Informe Anual de Responsabilidade Corporativa

Grupo Telefônica no Brasil
2007

"Queremos melhorar a vida das pessoas, facilitar o desenvolvimento dos negócios e contribuir para o progresso das comunidades em que atuamos, proporcionando-lhes serviços inovadores com base nas Tecnologias da Informação e Comunicação."

Espírito de Progresso

Telefonica

Informes de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil

1998 - 2004
- ✓ GRI

2005
- ✓ GRI

2006
- ✓ GRI

2007
- ✓ GRI
- ✓ AA1000

Nossos Informes de Responsabilidade Corporativa apresentam e quantificam o impacto social, econômico e ambiental de nossas atividades, descrevendo as iniciativas e as metas que contribuem para o progresso da comunidade.

Principais Prêmios e Reconhecimentos em 2007

Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente: Telefônica recebeu três premiações da revista *Consumidor Moderno* (Grupo Padrão), nas categorias Telefonia Fixa, B2B (Segmento Empresas) e Fornecimento de Banda Larga (Speedy).

Melhores Empresas para Trabalhar: Pelo terceiro ano consecutivo, Telefônica foi incluída na lista de cem empresas, elaborada pelo Great Place to Work® Institute em parceria com a revista *Época* (editora Globo).

Melhores Empresas para Trabalhar em TI e Telecom: Telefônica obteve a sexta colocação na lista setorial organizada pelo Great Place to Work® Institute em parceria com a revista *Computerworld*.

Prêmio Padrão de Qualidade em Contact Center: Grupo Telefônica recebeu cinco prêmios, oferecidos pelo Grupo Padrão. Telefônica conquistou troféus em três categorias: Telecomunicações, 0800 e Internet. Atento ganhou Prêmio Operações de Call Center na categoria Cobrança e Terra ficou com o título como a melhor empresa de Relacionamento com o Cliente, na categoria "Internet e Comunicação".

Valor 1000: Telefônica foi escolhida a melhor empresa do setor de Telecomunicações no anuário do jornal *Valor Econômico*, que classifica o desempenho financeiro em 27 setores de atividade.

As Empresas Mais Admiradas do Brasil: Telefônica foi o destaque no setor de telefonia fixa no *ranking*, realizado pelo instituto de pesquisa TNS/Interscience e publicado pela revista *Carta Capital*.

Prêmio InovaCOMM 2007: Grupo Telefônica foi premiado na categoria Investimento em Inovação na premiação que destaca projetos inovadores de grandes corporações e instituições.

Prêmio Intangíveis Brasil (PIB): Telefônica foi premiada na categoria Convergência na premiação, oferecida pelo Grupo Padrão e pela DOM Strategy Partners, que reconheceu empresas que investiram na geração de valor aos acionistas, clientes, colaboradores, fornecedores, governo, comunidades, entre outros.

Six Sigma Summit Awards – Projeto Chamada Única, da Telefônica, foi reconhecido como o terceiro melhor trabalho Seis Sigma em Serviços e Transações do Brasil.

Melhores Práticas em Telesserviços: Atento foi premiada pela Associação Brasileira de Telesserviços (ABT) na categoria Responsabilidade Social com o *case* "Valorização da Diferença".

Índice

Carta do Presidente Mundial 2
Carta dos Presidentes América Latina e Brasil 3
Grupo Telefônica no Mundo 4
Grupo Telefônica no Brasil 5

Empresa Responsável

Princípios de Atuação 8
Clientes 10
Empregados 14
Acionistas e Investidores 18
Fornecedores 19
Meio Ambiente 20

Progresso Responsável

Motor de Progresso Econômico 24
Inovação 26
Inclusão Digital 27
Uso Responsável das TICs 28
Proteção da Infância 29

Ação Social e Cultural

Fundação Telefônica 32
Voluntários Telefônica 34
Patrocínios Culturais 35

Realizações 2007 36
Metas 2008 38
Indicadores-chave 39
Opinião Geral da Auditoria 40
Créditos e agradecimentos 41

Este Informe de Responsabilidade Corporativa apresenta e quantifica nossos impactos sociais, econômicos e ambientais no exercício de 2007 e estabelece nossas metas de melhora para o ano de 2008. Além disso, neste documento descrevemos nossa estratégia de Responsabilidade Corporativa e a forma como a executamos. Este exemplar é uma versão resumida de nosso Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil 2007. A versão completa, que contém toda a informação de interesse de nossos públicos de relacionamento e também a carta de verificação da auditoria, está disponível na internet.

Para mais informações:
www.telefonica.com.br/informe/2007

Carta do Presidente Mundial

Querid@ amig@,

O Grupo Telefônica encerrou o exercício de 2007 com resultados mundiais espetaculares. Conseguimos ganhar a confiança de mais de 228 milhões de acessos de clientes e gerir nossos recursos de forma muito eficiente. Como resultado, nosso lucro cresceu 43%. Isso refletiu em um crescimento de 42% na rentabilidade para nossos acionistas.

O ano de 2007 também foi muito importante no esforço do Grupo Telefônica para ser uma companhia responsável em relação a seus diversos públicos de relacionamento.

Em primeiro lugar, a Responsabilidade Corporativa (RC) faz parte dos planos estratégicos de nossas operações na Espanha, no restante da Europa e na América Latina com a aplicação da nossa visão "Espírito de Progresso". Nossos profissionais se esforçaram para impulsionar iniciativas a fim de melhorar a vida das pessoas e o desenvolvimento da sociedade por meio de nossa tecnologia.

Para os próximos anos, estabelecemos objetivos ambiciosos de melhora na satisfação do cliente e do clima laboral no Grupo.

Em segundo lugar, impulsionamos a aplicação dos Princípios de Atuação em todas as atividades da companhia. Mais de 36 mil profissionais receberam formação em nosso código ético. Também desenvolvemos importantes iniciativas e definimos políticas para assegurar um comportamento responsável nos seguintes temas: publicidade, proteção de crianças e jovens no uso de tecnologias, proteção de dados, gestão ambiental, acessibilidade a pessoas com deficiência, cumprimento de padrões éticos na cadeia de fornecimento e controle de *spam*. Além disso, nosso objetivo é formar 80% dos nossos profissionais nos próximos 12 meses.

A terceira linha de RC que desenvolvemos em 2007 tem como objetivo incentivar nossos clientes a fazer uso adequado das possibilidades que oferecem as novas tecnologias. Queremos informá-los sobre como fomentar o uso seguro pelas crianças, como reciclar telefones celulares, como proteger computadores de vírus etc. Nesse sentido, começamos a comunicá-los em faturas, na internet, com folhetos e nas lojas, e vamos intensificar essa comunicação em 2008.

O Grupo Telefônica também contribuiu para reduzir a exclusão digital com investimentos em infra-estruturas, formação nas TICs, serviços voltados a clientes de baixa renda e pessoas com deficiência e por meio da educação no uso da tecnologia com programas como o EducaRede, da Fundação Telefônica.

Adicionalmente, aspectos como a alfabetização digital, a saúde, a administração eletrônica e os meios de comunicação foram abordados em distintas publicações e eventos promovidos pelo Grupo Telefônica, como o II Encontro Ibero-americano de TIC e Objetivos do Milênio. E, por fim, levamos à América Latina o maior evento de internet do mundo, a Campus Party.

Em quinto e último lugar, o Grupo Telefônica manteve seu compromisso com a educação e as necessidades sociais com seus investimentos em ação social, que em 2007 foram de cerca de 90 milhões de euros, de acordo com os critérios do London Benchmarking Group (LBG). Não posso deixar de destacar o programa Pró-Menino, da Fundação Telefônica, que duplicou o número de crianças beneficiadas em 2007, alcançando 52 mil. Em 2008, queremos que mais de 100 mil crianças possam ser escolarizadas e tiradas do trabalho infantil.

Mais um ano, também, gostaria de reforçar o firme comprometimento do Grupo Telefônica com o Pacto Global das Nações Unidas, assim como com o cumprimento de seus princípios.

Queria, por fim, reafirmar nosso compromisso de melhoria contínua deste Informe de Responsabilidade Corporativa, que publicamos em escala local nos países em que operamos, e fazer meu mais sincero agradecimento a todos os que, com suas opiniões e sugestões, nos ajudam a avançar na consecução de nossa visão.

César Alierta
Presidente Mundial Executivo do Grupo Telefônica

Carta dos Presidentes na América Latina e no Brasil

Car@ amig@,

Para nós é uma enorme satisfação apresentar nosso quarto Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil e fazemos isso com a convicção de que seguimos evoluindo em nossa política de transparência e sustentabilidade. Desde a primeira edição, seguimos as diretrizes de prestação de contas da Global Reporting Initiative (GRI) e esta é a terceira vez que os dados publicados são verificados pela Ernst & Young. Mas esta é a primeira vez que apresentamos um balanço das metas atingidas (e das não atingidas) entre as fixadas em nosso relatório anterior para serem cumpridas ao longo de 2007. Outra novidade é que no ano passado realizamos também o primeiro encontro com *stakeholders*, no qual nossos públicos de relacionamento fizeram sugestões ao relatório de 2006 que foram incorporadas na edição atual.

No ano de 2007, lançamos o Programa AGORA, nosso plano estratégico que estabeleceu objetivos bastante ambiciosos para atingirmos até 2009 e fixou as diretrizes de nossa atuação em quatro eixos: Clientes, Empregados, Acionistas e Sociedade. Dessa forma, o compromisso com nossos *stakeholders* está incluído em nossa estratégia tanto quanto nossos resultados financeiros.

A gestão responsável nos faz reconhecer áreas de atuação ainda críticas, mas também nos leva a celebrar os avanços. Está claro que os clientes são o público de relacionamento ao qual devemos dedicar maior atenção nos próximos anos. Não apenas por serem a principal razão de nossa atividade, mas também porque são o grupo junto ao qual tivemos, em 2007, o desempenho menos satisfatório em nossa maior empresa no país, a Telefônica. Pudemos constatar em pesquisas uma queda no índice geral de satisfação de nossos clientes para 5,81 de aprovação (numa escala de 0 a 10), ante os 5,99 de um ano antes. Mas acreditamos que mesmo este revés momentâneo é recompensado pela certeza de que estamos no caminho certo. Para começar, atendemos ao desejo dos clientes por pacotes integrados de serviços (agora também com TV por assinatura) e suas vantagens de preço menor e facilidades como fatura e *call center* únicos.

Junto a outro público de relacionamento vital para nós, os empregados, temos tido uma trajetória de estabilidade, em um patamar elevado. Em 2007, o índice de satisfação com o ambiente de trabalho e suas oportunidades ficou em 74%, ante 75% em 2006. Estamos, porém, acelerando nossas políticas para as equipes, já que nossa meta é ser a melhor companhia para trabalhar no setor de Telecom e TI brasileiro.

Se entre os nossos quase 2 milhões de acionistas e mais de 3 mil fornecedores (99% deles empresas instaladas no Brasil) temos uma avaliação muito positiva, em nosso relacionamento com a sociedade brasileira temos muito trabalho a fazer. Cumprimos a meta de ampliação da principal ação social da Fundação Telefônica, a vertente de Combate ao Trabalho Infantil do Programa Pró-Menino, que superou 6 mil crianças e adolescentes atendidos. Em 2008, quando daremos importante contribuição ao projeto do Governo Federal de levar internet em banda larga a todas as escolas urbanas do país. Em relação ao meio ambiente, temos consciência de que, embora não façamos parte de uma indústria prontamente associada a um forte impacto à natureza, temos a enorme responsabilidade de zelar pelo controle de uma ampla cadeia de abastecimento e principalmente de colaborar, por meio da tecnologia da comunicação, para poupar recursos naturais.

Por fim, gostaríamos de reforçar nosso compromisso de longo prazo com o desenvolvimento do Brasil, o que temos demonstrado de forma consistente por meio de nossos investimentos na expansão e modernização de nossos serviços. Esperamos que nossos esforços sejam conhecidos e que todos possam contribuir com críticas e sugestões para este Informe, o que pode ser feito por meio do endereço de e-mail respcorp@telefonica.com.br.

José María Álvarez-Pallete
Diretor Geral da Telefônica Latinoamérica

Antonio Carlos Valente
Presidente do Grupo Telefônica no Brasil

Grupo Telefônica no Mundo

Globalmente, temos mais de 228 milhões de acessos de clientes e cerca de 250 mil empregados em 24 países

Operações estão organizadas em três regiões: América Latina, Espanha e outros países da Europa

Objetivo dessa estrutura regionalizada do Grupo Telefônica é potencializar a proximidade com o cliente e aproveitar a escala do conglomerado para ampliar sua vantagem competitiva no setor

Desde julho de 2006, o Grupo Telefônica no Mundo está subdividido em três regiões geográficas – e não mais por tipo de serviço oferecido (telefonia fixa, móvel e mercado corporativo), como ocorria até então. A nova divisão teve como objetivos facilitar a integração dos negócios e impulsionar a convergência e permite tirar valor dos diferentes níveis de ação – local, regional e global – da seguinte forma:

- As ações são implementadas localmente, buscando a integração de serviços e tecnologias em cada país com o objetivo de oferecer o melhor serviço ao cliente;
- A gestão regional permite otimizar a gestão das operações comerciais e técnicas;
- Globalmente, a estrutura corporativa do Grupo Telefônica possibilita aproveitar melhor as oportunidades em função de sua escala internacional e de sua diversidade.

O Grupo está organizado com a seguinte estrutura:

Centro Corporativo
É responsável pela estratégia global e das políticas corporativas, pela gestão das atividades comuns e pela coordenação da atividade das unidades de negócio.

Telefônica Espanha
A Telefônica foi fundada na Espanha em 1924 e o país é, até hoje, o principal mercado da empresa, representando 37% da receita líquida do Grupo. A empresa oferece serviços de telefonia fixa, móvel e banda larga no país. A Telefônica Espanha é responsável também pela operação da empresa no Marrocos (por meio da Meditel).

Telefônica América Latina
Oferece serviços de telecomunicações em 13 países, com as marcas Telefônica e Telefônica Movistar (celular): Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, El Salvador, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Peru, Uruguai e Venezuela. Adicionalmente, desenvolve atividades em Porto Rico e nos Estados Unidos. É responsável por 35% da receita líquida do conglomerado.

Telefônica O2 Europa
Esta unidade de negócio oferece serviços no Reino Unido, Irlanda, Alemanha, República Tcheca e Eslováquia.

Além dos países já mencionados, o Grupo Telefônica tem presença indireta na China e na Itália, por meio de alianças com a China Netcom e a Telecom Itália, respectivamente.

Outras sociedades
A **Atento** presta serviços de atendimento ao cliente em contact centers. Possui centrais nos seguintes países: Espanha, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Estados Unidos, Marrocos, México, Peru, Porto Rico, República Tcheca, Uruguai, Venezuela e América Central.

A **TGestiona** oferece serviços de apoio à gestão econômico-financeira, de recursos humanos, logística e serviços administrativos. Atua na Espanha, Argentina, Brasil, Chile e Peru.

A **Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD)** se dedica às atividades de Pesquisa e Desenvolvimento e possui centros na Espanha, Brasil e México, além de uma participação no China Netcom Broadband National Engineering Lab (CNCLab).

Grupo Telefônica no Brasil

Principal operação do Grupo no Brasil é a Telefônica, concessionária de telefonia fixa no Estado de São Paulo

Brasil é responsável por 14,5% da receita líquida gerada pelo conglomerado em todo o mundo

País é o segundo maior mercado do Grupo Telefônica no mundo em receitas e conta com cerca de 49 milhões de acessos de clientes e mais de 75 mil empregados, considerando empresas como Telefônica, Vivo, Terra, Atento e TGestiona

O Brasil é o segundo maior mercado do Grupo Telefônica no mundo em receitas, atrás apenas da Espanha. Quando falamos em Grupo Telefônica no Brasil, nos referimos ao conjunto de empresas controladas ou com grande participação acionária da Telefónica S.A. no país.

Principais magnitudes
- Cerca de 49 milhões de acessos de clientes
- Mais de 75 mil empregados
- Receita líquida de mais de R$ 21 bilhões
- Investimento de quase R$ 3 bilhões no ano

As principais empresas do Grupo Telefônica que atuam no país são:

Telefônica
Operadora que possui a concessão de telefonia fixa no Estado de São Paulo, com 12 milhões de clientes entre residenciais, pequenas e médias empresas e grandes corporações. Foi a primeira empresa do país a oferecer, em 1999, internet em banda larga. Em 2007, incorporou também em seu portfólio serviços de TV paga.

Vivo
Empresa de telefonia móvel na qual a Telefónica S.A. divide o controle com a Portugal Telecom em igualdade de condições. Atua em todo o território nacional e é a maior operadora de telefonia celular do Brasil, com mais de 33 milhões de clientes nas tecnologias CDMA e GSM, as duas mais utilizadas mundialmente.

Atento
Empresa de *contact center*, líder do setor na América Latina. Possui o mais completo portfólio de ferramentas para o relacionamento das companhias e seus clientes, administrando mais de 1,2 bilhão de contatos ao ano para grandes empresas que atuam no país. É a segunda maior empregadora privada do Brasil, com mais de 63 mil empregados em 13 cidades.

Terra
O Terra é a maior empresa de internet do Brasil. O portal multimídia (www.terra.com.br) oferece conteúdo exclusivo, com notícias do Brasil e do mundo em tempo real, além da programação inédita do Terra TV, onde o internauta pode conferir, gratuitamente e *on demand*, séries, filmes e desenhos animados. O Terra possui 2,4 milhões de assinantes em todo o país.

