Informe Anual de Responsabilidade Corporativa Grupo Telefônica no Brasil

2008

Índice

02 Carta do presidente mundial

03 Carta dos presidentes na América Latina e no Brasil

04 Grupo Telefônica no Brasil

06 Motor de progresso

08 Programa Agora

09 Estratégia de responsabilidade corporativa

10 Excelência no negócio
Clientes **10**
Empregados **14**

1

18 Gestão íntegra e transparente
Princípios de atuação **18**
Acionistas e investidores **20**
Fornecedores **21**
Meio ambiente **22**

2

26 Contribuição ao progresso
Inclusão digital **26**
Inovação **28**
Programa Gerações Interativas **29**

3

30 Ação social e cultural
Fundação Telefônica **30**
Patrocínios **34**

4

36 Diálogo
Painel de diálogo para
avaliação do Informe RC **36**

5

36 Realizações 2008

38 Metas 2009

39 Indicadores chave

40 Verificação independente

Carta do Presidente Mundial

Querid@ amig@,

O exercício de 2008 foi para o Grupo Telefônica um bom ano em termos de Responsabilidade Corporativa por vários motivos. Em primeiro lugar, porque para 2011 marcamos como meta incorporar a sustentabilidade do negócio em nossas linhas estratégicas com o objetivo de incorporar o compromisso com a sociedade ao core business da companhia e, em conseqüência disso, vincular definitivamente o comportamento responsável com a gestão e a conta de resultados.

Essa vinculação nos está permitindo ter, a cada ano, um mesmo modelo global que se aplica de modo cada vez mais uniforme em todas as operações do Grupo Telefônica em 25 países, onde conta com cerca de 260 milhões de clientes, com mais de 157 mil profissionais e que, durante o exercício de 2008, investiu 8,4 bilhões de euros em infraestruturas e outros 4,6 bilhões de euros em pesquisa, desenvolvimento e inovação. Além disso, vincular a Responsabilidade Corporativa ao negócio nos permitiu em 2008 incrementar o índice de satisfação de nossos clientes, que, em média, alcançou 6,92, e melhorar o índice de clima e compromisso laboral de nossos empregados, que está em uma média de 69%.

Em segundo lugar, 2008 foi um bom ano em termos de RC porque avançamos significativamente no desenvolvimento de sistemas e processos internos que afiançam a integridade de nossa gestão por meio da Comissão de Recursos Humanos, Reputação e Responsabilidade Corporativa do Conselho de Administração da Telefônica S.A. Os mais de 60 mil profissionais formados em nossos Princípios de Atuação e a assinatura da declaração "Direitos Humanos: chamada para ação", do Pacto Global das Nações Unidas, são bons exemplos de como o Grupo Telefônica avança progressivamente em medidas para comprovar a integridade de nossa gestão. Assim, fomos reconhecidos mais um ano renovando nossa presença nos índices de investimento socialmente responsável mais relevantes do mundo: Dow Jones Sustainability Index (DJSI) e FTSE4Good.

Adicionalmente, 2008 foi um ano muito bom no qual colocamos ênfase em valorizr o impacto positivo de nossos produtos, serviços e soluções para a sociedade. Dessa forma, o Grupo investiu mais de 370 milhões de euros para reduzir a exclusão digital, sendo 275 milhões destinados a fundos de universalização, cerca de 15 milhões de euros a atividades de formação em Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), e mais de 80 milhões de euros para promover a inclusão econômica e geográfica.

Em qarto lugar, o exercício de 2008 representou a ratificação do compromisso do Grupo Telefônica com os programas de ação social e cultural. Segundo o modelo de medição LGB, em 2008, a companhia investiu cerca de 115 milhões de euros nesses programas. Entre eles, quero destacar especialmente o Pró-Menino, da Fundação Telefônica, que, pelo terceiro ano consecutivo, conseguiu duplicar o número de crianças escolarizadas, contribuindo para a luta contra o trabalho infantil. Hoje, mais de 107 mil meninos e meninas podem ver um futuro melhor graças ao trabalho conjunto da Fundação Telefônica com mais de 100 ONGs que atuam na América Latina.

