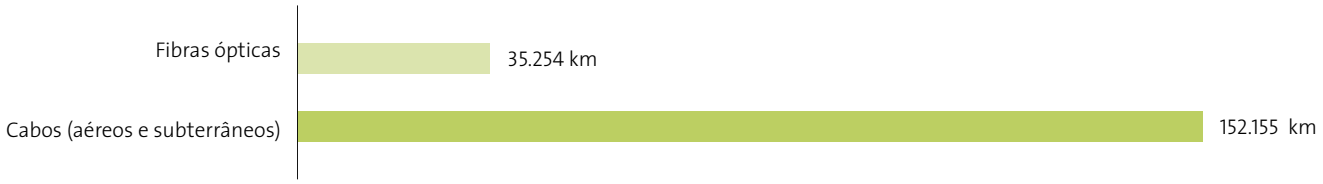
a) Redução do impacto das infra-estruturas

No Brasil, o Grupo Telefônica gerencia um grande número de instalações, tais como: mais de 185.000 quilômetros de cabeamento, mais de 60 edifícios administrativos, mais de 2.000 torres de comunicações e mais de 1.600 centrais de comutação.

A Telefônica SP administra as infra-estruturas de comunicações da empresa e controla seu impacto sobre o meio ambiente por meio da busca de soluções de transmissão para evitar áreas protegidas e transferência da rede aérea para subterrânea.

A Gestão Patrimonial da t-gestiona está sempre atenta aos acontecimentos ocorridos nos pré-

EXTENSÃO DA REDE DA TELEFÔNICA SP
(Em km)



dios de sua responsabilidade, buscando soluções e inovações de suas atividades para melhorar sua prestação de serviços e preservar o ambiente.

b) Redução do consumo de recursos escassos

O Grupo Telefônica vem desenvolvendo diversos programas para envolver seus empregados em uma gestão eficiente dos recursos naturais. Entre as ações e projetos concretos realizados pela t-gestiona com este fim, estão:

- Permanência do Projeto de Consumo e Uso Racional da Água – CURA;
- Manter as ações e rotinas adotadas;
- Divulgar os resultados obtidos aos usuários, de modo a enfocar claramente que, para atingir as metas estabelecidas no programa de Gestão de Utilities, é preciso sua integração, motivação e cooperação.

A Telefônica SP criou um site na intranet para divulgar a importância de preservar os Recursos Naturais. Esse site também reúne informações sobre dois workshops realizados na empresa para discutir ações de economia de água, em 2002, e sobre recursos naturais, em 2003. Esses eventos contaram com apresentações de especialistas de universidades e órgãos externos – como Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Sabesp e Eletropaulo (concessionárias de água/esgoto e energia, respectivamente) – e a participação foi aberta a todos os funcionários.

Energia elétrica

A alimentação das redes de comunicações pressupõe um maior consumo de energia pelas operadoras de telecomunicações, tanto fixas como móveis. O consumo de energia das redes do Grupo Telefônica no Brasil supera os 550 milhões de kwh, ao passo que em seus escritórios atinge quase 50 milhões de kwh.

As operadoras do Grupo Telefônica estão implementando importantes melhorias no consumo de energia de suas redes pelo sistema de monitoramento e controle ou por meio do aumento da temperatura da operação de alguns equipamentos e salas técnicas, com a conseqüente economia de energia dos sistemas de refrigeração. Para redução do consumo de energia, foram adotadas as seguintes ações nos segmentos de manutenção:

- Mudança de rotina de funcionamento de ar condicionado;
- Funcionários de vigilância desligam iluminação após o expediente;
- Instalação de sensores de presença para ativar iluminação;
- Mudança de rotina de funcionamento de elevadores;
- Redução da quantidade de lâmpadas;
- Adequação de circuitos elétricos.

Nos sites administrativos, por meio do trabalho realizado pela t-gestiona, o Grupo Telefônica reduziu seu consumo de energia em cerca de 8,4% nos prédios envolvidos da primeira etapa de implementação do programa, como resultado dos programas de conscientização sobre o uso da energia e da aplicação de medidas técnicas de melhoria do rendimento dos recursos. O número absoluto de consumo cresce proporcionalmente ao aumento no número de clientes, em especial os de Internet em banda larga.

Outras medidas que estão sendo consideradas para melhorar o comportamento do Grupo Telefônica em relação ao consumo de energia são:

- Instalação de equipamentos (como sensores, por exemplo) e novos circuitos, para redução de forma contínua de energia;

RELAÇÃO DOS EDIFÍCIOS
(Telefônica SP e t-gestiona)

63
prédios de escritórios

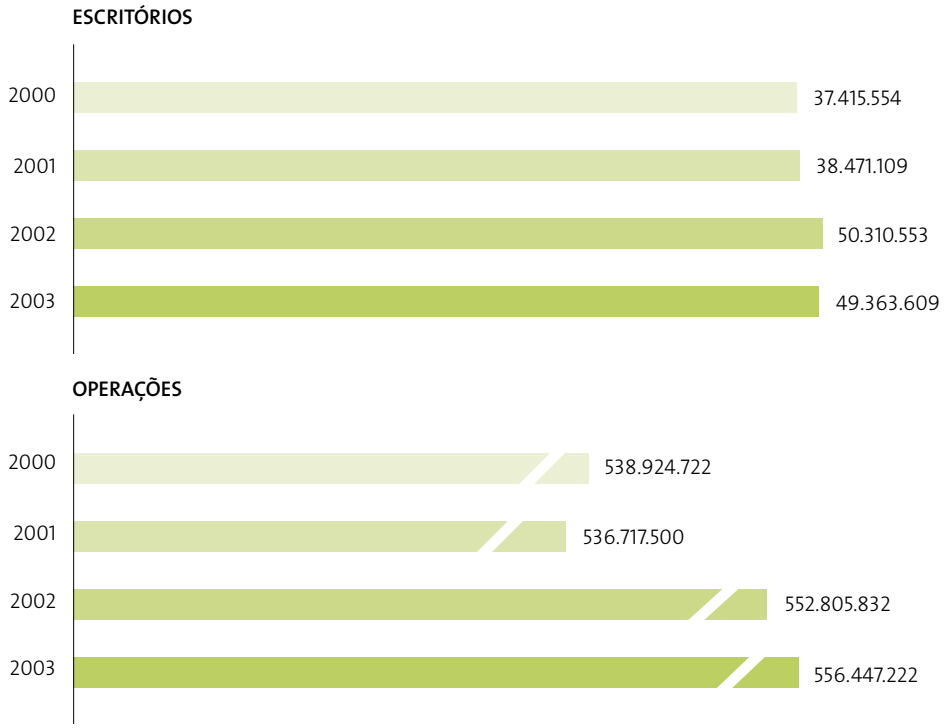
1.129
torres de comunicações e estações-base

1.601
centrais telefônicas

47
armazéns

2
centros de processamento de dados

CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA
(Dados em kwh)



TOTAL	2000	2001	2002	2003
	576.340.276	575.188.609	603.116.385	605.810.831

- Busca de novos conhecimentos, métodos e técnicas de trabalho, bem como novas tecnologias no mercado;
- Substituição dos equipamentos e peças por materiais de menor consumo;
- Na elaboração de Projetos de Engenharia de Obras e Reforma Prediais, são cuidadosamente especificados as peças/materiais e equipamentos para as instalações prediais, visando a racionalização do consumo de gastos com energia elétrica e água, como:

Engenharia Civil

- Instalação de refletores de isolação solar, insulfilme, parede vazada etc.
- Aumento de utilização de ventilação e iluminação natural.
- Instalação de torneiras automáticas, com sensores, temporizadores e outros.

Engenharia Elétrica

- Substituição das lâmpadas fluorescentes de 40W por 32W.
- Substituição dos reatores convencionais por eletrônicos.
- Instalação de calhas com grelhas duplas com alumínio anomatizado (espelhado).
- Circuitos elétricos com menor consumo de energia pelo efeito Joule.
- Circuitos automatizados e informatizados de gestão e controle.

Engenharia Mecânica

- Instalação de equipamentos de ar-condicionado mais eficientes (com cop ótimo = 0,5 KW / TR).
- Uso de torres de refrigeração de baixa perda.

Água

O consumo de água do setor das telecomunicações é pouco significativo se comparado ao de outras indústrias ou setores de serviços. Seu maior impacto advém do consumo em escritórios e sistemas de climatização.

CONSUMO DE ÁGUA
(Em milhares de litros)

Prédios técnicos, administrativos e mistos, inclui Telefônica Empresas, Telefônica SP e t-gestiona.