TGestiona
Criada no Brasil em 2001, presta um serviço completo de suporte administrativo, proporcionando soluções para a terceirização de serviços, nas áreas de Recursos Humanos, Logística, Imobiliária, Econômico-Financeira e de Tecnologia da Informação. Nos últimos anos, vem ampliando a oferta de seus serviços – antes restritos a empresas do Grupo Telefônica – para o mercado em geral.

Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD)
Atua como motor da inovação do Grupo, desenvolvendo novos serviços e identificando as opções tecnológicas emergentes.

Telefônica Engenharia de Segurança do Brasil (TESB)
Empresa dedicada à elaboração e à implementação de projetos e sistemas de segurança e automação.

Fundação Telefônica
Criada em 1999 com o objetivo de coordenar o investimento social do Grupo, tem como missão contribuir para a construção do futuro das regiões onde a Telefônica opera.

Neste Informe, buscamos contemplar em cada capítulo as empresas do conglomerado que tenham impacto para o público de relacionamento mencionado, seguindo as recomendações para estabelecimento do limite do relatório da Global Reporting Initiative (GRI). Dessa forma, ao falar sobre os impactos econômicos da atuação do Grupo Telefônica no país, são utilizados dados consolidados de todas as operações, incluindo 50% da Vivo. As iniciativas desenvolvidas por esta empresa, no entanto, não são reportadas por se tratar de uma companhia com uma administração compartilhada.

A empresa que possui maior visibilidade neste relatório é a Telefônica, principal operação do Grupo no Brasil. A Atento – por ser um dos maiores empregadores do país – é abordada com destaque no capítulo Empregados. A Fundação Telefônica ganha visibilidade no capítulo de Ação Social e Cultural.

Nossos Princípios de Atuação inspiram e definem a maneira como desenvolvemos nossas atividades. Sobre essa base, construímos nossa reputação, nos tornamos merecedores da confiança dos diferentes grupos com os quais nos relacionamos e maximizamos o valor de longo prazo para nossos acionistas e a sociedade em geral.

Empresa Responsável

Princípios de Atuação	8
Clientes	10
Empregados	14
Acionistas e Investidores	18
Fornecedores	19
Meio Ambiente	20

Vista interna do Centro Regional de Operações e Supervisão (CRSO), em São Paulo

Queremos construir uma nova cultura corporativa tendo como base a Visão do Grupo e os Princípios de Atuação

Cerca de 50% dos empregados da Telefônica concluíram o programa de formação dos Princípios

Modelo se baseia em três pilares: a implantação, o estabelecimento de controles internos que assegurem seu cumprimento e, por fim, a verificação desse cumprimento por meio de auditorias e autodiagnósticos internos

O Grupo Telefônica aprovou em dezembro de 2006 seus Princípios de Atuação, que devem nortear as ações de seus empregados em todos os países em que opera. Em 2007, eles foram ratificados na Telefônica, tanto pelo Conselho de Administração quanto pelo Comitê de Direção. Uma nova cultura corporativa está sendo construída tendo como base a Visão do Grupo e os Princípios de Atuação. Ao final de 2007, 81% das companhias que compõem o Grupo Telefônica no mundo já haviam adotado os Princípios de Atuação como código de ética.

Nossos Princípios de Atuação...

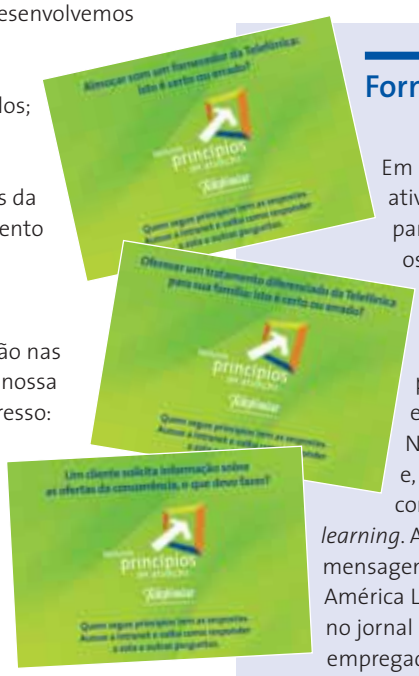
- Inspiram e definem a maneira com a qual desenvolvemos a nossa atividade;
- Devem ser aplicados por todos os empregados;
- Com base nesses Princípios, construímos a nossa reputação, nos tornamos merecedores da confiança de nossos públicos de relacionamento e maximizamos o valor no longo prazo para os nossos acionistas e para a sociedade.

O cumprimento de nossos Princípios de Atuação nas atividades do dia-a-dia nos permitirá alcançar nossa Visão, que sintetizamos como Espírito de Progresso: "Queremos melhorar a vida das pessoas, facilitar o desenvolvimento dos negócios e contribuir para o progresso das comunidades em que atuamos, proporcionando-lhes serviços inovadores com base nas Tecnologias da Informação e Comunicação".

Modelo de gestão

O Grupo Telefônica estabeleceu um modelo para gerir a implantação dos Princípios de Atuação em todas as suas operações. O modelo inclui três passos:

- A implantação dos Princípios se desenvolve a partir de sua ratificação pelos Comitês de Direção das empresas do Grupo, e passando por iniciativas de formação e comunicação interna a todos os empregados.
- São estabelecidas políticas e normativas associadas aos Princípios, impulsionadas pela Oficina dos Princípios de Atuação. Entre essas iniciativas, destaca-se a gestão de uma linha de denúncias confidencial para os empregados.
- É realizada a verificação interna da implantação dos Princípios e do funcionamento dos Controles Internos determinados pela Oficina, da Linha Confidencial e das normas corporativas.

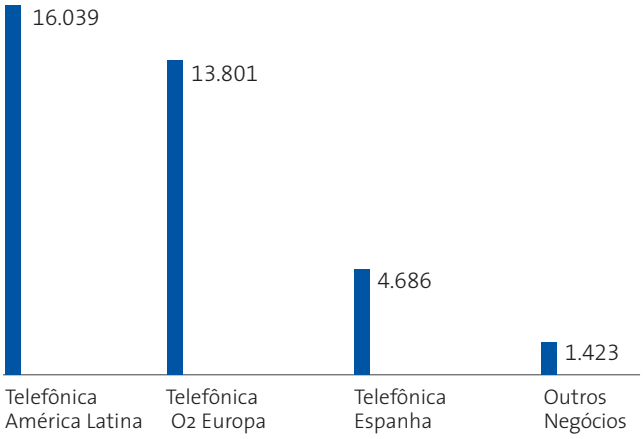


Formação *Online*

Em 2007, o Grupo Telefônica deu início a uma atividade de formação de caráter obrigatório para todos os empregados, para que conheçam os Princípios e reflitam sobre a importância de contar com padrões éticos.

A convocação dos empregados para participar do curso *online* foi feita de forma escalonada e teve início na América Latina. Na Telefônica, a formação começou em agosto e, no fim do ano, dos 7.553 empregados convocados, 3.716 haviam concluído o curso *e-learning*. A comunicação interna foi ampla, incluindo mensagem do Diretor Geral da Telefônica para a América Latina, José María Álvarez-Pallete, reportagem no jornal interno corporativo *Televip*, enviado a empregados de todas as empresas do Grupo no Brasil (à exceção dos teleoperadores da Atento), e publicação de notícias na *newsletter Bom Dia, Telefônica!* Além disso, foram criadas toalhas de bandeja que foram disponibilizadas nos cafés instalados nos prédios.

EMPREGADOS FORMADOS SOBRE OS PRINCÍPIOS DE ATUAÇÃO



Nota: não inclui Atento, que dispõe de planos diferenciados de formação dirigidos aos teleoperadores

Como asseguramos seu cumprimento

O Grupo Telefônica entende que a implantação de um código de conduta deve incluir medidas complementares à formação dos empregados e à comunicação interna. Para a companhia, as políticas e procedimentos precisam ser desenvolvidos de acordo com esses princípios. A Oficina dos Princípios de Atuação tem a responsabilidade de fazer com que essas políticas e procedimentos considerem os Princípios em sua gestão.

A Oficina dos Princípios de Atuação da Telefônica é formada pelos máximos representantes das áreas de Recursos Humanos, Auditoria Interna, Secretaria Geral, Relações Institucionais, Comunicação e Responsabilidade Corporativa e Marketing Institucional.

Entre as funções da Oficina estão as ações de divulgação dos Princípios, incluindo a preparação de documentos, materiais de formação e apresentações; a revisão dos processos e controles para assegurar seu cumprimento e a análise aos questionamentos realizados, entre outras.

Em 2007, a Oficina brasileira realizou três reuniões e também desenvolveu um mapa de riscos em que foram propostas ações para garantir o cumprimento de cada um dos Princípios.

Normativas associadas

O Grupo Telefônica entende que a chave para que uma empresa se comporte da maneira como descreve seu código de ética são a motivação dos empregados e a existência de procedimentos claros de gestão.

Em 2007 foram aprovadas na Telefónica S.A. a Normativa de Extensão dos Princípios de Atuação para a Cadeia de Fornecimento e a Normativa de Contratação de Fornecedores Sociais (*ver na pág. 19*). Também começaram a ser discutidas políticas de proteção de dados, publicidade responsável, cuidado ambiental e fomento do uso responsável da tecnologia.

Linha confidencial

Outro mecanismo de controle interno do cumprimento dos Princípios de Atuação é a linha confidencial para recebimento de denúncias. Todos os empregados do Grupo Telefônica têm a possibilidade de fazer perguntas, pedir conselhos e tirar dúvidas sobre os Princípios de Atuação e suas políticas associadas por meio do canal de ajuda confidencial disponível na intranet para todos os empregados.

Os fornecedores e demais interessados também podem acessar canais confidenciais no portal na internet. Até o momento, chegaram pelos canais confidenciais 213 comunicações em todo o mundo.

Auditoria e controle

O último pilar do modelo de gestão é o controle do cumprimento e a verificação do grau de implementação dos Princípios em todo o Grupo, assim como o cumprimento das normativas corporativas que possam surgir de sua aplicação.

Durante o ano de 2008, o objetivo é realizar a verificação do grau de cumprimento da formação em todo o Grupo Telefônica e, posteriormente, iniciar a verificação do nível de implementação das normas aprovadas em 2007.

Em 2007, foram realizados no Grupo no mundo cerca de 1.400 trabalhos de Auditoria Interna e Inspeção. Esses trabalhos de auditoria foram realizados em todas as empresas e países nos quais o Grupo mantém interesses. Nesses trabalhos, foram detectados 14 casos de uso inadequado ou apropriação dos bens da empresa, todos considerados de relevância pouco significativa.

Contribuição a campanhas políticas

No Brasil, o Grupo Telefônica não realiza contribuições financeiras a campanhas ou partidos políticos, seguindo o estabelecido na legislação brasileira, que proíbe a prestadoras de serviço público a realização desse tipo de doação.

Telefônica acompanha nível de satisfação dos clientes e desenvolve iniciativas para melhorar a qualidade

Em 2007, o nível global de satisfação dos clientes da operadora foi de 5,81, registrando um leve decréscimo em relação ao ano anterior, quando o índice registrado foi de 5,99

CLIENTES DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL

(nº de acessos – dez/07)

Telefonia fixa	11,960 milhões
Telefonia celular	33,483 milhões
Dados e internet	3,288 milhões
TV paga	230,9 mil

O compromisso do Grupo Telefônica é ser líder no índice de Satisfação de Clientes em todos os negócios antes do final de 2009. Uma iniciativa-chave para atingir esse objetivo é a "Experiência Cliente", dirigida para aumentar o grau de fidelização. Na América Latina essa iniciativa faz parte do Programa AGORA, estruturado em eixos que representam os focos de relacionamento da companhia. No eixo Clientes, o objetivo é torná-los fãs, estabelecendo um leque de compromissos, como uma comunicação clara e honesta, uma recompensa à fidelidade e a proatividade na correção dos erros cometidos.

Pesquisas de satisfação

As pesquisas realizadas pela empresa indicam que os clientes desejam cada vez mais serviços personalizados. Em um mercado tão competitivo, a lealdade dos clientes é essencial para garantir a sustentabilidade e a rentabilidade do negócio.

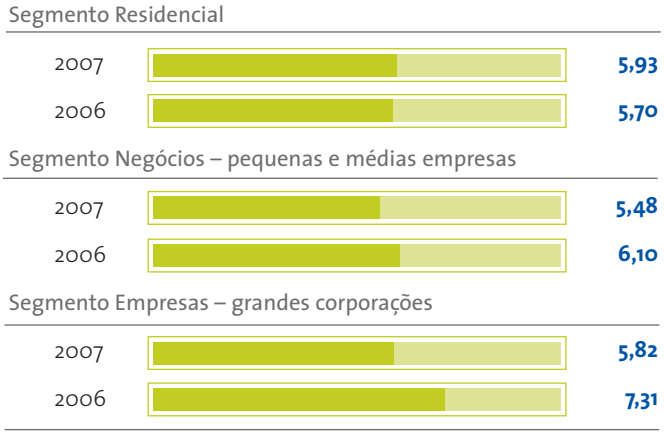
Para conhecer a evolução dos níveis de satisfação dos clientes e acompanhar os efeitos das distintas medidas adotadas, é realizado o acompanhamento periódico por meio de pesquisas de satisfação. Desde 2007, todas as empresas do Grupo Telefônica no mundo passaram a utilizar o mesmo método de medição da satisfação dos clientes, baseado nos critérios internacionais American Customer Satisfaction Index e European Customer Satisfaction Index (ACSI / ECSI), o que facilita a comparabilidade com empresas de telecomunicações e também de outros setores.

Os estudos e pesquisas são realizados por empresas independentes, que são orientadas sobre os objetivos do Grupo Telefônica. Em 2007, foram realizadas 12 ondas de pesquisa no Brasil, envolvendo 8.063 clientes de perfis diversos. Os questionários possuem desde perguntas gerais sobre a satisfação, fidelidade, imagem e relação custo-benefício até questões mais específicas sobre a avaliação dos seis processos considerados críticos para os clientes: Comercialização, Instalação, Funcionamento, Faturamento, Atenção ao Cliente e Suporte Técnico.

No método utilizado, chega-se a uma nota de 0 a 10 a partir de algumas perguntas sobre o nível de satisfação do cliente. Por essa metodologia, o nível global de satisfação dos clientes da Telefônica foi de 5,81. O resultado apresenta uma queda em relação a 2006, com o nível de satisfação de 5,99. Os principais atributos relacionados à queda no resultado da pesquisa são referentes a atendimento de reclamações, contestação de contas e cumprimento de prazos.

Vale destacar ainda que o ano de 2007 foi atípico para a Telefônica, assim como para as demais operadoras de telefonia fixa no Brasil, em função da migração do sistema de tarifação das chamadas locais do sistema de pulsos para o de minutos. A alteração, prevista na regulamentação do setor, representou uma evolução por trazer aos clientes mais transparência. Porém, por ser um processo que atingiu um grande número de clientes, gerou muitas dúvidas entre os usuários apesar dos esforços de esclarecimento feitos pela agência reguladora e a Telefônica.

TELEFONIA FIXA – PESQUISAS DE SATISFAÇÃO (DE 0 A 10)



Operadora já atende demanda do mercado por soluções integradas de voz, banda larga e TV

Empresa também promoveu mudanças em seu portfólio da internet em banda larga Speedy, oferecendo modalidades até quatro vezes mais rápidas, e iniciou um projeto-piloto para acesso à internet com velocidade de até 30 Mbps

A Telefônica, que possui a concessão de serviços de telefonia fixa no Estado de São Paulo e foi pioneira na oferta de serviços de internet em banda larga com a marca Speedy no ano 2000, passou a oferecer em 2007 também serviços de TV paga. A operadora lançou a Telefônica TV Digital por meio de duas operações: a obtenção de uma licença junto à Anatel para operar serviços de TV com tecnologia DTH (satélite) e a conclusão da compra dos serviços de MMDS da TVA.

Dessa forma, a operadora pode ampliar a oferta de **pacotes de serviços** para o mercado residencial com telefone, banda larga e TV – os chamados Duos e Trios – com a oferta de serviços próprios. Até então, a oferta de pacotes era possível por meio de parcerias com outras empresas de TV paga.

A Telefônica oferece produtos específicos para as necessidades dos diversos perfis de clientes. Na **telefonia fixa**, a empresa oferece, entre outras, a Linha da Economia Família, as Linhas Controle e planos alternativos em minutos com descontos em função do volume contratado. Atualmente, cerca de 5 milhões de clientes residenciais da Telefônica e mais 860 mil assinantes empresariais já aderiram a uma dessas opções, o que representa praticamente a metade dos 12 milhões de assinantes da empresa no Estado de São Paulo.

No Speedy, serviço de **internet em banda larga** que utiliza a tecnologia ADSL, a Telefônica lançou, em 2007, um novo portfólio, com versões até quatro vezes mais rápidas e sem limite para *downloads* – de 500 Kbps a 8 Mbps. De janeiro a dezembro, a operadora elevou de 13% para 90% a área de cobertura do Speedy no Estado de São Paulo com velocidade de pelo menos 1 Mbps. A Telefônica também investiu R$ 500 milhões para o *upgrade* de velocidade, expansão e modernização da rede e testes com novas tecnologias como a fibra óptica, que permitiu o início de um projeto-piloto para acesso à internet com velocidade de até 30 Mbps, em 4 mil residências do bairro dos Jardins, em São Paulo.

Alinhada com as necessidades das **pequenas e médias empresas**, a operadora percebeu que os empreendedores estão cada vez mais interessados em soluções completas. Para isso, o segmento Negócios ofereceu novos serviços e produtos em 2007, com destaque para o Posto Informático, que inclui computadores, acesso à internet em banda larga ou dados e manutenção 24 horas nos sete dias da semana.