Para terminar, considero e 2008 foi um bom ano em matéria de RC porque melhoramos nosso modelo de reporte e comunicação de nossos logros. Este Informe de RC brasileiro faz parte de uma coleção de 17 relatórios que já editamos nos diferentes nos quais estamos presentes, tornando real a estratégia de que a RC tem dois componentes importantes: o global (tal como impulsionam as iniciativas multilaterais das Nações Unidas, a GRI e índices como DJSI) e o local (respondendo, assim, às demandas das partes interessadas em cada país). Um ano mais, gostaria de reforçar o firme compromisso que o Grupo Telefônica tem com o Pacto Global das Nações Unidas, assim como com o cumprimento de seus princípios.

Confio que a leitura deste relatório será de seu interesse. Acreditamos que estamos avançando a cada ano, e esse avanço é, em grande medida, graças a quem, como você, confia em nós e nos impulsiona a fazer melhor a cada dia. Receba meu mais sincero agradecimento.

César Alierta
Presidente Mundial Executivo do Grupo Telefônica

Carta dos Presidentes na América Latina e no Brasil

Car@ amig@,

É com grande satisfação que apresentamos este Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil de 2008, ano que completamos 10 anos de atuação massiva no país. A publicação deste relatório, que já está em sua quinta edição, tem sido um importante instrumento de reflexão sobre nossa gestão e tem nos ajudado a evoluir em nossos objetivos de transparência e promoção do desenvolvimento sustentável.

Desde a primeira edição do Informe de Responsabilidade Corporativa seguimos as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) e esta já é segunda vez que adotamos também a norma AA1000/AS, da AccountAbility. Contamos, ainda, com verificação externa dos dados e do cumprimento dessas diretrizes pela empresa de auditoria Ernst & Young, o que tem assegura não apenas a utilização de informações mais precisas, mas também proporciona um relatório mais equilibrado.

Publicamos novamente neste Informe um balanço do cumprimento de metas fixadas em nosso último relatório e assumimos novos compromissos para desenvolver em 2009. Também buscamos inserir nesta edição sugestões feitas por representantes de nossos stakeholders que aceitaram nosso convite para debater e avaliar a edição anterior.

Em toda a América Latina, nossos objetivos até o final deste ano de 2009 estão estabelecidos pelo Programa Agora, que há dois anos inseriu em nossa estratégia metas de melhoria relacionadas a nossos principais públicos de relacionamento: Clientes, Empregados, Acionistas e Sociedade.

Nesse contexto, o ano de 2008 foi marcado por avanços em nossas operações no Brasil, mas também enfrentamos adversidades no período. O Grupo Telefônica se firmou como um dos maiores empregadores do país, com mais de 82 mil profissionais. Aumentamos nossos investimentos e levamos fibra ótica à casa do cliente, passando a oferecer internet em altíssima velocidade.

Lançamos o projeto Gerações Interativas, que tem como objetivo fomentar um entorno seguro para o uso das tecnologias por crianças e adolescentes e finalizamos uma ampla pesquisa sobre o tema. Os dados desse estudo, desenvolvido em uma parceria entre a Fundação Telefônica e a Universidade de Navarra, estão nos apoiando na realização de novas iniciativas relacionadas a esse tema.

Ampliamos o número de beneficiados pelos programas sociais da Fundação Telefônica e também reforçamos estratégia de investimento em ações de patrocínios voltadas a democratizar o acesso à cultura e promover o uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs).

Em relação ao Meio Ambiente, realizamos um diagnóstico na Telefônica SP para implantação de um sistema de gestão ambiental e continuamos a medir nossas emissões de CO_2, que mais uma vez estão divulgadas neste relatório. Também evoluímos em nosso propósito construir uma cadeia de suprimento mais responsável, com a implantação de programas de avaliação de fornecedores em critérios sócio-ambientais.

Mantivemos o foco na satisfação de nossos profissionais, fator considerado fundamental para alcançar nossos objetivos de negócio. A Atento obteve uma evolução de dois pontos percentuais na pesquisa de clima, atingindo 70% de favorabilidade, e a Telefônica SP conseguiu manter 74% mesmo no momento de transformação pelo qual passa a empresa.

Obtivemos um crescimento do índice de satisfação de nossos clientes – que passou de 5,81 para 5,99 – mas ainda com esse avanço estamos longe de atingir nosso objetivo. Para isso, temos atuado fortemente para melhorar os indicadores de prestação de serviço e, dessa forma, reduzir as reclamações que recebemos.