A Telefônica SP tem realizado várias ações visando a economia de água, tais como:

- Análise das contas para detecção de anormalidades de consumo, onde é possível detectar consumos exagerados os quais, normalmente, são prenúncios de vazamento;
- Implantação de sistemas de climatização mais eficientes em novos centros de fios ou em substituição de equipamentos antigos (retofits);
- Execução de projeto piloto "dry cooler". Este projeto visa a substituição de torres de arrefecimento dos sistema de ar climatizado (que utilizam água para resfriamento), por condicionadores remotos cujo resfriamento é por ar (não havendo necessidade de água);
- Gestão de água de toda a planta da empresa (prédios técnicos, administrativos e mistos), consistindo de análise das contas de consumo e sistema centralizado de gestão de água.

Para redução do consumo de água, a t-gestiona adotou, entre outras, as seguintes ações nos segmentos de manutenção predial:

- Redução de vazão/regulagem em torneiras/correção de vazamentos;
- Implantação do Projeto de Consumo e Uso Racional da Água – CURA;
- Utilização de aparelhos e equipamentos economizadores para limpeza;
- Correção de vazamentos.

No segundo semestre de 2003, o projeto foi implementado de forma piloto em sete endereços com grande concentração de funcionários. Os resultados obtidos com as ações adotadas foram bastante positivos, destacando-se uma redução de gastos da ordem de 19% no último trimestre do ano.

Papel

Quanto ao consumo de papel, as empresas do Grupo Telefônica desenvolveram diversas iniciativas voltadas para a racionalização do consumo:

- O alto consumo de papel exigido pela preparação de alguns dos produtos da TPI (por exemplo, o *Guia Mais*) tem seu impacto ambiental reduzido pela exigência do grupo TPI, em nível global, de que os fornecedores de papel detenham o certificado ambiental ISO 14001 e de que a matéria-prima utilizada na preparação do produto final seja de origem certificada como sustentável (reflorestamentos que con-

CONSUMO DE PAPEL NA TELEFÔNICA SP
(Dados em toneladas)

sistem na plantação, por parte das indústrias de papel, de árvores em terrenos desertificados ou de baixa produtividade).

- A Telefônica SP desenvolveu programas que contribuem para a economia de recursos naturais, passando a emitir a partir do início de 2003 as contas com impressão frente e verso. Com a implantação do novo formato da conta, houve uma redução de aproximadamente 30% no número de folhas, o que gera a economia de 43 toneladas de papel/mês e, num período de um ano, evita a derrubada de mais de 10 mil árvores. A empresa, antes da mudança, consumia todos os meses cerca de 30 milhões de folhas na impressão de contas.

- A Telefônica SP também suprimiu a publicação maciça das listas telefônicas de São Paulo, oferecendo alternativamente um serviço gratuito de informação por telefone; exemplares da lista são entregues somente mediante solicitação.

Combustíveis

O setor das telecomunicações não é um setor que gere uma grande demanda direta de combustíveis. No caso do Grupo, tal demanda está associada ao consumo das frotas de veículos, das caldeiras de calefação, ativações de emergência ou serviços em locais de difícil acesso às fontes de energia. A Telefônica SP dispõe de 657 grupos electrógenos, os quais utiliza somente em caso de emergência por corte de abastecimento de energia elétrica. Além desses, existem ainda outros 19 grupos administrados diretamente pela t-gestiona.

Todos estes grupos são objeto de manutenções preventivas e corretivas periódicas realizadas por empresas terceirizadas. Além disso, para o desenvolvimento de seus serviços, a Telefônica SP utiliza parte da frota de automóveis a álcool e desenvolve um Projeto Biodiesel para grupos electrógenos.

c) Gestão responsável de resíduos

A Telefônica SP separa e trata de forma diferenciada cada tipo de resíduo que produz na condução de suas atividades. Todos os resíduos perigosos são geridos por pessoal autorizado. A maior parte dos resíduos é proveniente dos escritórios, dos equipamentos eletrônicos, de obras e das baterias.

O descarte das baterias chumbo-ácidas está sendo feito pela Diretoria de Planejamento e Engenharia diretamente junto aos fabricantes, em atendimento a resoluções governamentais.

Projeto Recicla

O Grupo Telefônica implantou o Projeto Recicla com o intuito de criar novos padrões de conduta social e econômica dentro das empresas, que devem ser incorporados ao cotidiano dos funcionários, e que necessitam ser assimilados, por meio de um processo educativo, sistemático e contínuo. Esse projeto, no primeiro momento, está voltado exclusivamente para a coleta seletiva do material de maior monta: o papel.

Estão implantados nesse projeto onze endereços com população fixa significativa, acima de 150 pessoas, pertencentes às seguintes empresas: Telefônica SP, Telefônica Assist, t-gestiona e Telefônica Empresas.

Os objetivos desse projeto são:

- Conscientizar os funcionários sobre a importância da reciclagem para a diminuição do impacto ambiental causado pelo volume gerado de lixo.

- Fornecer caixas coletoras individuais e coletivas, para separação do papel do lixo comum e armazenamento provisório do papel, facilitando a sua coleta final.

COMO SE RECICLA O PAPEL NA TELEFÔNICA

1 Na implantação do Projeto Recicla foi realizado um trabalho de conscientização e sensibilização com a população dos prédios, por meio de palestras, cartazes, panfletos, folhetos e demais materiais de apoio. Foram distribuídas caixas coletoras individuais e coletivas para separar o papel do lixo comum, de modo a facilitar o acondicionamento provisório nos escritórios até a sua retirada/armazenamento nos recipientes metálicos existentes nos prédios.

- As caixas coletoras individuais foram concedidas para cada funcionário, sendo instalada sobre a mesa, para que os papéis sejam colocados inteiros dentro dela, pois os amassados ocupam muito espaço, e de modo a facilitar a separação de papéis usados que serão destinados para a reciclagem.

- As caixas coletoras coletivas foram instaladas em locais estratégicos, onde todos os funcionários poderão esvaziar a sua caixa coletora individual, facilitando a coleta em grande escala, bem como papéis inutilizados durante a impressão e/ou xerocópias.

2 A coleta/retirada nos prédios é realizada com mão-de-obra e recursos apropriados da empresa contratada para limpeza, ou seja, com mão-de-obra treinada, veículos fechados de pequeno, médio e grande porte, ferramental adequado, equipamentos de proteção individual (EPIs) etc.

3 Todo material retirado nas dependências da empresa é transportado diretamente para o pátio da empresa contratada, onde será providenciado o destino final (separação, pesagem e reciclagem).

- Gerar recursos financeiros que poderão ser revertidos em doações e/ou ajuda às entidades/instituições, bem como ampliação do projeto de reciclagem para outros prédios e com possibilidade de diversificação de outros materiais passivos de reciclagem (Ex. plástico, ferro, alumínio etc.).

- Gestão de conformidade frente à legislação ambiental dentro e fora da empresa.

- Realizar marketing ambiental, visando o melhor relacionamento empresa-cliente externo.

- Segurança no sigilo e confidencialidade de informações com o correto destino dos resíduos de papel.

- Implantar a teoria dos três R's: Reduzir, Reciclar e Reutilizar.

- Destinar os materiais de forma ecologicamente correta.

Ao longo do ano de 2003, a t-gestiona recolheu 421 toneladas de papel, incluindo material de escritório em geral e listas telefônicas.

Foi lançado em agosto de 2003, o novo Projeto de Alienação de Materiais Recicláveis. Eles são provenientes de sucatas de papel, obras, manutenção predial e de equipamentos. São executados serviços de coleta seletiva, reciclagem de lâmpadas com mercúrio e acumuladores elétricos, transporte e destinação final dos materiais recicláveis gerados nos prédios da Telefônica SP e t-gestiona no Estado de São Paulo. Este novo projeto substituirá o atual contrato vigente, dando continuidade do processo de reciclagem de materiais.

Outros projetos de reciclagem

A seguir, mencionamos outras iniciativas de caráter ambiental destinadas à redução, reciclagem ou reutilização de resíduos colocadas em funcionamento:

- Reaproveitamento de papéis, sucata e lâmpadas;

- Reaproveitamento dos papéis de documentos não-confidenciais, utilizando o verso como rascunho e para impressão de trabalhos não concluídos;

- Remanufatura de cartuchos de impressoras.

O descarte de relés, componentes eletrônicos, sucatas metálicas e cabos provenientes da de-

sativação de centrais ARF é feito por empresas contratadas que adquirem esses materiais por meio de licitação, procedendo à desmontagem, retirada e reciclagem dos mesmos. A média mensal de cabos reciclados é de 23 toneladas.

A Telefônica SP efetua o descarte das baterias de telecomunicações diretamente com os fabricantes. A t-gestiona administra anualmente 30 unidades/ano, provenientes da substituição dos equipamentos no-break e sistemas de emergência.

Nos equipamentos com halocarbonos, CFCs ou HCFC, são consumidas anualmente 6,6 toneladas em manutenção de ar-condicionado (Telefônica SP e t-gestiona).