Um dos principais fatores do sucesso do Posto Informático é o cliente não precisar fazer um alto investimento inicial para montar seu negócio ou renovar os equipamentos, que podem ser trocados a cada dois ou três anos por outro de última geração. Em 2007 foram vendidas mais de 38 mil unidades.

Dentre os produtos oferecidos pelo segmento Empresas, para **grandes corporações,** merece destaque o Posto de Trabalho, que faz o gerenciamento e controle de todo o ambiente de trabalho, integrando os recursos de telecomunicações e de TI.

Central de monitoramento de TV

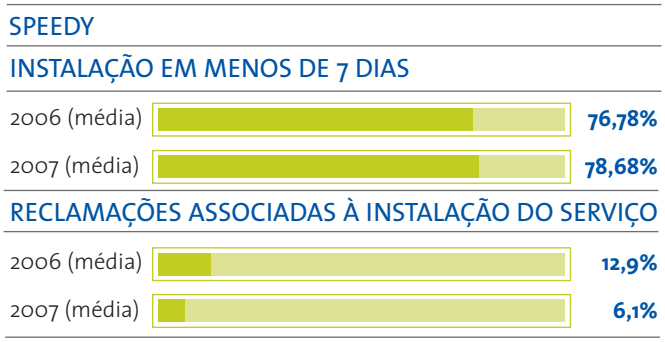
Reclamações associadas à instalação do serviço Speedy caíram pela metade

A operadora acompanha continuamente os indicadores dos processos considerados mais importantes pelos clientes, que são: Comercialização, Provisão do Serviço, Funcionamento, Faturamento, Atenção ao Cliente e Serviço Técnico

Comercialização
A **publicidade** é o principal meio utilizado pelo Grupo Telefônica para informar sobre os produtos e serviços oferecidos. Em 2007, o Grupo preparou uma Política de Publicidade Responsável (alinhada aos Princípios de Atuação), para assegurar que a publicidade feita pelas empresas do Grupo é clara, legal e respeitosa com a sociedade. Essa política deve ser implantada nas empresas a partir de 2008.

Empresas do Grupo Telefônica no Brasil são membros do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar). Em 2007, foram dez representações feitas por concorrentes contra a Telefônica no Conar, sendo que em duas delas o resultado foi desfavorável à empresa.

Provisão do serviço
O **Speedy** atingiu 2 milhões de clientes em dezembro de 2007 – aumento de 27% ao longo do ano. Tanto o volume instalado em menos de sete dias quanto o percentual de reclamações associadas à instalação registraram melhora em relação ao ano anterior, o que pode ser verificado no gráfico abaixo.



No fim de 2007, as linhas em serviço eram 11,965 milhões, número 1,2% inferior ao do ano anterior. A queda pode ser explicada pelo crescimento da telefonia celular e a maior adesão à banda larga por parte de clientes que antes tinham uma segunda linha para acessar a internet por conexão discada. Em 2007, 99,67% das linhas residenciais foram instaladas em menos de sete dias (em 2006, 99,88%) e a porcentagem média de reclamações associadas à instalação do serviço foi de 13,9% (12,1% em 2006).

Funcionamento
O percentual de reparos de defeitos do Speedy no segmento residencial em relação à planta instalada foi de 5,41%, registrando um leve aumento em relação a 2006 (4,4%). No caso da telefonia fixa, o percentual de reparos de defeitos em relação à planta instalada foi de 4,23% em dezembro de 2007.

Faturamento
A Telefônica busca oferecer clareza e precisão nas informações contidas na conta telefônica, como forma de buscar a confiança de seus clientes. O número total de faturas emitidas em 2007 foi de cerca de 128 milhões e o *layout* dessas contas foi alterado, buscando o didatismo. A mudança foi embasada em pesquisas com clientes.

Desde meados de 2006, seguindo a regulamentação do setor, a Telefônica utiliza o índice de reajuste anual específico do setor de telecomunicações, denominado IST (Índice de Serviços de Telecomunicações). Em 2007, esse índice foi de 2,21%, devidamente homologado pela Anatel. A Telefônica aplicou o índice de forma linear em todos os itens da cesta de tarifas.

A Telefônica promoveu entre março e julho de 2007 a migração no sistema de tarifação das chamadas locais de pulsos para minutos, modificação prevista na regulamentação do setor e uma antiga demanda dos clientes por trazer mais transparência aos gastos. Para realizar a mudança, a Telefônica investiu mais de R$ 200 milhões nos últimos anos, aplicados em novos equipamentos nas centrais telefônicas e em mudanças nos sistemas de faturamento e atenção ao cliente.

Atenção ao cliente
O telefone é o meio mais utilizado pelos clientes da Telefônica para se comunicar com a companhia. As chamadas para as **centrais de atendimento ao cliente** são gratuitas. Em 2007, o total de chamadas atendidas nas centrais da Telefônica foi de 142 milhões (número menor que em 2006, com 184 milhões de chamadas), das quais 74 milhões foram atendidas por sistemas automáticos.

Iniciativas para melhoria do serviço

Para aprimorar a qualidade dos produtos e serviços, a Telefônica implementou diversas medidas a fim de garantir a satisfação dos clientes, como pesquisas mensais de satisfação de clientes, por segmento de mercado; manutenção dos programas e projetos focados na satisfação de clientes; implementação de indicadores de qualidade e de metas orientadas a partir da visão do cliente e manutenção de um Comitê Executivo focado na qualidade dos produtos/serviços e satisfação do cliente e a implementação de modelo padrão de desenvolvimento de produtos e serviços.

Na Central de Relacionamento 103 15 – principal canal de comunicação com o usuário –, as posições de atendimento aumentaram 32% somente nos últimos dois anos. Em agosto de 2007, teve início um projeto de **Transformação do Call Center**, que visa garantir ao cliente que todas as suas necessidades serão supridas em um único atendimento e que o contato ocorrerá por um único canal de entrada, independentemente do motivo da ligação. Na prática, há a segmentação por perfil de consumo e a distribuição das chamadas leva em conta o motivo da sua ligação.

Entre as iniciativas direcionadas ao cliente, a Telefônica inaugurou o **Centro de Operações Comerciais (COC)** em São Paulo. As atividades do projeto começaram em julho de 2007. Trata-se de um núcleo de trabalho composto de diversas áreas envolvidas com o cliente, que busca gerar melhorias e soluções de problemas, realizando o monitoramento contínuo de suas solicitações. As ações variam desde a identificação *online* de problemas até a análise mais profunda dos indicadores de serviços.

Vista geral do Centro de Operações Comerciais

A Telefônica utiliza a **metodologia Seis Sigma para gestão da qualidade**. Desde o início do projeto, em 2003, já foram realizados 345 projetos (104 só em 2007). Já foram envolvidos na capacitação 3.100 funcionários da Telefônica no Brasil.

A implantação e obtenção de **certificados de qualidade** demonstram que tanto os processos quanto os procedimentos de gestão da companhia estão controlados e padronizados, o que reflete em uma melhoria da eficiência e eficácia da organização. A Telefônica manteve a **ISO 9001** para os segmentos Residencial e Negócios (processos de Comercialização, Instalação, Funcionamento, Faturamento, Atenção ao Cliente e Serviço Técnico) e o segmento Empresas foi recomendado para a certificação.

Para o **atendimento presencial**, a Telefônica conta com 125 pontos próprios, dos quais 54 funcionam tanto como loja (atendimento ao cliente) quanto como posto de serviço (venda de produtos e serviços, cartões telefônicos, acesso público à internet, telefone público e fax). Do restante, alguns são apenas lojas e outros, exclusivamente, postos de serviço. A empresa tem parceria 552 agências dos Correios no Estado, onde há atendimento ao cliente da Telefônica.

Em 2007, o total de **reclamações** correspondeu a 2,580 milhões, dos quais mais de 600 mil referentes a faturamento das contas. Do total de reclamações relacionadas a contas, 87,7% foram atendidas em 24 horas.

Desde 1994, a Telefônica possui o **serviço Ombudsman**, canal dedicado ao recebimento de sugestões ou elogios referentes à prestação de serviços da empresa e críticas, para clientes que já registraram um protocolo de reclamação nos canais de atendimento, porém não consideraram o atendimento satisfatório. Por meio de um forte trabalho de sinalização sobre os principais motivos do atendimento, o Ombudsman fomenta ações de melhoria na empresa.

Serviço técnico
Em 2007, as solicitações de **reparos** de linhas fixas foram atendidas, em média, em 13,9 horas (em 2006, 18,3 horas). Em dezembro de 2007, 96,15% das solicitações de reparo foram atendidas no prazo de 24 horas. No que diz respeito ao atendimento dos reparos de banda larga, o tempo médio foi de 19,1 horas, contra 15,2 horas em 2006. Em dezembro de 2007, 92,31% das solicitações foram atendidas em até 24 horas.

Diálogo com associações de consumidores

A Telefônica tem canais de diálogo permanente com os diversos órgãos públicos e associações independentes de defesa do consumidor que atuam no Estado de São Paulo. Existem no Estado 205 Procons ativos, além de outras associações não-governamentais de defesa do consumidor, como Idec e Proteste.

O volume de reclamações fundamentadas contra a empresa registradas na Fundação Procon-SP (capital) passou de 2.262 em 2006 para 4.405 em 2007. Se considerada a base de clientes da empresa na capital paulista, que totaliza 10 milhões de serviços ativos, o percentual de queixas sobre o total da base de usuários é de 0,04%. Por outro lado, a empresa foi a mais eficiente na resolução dos casos entre as prestadoras de serviços públicos que atuam na região, com índice de 96%. Em 2007, a Telefônica recebeu 59 Autos de Infração da Fundação Procon, que geraram multas no valor total de R$ 4,952 milhões. A empresa impetrou recursos nos processos, que ainda estão sendo analisados.

Respeito à concorrência

O Grupo Telefônica atua com total respeito à legislação de defesa da concorrência. Nos últimos anos, a Telefônica vem desenvolvendo o Programa Interno de *Compliance* Antitruste, com informações sobre as regras de defesa da concorrência, enfocando a legislação e a regulamentação aplicáveis, bem como as melhores práticas comerciais a serem seguidas. Durante 2007, quatro processos iniciados contra a operadora relacionados a concorrências foram finalizados com resultado favorável à Telefônica. Ao final do período, existiam 17 processos em curso, movidos por concorrentes.

No Brasil, geramos mais de 75 mil empregos diretos em 2007, um incremento de cerca de 15 % em relação a 2006

Grupo Telefônica quer ser, de forma global, melhor empresa do setor para trabalhar até 2010

Conglomerado tem um papel importante na geração de empregos no mercado brasileiro, sendo o segundo maior empregador privado. Atento é a empresa do Grupo no Brasil com maior corpo funcional, tendo saltado de 53 mil empregados em 2006 para 63 mil em 2007

O Grupo Telefônica acredita que só contando com os melhores profissionais será capaz de ser a empresa de telecomunicações com a melhor oferta para seus clientes. Para isso, uma das metas é transformá-lo no melhor lugar para trabalhar do setor até 2010. Na América Latina, o objetivo é atingir essa meta já em 2009. É um grande desafio, considerando um quadro de 248 mil pessoas em 24 países. Mas a inclusão de algumas unidades do Grupo ao redor do mundo em *rankings* de Melhores Empresas para Trabalhar mostra que é uma meta possível. Neste capítulo estão as principais políticas na gestão de pessoas, especialmente na Telefônica e na Atento, que possui o maior quadro de empregados do Grupo no país e é responsável pelo aumento no corpo funcional em 2007: passou de 53.181 empregados em 2006 para 63.493.

A Atento está entre os maiores empregadores do país e tem um importante papel de inserção dos jovens no mercado de trabalho. Em fevereiro de 2007, a empresa inaugurou uma nova central no bairro do Belém, em São Paulo, gerando 6 mil novos empregos. A inauguração contou com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

A Telefônica diminuiu a base de empregados por meio de Planos de Desligamento Incentivado (PDI) durante o ano de 2007. O processo está alinhado com o novo modelo de gestão e negócios a fim de tornar a empresa ainda mais competitiva. Além disso, promoveu mudanças no organograma visando tornar a estrutura mais ágil. A empresa simplificou a estrutura organizacional em três níveis hierárquicos: Diretor Executivo, Diretor e Gerente. Na prática, houve a redução de um nível – o de superintendente, que estava entre o gerente e o diretor.

Presidente Lula em inauguração de central da Atento

O Grupo Telefônica também gera milhares de postos de trabalho indiretos. No fim de 2007, somente a atividade da Telefônica demandou a colaboração de 29.363 trabalhadores terceirizados. Esse emprego corresponde, em sua maioria, à contratação para atividades como a instalação e manutenção de linhas e serviços. O Grupo Telefônica atua em parceria com as empresas contratadas com o objetivo de garantir o cumprimento da legislação trabalhista e de acordos coletivos do setor. Em 2007, 1.011 fornecedores foram objeto de análise de questões trabalhistas, que incluíram a verificação de documentos e orientações. Dessas empresas, 106 foram inspecionadas, tendo verificadas as condições de trabalho de seus empregados.

Satisfação dos empregados

A satisfação dos empregados é um objetivo prioritário para o Grupo. Desde 2004, parte da remuneração variável dos executivos da Telefônica está vinculada ao cumprimento de metas de satisfação interna. Em 2007, a Telefônica desenvolveu a iniciativa Promessa Empregado, que faz parte do programa AGORA, lançado na América Latina. Entre as ações voltadas aos empregados, estão: liderança mais próxima, com resultados mais desafiadores; comunicação direta e efetiva para todos; oportunidades de carreira divulgadas internamente; valorização de êxitos e atitudes diferenciados; e sistema de remuneração transparente e meritocrático.

Com o objetivo de obter verificação externa dos níveis de satisfação entre os empregados, as empresas do Grupo Telefônica participam de pesquisas que escolhem as melhores empresas para trabalhar. Em 2007, pelo terceiro ano consecutivo, a Telefônica fez parte do ranking das "100 Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil", elaborado pelo Great Place to Work® Institute em parceria com a revista *Época*, da editora Globo.

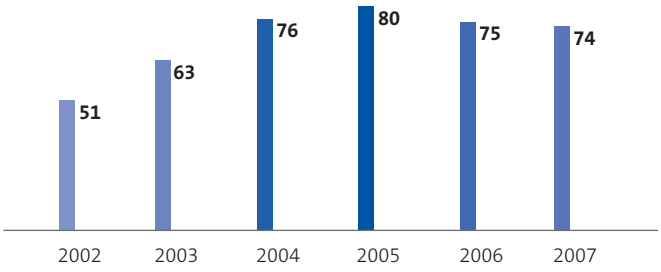
Em 2007, o Grupo Telefônica lançou o novo modelo de pesquisa de satisfação de empregados, considerando a padronização dos atributos em todas as empresas do Grupo na Espanha e na

NÚMERO DE EMPREGADOS DO GRUPO EM 2007

Empresa	2006	2007
Atento	53.181	63.493
Telefônica	8.215	7.404
Vivo*	2.948	2800
TGestiona	820	1395
Terra	563	587
Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento	79	107
Outras	187	53
Total	**65.993**	**75.839**

* Dado considera 50% do total da empresa, equivalente à participação do Grupo Telefônica na Vivo.

RESULTADOS DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO NA TELEFÔNICA (EM %)



CARACTERÍSTICAS DO QUADRO

Empresa	Homens	Mulheres	Antiguidade média (anos)	Idade média
Atento	19.931	43.562	1	26
Telefônica	4.937	2.467	10	37
TGestiona	818	577	4,4	32,3
Terra	360	227	4	33

América Latina. Foram 33 perguntas divididas em cinco blocos estratégicos: Liderança, Imagem e Orgulho, Trabalho Diário, Desenvolvimento e Cliente. O nível de satisfação dos empregados é medido em pesquisas anuais. Na pesquisa realizada em janeiro de 2008 na Telefônica, o índice global de satisfação foi de 74% – queda de um ponto percentual em relação ao ano anterior. Com base nos resultados, são desenvolvidas ações para melhorar os pontos críticos. Em 2007, foi implantado o projeto Diálogo com o Presidente. Nos encontros, os empregados têm a oportunidade de tirar dúvidas e falar de temas de seu interesse, como desenvolvimento e remuneração.

Remuneração e benefícios

De forma complementar à remuneração, são oferecidos pacotes de benefícios aos empregados, que variam de uma empresa a outra, estando regulados pelos acordos coletivos. Para garantir a coerência e a competitividade desses **pacotes de remuneração**, são realizadas pesquisas salariais envolvendo o mercado em geral, o de alta tecnologia e o de telecomunicações. Os gastos do Grupo no Brasil com remuneração atingiram R$ 2,490 bilhões em 2007.
O acordo coletivo firmado pela Telefônica com o Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações (Sintetel), com data-base em setembro de 2007, estabeleceu que o menor salário pago pela empresa era de R$ 679,41 (1,8 vez o salário mínimo nacional). A Atento, que concentra atividades em 11 cidades, segue acordos em cada região, sendo que o menor salário da empresa era de R$ 380, em Salvador (o valor do salário mínimo em 2007).

No que diz respeito a **benefícios**, os empregados da Telefônica e da TGestiona podem aderir ao Plamtel, plano de assistência à saúde no sistema de autogestão, e incluir como beneficiários dependentes diretos e irmãos inválidos ou incapazes. Os trabalhadores contribuem com 1% do salário básico por grupo familiar. Outras empresas do Grupo contratam planos de saúde do mercado.

O Plano Visão é o plano de **previdência privada** oferecido aos empregados de algumas empresas do Grupo. Quem adere deve ter uma contribuição básica de 2% do salário de participação e pode optar por uma adicional, para as quais as empresas (patrocinadoras) contribuem com o mesmo valor. Em 2007, a Visão Prev alcançou índice de 80% em sua primeira Pesquisa de Satisfação.