Por fim, em julho de 2008, enfrentamos um de nossos momentos mais complexos desde que iniciamos nossa atuação no Brasil: a paralisação da rede de dados da Telefônica SP, que afetou não apenas nossos clientes, mas também a sociedade em geral. Em continuidade à transparência que nos pautou desde o início desta ocorrência, relatamos neste Informe o que ocorreu e as providências tomadas.

Gostaríamos de agradecer mais uma vez sua confiança, por nos dar a oportunidade de apresentar informações de nossa gestão, e de convidar a todos para contribuir com críticas e sugestões para que possamos melhorar cadê vez mais este Informe, o que pode ser feito pelo endereço eletrônico respcorp@telefonica.com.br.

Boa leitura!

José Maria Álvarez-Pallete
Presidente da Telefônica Latinoamérica

Antonio Carlos Valente
Presidente do Grupo Telefônica no Brasil

Grupo Telefônica no Brasil

No informe online mais sobre:
Atuação do Grupo no Brasil e no Mundo

Força e liderança: em 10 anos no país, R$ 36,4 bilhões em investimentos e 60 milhões de acessos de clientes

Lançamento da internet em fibra ótica, em 2008, confirma pioneirismo da primeira empresa brasileira a oferecer, em 1999, conexões em banda larga, com o Speedy.

Atento, líder em contact center na América Latina, e Terra, maior portal multimídia do Brasil, atestam vocação para liderança; a Vivo, da qual a Telefônica controla 50%, é a maior empresa em telefonia móvel do país.

Campanha Institucional de 10 anos da Telefônica no Brasil

O Grupo Telefônica iniciou sua atuação massiva ao Brasil em 1998 e hoje é o segundo maior mercado em receitas do conglomerado no mundo, superado apenas pela Espanha. Em 2008, 15,8% da receita global do Grupo teve origem no país, percentual maior do que no ano anterior, quando a operação brasileira representava 14,5% da receita total. Sua importância socioeconômica também fica patente por ter sido o maior investidor privado no Brasil na última década (com R$ 36,4 bilhões aplicados em expansão e modernização das redes), ter montado uma equipe de mais de 82 mil empregados diretos e de ter atingido mais de 60 milhões de acessos de clientes. Falar do Grupo Telefônica no Brasil significa tratar de um conjunto de empresas nas quais o conglomerado detém o controle ou possui destacada participação acionária. As principais são relacionadas a seguir:

Telefônica São Paulo
Concessionária de telefonia fixa no estado de São Paulo, com cerca de 11,7 milhões de clientes entre residenciais, pequenas e médias empresas e grandes corporações. Foi a primeira empresa brasileira a oferecer, desde 1999, internet em banda larga, com o Speedy, e manteve-se inovando ao lançar, em 2008, internet em fibra ótica. Em 2007 entrou no mercado de TV por assinatura.

Vivo
Operadora de telefonia móvel cujo controle é dividido em partes iguais pela Telefónica S.A. e pela Portugal Telecom. Atua em todo o Brasil e é a maior empresa do setor no país, com mais de 45 milhões de clientes.

Atento
Líder no setor de contact center na América Latina, possui o mais completo portfólio de ferramentas para o relacionamento entre companhias e clientes. Firmou-se, em 2008, como maior empregadora privada do Brasil, com cerca de 70 mil empregados em 13 cidades, e administra mais de 1,2 bilhão de contatos anuais para grandes empresas instaladas no país.

Terra
Maior empresa de internet do país, esse portal multimídia (*www.terra.com.br*) oferece conteúdo exclusivo, com notícias nacionais e internacionais em tempo real e a programação inédita do Terra TV, que coloca à disposição do internauta, gratuitamente e *on demand*, filmes campeões de bilheteria, séries de grande audiência e desenhos consagrados.

Linha do Tempo

1998
Julho
Grupo Telefônica arremata, no leilão de privatização do Sistema Telebrás, a Telesp (atual Telefônica SP) de telefonia fixa e as operadoras móveis dos estados BA, SE, ES e RJ.

1999
Janeiro
É criada a Fundação Telefônica

Abril
Início das atividades da Atento no Brasil

Dezembro
Terra começa a atuar no país.