Com relação aos cartuchos de toner, são recicladas 29.769 unidades/ano, provenientes de fac-símile e equipamentos de informática da Telefônica SP, t-gestiona e Telefônica Empresas. Além disso, no ano de 2003, passaram a ser recicladas lâmpadas fluorescentes.

No total, a Telefônica SP gerenciou 480 mil quilos de resíduos não perigosos (a maior parte dos quais se encontrava em poder dos usuários) e 10.606 quilos de resíduos perigosos no exercício de 2003.

d) Emissões atmosféricas

Segundo as recomendações do Protocolo de Montreal, é vetado em novas instalações o uso de substâncias relacionadas como proibidas nos anexos A e B de tal protocolo, entre elas o CFC-11. Em novas instalações não são utilizadas substâncias proibidas; nas instalações antigas, as substâncias proibidas estão sendo substituídas.

A t-gestiona está desenvolvendo a instalação de filtros adequados no escapamento do Sistema de GMG e utilização de veículos a álcool para o desenvolvimento de nossos serviços.

e) Emissões eletromagnéticas

O Grupo Telefônica tem um firme compromisso de garantia e segurança de suas infra-estruturas. Além disso, é absolutamente meticulosa no cumprimento das normas ambientais vigentes. Por essa razão, não somente controla com rigor as emissões eletromagnéticas das estações-base, mas também coopera com as administrações locais para buscar a otimização operacional da rede, empenhando-se em divulgar, tanto interna como externamente, tudo o que diz respeito a esse importante aspecto.

A responsabilidade com que o Grupo administrou o alerta social provocado pelas emissões eletromagnéticas vem sendo reconhecida como uma boa prática em nível mundial na aplicação do princípio de precaução. O Grupo Telefônica participou do III Fórum de Aprendizagem do Pacto Mundial realizado no Brasil em dezembro de 2003, com a apresentação de um caso prático sobre a aplicação do princípio de precaução na gestão das emissões eletromagnéticas.

Os "Relatórios de Conformidade aos Limites de Radiação Eletromagnética de Estações Transmissoras" (resolução 303 da ANATEL), efetuados em 1.400 instalações da Telefônica SP (quatro medições e as demais através de cálculos), não revelaram valores que excedam os limites estabelecidos pelo órgão regulador. Essas medições consideraram transmissores e antenas emissoras de radiofrequência e microondas da empresa.

04 DESENVOLVIMENTO DE SERVIÇOS COM IMPACTO POSITIVO SOBRE O MEIO AMBIENTE

A utilização de serviços de telecomunicações pelos setores industriais, comerciais, agrícolas, de serviços e residenciais, têm um impacto positivo sobre o meio ambiente. Alguns desses serviços com impacto ambiental positivo são: teletrabalho, escritório à distância, áudio e vídeoconferência, teleeducação, comércio eletrônico, serviço móvel de consulta personalizada de informação (e-motion) e serviços de valor agregado (resposta em rede, identificador de chamadas ou mensagem multimídia).

Da mesma forma, em janeiro de 2002, a Telefónica I+D lançou um procedimento destinado a **avaliar de forma sistemática a influência ambiental de seus novos desenvolvimentos**. Durante o ano de 2003, foram analisados os resultados de 353 projetos.

Entre os projetos analisados, observa-se que mais de 20% deles contribuíram para reduzir o consumo energético, enquanto mais de 30% contribuiram para reduzir as necessidades de deslocamento, melhorando o acesso à educação, à assistência médica ou ao controle remoto de instalações.

Atualmente é realizado um trabalho de acordo com uma meta ambiental estabelecida pela organização, de melhora do procedimento de avaliação para que este possibilite melhor quantificação, avaliando o impacto gerado por um novo serviço em comparação com o processo existente antes de sua implantação.

08

Fornecedores: igualdade de oportunidades e benefício mútuo

01 Um grande número de fornecedores

- Atividades de compras
- Comunicação com os fornecedores

FORNECEDORES ADJUDICADOS EM 2003

1.440

02 Igualdade de oportunidades

- Sistema avançado de compras
- Mecanismos para garantir transparência nos processos

FORNECEDORES INSCRITOS EM 2003

2.802

03 Benefício mútuo

- Comércio eletrônico
- Desenvolvimento de fornecedores
- Avaliação do desempenho de fornecedores
- Clube de compras para fornecedores

WORKSHOPS DE DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES EM 2003

21

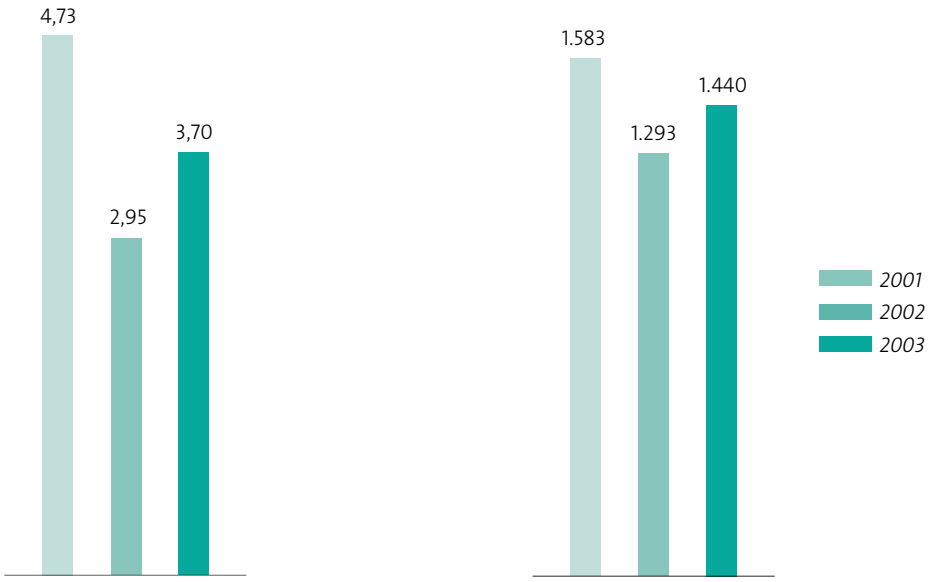
04 Desenvolvimento sustentável

- Incentivo a fornecedores locais
- Promoção de modelos éticos na cadeia de fornecimento

VOLUME DE COMPRAS DESTINADO A FORNECEDORES LOCAIS

96%

COMPRAS DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL



Volume adjudicado
(Em bilhões de reais)

Fornecedores adjudicados
(Em número de empresa)

01 UM GRANDE NÚMERO DE FORNECEDORES

a) Atividades de compras

Durante o ano de 2003, as empresas do Grupo Telefônica no Brasil realizaram compras no montante de R$ 3,698 bilhões, o que representa aproximadamente 10% do volume de compras do Grupo no mundo. Este volume de compras foi adjudicado a 1.440 fornecedores em 2003 (147 a mais que em 2002).[1]

(1) Os dados sobre compras disponíveis neste capítulo não incluem a Vivo.

A Telefônica SP compra um grande número de produtos e serviços, distribuídos em cinco grandes segmentos (denominados linhas de produto), descritos na seguinte tabela:

b) Comunicação com os fornecedores

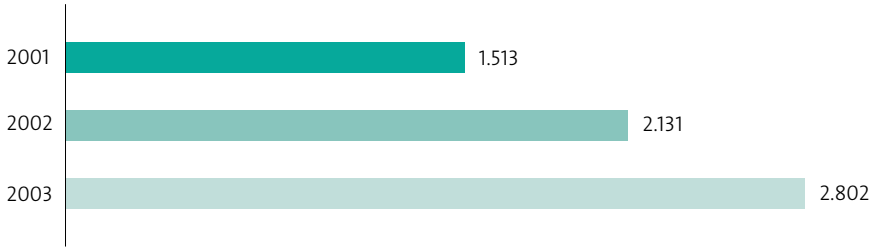
O Grupo Telefônica trabalha com um grande número de fornecedores no Brasil, com os quais mantém uma estreita relação com objetivo de garantir a qualidade dos produtos e serviços oferecidos a seus clientes. Os principais contatos com os fornecedores estão nas áreas operacionais de cada uma das empresas do Grupo Telefônica, com o apoio das áreas de compras no processo de adjudicação dos contratos.

Um bom exemplo de como funciona a comunicação com os fornecedores pode ser observado na área de Rede Externa da Telefônica SP, uma das maiores contratantes de todo o Grupo. Todo

DISTRIBUIÇÃO DAS COMPRAS POR TIPOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Principais grupos	Descrição	% Compras 2001	% Compras 2002	% Compras 2003
Infra-estrutura de Rede	Sistemas de Comutação, Transmissão, Dados e Energia	19%	7%	16%
Serviços e Obras	Manutenção e Expansão da Planta Externa, Obras e Serviços em Geral	49%	73%	55%
Produtos de Mercado	Materiais, Equipamento Terminal, Instrumentos e Ferramentas	20%	3%	12%
Sistemas de Informação	Hardware, Software, Desenvolvimento e Manutenção de Sistemas de Informação	10%	10%	12%
Publicidade e Marketing	Ações de Publicidade e Marketing	2%	6%	5%

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE FORNECEDORES INSCRITOS NO CADASTRO DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL



o serviço de instalação e manutenção de rede é realizado por empresas contratadas. Atualmente, essas empresas estão envolvidas ativamente nos lançamentos de novos serviços, demonstrando a relação de parceria existente entre a Telefônica SP e seus fornecedores.