Desenvolvimento profissional

O Grupo Telefônica acredita que para reter seus melhores profissionais é preciso oferecer um trabalho desafiador, boas condições laborais e possibilidades de desenvolvimento, sendo a própria atividade profissional uma fonte de formação contínua. Em 2007, foram investidos R$ 6,7 milhões em atividades de formação dos empregados do Grupo no Brasil (não inclui o investimento feito pela Vivo).

HORAS DE FORMAÇÃO PRESENCIAL

Empresa	Total de horas	Horas por empregado
Atento	46.476.24	73,2
Telefônica	149.570	20,2

A formação dos empregados da Atento é feita de maneira intensiva devido ao tamanho do quadro de funcionários, à grande rotatividade e também às características especiais da atividade desenvolvida. Os empregados passam por formação específica para o manejo dos sistemas informáticos que registram os contatos com clientes e também são treinados em temas ligados ao atendimento ao cliente.

A Telefônica oferece uma solução de educação integrada (Educação Telefônica) que busca promover a gestão de treinamento e desenvolvimento do seu corpo funcional. Em 2007, 67% dos empregados participaram de ações do Educação Telefônica.

Formação *online*
O Grupo Telefônica investe também na educação à distância de seus empregados, por meio do programa de *e-learning*. São oferecidas 150 opções de cursos em português. O Grupo vem buscando estimular o aprendizado via *web*, favorecendo a descoberta dos diferenciais da ferramenta, como a flexibilidade de horário, com acesso a qualquer momento, inclusive de casa. Ao final de 2007, existiam 8.242 usuários ativos do programa no Brasil.

Técnicos participam de evento do Projeto Estela

Projeto Estela

O Projeto Estela (Escola Técnica da Telefônica na América Latina, na sigla em Espanhol) consiste no desenvolvimento de um sistema de certificação *online* para técnicos de serviços de operadoras de telecomunicações do Grupo em vários países da América Latina. Os técnicos passam por uma formação com um padrão único para todos os países, com o objetivo de criar um sistema de gestão para a melhora individual dos técnicos e o atendimento aos clientes. Em 2007, o projeto Estela certificou 1.500 técnicos na América Latina. No Brasil foram 501 profissionais certificados. O projeto, iniciado em 2005, envolve as áreas de Tecnologia, Operações e Sistemas e tem como meta formar 17 mil técnicos até 2009.

Competências
Em 2007, foi aplicado o modelo de desenvolvimento profissional baseado nas competências corporativas, que permite aos empregados conhecer com detalhes seu perfil de competências e, a partir disso, fixar os objetivos. O modelo também envolve o superior imediato na elaboração de um plano de ação.

O processo inclui auto-avaliação pelo empregado, avaliação do chefe e também de colegas, colaboradores e clientes. Com base nos resultados, são estabelecidas as áreas em que há potencial de evolução e é traçado um plano de ação.

Gestão do talento
Para o Grupo Telefônica, a gestão do talento implica colocar as pessoas mais talentosas nas áreas onde estão os principais desafios. Nesse contexto, a movimentação de profissionais (por meio de rotação interna e externa), as promoções e o preenchimento de vagas em aberto com talentos internos são processos-chave para que os empregados alcancem uma visão mais global da companhia.

Para os executivos, o Grupo Telefônica oferece a possibilidade de desenvolver uma carreira internacional, por meio dos programas Rotação e Vacantes. No Rotação, os executivos podem se candidatar às vagas e passam por avaliação de currículo e entrevistas. Já o programa Vacantes é voltado aos CEOs e diretores. A rotação de executivos permite a transferência de boas práticas de gestão e ajuda a compartilhar os talentos existentes na organização.

O programa Jovens de Alto Potencial (JAP) é uma iniciativa mundial que tem por objetivo reter e fidelizar o talento desde o início da carreira profissional. O ciclo 2006/07 contou com a participação de 18 profissionais do Grupo no Brasil.

Em 2007, três empregados do Grupo Telefônica no Brasil (um do Terra e dois da Telefônica) ganharam bolsas de estudos para cursos na Espanha por meio do Programa Becas. Esse programa, em parceria com a Fundação Carolina, visa promover as relações culturais e a cooperação no âmbito educativo e científico entre a Espanha e os países da comunidade ibero-americana.

Em julho de 2007, começou a funcionar em Barcelona, na Espanha, a Universidade Corporativa Telefônica, instituição exclusiva para profissionais do Grupo em todo o mundo com o objetivo de promover o desenvolvimento contínuo. Até o final do ano, 49 empregados do Grupo no Brasil haviam participado de programas na universidade.

Programa +Telefônica

Em 2007, a Telefônica realizou a segunda edição do Programa +Telefônica. Participaram 1.750 empregados de diversas áreas. A iniciativa gerou 75 sugestões para melhorar a produtividade ou reduzir despesas da empresa. Esses projetos ajudaram a incrementar em R$ 335 milhões os resultados financeiros da companhia, correspondendo a 96% de cobertura do orçamento anual. O reconhecimento aos empreendedores ocorreu com prêmios em dinheiro, de até seis salários, e mp3 players.

Direitos humanos

O Grupo Telefônica considera que os processos de contratação e promoção devem avaliar os candidatos apenas por suas características profissionais e pessoais. A aplicação de uma política de não-discriminação permitirá igualar, com os anos, a distribuição de gênero e etnia nas empresas com a existente na sociedade.

Igualdade a pessoas com deficiência
O Grupo Telefônica está comprometido com a integração sociolaboral das pessoas com deficiência. A Telefônica mantém um programa para a inserção do profissional com deficiência, desenvolvido sob a ótica da eficiência e da igualdade de oportunidades. A legislação brasileira estabelece que empresas com mais de mil empregados devem ter pelo menos 5% de pessoas com deficiência em seu quadro.

Da esquerda para a direita, ação de motivação em unidade da Atento, massagem em iniciativa do programa ComViver e profissional da Telefônica em escritório da empresa

A Telefônica mantém um programa para contratação de pessoas com deficiência que inclui a capacitação desses profissionais para o mercado de trabalho. A empresa atingiu a cota estabelecida na legislação em julho de 2007. Porém, devido ao aquecimento do mercado para a contratação de pessoas com deficiência, no final do ano ainda existiam vagas a preencher.

A Atento emprega funcionários com deficiência desde o início de suas atividades no país, mas ainda não atingiu a cota legal em 2007. Diante dessa dificuldade, firmou uma nova proposta ao Ministério Público para o cumprimento do Termo de Ajuste de Conduta (TAC), considerando o prazo de sete anos para o cumprimento da cota.

Intolerância ao assédio moral
O Grupo Telefônica está empenhado em coibir o assédio moral em suas empresas. Em 2007, os empregados contaram com o canal de denúncias dos Princípios de Atuação.

A Atento, em função do grande número de empregados e da pressão psicológica que envolve o negócio de *call center*, desenvolve diversas ações para melhorar o ambiente de trabalho, dentre elas um programa para qualificar a liderança na identificação e resolução de conflitos que possam vir a caracterizar discriminação e/ou práticas de assédio e dano moral.

Em 2007, a empresa recebeu 750 ações trabalhistas incluindo pedidos de indenização por danos morais, das quais cerca de 80% decorrente de assédio moral. A companhia mantém canais para ouvir os empregados via e-mail, intranet ou pelo telefone.

Diálogo social

Entre os compromissos formais do Grupo Telefônica com os Direitos Humanos estão os Princípios de Atuação e o Pacto Global das Nações Unidas, declaração subscrita pela Telefônica em 2002. Em dezembro de 2007, a Telefônica firmou junto com a União Internacional de Sindicatos (UNI) e os sindicatos espanhóis UGT e CC.OO um novo código de conduta, no qual se compromete a manter os direitos sindicais e laborais em todas as operações.

As empresas do Grupo Telefônica respeitam a liberdade de associação de seus empregados, promovem o diálogo com os diferentes sindicatos que representam seus empregados e buscam evitar situações de conflito. A Telefônica realiza negociações com o Sintetel e com o Sindicato dos Engenheiros.

Em 2007, além da negociação do reajuste salarial dos empregados, os sindicatos foram chamados a discutir as condições oferecidas nos dois Planos de Desligamento Incentivado (PDI).

As negociações também envolveram acordo de banco de horas e participação nos lucros e resultados da empresa. A Atento realiza negociações coletivas em cada um dos 11 Estados em que está presente.

Saúde e segurança

A Telefônica lançou, em 2007, o programa ComViver, desenvolvido pela área de Recursos Humanos em parceria com Associação Brasileira de Qualidade de Vida (ABQV) e a TGestiona. O programa apresentou ações para melhorar a qualidade de vida dos empregados no ambiente de trabalho, como por exempo: espaço dedicado aos empregados com oficinas de canto, orientação nutricional, massagens, avaliações médicas, sorteios de ingressos de cinema e passeios.

Também no ano de 2007, foram renovadas dez Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipa) na Telefônica, com a participação de 150 trabalhadores. Na Atento são 31 Comissões, com a participação de 201 trabalhadores.

No mesmo ano, a Telefônica registrou 81 acidentes de trabalho. Na Atento foram 526 acidentes de trabalho.

Entre as principais práticas de saúde e segurança realizadas pela Telefônica e pela Atento em 2007, estão simulados de abandono de prédio, campanhas preventivas e exames médicos. Em 2007, a Atento recebeu 36 sanções relacionadas ao descumprimento da legislação de segurança e saúde dos trabalhadores. A Telefônica não recebeu nenhuma sanção.

Para nós, tão importante quanto gerar valor aos acionistas de todos os portes é disponibilizar informação para facilitar suas decisões

Empresa disponibiliza canais específicos de atendimento a investidores de todos os portes

Ao final do ano de 2007, a Telecomunicações de São Paulo S.A. possuía 1.894.194 acionistas. O volume médio diário das ações ordinárias e preferenciais da Telesp, negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo, foi de R$ 1,710 milhão e R$ 6,669 milhões, respectivamente

A Telecomunicações de São Paulo S.A. (Telesp, conhecida do grande público como Telefônica) possui esse grande número de acionistas porque antes da privatização do Sistema Telebrás, ocorrida em 1998, os clientes dos serviços telefônicos participavam do investimento na expansão da rede e recebiam ações da empresa quando adquiriam o direito de uso de uma linha. As ações da Telesp também são cotadas na Bolsa de Valores de Nova York por meio de Recibos de Depósitos de Ações Americanos (ADRs).

Além das ações da Telesp, os investidores do mercado brasileiro têm a oportunidade de possuir papéis da Telefónica S.A. (controladora das empresas do Grupo Telefônica, como a Telesp). No ano 2000, o grupo controlador realizou uma operação na qual oferecia permuta de ações da Telesp por papéis da Telefónica S.A. Os acionistas que realizaram a troca receberam Recibos de Depósito de Ações Brasileiros (BDRs). Ao final de 2007, os acionistas portadores de BDRs eram 14.347.

Rentabilidade

O ano de 2007 foi marcado pela realização de ajustes na Telefônica/Telesp com o objetivo de preparar a companhia para o novo cenário do setor de telecomunicações. Esse cenário de transformação teve impacto nos resultados alcançados: receita operacional líquida de R$ 14,728 bilhões ao final do período (0,6% superior ao obtido em 2006) e o EBITDA (resultado antes da depreciação/amortização de receitas/despesas financeiras) foi de R$ 6,214 bilhões (queda de 10% em relação ao ano anterior).

O resultado teve impacto na rentabilidade das ações. Um investidor que tenha adquirido 100 ações ordinárias (ON) da Telesp no primeiro dia de 2007, investindo nelas R$ 4.732, e vendido as mesmas ações um ano depois, obteve rentabilidade de 9,4%. No caso das ações preferenciais (PN), utilizando o mesmo exemplo, a queda na rentabilidade foi de 7,3%.

Com a finalidade de manter a transparência e buscar a aproximação com o mercado financeiro, a Telefônica mantém canais específicos para atendimento a investidores e a acionistas de todos os portes. O atendimento àqueles de maior porte é realizado pela Diretoria de Relações com Investidores.

O atendimento aos pequenos acionistas é prestado pela Gerência de Ações, que possui um serviço telefônico gratuito, por meio do 0800 77 11 680.

Assembléia Geral de Acionistas

De acordo com o estatuto social, as Assembléias Gerais de Acionistas da Telesp são convocadas pelo Conselho de Administração. A legislação estabelece que deve ser realizada pelo menos uma Assembléia Geral Ordinária nos quatro primeiros meses do exercício social, com a finalidade de aprovar o relatório anual da administração e as demonstrações financeiras do exercício anterior, deliberar sobre a destinação do resultado e eleger administradores e conselheiros fiscais, se for o caso. Sempre que necessário, podem ser realizadas Assembléias Gerais Extraordinárias para decidir sobre outros assuntos.

À Assembléia Geral Ordinária realizada em 26 de março de 2008 compareceram 21 acionistas minoritários, representando 0,14% do capital social total, além do acionista controlador.

Governança Corporativa

Com a finalidade de promover uma boa governança corporativa, aumentar a qualidade das divulgações de informações e reduzir as incertezas dos investidores, a companhia tem instituído normas e políticas internas com o fim de tornar suas práticas ainda mais claras e objetivas, como a divulgação anual de um Informe de Governança Corporativa e o estabelecimento de procedimentos para a recepção e tratamento de denúncias relacionadas a assuntos contábeis e de auditoria, entre outras.

Conselho de Administração

O Conselho de Administração da Sociedade é composto de no mínimo cinco e no máximo 17 membros, com mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. O Conselho é composto apenas de acionistas, sendo um deles eleito pelo voto das ações preferenciais, em votação separada, e os demais eleitos pelo voto geral das ações ordinárias.

Fornecedores

Queremos garantir que a cadeia de fornecimento compartilhe dos nossos Princípios de Atuação

Brasil é responsável pela contratação de 22,6% dos fornecedores do Grupo no mundo

O volume de compras junto aos 3.231 fornecedores atingiu R$ 11,1 bilhões, um decréscimo de 12% em relação a 2006, e inclui a participação na Vivo. 99,4% do total foi contratado de fornecedores locais que geram empregos e pagam impostos no Brasil

Satisfação dos fornecedores

Em 2007, o Grupo Telefônica realizou pela segunda vez uma pesquisa de satisfação entre seus fornecedores em 55 países. No Brasil, o índice médio de satisfação foi de 6,93 (em uma escala de 0 a 10), mantendo a estabilidade em relação à pesquisa anterior. Dos 3.753 fornecedores convidados a participar, 12,36% responderam a pesquisa.

Foram elogiados aspectos como a transparência no processo de decisão, a igualdade de oportunidades e a ética e a honestidade dos compradores e a conveniência das ferramentas de comércio eletrônico. Entre os aspectos que devem ser melhorados estão o tempo de gestão que deve ser dedicado a cada processo e a melhora da comunicação entre as partes quando a empresa não é a escolhida.

Modelo de Compras

O Grupo Telefônica desenvolveu um Modelo de Compras para todas as suas empresas que se baseia nos seguintes princípios:

- Concorrência e igualdade de oportunidades;
- Transparência no processo e na tomada de decisões;
- Objetividade e unanimidade nas decisões;
- Serviço voltado para os clientes, internos e externos;
- Cumprimento mútuo dos compromissos com os fornecedores;

Em 2007, o volume de compras negociado através de comércio eletrônico no Brasil foi de R$ 5,333 bilhões (em 2006, R$ 3,547 bilhões), correspondentes a 7.167 processos em compras (4.404 em 2006).

A transparência, a concorrência e a igualdade de oportunidades são princípios que fundamentam nosso modelo de compras. Para fomentá-los, são utilizados os seguintes mecanismos:

Mesas de compras: nelas, são apresentadas as compras com a participação de todas as áreas implicadas e as decisões são tomadas por unanimidade.
Ferramentas de comércio eletrônico: todas as transações são registradas no sistema e é o fornecedor quem inclui sua oferta.
Normativas e procedimentos: podem ser gerais ou específicos.
Catálogo de fornecedores: comum a todas as empresas do Grupo.

Reunião da Mesa de Compras

Compras responsáveis

Em 2007, a Telefónica S.A. aprovou uma Política de Compras Responsáveis, válida para todo o Grupo. O Grupo entende que sua reputação também depende do comportamento de seus fornecedores. Por isso, é um grande desafio estender a eles princípios éticos e ajudá-los a cumpri-los. Para isso, foi aprovada a Norma de Extensão dos Princípios de Atuação para a Cadeia de Fornecimento. Também foi aprovada a Norma de Contratação de Fornecedores Sociais, que estabelece condições diferenciadas de contratação e pagamento para ONGs e entidades afins. As Condições Gerais Contratuais do Grupo Telefônica já incluem há muito tempo obrigações aos fornecedores de cumprimento da legislação vigente em matérias laboral, de saúde e segurança no trabalho e meio ambiente. Porém, com base nos Princípios de Atuação, o Grupo Telefônica quer alcançar outros objetivos.

Para o Grupo, os requisitos básicos entre seus fornecedores são: não permitir o trabalho infantil nem o trabalho forçado, não aceitar condições de trabalho de risco nem consentir o trato desumano no trabalho e exigir o cumprimento da legislação ambiental. Desde 2007, fornecedores que se inscreveram no catálogo do Grupo Telefônica responderam questões sobre Responsabilidade Corporativa que ajudam a identificar possíveis riscos na cadeia. No Brasil, 166 fornecedores responderam essas questões.