2000
Janeiro
Lançamento do Speedy, primeiro serviço de internet em banda larga do Brasil

2001
Abril
Início das operações da TGestiona

Setembro
Telefônica SP é a primeira empresa de telefonia fixa a cumprir primeira fase do Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU) e acaba com as filas de espera por uma linha telefônica

Outubro
Segmento Empresas da Telefônica SP lança o serviço VPN IP para criação de redes virtuais privadas

2002
Agosto
Telefônica SP lança o Super 15, passando a atuar em chamadas de longa distância para qualquer lugar do país e do mundo

O Grupo Telefônica no Brasil em números

2º maior mercado
do Grupo no mundo em receitas, atrás apenas da Espanha

Mais de
60 milhões
de clientes atendidos

Cerca de
R$ 36,4 bilhões
aplicados em expansão e modernização das redes na última década

Mais de
82 mil
empregados, considerando empresas como Telefônica, Vivo, Terra, Atento e TGestiona

Este Informe aborda em cada capítulo as empresas do Grupo que têm impacto para o público de relacionamento mencionado, de acordo com as recomendações para estabelecimento do limite do relatório da Global Reporting Initiative (GRI). Dessa forma, os impactos econômicos são apresentados a partir dos dados consolidados de todas as operações, incluindo 50% da Vivo. As iniciativas desenvolvidas por essa empresa, porém, não são reportadas aqui por se tratar de uma companhia com administração compartilhada. A empresa com maior visibilidade é a Telefônica SP, principal operação do Grupo no Brasil. A Atento é abordada com destaque no capítulo Empregados e a Fundação ganha visibilidade em Ação Social e Cultural.

TGestiona
Atuando no Brasil desde 2001, oferece serviços administrativos e logísticos completos, proporcionando soluções eficientes e de qualidade em Logística, Gestão de Terceiros e Outsourcing (administração pessoal e econômico-financeiros). Oferece serviços amplos e flexíveis e soluções customizadas. Em seu portfólio figuram como clientes companhias de diversos setores.

Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD)
Ponta de lança do Grupo em termos de inovação, desenvolve novos serviços e identifica opções tecnológicas de vanguarda.

Telefônica Engenharia de Segurança do Brasil (TESB)
É a responsável por elaborar e implementar projetos e sistemas de segurança e automação.

Fundação Telefônica
Criada em 1999, a Fundação tem como finalidade coordenar o investimento social do Grupo e, assim, colaborar para o progresso contínuo das regiões de atuação da Telefônica. A área escolhida para isso é a educação, beneficiada por ações voltadas em geral para a aplicação das tecnologias de telecomunicação e informação e para a defesa dos direitos das crianças e jovens.

Grupo Telefônica no mundo

Nascido em 1924, na Espanha, o Grupo Telefônica é hoje um gigante multinacional, com oferta de serviços em 21 países e presença adicional em outros quatro, espalhados pela Europa, África, Américas e Ásia. Com um crescimento orgânico de 6,9% em relação a 2007, ele chegou no fim do ano passado à condição de terceira maior empresa de telecomunicações do mundo por valor agregado – capitalização bursátil (indicador usado para medir o valor de mercado de todos os ativos cotados em uma determinada bolsa de valores, mais dívida líquida) e 32ª empresa de qualquer setor considerando-se a capitalização bursátil. Atualmente, cerca de 63% de sua receita provém de fora da Espanha.
A gestão das operações do Grupo está dividida em três áreas geográficas: Espanha, restante da Europa e América Latina.

2003
Fevereiro
Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD) inicia suas atividades no Brasil

Abril
Criação da Vivo, joint venture com a Portugal Telecom

2004
Junho
Telefônica SP lança o Speedy Wi-Fi, acesso à internet por banda larga sem fio.

2005
Novembro
Telefônica SP cumpre a segunda fase do PGMU

2006
Janeiro
Lançamento dos planos alternativos Meus Minutos antecipa em um ano a migração do sistema de tarifação de pulsos para minutos

2007
Fevereiro
Atento inaugura, em São Paulo, a sua maior e mais moderna central do mundo

Abril
Segmento Negócios da Telefônica SP lança Posto Informático e bate recordes de vendas

Outubro
Lançamento da Telefônica TV Digital

2008
Março
Fibra ótica direto na casa dos clientes, com o Speedy Xtreme, possibilita inovação no serviço de banda larga com velocidade de até 30 Mb

Motor de progresso

Compromisso: Grupo Telefônica completa 10 anos no Brasil e firma-se como propulsor do desenvolvimento sustentável

Receitas cresceram 12% em relação a 2007, somando R$ 24,282 bilhões; investimentos chegaram a R$ 4,395 bilhões, 52% mais que o ano anterior.