02 IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

Consciente da importância de que as compras e a relação com seus fornecedores têm sobre os resultados do negócio, a Telefônica administra-as com base em um modelo de gestão comum para todas as empresas do Grupo no mundo: o Sistema Avançado de Compras (SAC). Seu objetivo consiste em otimizar as compras por um enfoque que envolve preço, prazo e qualidade para reduzir custos, melhorar a competitividade e gerar valor.

O processo de gestão de compras, segundo este modelo, é organizado em torno das Mesas de Compras, fóruns que reúnem as diversas áreas envolvidas na compra para analisá-las, estabelecer preços-objetivo e por fim decidir, por unanimidade, sobre a contratação, o que confere objetividade e transparência tanto à análise quanto à tomada de decisões. Atualmente, existem sete Mesas de Compras em todo o mundo, sendo duas delas sediadas no Brasil, uma em São Paulo e outra no Rio de Janeiro.

Hoje, são administradas por este sistema as compras de 19 empresas do Grupo Telefônica no Brasil à exceção da Vivo. Em todo o mundo, são 94 empresas distribuídas em 15 países, onde estão as operações mais significativas do Grupo.

O modelo de compras do Grupo Telefônica possui uma série de características que facilitam a objetividade e transparência nos processos:

- A possibilidade de inscrição no Cadastro de Fornecedores está aberta a todas as empresas que tenham interesse em trabalhar com o Grupo Telefônica. O número de fornecedores inscritos e aprovados no cadastro no mundo ao final de 2003 era de 33.153. No Brasil, nessa mesma data, eram 2.802 fornecedores.

- No Brasil, o Portal do Fornecedor (www.telefonica.com.br/fornecedores) é o principal canal de informação entre o Grupo Telefônica e seus fornecedores, oferecendo acesso às informações globais que explicam como proceder para ser um fornecedor do Grupo. O portal informa ainda como é o processo de compra e quais os principais projetos que o Grupo Telefônica está empreendendo com respeito aos fornecedores.

- O Grupo Telefônica dispõe de um Manual de Estilo SAC, que descreve os princípios gerais, valores e linhas de atuação que devem nortear a conduta e a atividade dos profissionais de compras e das demais áreas envolvidas no processo de compra, assim como sua relação com os fornecedores. Um princípio básico deste manual é a igualdade de oportunidades para todos os fornecedores.

- De forma correspondente, as aplicações de comércio eletrônico que estão sendo utilizadas e desenvolvidas no Grupo Telefônica permitem, além da automatização e otimização dos processos, uma maior transparência na gestão de ofertas com os fornecedores.

Especificamente no Brasil, em cumprimento à Resolução 155 da ANATEL, a Telefônica SP tem a obrigação de anunciar publicamente todos os seus processos de compra de serviços de comunicações e aquisição de equipamentos com valor igual ou superior a R$ 1 milhão. Por esse motivo, é necessário anunciar na página web (www.telefonica.com.br/sp) a abertura de concurso público, incentivando a igualdade de oportunidades.

Em 2003, foram divulgadas na Internet 82 intenções de aquisição, sendo que destas, quatro foram

canceladas. Aproximadamente 350 fornecedores se interessaram pelos processos.

03 BENEFÍCIO MÚTUO

O Grupo Telefônica desenvolveu ferramentas para a melhoria de toda sua cadeia de fornecimento e a colaboração com seus fornecedores.

a) Comércio eletrônico

A Telefônica está utilizando a tecnologia mais avançada com seus fornecedores, com vistas a automatizar e otimizar todo o processo de compra, assim como a estabelecer canais de comunicação novos e aprimorados. Nesse sentido, vem aplicando a tecnologia e-business na gestão das diferentes etapas do processo de compras: gestão eletrônica de ofertas (*e-sourcing*) e gestão eletrônica de pedidos e ordens de serviço com base em catálogos previamente negociados (*e-procurement*).

120

workshops de desenvolvimento de fornecedores realizados entre 2001 e 2003

Estas iniciativas e-business proporcionam numerosas vantagens para os fornecedores, com destaque especial para a redução dos custos associados à venda, a melhora do controle dos processos e documentação e mais agilidade no intercâmbio das informações. Conseqüentemente, tais iniciativas favorecem uma transparência maior nas negociações e, em geral, de todo o processo de compra, assim como a igualdade de oportunidades para todos os fornecedores, na medida em que garante que as informações para a preparação de suas ofertas sejam as mesmas e estejam disponíveis a todos ao mesmo tempo.

Atualmente, a gestão eletrônica de ofertas (e-sourcing) para determinados produtos e serviços é uma realidade na Espanha, Brasil, Argentina, Chile e Peru.

O volume de compras administrado no Brasil no ano de 2003 foi de R$ 273 milhões, o que corresponde a um total de 867 fornecedores participantes do sistema.

Com relação às demais iniciativas, foi concluído em 2003 o desenvolvimento de um modelo corporativo de provisionamento eletrônico (*e-procurement*), que integra as diferentes iniciativas que existiam nas empresas do Grupo Telefônica no mundo e cuja implantação teve início na Telefónica de España (operadora de telefonia fixa naquele país) e na Telefônica SP.

b) Desenvolvimento de fornecedores

Por meio do Programa de Desenvolvimento de Fornecedores, o Grupo Telefônica coloca à disposição do fornecedor, sem custos, uma equipe de pessoas e uma metodologia que ajudam a empresa a implantar processos de melhorias contínuas.

Esta atividade tem por objetivo:

- Colaborar com o fornecedor, mostrando uma metodologia por meio da qual são identificadas oportunidades de melhoria.
- Facilitar a implantação de um processo de melhorias contínuas do fornecedor no contexto de uma filosofia de trabalho participativo.
- Identificar processos em que se podem reduzir custos, o que permite melhorar a competitividade e, conseqüentemente, agregar valor para o cliente final.

Os 53 processos de melhorias contínuas desenvolvidos no exercício de 2003 foram realizados nos seguintes países: Espanha, Brasil, Chile, Peru e México. Desse total, 21 projetos foram desenvolvidos no Brasil – o que representa 40% do total.

c) Avaliação do desempenho de fornecedores

No Brasil, o Grupo Telefônica avalia periodicamente os principais segmentos contratados,

VOLUME DE COMPRAS DO GRUPO TELEFÔNICA DESTINADO A FORNECEDORES LOCAIS
(Dados em porcentagem)

desde fevereiro de 1999, baseando-se em parâmetros objetivos, tais como: conformidade dos serviços e bens, satisfação do cliente, cumprimento das metas de SLA (Service Level Agreement), cumprimento dos prazos etc.

Os critérios da avaliação e seus resultados são informados aos respectivos fornecedores pelas áreas gestoras dos contratos, garantindo transparência na relação e permitindo que estes tenham condições de implementar ações de melhoria contínua de desempenho na execução do serviço contratado.

Atualmente, o Grupo Telefônica no Brasil utiliza sistema de gestão informatizado para a avaliação dos seus fornecedores, o qual permite: análise e consolidação das informações em tempo real, otimização dos processos, segurança e confiabilidade dos dados.

O sistema de avaliação tem por objetivo a seleção dos fornecedores mais qualificados para atendimento das necessidades do Grupo Telefônica.

d) Clube de compras para fornecedores

O Clube de Compras para os fornecedores adjudicados é uma outra iniciativa de colaboração, por meio da qual a Telefônica SP facilita a seus fornecedores a obtenção de condições de compra mais vantajosas em determinados produtos e serviços ofertados por outros fornecedores da empresa. Na experiência realizada em 2003, houve um total de 33 inscritos no Brasil, com gestão de 14 ofertas.

04 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

a) Incentivo a fornecedores locais

O Grupo Telefônica é uma empresa compromissada com o progresso econômico e social dos países em que está presente. Este compromisso pode ser constatado pela alta proporção de contratos com fornecedores localizados no próprio país, assim promovendo o desenvolvimento econômico.

Em abril de 2003, por exemplo, a Telefônica SP escolheu um pacote com tecnologia nacional para a modernização de sua rede. A Telefônica SP concluiu o processo de aquisição de uma Rede de Próxima Geração (Next Generation Networks - NGN), introduzindo a empresa e o País em uma nova realidade tecnológica, o transporte de Voz sobre IP. Após exaustivas análises técnicas e econômicas realizadas neste processo, foram selecionados os fornecedores Siemens e Promon, este último com a tecnologia Trópico, 100% desenvolvida no Brasil.