Pagamento a fornecedores
Dentro dos critérios de contratação, são estipulados prazos mínimos de pagamento a fornecedores. No Brasil, esses prazos vão de 0 a 60 dias. Em 2007, do total contratado no Brasil, 15,8% não foi pago no prazo.

Meio Ambiente

Estamos comprometidos com o desenvolvimento sustentável, a proteção do meio ambiente e a redução de qualquer impacto negativo de nossas operações no entorno

Mudança climática é tema prioritário do planejamento estratégico do Grupo Telefônica

Próxima etapa do plano de trabalho inclui a definição dos procedimentos e indicadores ambientais que deverão ser monitorados em cada operação, a realização de um levantamento da situação atual das diferentes empresas e a definição de ações de melhora

O Plano Estratégico de Meio Ambiente 2008-2012 estabeleceu os cinco pontos nos quais o Grupo deve atuar: mudança climática; gestão ambiental; gestão de resíduos; desenvolvimento responsável da rede e telecomunicações e desenvolvimento sustentável.

A Telefônica, além de gerir o impacto de suas próprias operações no meio ambiente, contribui para a promoção de práticas responsáveis em sua cadeia de abastecimento. Por essa razão, a empresa inclui nos contratos de aquisição de bens e também de serviços que tenham alguma implicação ambiental cláusulas que obrigam o cumprimento da legislação ambiental.

Gestão ambiental

No Brasil, foi constituída em 2007 uma Comissão Corporativa de Meio Ambiente com a participação da Telefônica, da Vivo e da TGestiona. Entre os eixos prioritários estabelecidos no Plano Estratégico de Meio Ambiente estão questões relacionadas a mudança climática, gestão ambiental, gestão de resíduos, desenvolvimento responsável da rede e telecomunicações e desenvolvimento sustentável. A próxima etapa do plano inclui a definição dos procedimentos e indicadores ambientais que deverão ser monitorados em cada operação, a realização de um levantamento da situação atual das diferentes empresas e a definição de ações de melhora.

Aspectos ambientais significativos

Globalmente, para o Grupo Telefônica, os fatores mais significativos, por seu impacto no entorno ou relevância social são os relacionados com consumo energético, resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos, resíduos perigosos (baterias), ruídos das instalações, emissões eletromagnéticas e impacto visual. Os dois últimos itens se relacionam principalmente com as operações de telefonia móvel. Em 2007, a Telefônica fez um estudo piloto de impactos ambientais no edifício-sede, em São Paulo. Também foi realizada uma ação para a formação de 13 empregados sobre aspectos e impactos ambientais.

Gestão de resíduos: conseqüência inevitável da atividade empresarial. Em algumas situações, há a geração de resíduos que apresentam algum composto que os torna perigosos, como é o caso do descarte de baterias provenientes de centrais telefônicas. Nesses casos, é feito um controle para garantir sua correta destinação final. Em 2007, a Telefônica gerou 878.407 quilos desse tipo de resíduo. Outro resíduo perigoso gerado na empresa são as lâmpadas fluorescentes, que em 2007 totalizaram 12.530 quilos. Além disso, devido à sua atividade, a Telefônica gera resíduos de cabos de telefonia. Esses cabos são separados e os componentes são vendidos como sucata. Em 2007, a empresa gerou 13.088.700 quilos de resíduos de cabos.

Consumo de papel: dos 2.036.443 quilos de papel consumidos pela Telefônica em 2007, 94% foi destinado à impressão de contas telefônicas. A empresa deverá implantar em 2008 a e-conta – conta telefônica pela internet em substituição à fatura em papel para quem desejar. A empresa tem realizado ações educativas buscando reduzir o consumo nos escritórios, como é o caso do incentivo à impressão frente e verso. O consumo vem caindo a cada ano, sendo que em 2007 foi 21% menor do que em 2006.

Consumo de água: a Telefônica vem desenvolvendo ações para racionalizar o consumo e evitar gastos desnecessários. Em 2007, o consumo de água na Telefônica foi de 1,083 bilhão de litros (similar ao de 2006, quando foi de 1,068 bilhão de litros).

Desenvolvimento responsável da rede

O Grupo Telefônica entende que suas infra-estruturas podem ter impactos no entorno. Por essa razão, as empresas tentam assegurar que a expansão, manutenção e modernização das redes sigam critérios ambientais e levem em conta as percepções da sociedade quanto às instalações fixas e móveis. A operadora compartilha infra-estruturas com outras operadoras de telefonia fixa e móvel, o que colabora para reduzir os impactos no entorno.

Controle acústico: a geração de ruído nas centrais é um aspecto ambiental importante. Em 2007, a Telefônica deu continuidade ao trabalho já iniciado três anos antes de melhorar o tratamento acústico em centrais telefônicas. A companhia realizou adequações em quatro centrais telefônicas, com um investimento de R$ 231 mil.

Antenas instaladas em edifício da Telefônica em Perdizes, São Paulo

Derrames: são 500 edifícios com depósitos de combustível para grupos geradores e vem realizando desde 2004 um projeto para substituir e adequar tanques de armazenamento. Em 2007, a empresa investiu R$ 3,548 milhões em obras em 52 centrais telefônicas. Não foi registrada nenhuma ocorrência de derrame.

Mudanças climáticas

Por sua escassa contribuição à geração dos Gases de Efeito Estufa (GEE), o setor das telecomunicações é considerado "Carbon Light". Se a isso se acrescenta o potencial da indústria de telecom para a redução das emissões com a economia de deslocamentos, pode-se considerar que o setor é parte da solução para o problema. O Grupo Telefônica realizou pela primeira vez, no início de 2008, um inventário global de gases de efeito estufa baseado em padrões reconhecidos como GHG Protocol, IPCC e Norma ISO 14064-1. O Plano Estratégico contempla desde ações internas centradas em eficiência energética até a potencialização do uso dos serviços da companhia como parte da solução para a mudança climática. O projeto envolve todos os países e compreende as seguintes ações:

- **Medir:** desenvolver uma sistemática de controle de indicadores energéticos e de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) que permita realizar o acompanhamento dos mesmos e propor objetivos quantificáveis a médio e longo prazos. A Telefônica registrou a emissão de 58,946 mil toneladas. A operadora foi considerada um destaque entre as empresas do Grupo em iniciativas para reduzir as emissões de GEE, em função do uso de fontes de energia renováveis, das ações de eficiência energética e também do uso de etanol na frota de veículos.

- **Reduzir as emissões internas:** em 2007, o Grupo Telefônica implementou diversas medidas de economia de energia tanto nas operações quanto nos edifícios administrativos.

As redes e equipamentos de telecomunicações são grandes consumidores de energia e, por essa razão, um plano de eficiência energética tem grande impacto nas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE). Em 2008, o Grupo Telefônica irá fazer o acompanhamento global das emissões.

Energia elétrica: o consumo energético é uma das principais preocupações da Telefônica, já que há uma necessidade de utilização desses recursos para alimentação dos equipamentos e das redes de telecomunicações. A companhia foi pioneira, em 2003, ao comprar energia no mercado alternativo, proveniente de fontes renováveis (pequenas centrais hidrelétricas e biomassa). Atualmente, cerca de 25% do total consumido pela empresa é proveniente dessas fontes. Entre as iniciativas de eficiência energética desenvolvidas pela Telefônica em 2007, vale destacar: 18 obras para aproveitamento de ar externo, reduzindo o consumo atrelado ao ar-condicionado; instalação de sensores de temperatura em 30 localidades; automatização do sistema de iluminação em dois edifícios; 21 adequações dos sistemas de medição de energia.

CONSUMO DE ENERGIA EM 2007 (EM KWH)

Tipo de energia	Operações	Escritórios	Total
Energia elétrica tradicional	464.766.756	11.894.840	476.661.596
Energia alternativa*	147.506.288	8.262.092	155.768.380
Total	**612.273.044**	**20.156.932**	**632.429.976**

* Biomassa e pequenas centrais hidrelétricas.

O investimento nessas ações foi de R$ 2,4 milhões, gerando uma redução no consumo de 5.128.798,45 kWh, considerando o consumo por terminal equivalente.

Combustíveis: o consumo de combustíveis no setor está associado a trabalhos de implantação e manutenção da rede, especialmente nas frotas de veículos e nos geradores. A Telefônica estima ter utilizado cerca de 500 mil litros de diesel para manter geradores funcionando em situações de falta de energia durante o ano de 2007. Especificamente em relação ao uso de combustíveis na frota de veículos, a Telefônica tem incentivado a utilização de álcool (etanol). Em 2007, 29% do volume total de combustível consumido pela frota própria da Telefônica foi de etanol.

"Queremos melhorar a vida das pessoas, facilitar o desenvolvimento dos negócios e contribuir para o progresso das comunidades em que atuamos, proporcionando-lhes serviços inovadores com base nas Tecnologias da Informação e Comunicação."

Espírito de Progresso

Progresso Responsável

Motor de Progresso Econômico 24
Inovação 26
Inclusão Digital 27
Uso Responsável das TICs 28
Proteção da Infância 29

Crianças realizam atividade no Projeto Anchieta,
em São Paulo, entidade apoiada pelo programa Pró-Menino

Conglomerado é um dos maiores investidores estrangeiros no Brasil

Grupo Telefônica reforça compromisso com o país ao anunciar investimento de R$ 15 bilhões até 2010

Os recursos gerados pelo conglomerado no Brasil foram utilizados no pagamento de seus 75 mil empregados e mais de 3.200 fornecedores. Além disso, o Grupo Telefônica repassou R$ 9,364 bilhões em impostos a administrações públicas no Brasil durante o ano

O Grupo Telefônica busca ser um aliado estratégico para o desenvolvimento econômico dos países onde opera, já que é um conglomerado empresarial com vocação de permanência e compromisso nessas localidades, com um grande potencial redistribuidor de riqueza entre seus grupos de interesse e com dimensões suficientes para ter impacto nas economias nacionais.

O compromisso do Grupo Telefônica com o Brasil, nesses dez anos de atuação em larga escala, pode ser verificado de diversas formas: altos níveis de aplicação de capital, geração de empregos, implantação do serviço de telefonia em áreas remotas, lançamento e ampliação da disponibilidade da banda larga e investimento amplo em projetos sociais e culturais.

O ano de 2007 foi decisivo no sentido de tornar realidade aquilo que sempre se projetou para um futuro indeterminado. Rapidamente, os consumidores passaram a demandar o usufruto da comunicação integrada, com a junção de produtos e serviços de telefonia e internet em banda larga ao entretenimento – seja ele na forma de TV por assinatura, seja em outros aplicativos, como vídeo ou música.

Alcançada essa meta, agora surgem novos desafios. Por essa razão, seus investimentos no Brasil seguem no mesmo patamar em que estiveram nos últimos anos. Em visita ao Brasil em 2007, César Alierta, presidente mundial do Grupo Telefônica, anunciou investimentos da ordem de R$ 15 bilhões até 2010, a serem aplicados em telefonia fixa e móvel, internet e *call center*, seus principais setores de atuação.

O Grupo Telefônica está entre os maiores investidores estrangeiros no país, tendo aplicado 32 bilhões de euros desde o início de suas operações no Brasil, em 1998. Desse total, 13,7 bilhões de euros foram investidos em infra-estrutura, na modernização, expansão e lançamento de produtos e serviços em suas operações; o restante, em aquisição de ativos.

A receita líquida do Grupo Telefônica no Brasil em 2007 foi de R$ 21,658 bilhões (8,139 bilhões de euros), representando 0,9% do PIB nacional. O Grupo realizou investimentos (Capex) de R$ 2,892 bilhões em tecnologia e desenvolvimento de produtos e serviços, sendo R$ 2 bilhões em sua operação de telefonia fixa e o restante nas demais empresas, com destaque para a Vivo – neste caso, correspondente à metade do investimento feito na companhia.

No que diz respeito à expansão e modernização das redes da Telefônica, em 2007, a diretoria do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) aprovou em 2007 empréstimo no valor de R$ 2 bilhões para a empresa.

Os recursos poderão ser utilizados até 2009, em serviços de voz, dados e vídeo. O projeto contempla a ampliação de redes de transportes (backbones), beneficiando também a capacidade de interconexão da operadora com os demais prestadores de serviços de telecomunicações do país.

Os recursos gerados pelo conglomerado foram utilizados no pagamento de seus 75 mil empregados e mais de 3.200 fornecedores. Em âmbito mundial, o Grupo Telefônica está presente em 24 países, onde contava, em dezembro de 2007, com 226 milhões de clientes e 244 mil empregados.

Além disso, 99,4% do volume de compras do conglomerado no Brasil foi adjudicado a fornecedores locais. Por fim, vale destacar que o Grupo Telefônica repassou R$ 9,364 bilhões (3,519 bilhões de euros) em impostos a administrações públicas no Brasil durante o ano. Todos esses dados consideram a participação do Grupo Telefônica na Vivo.

O Brasil é o segundo maior mercado do Grupo Telefônica no mundo em receitas, atrás apenas da Espanha. Em 2007, 14,5% da receita total do Grupo no mundo foi gerada no país, mesmo percentual do ano anterior.

Distribuição da receita – Telefônica
(Valores em milhões de R$)

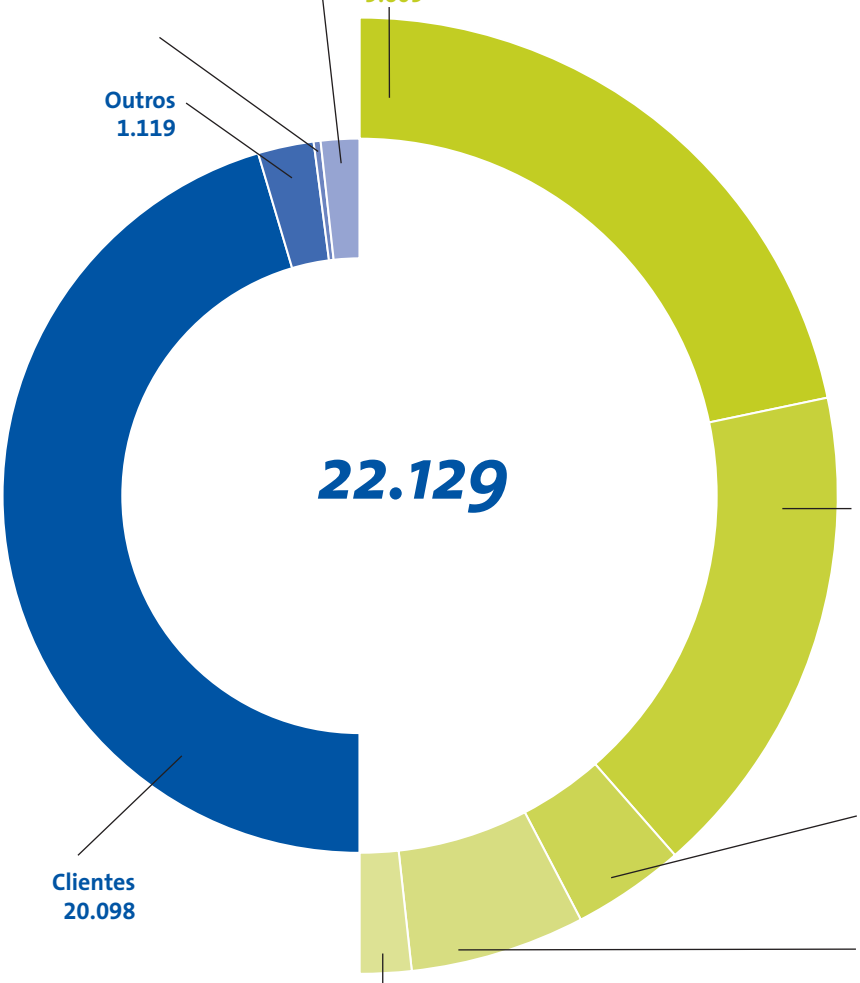
Para exemplificar mais detalhadamente o papel do Grupo como redistribuidor dos recursos que arrecada na sociedade brasileira, apresentamos a distribuição dos fluxos financeiros daTelefônica/Telesp em 2007. Ao analisar o gráfico, é possível observar como os recursos arrecadados são distribuídos na sociedade entre fornecedores, administrações públicas, empregados, entidades de crédito, acionistas e clientes

Ativo Permanente
Esse valor é referente à venda de bens do ativo permanente da empresa
139

Credores financeiros
773

Fornecedores
Comerciais; 7.845 *Capex: 1.764*
Em dezembro de 2007, mais de 41 mil empregados indiretos, todos eles contratados de acordo com a legislação trabalhista brasileira, prestavam serviço à empresa. A fatia conferida a distribuidores inclui também pagamento de tarifas de interconexão de redes a outras operadoras de telecomunicações
9.609

Outros
1.119



Administrações Públicas
Por meio do pagamento de tributos, a Telefônica também repassa grande parte de sua receita às administrações públicas federal, estaduais e municipais
7.447

Investidores Financeiros
1.686

Clientes
20.098

Acionistas
A remuneração dos acionistas é um dos aspectos básicos da economia de mercado na qual opera o Grupo Telefônica.
As ações da Telesp têm se firmado como uma das melhores opções de investimento do mercado brasileiro
2.617

Empregados
O dado inclui o total gasto com remuneração fixa e variável e também com benefícios. Além de sua importância como geradora de empregos, a Telefônica se destaca no mercado por oferecer um amplo pacote de benefícios a seus empregados
770

Observação importante:
A informação publicada nesta página foi obtida de fontes internas da evolução de caixa do Grupo Telefônica e contrastada pelo verificador do relatório de RC.
Os dados mencionados podem ser afetados por acontecimentos posteriores e efeitos evolutivos que, por sua vez, permitem produzir modificações em seu conteúdo.