Ofertas baseadas em novas tecnologias e pacotes de serviços atenderam às necessidades de um mercado cada vez mais dinâmico e elevaram em 24% o número de acessos.

Expansão das atividades representou acréscimo de 8,5% no número de empregados e de 9,5% no total de fornecedores – 98,5% dos quais instalados no país.

O envolvimento do Grupo Telefônica com os diferentes países onde opera vai muito além dos simples interesses comerciais. Em cada um deles, o conglomerado comporta-se como membro da sociedade profundamente comprometido com seu desenvolvimento e busca sempre atuar como um propulsor do desenvolvimento socioeconômico e tecnológico local, consciente de seu poder de redistribuição de riqueza entre seus grupos de interesse e de seu peso significativo na economia nacional.

Em 2008, o Brasil, maior mercado latino-americano do Grupo, pôde se beneficiar mais uma vez desse compromisso assumido dez anos antes, com evolução visível em diversas frentes. As receitas atingiram cerca de R$ 24,282 bilhões, uma expansão de cerca de 12% em relação a 2007. Os acessos ultrapassaram 60,7 milhões, 24% a mais do que no ano anterior.

Além disso, os investimentos do Grupo atingiram R$ 4,395 bilhões, registrando um crescimento de 52% em relação ao ano anterior. Em janeiro de 2007, o presidente mundial do Grupo Telefônica anunciou investimentos de R$ 15 bilhões até 2010, reforçando o compromisso de longo prazo do conglomerado com o país. Esses investimentos são aplicados na ampliação e modernização das redes de telefonia fixa e móvel, e também em internet e contact center, principais setores de atuação.

Boa parte do impulso econômico se justifica pela atuação da Telefônica SP, que em 2008 procurou atender a um mercado altamente dinâmico, oferecendo a seus clientes uma ampla e competitiva gama de produtos, desenvolvida a partir de políticas de pacotes de serviços, o que reforçou sua condição de liderança e referência no uso de novas tecnologias na América Latina.

A empresa é a principal responsável pelo crescimento do mercado de banda larga local em 2008 (25% em relação a 2007). Sua oferta de produtos com velocidade variando entre 1 Mb e 30 Mb foi traduzida em um acréscimo de cerca de 488 mil acessos (equivalente a uma expansão de 5,8% no ano). Também graças a uma rica e variada oferta de conteúdos, a Telefônica SP conseguiu nesse período duplicar seu número de acessos de TV por assinatura (em torno de 472.200 no fim de 2008).

O aumento das atividades refletiu-se naturalmente no crescimento de 8,5% no número de empregados, que passaram para mais de 82 mil no final de 2008. Nesse contexto, merece destaque a Atento, que se firmou como maior empregador privado do país em 2008.

O número de fornecedores adjudicados também subiu: alcançou 3.541, um acréscimo de 9,5% em relação a 2007. Vale ressaltar que 98,5% desses fornecedores são locais, ou seja, estão instalados no Brasil, gerando empregos e pagando impostos no país. E negócios aquecidos significam mais impostos pagos: os repasses a administrações públicas aumentaram 3,8%, para pouco mais de R$ 9,7 bilhões.

Magnitudes

Empregados*	82.288
Fornecedores contratados**	3.541

* Número de empregados diretos do Grupo Telefônica no Brasil em 31 de dezembro de 2008.

** Número de fornecedores contratados no Brasil em 2008.

Acessos de clientes

	Número (em milhares)	% do mercado
Telefonia fixa	11.662	28,9
Telefonia móvel	44.945	30,0
Banda larga	2.558	25,6
TV paga	472	7,0
Outros acessos	1.102	–
Total de acessos	60,739	–

Impacto econômico*

Receitas**	24.281,99
Volume de compras declarado	14.023,57
Investimentos fluxo de caixa operacional (CapEx)	4.395,33
Aportes fiscais	9.723,96
Salários	2.619,12
Relação Receitas do Grupo/PIB***	0,8%