A Telefônica SP considerou, para a escolha dessas tecnologias, o estado de desenvolvimento, avaliado em testes laboratoriais, capacidade de integração com a rede existente, a evolução tecnológica, suporte a novos serviços integrados à Internet e banda larga e, finalmente, o atendimento a protocolos abertos que permitem a total integração entre suas soluções.

Em outro bom exemplo desse incentivo aos fornecedores locais, empresas multinacionais e nacionais instalaram no Brasil plantas para fabricar produtos. Com o alto volume de negócios na aquisição de acessos para serviços de banda larga, utilizando a tecnologia ADSL (Assymetric Digital Subscriber Line), os principais fabricantes, como Alcatel e Lucent, passaram a produzir no País esses equipamentos. Seguindo a mesma tendência, no segmento de rede de transporte utilizando a tecnologia SDH (Synchronous Digital Hierarchy), as empresas Alcatel, Siemens, Nortel e Marconi também iniciaram a produção local de seus equipamentos.

b) Promoção de modelos éticos na cadeia de fornecimento

O Grupo Telefônica, além de exigir nas condições gerais para fornecimento de bens e serviços o cumprimento da legislação vigente em aspectos

relativos às condições de trabalho, segurança e higiene ocupacionais ou impacto ambiental, contribui para a promoção de práticas responsáveis em toda a sua cadeia de fornecimento.

Este compromisso é assumido publicamente por meio de sua adesão ou participação em algumas das iniciativas de responsabilidade social, que trabalham em maior profundidade a relação de empresas com seus fornecedores.

Um exemplo deste tipo de iniciativa é o Pacto Mundial das Nações Unidas (UN Global Compact). O Grupo Telefônica participa de um grupo de trabalho sobre cadeia de fornecimento, mobilizado pela GeSI (Global e-Sustainability Initiative), cujo objetivo consiste em identificar e colocar em prática iniciativas de responsabilidade empresarial com relação à cadeia de fornecimento no setor de telecomunicações.

b.1.) Exigências para inclusão no cadastro de fornecedores habilitados pelas empresas do Grupo Telefônica

Nas Condições Gerais para o Fornecimento de Bens à Telefónica S.A. e às sociedades de seu Grupo, documento enviado aos fornecedores com a relação de condições, os fornecedores assumem compromissos que envolvem obrigações sociais, trabalhistas e ambientais. Desde 2001, os fornecedores de bens que solicitam sua inscrição no Cadastro de Fornecedores devem entregar, entre outras informações, esse documento devidamente assinado.

"O fornecedor e, por sua vez, o subcontratado, se vêem obrigados ao cumprimento das disposições legais vigentes em questões trabalhistas, de Previdência Social, de Segurança e Higiene e Saúde Ocupacionais e Meio Ambiente.

O fornecedor e, por sua vez, o subcontratado, assumem, com exclusividade, o caráter de empregador em relação ao pessoal que empregue para a execução do contrato. Nesse aspecto, o Grupo Telefônica se mantém à margem das relações entre o fornecedor e, se for o caso, entre o subcontratado, e seu respectivo pessoal. O fornecedor garante a indenização absoluta ao Grupo Telefônica com respeito a qualquer responsabilidade que possa advir das relações com seu pessoal e, se for o caso, com o subcontratado.

O fornecedor assume o compromisso e a obrigação de cumprir, precisa e diretamente, todas as obrigações e deveres decorrentes de sua condição de empregador, sendo de sua exclusiva responsabilidade o pagamento de salários, contribuições à Previdência Social, acidentes de trabalho, Fundos de Pensão etc., assim como todas e quaisquer obrigações sociais contempladas na legislação vigente. O fornecedor se compromete, da mesma forma, a exigir o cumprimento de obrigações idênticas do subcontratado com respeito a seu pessoal.

Não obstante, se o fornecedor deixar de cumprir tais compromissos e, em conseqüência de seu inadimplemento, o Grupo Telefônica incorrer em alguma responsabilidade, o fornecedor estará obrigado a ressarcir a importância de tais responsabilidades, inclusive de quaisquer despesas ou custas judiciais resultantes da defesa do Grupo Telefônica."

b.2.) Exigências na adjudicação de contratos

Cláusulas Contratuais sobre Seguridade Social, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho, e Meio Ambiente e Responsabilidade Patronal:

- Responsabilizar-se por acidentes do trabalho, doenças ocupacionais e pelo não-cumprimento de obrigações trabalhistas, em especial às normas de segurança e higiene do trabalho, em relação aos seus empregados, ou empregados de empresas subcontratadas, utilizados na execução do objeto contratado.

- Respeitar a proibição do trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 anos e de qualquer trabalho a menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos, conforme estabelecido na Constituição Federal. O desrespeito comprovado destas disposições faculta à contratante a rescisão do contrato, sem qualquer indenização à contratada.

- Nos casos de prestação de serviço, apresentar cópia dos documentos de registro empregatício e, mensalmente, da comprovação de recolhimento do INSS/FGTS. Os documentos de recolhimento deverão ser específicos para cada contrato firmado.

- Desmontar, retirar e destinar corretamente, às suas expensas e sob sua responsabilidade, até o término da execução total do contrato, todos os materiais, embalagens, entulhos, madeiras, sobras de material etc., transportando-os para fora das áreas da Telefônica SP, mantendo as dependências em perfeitas condições de conservação e limpeza e respeitando as exigências da Secretaria de Estado do Meio Ambiente, da Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (CETESB), do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), do Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico, Arqueológico e Turístico do Estado de São Paulo (CONDEPHAAT) e de outros órgãos governamentais afins, sob pena de incidência de multa.

- Verificar junto aos órgãos de Meio Ambiente oficiais as providências que forem necessárias para a eliminação de restos de materiais tóxicos, que eventualmente sejam utilizados na execução dos serviços. No caso de serviços de manutenção predial, há cláusulas específicas estabelecendo a realização de reciclagem de lâmpadas fluorescentes e de descarga usadas, utilizando processos que atendam a legislação ambiental.

- Arcar com todas as despesas e encargos de qualquer natureza, com os seus empregados e/ou pessoal de sua contratação, necessários à execução do contrato, inclusive os encargos de natureza trabalhista, previdenciária, tributária/fiscal, segurança do trabalho, de acidente de trabalho e outros semelhantes. A mão-de-obra por ele empregada não terá vínculo empregatício com o Grupo Telefônica, descabendo, por conseqüência, a imputação de qualquer obrigação trabalhista ao mesmo.

b.3.) Exigências na contratação de serviços de terceiros

As contratações de serviços de terceiros do Grupo Telefônica no Brasil são submetidas à aprovação das áreas jurídica e de relações trabalhistas, antes da adjudicação em Mesa de Compras. Representantes dessas áreas realizam visitas para verificar se a empresa está em conformidade com a legislação vigente.

Após a contratação, também são realizadas visitas periódicas nas empresas contratadas para verificação do cumprimento das condições de saúde e segurança do trabalho.

Essas visitas foram iniciadas no ano de 2001 para contratações da Telefônica SP e no final de 2003 foram estendidas para as demais empresas do Grupo no País.

Mais de

200

visitas de inspeção a fornecedores realizadas no primeiro semestre de 2004

09

Meios de comunicação: informação e transparência

01 Interesse pelas atividades do Grupo Telefônica no Brasil

- Noticiário sobre o Grupo nos meios de comunicação
- Auditoria avalia imagem do conglomerado, sua Fundação e sua operadora de telefonia fixa

NOTÍCIAS NA MÍDIA BRASILEIRA (2001-2003):

13.144

02 Informação completa e rigorosa

- Press releases divulgados à imprensa
- Temas mais divulgados

PRESS RELEASES DIVULGADOS À IMPRENSA (2001-2003):

359

NOTÍCIAS SOBRE O GRUPO TELEFÔNICA E SUAS EMPRESAS
(Dados em unidades)

01 INTERESSE PELAS ATIVIDADES DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL

O Grupo Telefônica foi assunto de um total de 13.144 notícias ou reportagens nos meios de comunicação brasileiros entre os anos de 2001 e 2003, período em que há informações disponíveis sobre este tema desde a implantação do conglomerado no Brasil (1998).