Lançamos Incubadora de Negócios Telefônica, com o objetivo de proteger o desenvolvimento de negócios emergentes

Brasil recebe 19% do total investido em inovação tecnológica pelo conglomerado no mundo

Em 2007, o Grupo Telefônica investiu R$ 2,2 bilhões em inovação no Brasil. Do total, 62,4% foram gastos com aquisição de maquinários e equipamentos relacionados a produtos e processos tecnologicamente novos ou melhorados e 27% em pesquisa e desenvolvimento

O Grupo Telefônica é pioneiro em incorporar os últimos avanços tecnológicos aos produtos e serviços. Como conseqüência disso, as operadoras do Grupo foram as primeiras a lançar as mais recentes novidades tecnológicas nos países onde operam.

Hoje, vivemos um momento importante propiciado pela evolução tecnológica, convergência e crescimento da atuação do Grupo Telefônica no mercado de telecomunicações. E, por enxergar com clareza o papel estratégico da inovação tecnológica, investe fortemente em novos equipamentos, conhecimentos e políticas comerciais; na presença de uma empresa dedicada à Pesquisa e Desenvolvimento e em alianças estratégicas. Em 2007, o Grupo Telefônica investiu R$ 2,2 bilhões em inovação no Brasil, de acordo com os critérios da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).

Em janeiro de 2007, foram lançados na Telefônica a Trilha do Empreendedor e a Incubadora de Negócios Telefônica, que tem como objetivo proteger o desenvolvimento de negócios emergentes. Para chegar à incubadora, os talentos pré-selecionados passaram pela Trilha do Empreendedor, na qual duas equipes foram selecionadas para assumir projetos inovadores na incubadora. Outros cerca de 30 empregados permaneceram no Banco de Empreendedores.

Inovação em colaboração

O Grupo Telefônica busca atuar em parceria com outras empresas e entidades. Buscando intensificar sua relação com universidades, em abril de 2007 foi assinado um acordo entre a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e o Grupo Telefônica para incentivar o desenvolvimento de projetos científicos e tecnológicos em Tecnologia da Informação (TI) e Telecomunicação. Pelo acordo, as partes unem as suas principais competências: a Fapesp entra com o acesso ao conhecimento científico e a excelência na seleção de projetos e a Telefônica, com o conhecimento de mercado, o desenvolvimento de serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e a cessão gratuita de uma rede dedicada de 3,3 quilômetros de extensão destinada a interligar os institutos de pesquisa e universidades do Estado de São Paulo.

Desafio Empreendedor

Realizado ao longo de 2007 pela Telefônica, o concurso buscava estimular a inovação, o empreendedorismo e a criatividade de estudantes e profissionais brasileiros, além do foco na captação de oportunidades reais de negócios com possibilidade de expandir a atuação da empresa com soluções inovadoras.
A iniciativa recolheu 958 inscrições. Com prêmios entre R$ 15 mil e R$ 60 mil, foram escolhidos três vencedores em cada uma das categorias – estudante e profissional.

Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento

Boa parte da atividade de inovação tecnológica do Grupo Telefônica no Brasil é realizada pela Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD), subsidiária da Telefónica Investigación y Desarollo. A empresa atua como motor da inovação do Grupo, desenvolvendo novos serviços e identificando as opções tecnológicas emergentes. No Brasil, a TPD teve um crescimento expressivo em 2006, e suas principais atividades técnicas tiveram como objetivo apoiar as empresas do Grupo, principalmente Telefônica e Vivo.

Em 2007, a TPD ampliou projetos que já estavam em desenvolvimento. Um dos projetos de pesquisa aprovados a partir do lançamento do edital da parceria com a Fapesp será realizado pela TPD, em consórcio com alguns dos principais centros acadêmicos e sanitários de pesquisa do Estado (Poli-USP, InCor e HC-Ribeirão Preto). O projeto pesquisará arquiteturas baseadas em computação em grade para seu uso em sistemas de informações médicas.

Inclusão Digital

Até 2010, nos comprometemos a instalar infra-estrutura para conexão em banda larga em 100% dos municípios que atendemos

Telefônica contribui para reduzir a exclusão digital investindo em infra-estrutura e serviços

Em 2007, o número de localidades atendidas com linhas fixas e telefones públicos era de 1.805, além de outras 527 só com orelhões. Desde 1998, quando o Grupo Telefônica assumiu a Telesp, a ampliação do número de localidades atendidas foi de 151%

O conceito de exclusão digital é utilizado para definir a falta de acesso a novas tecnologias. Entre os fatores que causam o problema estão a ausência de infra-estrutura de comunicação, o nível de ingresso e a falta de capacitação no uso de novas tecnologias. A Telefônica não apenas cumpre as exigências regulatórias relacionadas à universalização do acesso aos serviços como também desenvolve iniciativas que buscam reduzir a exclusão digital nas regiões onde está presente.

Inclusão digital geográfica

Para o Grupo Telefônica, a universalização dos serviços é um elemento de igualdade e até mesmo de inclusão social. No Brasil, a segunda fase da universalização encerrou-se em 2005. Com isso, a operadora passou a atender às solicitações de instalação de linhas telefônicas em até sete dias e localidades com mais de 300 habitantes passaram a contar com acesso individual, entre outras mudanças. Ao final de 2007, o número de localidades atendidas com linhas fixas e telefones públicos era de 1.805, e existiam outras 527 apenas com telefones públicos. No que diz respeito à banda larga, ao final de 2007, 58,7% dos municípios tinham o serviço disponível – população equivalente a 94% de sua área de concessão. Em 2008, um Decreto Presidencial alterou os termos do Plano Geral de Metas para a Universalização (PGMU) do Serviço Telefônico Fixo Comutado e, com isso, a Telefônica se comprometeu a instalar, até 2010, infra-estrutura de rede suporte para conexão em banda larga nos 257 municípios da sua área de concessão que não possuem essa infra-estrutura.

Técnico faz manutenção de telefone público

Inclusão econômica

A Telefônica tem ampliado seu portfólio de planos alternativos com o objetivo de atender cada vez melhor aos diferentes perfis de clientes. Em 2004, a empresa foi pioneira no mercado brasileiro em lançar as chamadas Linhas Econômicas, que possuem assinatura básica mais barata e necessitam de cartão pré-pago para a realização de chamadas de longa distância e para celulares, facilitando o controle de gastos. Nesse mesmo perfil há também uma opção chamada Linha Pré-Paga, que não possui assinatura, nem franquia mensal.

Também com o objetivo de permitir ao consumidor que tenha total controle dos seus gastos mensais, a Telefônica lançou, em 2006, as linhas Controle. Quando o cliente chega ao limite da franquia de ligações fixo-fixo, a linha é bloqueada. Juntas, as Linhas Econômicas e as Linhas Controle representam cerca de 20% das linhas atualmente em serviço.

A telefonia pública é uma opção adicional para facilitar a comunicação de todos os cidadãos, tendo importância especial para a população de menor renda. Em dezembro de 2007, o total de orelhões à disposição da população em todo o Estado de São Paulo era de 250 mil. Há pelo menos um aparelho em todas as localidades com mais de 100 habitantes e, nas áreas urbanas de todo o Estado, não é necessário caminhar mais que 300 metros para encontrar um orelhão. A venda de cartões telefônicos registrou crescimento médio de 12,6% nos últimos quatro anos, o que indica que o serviço tem sido cada vez mais utilizado pelos paulistas.

Acessibilidade

A Telefônica também oferece soluções para ampliar a qualidade de vida de pessoas com deficiência. Cerca de 9.100 telefones públicos são adaptados para aqueles que utilizam cadeira de rodas, e os 250 mil orelhões contam com a tecla para ampliação de volume (para deficientes auditivos) e também com um ponto em relevo no teclado (para deficientes visuais). No fim de 2007 existiam 1.772 aparelhos para deficientes auditivos, cujo atendimento é feito via Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte.

Oferecemos ferramentas e serviços que protegem os equipamentos dos clientes de "pragas digitais"

Telefônica orienta clientes sobre abusos na internet e desrespeito à propriedade intelectual

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) são uma ferramenta-chave para favorecer o desenvolvimento sustentável das sociedades em aspectos tão variados como o acesso à educação, o progresso econômico e o respeito ao meio ambiente

As telecomunicações são uma ferramenta-chave para favorecer o desenvolvimento sustentável das sociedades em aspectos tão variados como o acesso à educação, o progresso econômico e o respeito ao meio ambiente. Alguns exemplos dos benefícios que as telecomunicações podem gerar nesse sentido são:

- **Maior alcance comercial e rapidez nas transações:** as empresas que utilizam a internet como canal de relacionamento ampliam o acesso a seus serviços com menos sedes e recursos humanos;
- **Novos estilos de trabalho e benefícios para a sociedade:** as TICs possibilitam realizar reuniões e outros compromissos à distância.

Segurança na internet

A internet traz inúmeras vantagens a seus usuários, mas também oferece riscos. Entre as ameaças mais freqüentes estão os vírus, que têm o poder de danificar arquivos ou o computador; os programas que recolhem informações sobre os hábitos do usuário para transmitir a uma entidade externa; e o e-mail indesejado (*spam*), que implica intromissão da intimidade dos usuários por meio do envio maciço de comunicações não-solicitadas com fins diversos.

A colaboração da Telefônica no combate ao *spam* e outras "pragas digitais" se materializou em atuações específicas e recomendações aos seus clientes sobre o uso correto da internet, canais de recepção de denúncias e oferta de ferramentas e serviços para proteger os equipamentos desses clientes, como o Centro de Segurança, do Terra, e o Segurança Speedy. Os contratos do Speedy prevêem a extinção da prestação do serviço em caso de uso indevido de internet, como, por exemplo, disseminação de *spam* ou vírus.

A Telefônica coloca à disposição de seus clientes, de empresas de segurança de informática e de outros operadores endereços de e-mail específicos para denúncias de uso abusivo da internet (security@telesp.net.br e abuse@telesp.net.br). O usuário identificado efetivamente como abusivo pode até mesmo ser desligado da rede da Telefônica.

No que diz respeito à quebra de privacidade e acesso a dados pessoais dos clientes, é importante destacar que, em 2007, a Telefônica não recebeu nenhuma reclamação nesse sentido.

Propriedade intelectual

O Grupo Telefônica acredita que o respeito à propriedade intelectual é benéfico a toda a sociedade. Por isso, colaboramos na luta contra o uso ilegal das redes de comunicação eletrônicas. Nesse sentido, o Terra oferece o Sonora, produto que permite ao internauta ouvir e comprar milhares de músicas das principais gravadoras, na íntegra, e com qualidade de CD.

Vista da central de monitoramento

Tecnologia a favor do cidadão

Em 2005, a segurança da população de São Paulo ganhou um reforço através de um sistema de monitoramento de imagens implementado pela prefeitura por meio da Telefônica Engenharia de Segurança (TESB), empresa dedicada à elaboração e implementação de projetos e sistemas de segurança e automação.

Foram doadas 35 câmeras para fazer o monitoramento das principais áreas públicas da capital. O sistema permite à Guarda Civil Metropolitana incrementar a capacidade do Estado na proteção dos bens, serviços e instalações públicas, além de aumentar a segurança dos cidadãos. Depois da contribuição do Grupo Telefônica, outras empresas e associações também colaboraram com o projeto. No início de 2008, já eram quase 100 as câmeras instaladas em áreas importantes da cidade.

Queremos fomentar um ambiente em que jovens possam usar a tecnologia de forma saudável

Projeto Gerações Interativas busca promover o uso seguro da internet por crianças e adolescentes

No Brasil, iniciativa envolve a realização de uma pesquisa com estudantes da rede pública e privada do Estado de São Paulo. Adicionalmente, vem desenvolvendo iniciativas baseadas em quatro pilares: segurança, sensibilização, formação e desenvolvimento de produtos e serviços

Em meados de 2007, o Grupo Telefônica lançou para toda a América Latina o projeto Gerações Interativas, que tem como objetivo promover o uso responsável das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) por jovens.

Os principais objetivos do projeto são proteger crianças e adolescentes de conteúdos inadequados que chegam a eles por meio das tecnologias (internet, TV e telefonia móvel), sensibilizar e educar pais e professores, posicionar a Telefônica como uma marca para o lar e a família e alinhar as mensagens e atuações das empresas do Grupo.

A primeira iniciativa do projeto foi a realização de uma pesquisa com crianças e adolescentes. A pesquisa está sendo coordenada pela Universidade de Navarra e desenvolvida nos países com o apoio da Fundação Telefônica, por meio do programa EducaRede. O objetivo é conhecer a posse e uso das tecnologias por esse público e entender o impacto nas relações sociais.

A coleta dos dados se deu em parceria com as escolas e a pesquisa é respondida pela internet. Foram elaborados dois tipos de questionário: para crianças de 6 a 9 anos e para jovens de 10 a 18 anos, todos do Estado de São Paulo.

Em janeiro de 2008, o Grupo Telefônica formou um grupo de trabalho no Brasil que, a partir dos resultados obtidos na pesquisa, irá atuar na elaboração de iniciativas baseadas em quatro pilares: segurança, sensibilização, formação e desenvolvimento de produtos e serviços. O grupo é coordenado pela área de Comunicação e Responsabilidade Corporativa e formado por representantes de áreas diversas.

Auto-regulação

Desde 2003, o Grupo Telefônica tem desenvolvido ações para fomentar o uso responsável das novas tecnologias por crianças e adolescentes. Naquele ano, o Terra tomou a iniciativa de fechar o serviço Páginas Pessoais, restringindo-o apenas a seus assinantes, uma vez que o Terra tem seus contatos e pode identificá-los. O serviço até então era gratuito e aberto a todos os internautas.

Com o fechamento do serviço, houve praticamente o fim das denúncias de divulgação de conteúdo ilícito.

Desde então, o Terra tem participado ativamente de movimentos para coibir a divulgação de conteúdo ilícito na internet, tendo participado de um convênio firmado com o Ministério Público de São Paulo para encaminhamento das denúncias recebidas.

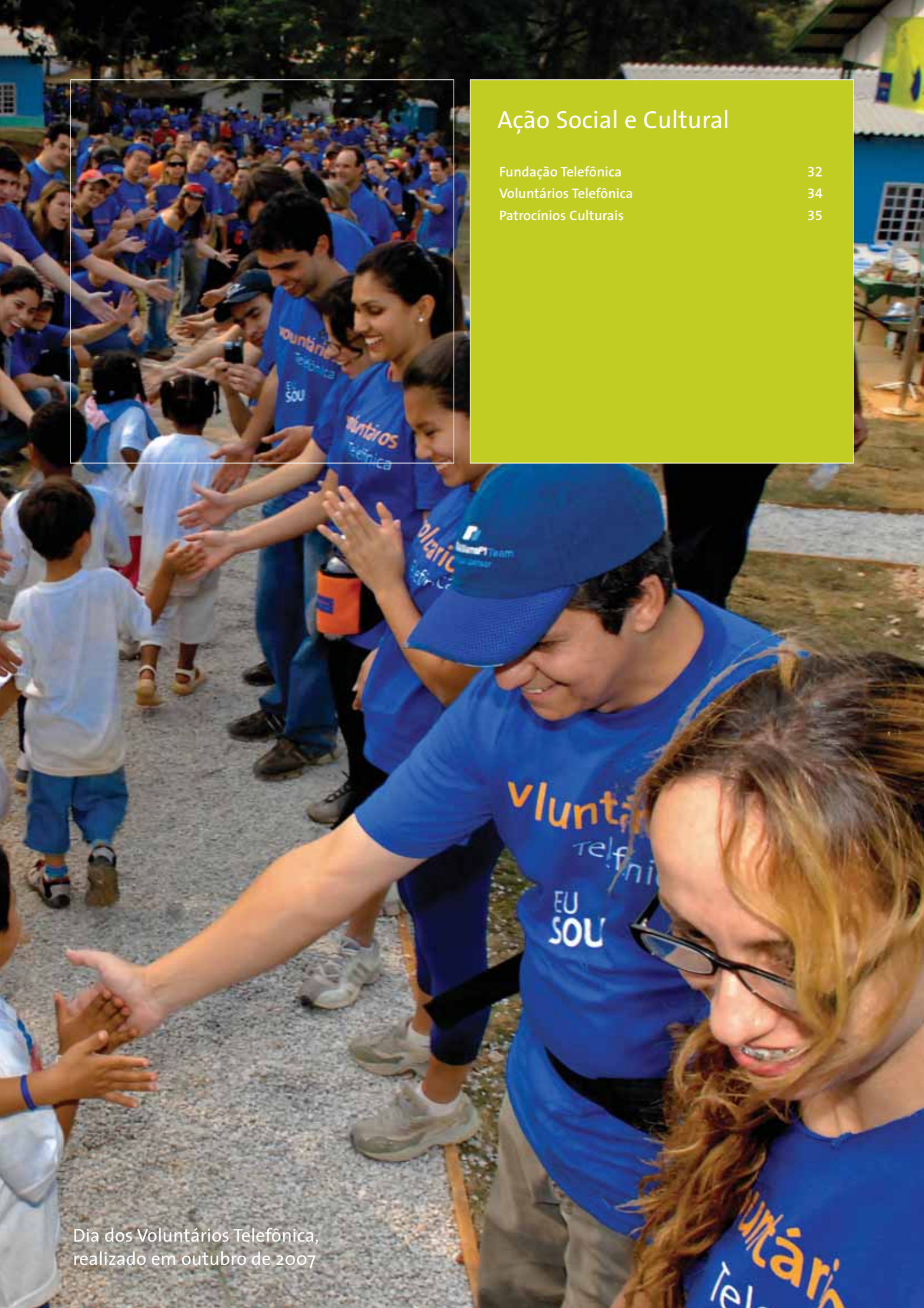
O Terra mantém de forma permanente o selo institucional da campanha governamental contra a pornografia infantil e a veiculação de conteúdos discriminatórios. O portal também divulga em seus boletins um botão intitulado "Denuncie Crimes na Internet", que possui um *link* ativo para o *site* da associação civil Safernet, que criou a Central Nacional de Denúncias e possui um acordo de cooperação com o Ministério Público Federal para apuração de denúncias de crimes cibernéticos.