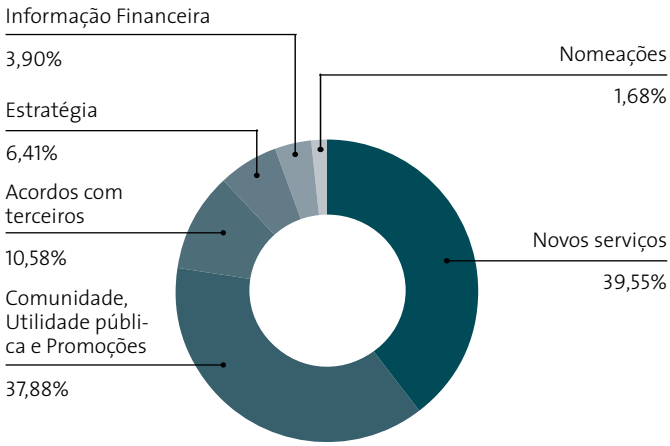
Somente em 2003, o Grupo Telefônica ou alguma de suas empresas instaladas no País foram tema de um total de 3.886 inserções, sendo 2.573 na mídia impressa (jornais e revistas), 497 em emissoras de rádio, 142 em emissoras de televisão e 674 em veículos *on-line*. O que implica em uma média de 10 menções diárias sobre o conglomerado ou alguma de suas empresas durante o ano de 2003.

02 INFORMAÇÃO COMPLETA E RIGOROSA

O Grupo Telefônica divulgou, entre os anos de 2001 e 2003, um total de 359 press releases destinados aos diversos meios de comunicação brasileiros. Este número exclui as notas de imprensa sobre os produtos e serviços institucionais da empresa de telefonia móvel Vivo, que por ser administrada por uma *joint venture* entre a Telefónica Móviles e a Portugal Telecom, tem a sua gestão de comunicação realizada de forma independente.

Tomando-se os dados ano a ano, verifica-se uma estabilidade, com 117 press releases divulgados em 2001, 122 em 2002 e 120 em 2003. A empresa do conglomerado que mais divulgou press releases neste período foi a operadora de telefonia fixa Telefônica SP, com 152 notas à imprensa (42,34%

DISTRIBUIÇÃO DOS PRESS RELEASES POR TEMAS
(Dados em porcentagem, no período 2001-2003)



Fernando Xavier Ferreira, presidente do Grupo Telefônica no Brasil, faz o balanço das atividades do conglomerado em 2003, durante o almoço com a imprensa daquele ano, realizado na Pinacoteca do Estado de São Paulo

do total), seguida pelo portal e provedor de Internet Terra, com 93 (25,90%) e pela área corporativa do Grupo Telefônica, que divulgou 29 notícias institucionais (8,08%). Na seqüência, a Fundação Telefônica divulgou 25 press releases (6,97% do total), mesmo número realizado pela empresa de contact center Atento.

A Telefônica Empresas divulgou 18 notas à imprensa neste período (5,01% do total do Grupo Telefônica). Outras empresas, entre elas a editora de guias eletrônicos e impressos Telefônica Publicidade e Informação (TPI) e o portal para transações eletrônicas entre indústria e varejo Mercador.com, divulgaram, no total, 17 press releases (4,73%) entre 2001 e 2003.

Com o objetivo de fomentar a transparência, o Grupo Telefônica no Brasil está remodelando sua Sala de Imprensa *on-line*, que terá os seguintes serviços:

- Arquivo com os press releases divulgados desde 2001.
- Serviço de busca de notas de imprensa classificadas por linhas de atividade e datas, incluindo um serviço de busca direta.
- Descarga de fotografias.
- Consulta da cotação das empresas listadas em bolsa.
- Entrada para as páginas web do Grupo Telefônica.

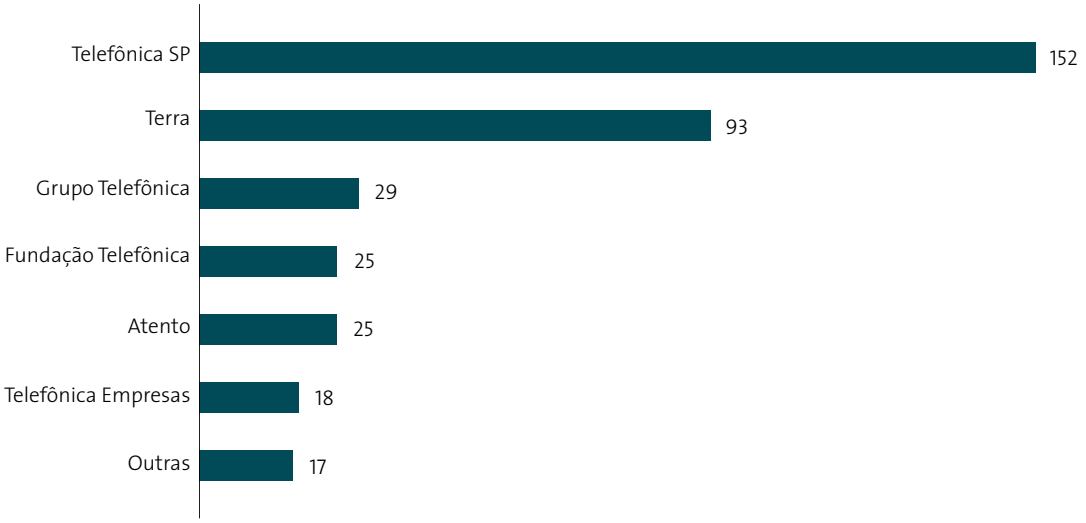
Desde 2000, o Grupo Telefônica promove, no mês de dezembro, um almoço de confraternização com a imprensa brasileira e correspondentes estrangeiros sediados no País.

Neste evento, que tem registrado a presença de 70 jornalistas, em média, comparecem o presidente do Grupo no Brasil – que faz um balanço das atividades das empresas do conglomerado durante o ano e traça perspectivas para o ano posterior – e os CEOs das diferentes linhas de negócio.

No almoço de 2003, foi lançado o livro *Portinari, o Lavrador de Quadros*, sobre a vida e obra do modernista brasileiro, patrocinado pelo Grupo Telefônica.

DISTRIBUIÇÃO DOS PRESS RELEASES POR EMPRESAS

(Dados em unidades, acumulados entre 2001-2003)



10

Compromisso com você

37
milhões de clientes

2,7
milhões de acionistas

42.000
empregados

180
milhões de pessoas da sociedade com quem trabalhamos

2.800
fornecedores

ÍNDICE POR TEMAS INSPIRADO NAS DIRETRIZES DO *GRI*

ESTE **INFORME DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL** FOI INSPIRADO NAS DIRETRIZES DO *GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)*, MARCO INTERNACIONALMENTE RECONHECIDO NA MEDIÇÃO E COMUNICAÇÃO DAS ATIVIDADES DAS EMPRESAS. O MESMO JÁ HAVIA OCORRIDO COM OS INFORMES DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA PUBLICADOS PELA TELEFÓNICA S.A. (CONTROLADORA DO GRUPO TELEFÔNICA) A RESPEITO DOS ANOS DE 2002 E 2003.
AS TABELAS A SEGUIR SÃO UM ÍNDICE QUE RELACIONA OS TEMAS TRATADOS NESTE INFORME ÀS DIRETRIZES GERAIS DO *GRI*. NA ÚLTIMA TABELA (PÁGINA 135), OS TEMAS ESTÃO RELACIONADOS ÀS DIRETRIZES DO SUPLEMENTO SETORIAL DO *GRI* PARA COMPANHIAS DE TELECOMUNICAÇÕES.

GRI	DESCRIÇÃO DO INDICADOR	PÁGINA
VISÃO E ESTRATÉGIA		
1.1	Visão e estratégia relacionada à contribuição ao desenvolvimento sustentável	6-7, 16-18, 32-34
1.2	Declaração do presidente que descreve os elementos da memória/informe	6-7

PERFIL				
PERFIL DA COMPANHIA				
		2.1	Nome da organização informante	Grupo Telefônica Brasil
		2.2	Principais produtos e/ou serviços (inclui marcas)	9-12, 39, 46-48
		2.3	Estrutura operacional da organização	9-12, 18-19
		2.4	Principais departamentos, companhias, filiais, JVs	9-12, 15, 18-19
		2.5	Países nos quais opera a organização	18-19
		2.6	Natureza da propriedade; forma jurídica	26-27
		2.7	Natureza dos mercados aos quais serve	8-21
		2.8	Magnitude da organização informante	8-21, 131
		2.9	Lista de partes interessadas/ características principais	4-5, 131
ALCANCE DA MEMÓRIA				
		2.10	Pessoa/s de contato para a memória	134
		2.11	Período coberto pela memória	6, 130
		2.12	Data da memória prévia mais recente	6, 108, 130
		2.13	Cobertura da memória (países, serviços...)	6, 130
		2.14	Mudanças significativas na companhia e seu entorno	6, 8-21
		2.15	Bases para elaborar informes de empresas filiais, compartilhadas...	6, 130
		2.16	Reformulação da informação já apresentada nos anos anteriores	_
PERFIL DA COMPANHIA				
		2.17	Decisões de não aplicar princípios e protocolos GRI na memória	_
		2.18	Critérios de contabilidade de custos e benefícios sociais	_
		2.19	Mudanças significativas em métodos de cálculo respectivos ao ano anterior	_
		2.20	Políticas para garantir a precisão e a veracidade da informação	_
		2.21	Medidas para verificar independentemente a memória	_
		2.22	Meios para encontrar informação adicional	_