Em 2005, a Telefónica S.A. aprovou a Normativa de Conteúdos para Adultos com o objetivo de regular a oferta desse tipo de conteúdo pelas diferentes tecnologias oferecidas pelas empresas do Grupo. Em fevereiro de 2008, o Grupo começou a realizar uma auditoria em suas diversas operações para avaliar o grau de adequação das empresas à norma. A auditoria foi iniciada pela América Latina e o Brasil (Telefônica e Terra) foi o primeiro país a passar pelo processo. A auditoria foi realizada pela ONG Seu Abrigo, parceira da espanhola Protégeles.

Produtos e serviços

As empresas do Grupo oferecem produtos e serviços para possibilitar que seus clientes controlem o uso das novas tecnologias por crianças e adolescentes. O Terra oferece o Centro de Segurança (www.terra.com.br/seguranca), que coloca à disposição do usuário um pacote de soluções de segurança para manter o micro e a conexão protegidos de qualquer tipo de ataque. Entre os serviços oferecidos, está o Controle dos Pais, que permite definir os sites que podem ser acessados pelos filhos. O mesmo serviço é oferecido pela Telefônica TV Digital em relação a canais e programas. O Segurança Speedy segue na mesma linha: com o software, é possível bloquear o acesso a sites selecionados.

Procuraremos colaborar em parcerias com organizações civis, comunitárias e sem fins lucrativos, bem como com iniciativas públicas voltadas à redução dos problemas sociais nas regiões em que atuamos, principalmente com o uso de nossa capacidade e tecnologia.



Ação Social e Cultural

Fundação Telefônica 32
Voluntários Telefônica 34
Patrocínios Culturais 35

Dia dos Voluntários Telefônica, realizado em outubro de 2007

Incorporamos, em nível mundial, o conceito de meta social, que está integrado às metas globais de negócios

Fundação Telefônica investiu R$ 19 milhões em 2007, o dobro do que foi aplicado no ano anterior

Programa Proniño atendeu 52 mil crianças e adolescentes na América Latina, contando com o envolvimento de empresas em 13 países. No Brasil, o Pró-Menino/Combate ao Trabalho Infantil beneficia 19 projetos do Estado de São Paulo que, juntos, atendem 6 mil crianças

O investimento social do Grupo Telefônica é coordenado pela Fundação Telefônica (www.fundacaotelefonica.org.br), que, desde a sua criação, em 1999, dedica-se a impulsionar o desenvolvimento social através da educação e da defesa dos direitos das crianças e dos jovens. Até o final de 2007, já havia apoiado e investido em mais de 280 projetos. O número de beneficiados ultrapassou a marca dos 6 milhões, considerando os projetos de iniciativa própria, como os portais Pró-Menino (www.promenino.org.br) e EducaRede (www.educarede.org.br), executados por entidades sem fins lucrativos, e outros em parcerias com organizações que se enquadram nas diretrizes dos programas de desenvolvimento social da Fundação.

O orçamento destinado a projetos sociais pela Fundação Telefônica em 2007 foi de R$ 19 milhões, mais que o dobro do valor destinado em 2006. No mesmo período, o investimento global da Fundação Telefônica nos países em que está presente foi de R$ 135,7 milhões – cerca de 14% dirigido ao Brasil.

Dentro da pesquisa RepTrak, no que diz respeito ao atributo "apóia causas sociais", o índice foi de 52,8%. Ou seja, esse percentual indica a quantidade de pessoas que relaciona a Telefônica a uma empresa que investe nessa área. Para fortalecer ainda mais esse seu compromisso, em 2007, a instituição incorporou o conceito de meta social desenvolvido pelo Grupo Telefônica em nível mundial, cujo objetivo é integrar a estratégia de investimento social às metas globais das empresas do Grupo. Entre os resultados de destaque, está o atendimento a 52 mil crianças e adolescentes pelo Programa Proniño (Pró-Menino, no Brasil), que contou com o envolvimento das empresas do Grupo em 13 países na América Latina.

São quatro os eixos de trabalho da Fundação Telefônica, dos quais três estão descritos a seguir, e o quarto, o Voluntários Telefônica, está na página 34.

EducaRede

Com o objetivo de promover a melhoria da qualidade da educação pública por meio da inclusão digital, este programa tem como ferramenta central um portal aberto e gratuito, dedicado prioritariamente a alunos e professores do ensino público fundamental e médio. Desenvolvido pela Fundação Telefônica, em parceria com o Cenpec – Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária, com a Fundação Vanzolini e com o portal Terra, o EducaRede é uma ferramenta complementar à sala de aula.

Com seis anos de funcionamento, o EducaRede apresenta média mensal de 1,1 milhão de páginas vistas. Do total de usuários, 80% são da rede pública. O portal se destaca pelos ambientes interativos e de participação direta, que constituem um espaço de apoio ao professor. A Fundação Telefônica já investiu mais de R$ 10 milhões no EducaRede.

Em 2007, a seção **Comunidade Virtual** passou a ser disponibilizada para utilização autônoma pelo público. Foram criadas, a partir do portal, seis comunidades virtuais envolvendo cerca de 9.400 alunos e professores. Além dessas, outras 26 comunidades foram abertas, a pedido de professores internautas.

No que diz respeito às ações presenciais, o projeto Rede de Capacitação tem o objetivo de disseminar o uso pedagógico da internet. Ao longo de 2007, as capacitações atingiram 3.500 professores de 46 municípios do Estado de São Paulo.

Fórum

Reúne atividades orientadas a gerar conhecimento e reflexão sobre assuntos vitais para a área em que a empresa atua. No Brasil, uma importante realização foi o lançamento do Digiworld América Latina 2007, um primeiro relatório de uma publicação que pretende ser periódica, com o objetivo de acompanhar os avanços da sociedade da informação na região. Para marcar o lançamento, o Grupo Telefônica promoveu, em parceria com a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas, o debate "Banda Larga no Brasil: Barreiras à Expansão e Papel na Inclusão Social". Outro projeto desenvolvido é o Memória Telefônica, que tem como objetivo a preservação do acervo histórico de telecomunicações e sua disponibilização para a população (www.museudotelefone.org.br).

Crianças brincam no Projeto Anchieta, entidade apoiada pelo Pró-Menino

Pró-Menino

Este programa integra quatro linhas de atuação, ligadas ao desenvolvimento social e à proteção dos direitos da criança e do adolescente, com o objetivo de alcançar a proteção integral desses jovens. São elas:

Combate ao trabalho infantil
Esta vertente tem como finalidade contribuir para erradicar o trabalho infantil, assegurando o direito da criança à formação integral. No Brasil, a Fundação Telefônica apoiou, ao longo de 2007, cinco projetos de combate ao trabalho infantil urbano e anunciou, em novembro, outros 14 a serem apoiados ao longo de 2008. Juntos, esses 19 projetos, todos no Estado de São Paulo, beneficiam diretamente cerca de 6 mil crianças e adolescentes.

Jovens em conflito com a lei
Esta linha de ação tem como objetivo ampliar a qualidade dos serviços de atendimento ao adolescente autor de ato infracional, em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto. A Fundação Telefônica já colaborou técnica e financeiramente para a execução de projetos em 28 cidades brasileiras, com benefício para mais de 4.400 adolescentes. Dentre eles, estão 16 novas iniciativas no Estado de São Paulo, cujo apoio foi anunciado em novembro de 2007 e que irão assistir cerca de 2.200 jovens.

Redes de atenção a crianças e adolescentes
Esta linha de ação contribui para o financiamento de projetos de implantação de redes sociais e eletrônicas de informação entre os Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente e as entidades de assistência a esse público nos municípios. A iniciativa envolveu, em 2007, a articulação e ações de capacitação que alcançaram 419 organizações governamentais e não-governamentais em oito municípios.

No caso dos projetos propostos e executados por terceiros, nas três vertentes do programa Pró-Menino, o processo de seleção se dá com o envio de propostas por parte dos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, em resposta a convocatórias públicas enviadas pela Fundação Telefônica. Em 2007, foram convidados os Conselhos dos 200 municípios com maior população no Estado de São Paulo, que enviaram 148 propostas. Estas foram analisadas por especialistas para chegar à seleção final. Os 30 novos apoios e as cinco renovações de projetos somam cerca de R$ 7 milhões em investimentos ao longo de 18 meses.

Portal Pró-Menino
Criado em novembro de 2003, o Portal Pró-Menino é um importante canal de informação e formação para profissionais que atuam na área da proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes. Seu objetivo é subsidiar profissionais da área, com base nas diretrizes do ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente. O Portal Pró-Menino promove, anualmente, o Concurso Causos do ECA, em parceria com a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) e com o EducaRede. A terceira edição, realizada em 2007, registrou recorde no número de inscrições: foram 665 textos enviados de todas as regiões do Brasil. O concurso reconhece histórias reais de transformação proporcionada pela aplicação do ECA.

NÚMERO DE PROGRAMAS E PROJETOS REALIZADOS EM 2007, POR LINHA DE ATIVIDADE

Linha de atividade	Nº de programas	Nº de projetos
Educação	2	14
Direitos da Criança e do Adolescente	1	44
Voluntariado	1	12
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	1	4
Total	**5**	**74**

NÚMERO DE BENEFICIADOS DOS PROGRAMAS E PROJETOS, POR LINHA DE ATIVIDADE, EM 2007*

Linha de atividade	Nº de pessoas	% sobre total
Educação	129.763	74,64%
Direitos da Criança e do Adolescente	19.211	11,05%
Voluntariado	10.206	5,87%
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	14.667	8,43%
Total	**173.847**	

* Pessoas que tenham tido relação direta durante o ano de 2007 com qualquer atividade oferecida via programas e projetos, como usuários dos portais, participantes de projetos culturais, beneficiários de projetos de desenvolvimento social de adolescentes.

Formatamos o programa para apoiar tanto o empregado que já é voluntário quanto o que deseja começar a se engajar

Voluntários Telefônica envolveu 3.940 empregados nas 12 ações realizadas ao longo do ano

Bons resultados colhidos em 2006 fizeram Brasil "exportar" Dia dos Voluntários para outros 13 países; no país, 1.500 colaboradores participaram da ação em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Campinas, Santos, São José do Rio Preto e Ribeirão Preto

Coordenado pela Fundação Telefônica e pelas áreas de Recursos Humanos e Comunicação da empresa, o Voluntários Telefônica foi desenvolvido para apoiar tanto o empregado que já é voluntário quanto o que deseja se engajar em ações dessa natureza. A iniciativa nasceu em 2005, como projeto-piloto, e em 2006 foi estendida para todas as principais empresas do Grupo. Para atender a expectativas, disponibilidade e perfis diversos, o programa tem cinco linhas de atuação. Somando todas elas, em 2007 foram dedicadas cerca de 14.500 horas de trabalho dos 3.940 empregados envolvidos.

Nesta página, imagens do Dia dos Voluntários em 2007

Dia dos Voluntários

Realizado pela primeira vez no Brasil em 2006, contou com a adesão de mil empregados do Grupo. A mobilização foi concebida nos moldes do conceito do "Dia de Fazer a Diferença" – um dia intenso de trabalhos, com reformas estruturais e diversas outras ações de transformação em instituições e projetos sociais. Bem-sucedida, a ação inspirou a replicação, em 2007, em 13 países onde o Grupo Telefônica está presente. Só no Brasil, foram 1.500 os empregados envolvidos (50% mais do que em 2006), distribuídos em sete cidades. Em São Paulo, a organização beneficiada foi o Projeto Anchieta, na Zona Sul da cidade – já apoiado pela Fundação Telefônica nas ações de combate ao trabalho infantil. A entidade atende 400 crianças e adolescentes de 4 a 18 anos.

A seguir, conheça as linhas de atuação do programa:

Campanhas
Com programação orientada em determinadas épocas, as campanhas podem também acontecer em função de emergências, como foi o caso de uma mobilização entre os funcionários em apoio às vítimas do terremoto no Peru, na qual foram arrecadadas 85 toneladas de materiais, entre roupas, cobertores, cestas básicas e remédios.

Capacitações
Abordam temas como Responsabilidade Social Corporativa, Terceiro Setor e Voluntariado. Em 2007, 428 empregados participaram das oficinas.

Concurso de projetos
Esta linha de ação consiste no apoio a propostas de fortalecimento institucional das organizações onde já trabalham de maneira individual os voluntários. Os empregados inscrevem propostas e são capacitados para a elaboração de projetos. Em 2007, foram premiados nove projetos com R$ 10 mil cada um.

Incentivo Criança
Esta é uma campanha que estimula os empregados a doarem recursos financeiros para os Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, com possibilidade de dedução na declaração do Imposto de Renda (pessoas físicas podem deduzir até 6% do imposto devido). Os recursos arrecadados são distribuídos a organizações cadastradas nos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente. Em 2007, a arrecadação da campanha, que somou R$ 309 mil, entre doações dos empregados e contrapartida da empresa, foi destinada à Sociedade Humana Despertar, em Sumaré (SP). A entidade já é parceira da Fundação Telefônica na linha de combate ao trabalho infantil e assiste cerca de 400 crianças e adolescentes.

Projeto Cônego ConVida
O objetivo da iniciativa é revitalizar o entorno do prédio da TGestiona, na Barra Funda, beneficiando também os moradores da região. As ações giram em torno dos temas limpeza, segurança, cultura e cidadania.

Nossa política de patrocínios aumenta a visibilidade da marca e aproxima nossas empresas da sociedade

Foco do Grupo Telefônica é democratizar o acesso da população à cultura e à tecnologia

As 75 iniciativas realizadas atingiram cerca de 3 milhões de clientes diretos que participaram de eventos gratuitos de música popular e clássica e de arte, além de fóruns que promoveram o uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação

Por meio de suas ações de patrocínio, o Grupo Telefônica busca principalmente democratizar o acesso da população à cultura e promover o uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Sua política de patrocínios contribui para melhorar a imagem do Grupo Telefônica, aumentando a visibilidade da marca e aproximando suas empresas da sociedade e também para alinhar as ações de patrocínio com benefícios aos clientes de seus produtos e serviços.

Em 2007, foram patrocinadas 75 iniciativas, sendo 46 institucionais e 29 promovidas por empresas do Grupo. Com elas, atingimos mais de 3 milhões de clientes diretos. Entre as iniciativas que tinham como objetivo democratizar o acesso da população à cultura via música, vale destacar o **Telefônica Open Jazz**, que contou com uma apresentação gratuita da cantora Diana Krall no Parque Villa-Lobos, na cidade de São Paulo. O evento reuniu cerca de 35 mil pessoas no início de dezembro.

Outra ação foi o **Telefônica Trio Tons**, uma série de apresentações gratuitas de música popular em cidades do interior reunindo trios de artistas nacionais, com o intuito de divulgar o Trio Telefônica, produto lançado em 2007. O evento foi levado a Piracicaba, Campinas e Santos, tendo como formato fixo a reunião de três nomes de expressão da música brasileira: Paralamas do Sucesso, Roberto Frejat e uma cantora – Paula Toller, Maria Rita e Vanessa da Mata estiveram no palco, cada uma delas em uma das cidades. Na abertura do evento, há uma apresentação de música erudita – como estratégia para popularização do gênero – feita pela Bachiana Chamber Orchestra, regida pelo maestro João Carlos Martins, internacionalmente reconhecido pela sua obra como pianista. Além dessa participação, a orquestra também realizou dez concertos, na capital e no interior.

Na linha de democratizar o acesso à cultura por meio da arte, o Grupo Telefônica patrocinou a exposição **O(s) Cinéticos(s)**, vinda do Museu de Arte Reina Sofía, de Madri, para a sua única itinerância internacional. A mostra ficou em cartaz no Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo, de novembro de 2007 a janeiro de 2008 e recebeu o prêmio da Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA) na categoria Artes Visuais.

Com o intuito de promover o uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação, outro de seus objetivos na área de patrocínios, o Grupo Telefônica patrocinou o **Broadband World Forum**, evento internacional para debate da internet em banda larga, realizado em São Paulo em dezembro.

Ainda em 2007, foi definido o apoio à **Campus Party Brasil**, versão brasileira do maior evento de internet do mundo, realizado em fevereiro de 2008. A feira acontece na Espanha desde 1997. Foi a primeira vez que o evento ocorreu fora da Europa. O país foi escolhido para sediar o evento porque os brasileiros são os maiores usuários de internet do planeta e também os maiores consumidores das redes sociais da *web*.