GOVERNO CORPORATIVO				
ESTRUTURA E GOVERNO				
		3.1	Estrutura de governo e principais comitês do conselho	24 - 27
		3.2	% do conselho formado por conselheiros independentes	27
		3.3	Necessidade dos membros do grupo de experts para guiar as estratégias da organização em temas ambientais e sociais	32, 34
		3.4	Processos diretivos para supervisionar oportunidades e riscos econômicos, ambientais e sociais	32
		3.5	Relação entre a remuneração executiva e a realização dos objetivos financeiros e não-financeiros	N.D.
		3.6	Estrutura e membros responsáveis da supervisão e auditoria de políticas econômicas, ambientais e sociais	N.D.
		3.7	Missão e valores, princípios e códigos de conduta	27, 30-31
		3.8	Mecanismos que permitem aos acionistas dar sugestões	65 - 67

		GRI	DESCRIÇÃO DO INDICADOR	PÁGINA
		COMPROMISSO COM AS PARTES INTERESSADAS		
		3.9	Bases para a identificação das partes interessadas	32
		3.10	Métodos de consulta às partes interessadas	32-34
		3.11	Informação gerada por consultas das partes interessadas	32-34, 49-57, 74, 104-105
		3.12	Emprego da info obtida como contraste com as partes	32-34, 49-57, 74, 104-105
		POLÍTICAS GLOBAIS E SISTEMAS DE GESTÃO		
		3.13	Aplicação do princípio de precaução	32
		3.14	Compromissos públicos e iniciativas voluntárias inscritas	32-34
		3.15	Pertencer a associações nacionais / internacionais	37
		3.16	Gestão de impactos ocasionados por processos anteriores/posteriores	117, 122-123
		3.17	Enfoque da organização referente à gestão dos impactos econômicos, ambientais e sociais indiretos	6-7, 108, 110
		3.18	Principais decisões tomadas durante o ano com respeito ao lugar onde se desempenham as operações	8-14, 18-21
		3.19	Programas e políticas de desempenho econômico, ambiental, social	32-34, capítulos 06-07
		3.20	Certificação de sistemas de gestão econômica, ambiental e social	N.D.
		TABELA ÍNDICE		
		4	Tabela que identifique os indicadores pela memória	130-133

		INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO		
		CLIENTES		
		EC-02	Desmembramento geográfico dos mercados	15, 19
		FORNECEDORES		
		EC-03	Custos de todas as matérias-primas e mercadorias adquiridas, e de todos os serviços contratados	120
		EC-04	% de contratos pagos em conformidade com os termos acordados, com exclusão das sanções estipuladas	N.D.
		EC-11	Volume de compra destinado a fornecedores locais	123
		EMPREGADOS		
		EC-05	Política de remuneração	77-78
		SETOR PÚBLICO		
		EC-08	Pagamentos de impostos	6, 8
		EC-09	Subsídios recebidos, desmembrados por países ou regiões	N.D.
		EC-10	Doações a comunidade, sociedade civil ou outros grupos, em espécies desmembradas por tipos de grupos	94-103

		INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL		
		MATÉRIAS-PRIMAS		
		EN-01	Consumo total de matérias-primas por tipos	113-115
		EN-02	% de matérias-primas utilizadas que são resíduos (processados ou não) procedentes de fontes externas	N.D.
		ENERGIA		
		EN-03	Consumo direto de energia	112
		EN-04	Consumo indireto de energia	112
		ÁGUA		
		EN-05	Consumo total de água	113
		BIODIVERSIDADE		
		EN-06	Localização e extensão do solo nos habitats ricos em biodiversidade	110-111
		EN-07	Análises dos principais impactos na biodiversidade derivados das atividades	110-111
		EMISSÕES, DEJETOS E RESÍDUOS		
		EN-08	Emissões de gases e efeito estufa (CO_2, CH_4, N_2O, HFC, PFC, SF_6)	N.D.
		EN-09	Utilização e emissões de substâncias redutoras de ozônio	116
		EN-10	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas de importância	N.D.
		EN-11	Quantidade total de resíduos, desmembrados por tipos/destinos	114-116
		EN-12	Dejetos na água de importância, por tipo	N.D.
		EN-13	Dejetos de substâncias químicas, óleos e combustíveis de importância, expressos em cifras e volumes totais	N.D.

		GRI	INDICADOR	PÁGINA
		PRODUTOS E SERVIÇOS		
		EN-14	Impactos ambientais significativos de produtos / serviços.	117
		EN-15	% do peso dos produtos vendidos suscetíveis de serem recuperados ao final da vida útil destes	N.D.
		EN-16	Episódios e multas associados ao não cumprimento dos convênios de aplicação internacional/normas locais	N.D.
		FORNECEDORES		
		EN-33	Atuação dos fornecedores com relação aos aspectos ambientais dos programas e procedimentos elaborados	123-125
		INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL		
		PRÁTICAS LABORAIS E TRABALHO DECENTE		
		EMPREGO		
		LA-01	Desmembramento do coletivo de trabalhadores por empresas	71
		LA-02	Criação de emprego líquido vs faturamento por países	N.D.
		RELAÇÕES EMPRESA / TRABALHADORES		
		LA-03	% de empregados representados por organizações sindicais independentes ou outros representantes	83
		LA-04	Política e procedimentos de negociação com os empregados sobre as mudanças nas operações	83
		SAÚDE E SEGURANÇA		
		LA-05	Métodos de registro e notificação dos acidentes no trabalho e enfermidades	86-87
		LA-06	Descrição das comissões conjuntas sobre saúde e segurança compostas pela direção e trabalhadores	86-87
		LA-07	Taxas de ausência, acidentes e danos tabalhistas	N.D.
		LA-08	Descrição de políticas ou programas (no lugar de trabalho e outros âmbitos) sobre o HIV/AIDS	N.D.
		FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO		
		LA-09	Média de horas de formação por ano e empregado	79-82
		DIVERSIDADE E OPORTUNIDADE		
		LA-10	Descrição de políticas e programas de igualdade de oportunidades	70, 84-85
		LA-11	Composição dos departamentos superiores de gestão (diversidade)	N.D.
		DIREITOS HUMANOS		
		ESTRATÉGIA E GESTÃO		
		HR-01	Relação pormenorizada de políticas e procedimentos en torno dos direitos humanos vinculados às operações	82-85
		HR-02	Mostras de que se têm em consideração os direitos humanos na hora de tomar decisões sobre procedimentos, investimentos ou escolha de fornecedores	123-125
		HR-03	Políticas e procedimentos para avaliar o desempenho dos contratados e fornecedores nos direitos humanos	123-125
		NÃO À DISCRIMINAÇÃO		
		HR-04	Políticas e procedimentos/programas dedicados a evitar todo tipo de discriminação nas operações	84-85
		LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA		
		HR-05	Política de liberdade de associação e seu grau de aplicação	83
		TRABALHO INFANTIL		
		HR-06	Exposição da política de repúdio ao trabalho infantil	84-85
		TRABALHO FORÇADO		
		HR-07	Exposição da política de repúdio ao trabalho forçado	83
		SOCIEDADE		
		COMUNIDADE		
		SO-01	Políticas de gestão dos impactos causados às comunidades afetadas pelas atividades	32-34
		SO-04	Distinções recebidas pela atuação social, ambiental e ética	31
		CORRUPÇÃO		
		SO-02	Descrição de política, sistemas de gestão e mecanismos de cumprimento em torno da corrupção e ao suborno	27
		CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS		
		SO-03	Política e mecanismos de cumprimento dedicados às contribuições dos instrumentos de pressão política	N.D.
		CONCORRÊNCIA E PREÇOS		
		SO-06	Resoluções relativas a causas judiciais sobre as normas antimonopólio	N.D.
		SO-07	Políticas e mecanismos de cumprimento focados em prevenir as condutas contrárias à livre concorrência	N.D.
		RESPONSABILIDADE DO PRODUTO		
		SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE		
		PR-01	Descrição de política sobre a saúde e segurança do cliente durante a utilização de produtos e serviços	N.D.
		PRODUTOS E SERVIÇOS		
		PR-02	Políticas referentes ao enunciado e à informação sobre os produtos	N.D.
		CONCORRÊNCIA E PREÇOS		
		PR-03	Políticas e mecanismos de cumprimento relativos à intimidade do cliente	N.D.

		GRI	INDICADOR	PÁGINA
		SUPLEMENTO SETORIAL DE TELECOMUNICACÕES		
		OPERAÇÕES DA COMPANHIA		
		INVESTIMENTOS		
		IO-01	Investimentos de capital na aquisição de ativos e no desenvolvimento de redes de telecomunicações	6, 8
		IO-02	Custos líquidos para os fornecedores de serviço das obrigações de serviço universal	92
		SEGURANÇA E SAÚDE		
		IO-03	Práticas que asseguram a segurança e saúde do pessoal de instalação e manutenção de torres e estações base	N.D.
		IO-04	Certificação dos padrões ICNIRP referentes às emissões EMF geradas pelos terminais	N.D.
		IO-05	Certificação dos padrões ICNIRP referentes às emissões EMF geradas pelas estações-base	N.D.
		IO-06	Práticas e políticas da Specific Absorption Rate (SAR) de terminais	N.D.
		INFRA-ESTRUTURAS		
		IO-07	Localização de torres e elementos de transmissão, incluindo consultas, divisão de infra-estruturas	111
		IO-08	Nº e % de instalações que dividem e reaproveitam estruturas	111
		FORNECIMENTO DO SERVIÇO		
		INCLUSÃO DIGITAL: ACESSO AOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES		
		PA-01	Políticas para permitir o desenvolvimento da infra-estrutura de telecom e acesso a produtos e serviços em áreas remotas e pouco povoadas	91-92
		PA-02	Políticas e práticas para eliminar barreiras de acesso aos serviços incluindo: idioma, cultura, educação, renda, incapacidade e idade	93, 100
		PA-03	Indicadores de qualidade do serviço oferecido	52, 90-92
		PA-04	Quantificar o nível de disponibilidade dos serviços de telecomunicações em áreas nas quais opera a empresa	52, 90-92
		PA-05	Nº e tipo de serviços de telecomunicações dirigidos e utilizados por setores de baixa renda da população	90-93
		PA-06	Programas para oferecer e manter serviços de comunicação em situações de emergência	98-99
		ACESSO A CONTEÚDOS		
		PA-07	Políticas relativas à gestão de assuntos de direitos humanos relativos ao acesso e uso de telecomunicações	104-105
		RELAÇÕES COM OS CLIENTES		
		PA-08	Comunicação de assuntos relacionados a campos eletromagnéticos	116
		PA-09	Investimento total em atividades de pesquisas sobre campos de saúde	N.D.
		PA-10	Iniciativas para garantir a clareza de tarifas e faturas	57
		PA-11	Iniciativas para informar aos consumidores a respeito do uso responsável, eficiente e amigável com o MA dos produtos	N.D.
		APLICAÇÕES DA TECNOLOGIA		
		CONSUMO EFICIENTE DE RECURSOS		
		TA-01	Ex. da eficiência dos serviços de telecom no consumo de recursos	117
		TA-02	Ex. de serviços de telecom com potencial de "desmaterialização"	117
		TA-03	Medição das mudanças de vida dos consumidores no uso dos serviços dos exemplos anteriores	117
		TA-04	Estimativas dos efeitos indiretos de "recusa" no uso de produtos e serviços pelo consumidor / lições aprendidas	N.D.
		TA-05	Práticas relativas a direitos de propriedade intelectual	N.D.

DEPARTAMENTOS CORPORATIVOS QUE COLABORARAM NA PREPARAÇÃO DESTE INFORME:

Capítulo	Áreas Implicadas
01 Governança Corporativa	Secretaria Geral
02 Ativos intangíveis	Relações Institucionais / Marketing / Secretaria Geral / Fundação Telefônica
03 Clientes	Áreas de Qualidade, Marketing e Atenção a Clientes das empresas do Grupo (Atento, Telefônica SP, Terra, Telefônica Empresas, t-gestiona)
04 Acionistas	Relações com Investidores / Atendimento ao Acionista (Telefônica SP e Telefônica Empresas)
05 Empregados	Recursos Humanos / t-gestiona / Telefônica Empresas / Terra / Atento/ TPI
06 Sociedade	Relações Institucionais/Fundação Telefônica
07 Meio ambiente	t-gestiona (Patrimônio) / Telefônica SP (Engenharia)
08 Fornecedores	Compras Corporativas
09 Meios de comunicação	Comunicação Corporativa
10 Comprometidos com você	Finanças Corporativas
Coordenação	Comunicação Corporativa e Relações Institucionais (Brasil)/Reputación y Responsabilidad Social Corporativa (Espanha)

Grupo Telefônica no Brasil
Informe de Responsabilidade Corporativa (1998-2004)

Este Informe está disponível na página da Telefônica na Internet **www.telefonica.com.br**

Os acionistas podem solicitar exemplares deste memorial pelo e-mail **ri.telefonicabr@telefonica.com.br**

Além disso, se encontram à disposição dos acionistas e do público em geral as informações exigidas pela legislação vigente.

Edição
Diretoria de Comunicação Corporativa

Fotografia
Banco de Imagens, divulgação e Carlos Della Rocca

Produção gráfica e fotocomposição
Olho de Boi Comunicações

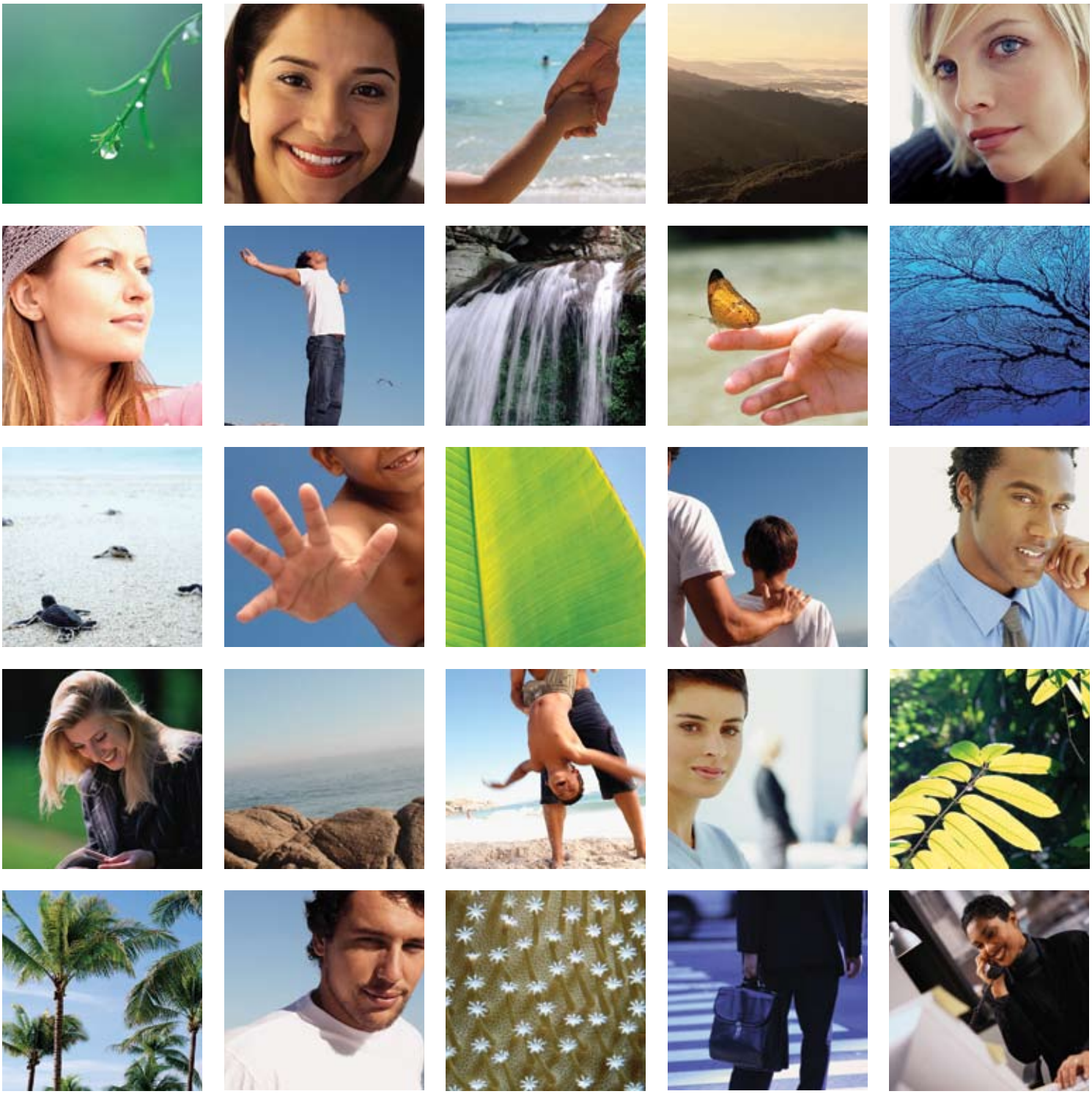
Impressão
Ultraprint

Data de edição: outubro de 2004

COMPROMISSO COM VOCÊ

Telefônica

Informe de Responsabilidade Corporativa **Grupo Telefônica no Brasil**



www.telefonica.com.br