Evento do Trio Tons, apresentação da Bachiana Chamber Orchestra e Telefônica Open Jazz

Realizações 2007

No início de 2007, assumimos 25 metas para o ano

Conheça os resultados de nossa gestão em Responsabilidade Corporativa

Como demonstração de nosso compromisso com a transparência, apresentamos os avanços nos diferentes temas. Enquanto em alguns evoluímos significativamente, em outros ainda temos bastante a melhorar

RESPONSABILIDADE CORPORATIVA		
Auditoria do Informe 2007 (publicação em 2008) sob a norma AA1000/AS	Cumprido 100%	Este informe, referente ao ano de 2007, foi verificado pela Ernst & Young Auditores Independentes sob a norma AA1000/AS.
Realização de painéis de diálogo com grupos de interesse para apresentação do Informe de RC 2006	Cumprido 100%	Em novembro de 2007, foi realizado o primeiro painel de diálogo multistakeholder para analisar o Informe 2006. Sugestões feitas pelos participantes do painel estão incorporadas neste relatório.
Implantação de programa de relacionamento para ouvir as demandas dos *stakeholders*	Cumprido 60%	Foi implementado um programa de relacionamento com os órgãos de defesa do consumidor. Porém, o programa não foi estendido para os demais públicos de relacionamento.
Treinamento de 100% dos empregados na Telefônica nos Princípios de Atuação e iniciar treinamento nas demais empresas do Grupo	Cumprido 40%	Até o final de 2007, 50% dos empregados da Telefônica haviam concluído o programa de formação. O treinamento não foi implantado no restante do Grupo.
Criação do escritório local para garantir a aplicação dos Princípios de Atuação e preparação de plano para cada um dos Princípios, com estabelecimento de metas	Cumprido 100%	Foi criada a Oficina dos Princípios de Atuação e preparado um mapa de riscos para garantir o cumprimento dos Princípios.
Implementação de plano estratégico de melhoria de imagem baseado nos resultados no RepTrak, com acompanhamento do comitê diretivo da Telefônica	Cumprido 100%	Durante o ano de 2007, os resultados do RepTrak foram apresentados em reuniões do comitê diretivo juntamente com análise e propostas para melhoria.
Identificação e treinamento dos empreendedores internos	Cumprido 100%	Foram lançadas a "Trilha do Empreendedor" e a "Incubadora de Negócios Telefônica", que selecionaram profissionais para desenvolver projetos inovadores na companhia.
Lançamento do Desafio Empreendedor Telefônica, concurso externo para incentivar a inovação	Cumprido 100%	Foi lançado concurso "Desafio Empreendedor", que buscou estimular a inovação, o empreendedorismo e a criatividade entre estudantes e profissionais brasileiros.

CLIENTES

Implantação do projeto Experiência Cliente, com o objetivo de satisfazer as necessidades do cliente	Cumprido 40%	A companhia segmentou sua base de clientes e passou a desenvolver produtos e serviços para os diferentes perfis, mas algumas iniciativas foram adiadas para 2008, como é o caso da criação do Centro de Operações Comerciais, que garante o acompanhamento da reclamação do cliente até a solução.
Criação do Comitê de Qualidade, com a participação da alta direção da empresa, para discutir temas focados na satisfação do cliente	Cumprido 100%	Foi criado o Comitê de Qualidade, que durante o ano de 2007 realizou acompanhamento dos indicadores de satisfação dos clientes e das iniciativas para melhoria da qualidade.
Implantação da exigência para que todos os empregados dediquem ao menos uma hora por semana a atender clientes	Cumprido 20%	Em 2007, os diretores da Telefônica efetuaram visitas a clientes residenciais e comerciais e também a órgãos de defesa do consumidor, mas o projeto não envolveu todos os empregados.
Determinação de que toda reunião do comitê diretivo deverá tratar ao menos de um tema relacionado à satisfação do cliente	Cumprido 100%	Em todas as reuniões do comitê diretivo foram discutidos temas relacionados à satisfação do cliente.
Estender a certificação ISO 9001 para o segmento Empresas	Cumprido 100%	A Telefônica manteve a ISO 9001 para os segmentos Resindecial e Negócios e obteve a recomendação de certificação para o segmento Empresas.

EMPREGADOS

Melhoria da satisfação dos empregados, atingindo 77% de favorabilidade	Cumprido 0%	A pesquisa de satisfação registrou queda, atingindo 74% de favorabilidade. Ainda assim a companhia manteve-se na lista das melhores empresas para trabalhar do Great Place to Work® Institute.
Lançamento do programa de qualidade de vida na Telefônica	Cumprido 100%	Foi lançado o programa "ComViver", com ações voltadas à melhoria da qualidade de vida dos empregados.
Lançamento do modelo de liderança, com treinamento dos líderes no mapa estratégico da empresa	Cumprido 50%	Todos os executivos foram convocados para o treinamento no mapa estratégico do Grupo e orientados a repassar informações às equipes. Já o programa de liderança foi adiado para 2008 devido à reestruturação dos níveis hierárquicos da empresa.
Mapeamento dos talentos executivos da empresa	Cumprido 20%	Foi desenvolvido planejamento do programa, mas o lançamento foi adiado para 2008 devido à reestruturação dos níveis hierárquicos da empresa.

SOCIEDADE

Ampliar o programa, beneficiando 1.220 crianças e adolescentes	Cumprido 100%	Foram beneficiadas 8.291 crianças e adolescentes com o Programa Pró-Menino em 2007.
Orientar a política de patrocínios para o uso social das TICs e democratização do acesso à cultura	Cumprido 100%	Em 2007, foram patrocinados diversos shows abertos à população (Telefônica Trio Tons e Open Jazz), e também iniciativas para debater e incentivar o uso das tecnologias (Broadband World Forum e Campus Party).
Realizar o Dia dos Voluntários simultaneamente em São Paulo e em outras cinco cidades e envolver 2 mil empregados	Cumprido 80%	Foi realizado simultaneamente em São Paulo e outras seis cidades, envolvendo 1.600 empregados do grupo. No ano anterior, mil empregados haviam participado.
Uso da infra-estrutura própria de banda larga e TV para promover a inclusão digital em escolas	Cumprido 80%	Durante o ano de 2007, a empresa participou de debates com o governo e deu início aos preparativos para levar infra-estrutura às escolas públicas urbanas. O anúncio oficial do programa foi feito pelo Governo Federal em abril de 2008.

MEIO AMBIENTE

Realização de estudo de impacto ambiental	Cumprido 100%	Foi realizado um estudo de impacto ambiental piloto no edifíicio-sede da Telefônica.
Implantação de ferramentas e de um grupo de trabalho para melhorar a qualidade dos dados ambientais da Telefônica	Cumprido 40%	Foram efetuadas diversas reuniões para discussão dos aspectos que necessitam de um melhor acompanhamento. Porém, o início do acompanhamento periódico deve acontecer em 2008.
Substituição do papel convencional por papelaria reciclada para documentos internos; realização de estudo para implantar a mudança também para as contas telefônicas	Cumprido 100%	Foi implantada papelaria reciclada em 17 edifícios administrativos de maior população. A empresa também realizou pesquisa com clientes e testes para impressão das contas no papel reciclado.
Implantação da e-conta com possibilidade de substituição da conta telefônica em papel	Cumprido 20%	A empresa deu início à implantação de sistemas de informática, mas o atraso no desenvolvimento dessas ferramentas adiou o lançamento da e-conta para 2008.

Metas 2008

Para o ano de 2008, estabelecemos 12 metas de Responsabilidade Corporativa

Responsabilidade Corporativa e Princípios de Atuação

1	Princípios de Atuação	Ampliar a formação nos Princípios de Atuação na Telefônica, atingindo 80% do quadro de empregados formados.
2	Diálogo com as partes interessadas	Realizar novo painel de diálogo para avaliar este Informe de Responsabilidade Corporativa.
3	Plano Estratégico de RC	Desenvolver e dar início à implantação de um Plano Estratégico de Responsabilidade Corporativa baseado nos resultados do autodiagnóstico 2007.

Clientes

4	Satisfação do Cliente	Desenvolver iniciativas para melhoria do cumprimento dos prazos e redução do volume de reclamações, superando o nível 6 na pesquisa de satisfação de clientes.
5	Programa Gerações Interativas	Este programa tem como objetivo proteger crianças e jovens no uso das novas tecnologias. Entre os objetivos de 2008, estão a realização da segunda etapa da pesquisa com estudantes sobre o uso de tecnologias e o desenvolvimento de iniciativas nos eixos estabelecidos pelo programa: auto-regulação, lançamento de produtos e serviços, educação de pais e professores e formação de redes sociais.

Empregados

6	Satisfação dos empregados	Desenvolvimento de iniciativas para garantir transparência e reconhecimento aos empregados, entre as quais estão: • Divulgação interna das oportunidades de carreira, com 55% das vagas preenchidas internamente; • Valorização de êxitos e atitudes diferenciados, implantando programa de reconhecimento interno em todas as diretorias executivas; • Publicação de regras e tabelas salariais dos cargos não-executivos na intranet até dezembro/2008. Com essas iniciativas, o objetivo é manter o nível de satisfação entre os empregados acima de 70%.
7	Modelo de liderança	Aplicação dos dois módulos do Programa de Desenvolvimento de Líderes para os executivos da Telefônica, formando líderes mais próximos de suas equipes.

Meio Ambiente

8	Gestão ambiental	Lançar um Plano de Gestão Ambiental na Telefônica, identificando as atuações prioritárias que devem ser desenvolvidas em cada área da companhia.

Fornecedores

9	Compras responsáveis	Dar início à implantação do programa de avaliação de fornecedores em critérios de Responsabilidade Corporativa. Estender os Princípios de Atuação para pequenas e médias empresas fornecedoras, por meio de um programa de formação em RC.

Sociedade

10	Pró-Menino	Manter o número de atendimentos diretos em 8.500 crianças e jovens e realizar um projeto de qualidade educativa em dez escolas freqüentadas por meninos atendidos pelo programa.
11	Voluntários Telefônica	Realizar novamente o Dia dos Voluntários Telefônica envolvendo 20% do quadro de empregados das empresas participantes.
12	EducaRede	Ampliar o uso das ferramentas do portal em projetos pedagógicos, atingindo mais de 4 mil escolas.

Indicadores-Chave

Veja nesta página os principais indicadores de percepção de nossos diversos públicos de relacionamento e também os dados operacionais de nossa atuação

PERCEPÇÃO DOS STAKEHOLDERS

	2007	2006	2005
Satisfação dos empregados*	74%	75%	80%
Satisfação do cliente*	5,81	5,99	**
Residencial	5,93	5,70	**
Negócios	5,48	6,10	**
Empresas	5,82	7,31	**
Satisfação de fornecedores	6,93	–	6,90
Reputação na sociedade (RepTrak)***	45	54	55
RepTrak - Oferta	45	53	54
RepTrak - Trabalho	53	58	62
RepTrak - Integridade	50	56	55
RepTrak - Liderança	56	59	63
RepTrak - Inovação	59	62	63
RepTrak - Finanças	69	67	70
RepTrak - Cidadania	54	58	62
Apóia causas sociais	53	56	58
Protege o meio ambiente	51	58	61

INDICADORES OPERACIONAIS

Impacto econômico (em milhão de R$)			
Receita líquida	21.658	20.853	20.700
Investimento em infra-estruturas (Capex)	2.892	2.875	2.950
Investimento em inovação tecnológica	2.222	2.149	2.066
Impostos	9.364	8.805	8.688
Volume de compras contratado	11.136	12.688	10.798
Clientes			
Número total de acessos de clientes (em mil)	49.001	44.755	46.406
Número total de reclamações (em mil)*	2.581	–	–
Empregados			
Número total de empregados	75.839	65.993	63.743
Horas de formação por empregado - Telefônica	20	21	19
Horas de formação por empregado - Atento	73	91	–
Fornecedores			
Número de fornecedores contratados	3.231	3.547	2.513
Sociedade			
Investimento social - Fundação Telefônica (R$ mil)	19.397	9.700	8.100
Beneficiados diretos da Fundação Telefônica	173.847	47.718	225.241

* Informações se referem exclusivamente à Telefônica.
** Pesquisas utilizavam forma de medição diferente.
***Mais informações sobre a metodologia dessa pesquisa podem ser obtidas no Informe RC *Online*, na página de indicadores.

Ernst & Young Servicios Corporativos, S.L.U.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid (España)

Tel: +34 915 727 200
Fax: +34 915 727 450
www.ey.com/es

Verificação Independente

Uma mensagem da Ernst & Young

Por encargo da Comissão de Auditoria e Controle, revisamos o Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2007 da Telefónica S.A. e também as versões publicadas nos países em que a companhia atua, entre eles o Brasil. Assim como o Informe da Telefónica S.A. (**www.telefonica.es/rc2007**), o Informe do Grupo Telefônica no Brasil consta de duas partes: este documento impresso e a versão online completa do mesmo, disponível em **www.telefonica.com.br/informe/2007**.

Alcance dos trabalhos

Nosso trabalho consistiu na verificação da adequação do conteúdo do Informe aos:

- princípios e indicadores da AA1000 Assurance Standard emitida pela AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para as atividades desenvolvidas pelo Grupo Telefônica na Espanha, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru, Reino Unido, Irlanda e Alemanha.

- princípios e indicadores estabelecidos no guia de referência G3 da Global Reporting Initiative (GRI) para o limite global do Grupo Telefônica, incorporando em relação ao exercício de 2006 verificações nos seguintes países: Equador, Venezuela, Uruguai, Panamá, Guatemala Nicarágua e El Salvador.

Além da verificação do relatório corporativo, a Telefónica S.A. nos encarregou da verificação dos Informes locais nos seguintes países/regiões: Espanha, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru, Venezuela, América Central, Reino Unido, Alemanha, Irlanda e República Tcheca. Todos esses relatórios serão publicados nos próximos meses e estarão disponíveis na página **www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa**

As verificações consistiram em:

- ***Verificação do cumprimento dos padrões da GRI***

1. A adequação da estrutura e do conteúdo do Informe aos princípios e diretrizes estabelecidos nas diretrizes G3.

2. O adequado rastreamento da informação e dos dados correspondentes aos indicadores centrais e adicionais e do Suplemento Setorial de Telecomunicações, assim como a razoabilidade do critério seguido para consideração, em alguns casos, como não aplicáveis.

- ***Verificação sob a consideração da norma AA1000AS***

Os procedimentos de verificação foram desenvolvidos para avaliar, para o limite mencionado anteriormente, que o Informe de Responsabilidade Corporativa está adequado aos seguintes princípios:

1. Materialidade ou relevância da informação proporcionada em função das necessidades ou requerimentos das partes interessadas.

2. Integridade (ou completude) na identificação, entendimento e gestão dos impactos por meio dos sistemas e processos, incluindo os processos de compromisso com os públicos de relacionamento.

3. Capacidade de resposta ante os objetivos e expectativas dos públicos de relacionamento e a adequada e oportuna comunicação dos planos dirigidos a eles.

Dessa forma, foram consideradas as diretrizes estabelecidas na norma ISAE 3000 aplicável para a realização de verificações de relatórios não-financeiros com alcance limitado.

Os procedimentos de verificação incluíram fundamentalmente a realização de entrevistas com executivos das áreas corporativas e dos países mencionados, revisão de informações relevantes do Grupo e de notícias publicadas na imprensa, revisão dos processos de recopilação de informação e comprovação do rastreamento dos dados nas informações reportadas para cada um dos indicadores.

Nossa independência

As políticas de independência da Ernst & Young são de aplicação à firma, aos sócios e a seus profissionais. Essas políticas proíbem qualquer interesse financeiro em nossos clientes que possam comprometer nossa independência. A cada ano, os sócios e os profissionais são chamados a confirmar o cumprimento dessas políticas da empresa. As normas de independência da Ernst & Young excedem, em alguns pontos, os requerimentos da IFAC (International Federation of Accountants).

Nosso Relatório de Verificação Independente contém informações sobre o alcance do trabalho, o nível de verificação, as conclusões e nossa independência. Esse relatório está disponível no endereço **www.telefonica.es/rc2007** e também **www.telefonica.com.br/informe/2007**.

ERNST & YOUNG SERVIÇOS CORPORATIVOS, S.L.

Madri, 14 de julho de 2008.

Domicilio Social: Pl. Pablo Ruiz Picasso, 1. 28020 Madrid
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al
Tomo 9195, Libro 0, Folio 213, Sección 8a,
Hoja M-147960, Inscripción 64. C.I.F. B-28246163

Informe Anual de Responsabilidade Corporativa

Grupo Telefônica no Brasil
2007

Esta é uma versão resumida do Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil 2007. O relatório completo está disponível na internet, no endereço www.telefonica.com.br/informe/2007. Para críticas, dúvidas, comentários e sugestões sobre este Informe, escreva para respcorp@telefonica.com.br.

Os acionistas podem solicitar exemplares pelo e-mail ri.telefonicabr@telefonica.com.br.

Textos e edição
Diretoria de Comunicação Corporativa da Telefônica

Supervisão
Secretaria Geral Técnica da Telefônica Latinoamérica
Diretoria de Reputação e Identidade Corporativa da Telefónica S.A.

Produção gráfica
Idéia Visual

Fotografias
Pisco Del Gaiso (capa, páginas 6-7, 22-23 e 33)
Carlos Della Rocca (17, 28, 30-31 e 34)
Denis Ribeiro (páginas 11, 13, 17, 21 e 35)
Demais fotos e imagens: Arquivo Telefônica

Impressão
Ultraprint

Agradecimentos
Gostaríamos de agradecer:
- Ao Projeto Anchieta, entidade apoiada pela Pró-Menino, da Fundação Telefônica, e principalmente às crianças atendidas pela instituição que ilustram esta publicação (capa, páginas 20 e 21, 30-31 e 33).
- Aos trabalhadores do Centro Regional de Supervisão e Operações.
- Aos Voluntários Telefônica.

Por fim, agradecemos especialmente:
- Aos profissionais das empresas do Grupo Telefônica que colaboraram com informações, ajudaram na verificação de dados pelos auditores e realizaram a revisão de textos. Sem eles, esta publicação não seria possível.
- Às entidades participantes do Painel de Diálogo realizado em 2007 para receber sugestões e críticas sobre o Informe 2006 e pessoas que enviaram comentários por e-mail sobre o relatório publicado no ano passado.

Publicação: julho 2008

Grupo Telefônica no Brasil
Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2007

www.telefonica.com.br/informe/2007
Para comentários sobre este relatório, escreva para:
respcorp@telefonica.com.br