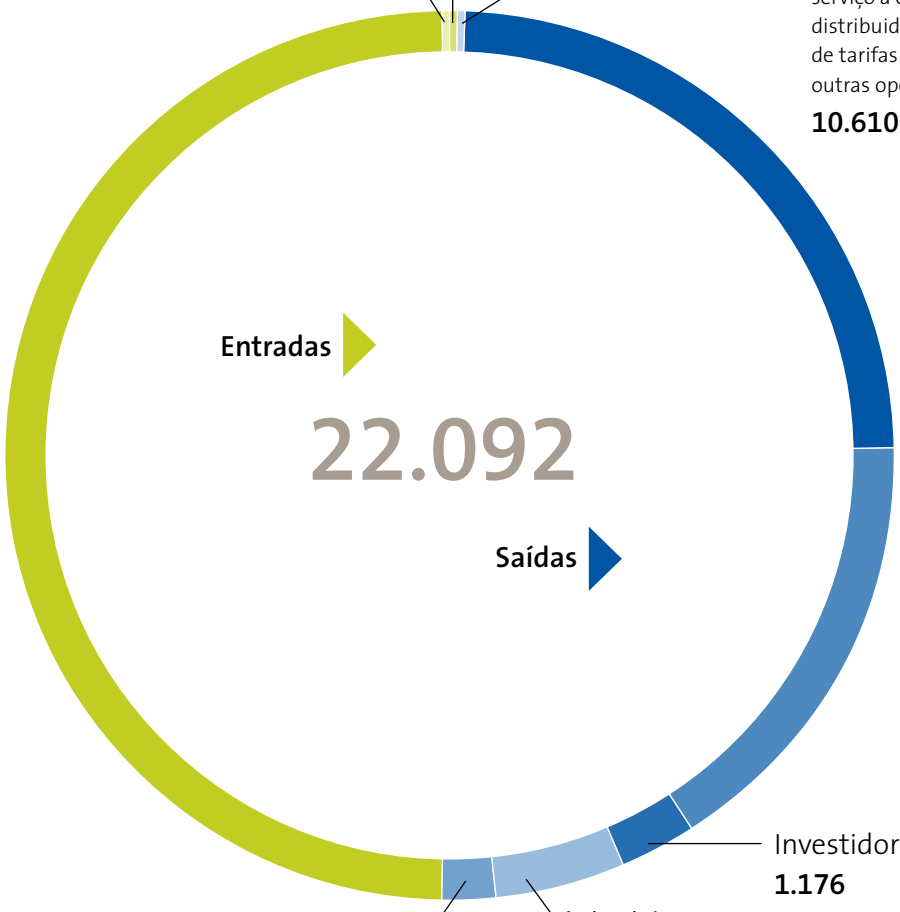
* Valores em milhões de reais, originariamente expressos em euros (receitas, gastos com pessoal, pagamento de impostos, compras e investimentos – CapEx). Cotação considerada: 1 euro = R$ 2,659.

** Valores de receitas: valores de receitas consolidadas correspondentes a todas as unidades de negócio do Grupo Telefônica no Brasil.

*** Receitas do Grupo Telefônica/PIB: porcentual das receitas do Grupo Telefônica (contribuição do Brasil ao consolidado de receita mundial do Grupo Telefônica) em relação ao Produto Interno Bruto estimado do país, segundo o FMI.

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

A distribuição dos fluxos financeiros da Telefônica SP em 2008 apresentados abaixo mostra mais detalhadamente o papel do Grupo como redistribuidor dos recursos que arrecada na sociedade brasileira. Pode-se observar no gráfico como os recursos arrecadados são distribuídos na sociedade entre fornecedores, administrações públicas, empregados e acionistas.



Ativo Permanente
Valor relativo à venda de bens do ativo permanente da empresa
150

Credores financeiros
167

Outros
30

Fornecedores
Comerciais: 8.489 *Capex:* 2.121
Em dezembro de 2008, mais de 43 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
10.610

Clientes
21.912

Administrações Públicas
Por meio do pagamento de tributos, a Telefônica SP também repassa grande parte de sua receita às administrações públicas federal, estaduais e municipais
7.183

Investidores Financeiros
1.176

Acionistas
A remuneração dos acionistas é um dos aspectos básicos da economia de mercado na qual opera o Grupo Telefônica. As ações da Telefônica SP se tornaram uma ótima opção de investimento no mercado brasileiro
2.143

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 SP se destaca no mercado por oferecer um amplo pacote de benefícios a seus empregados
813

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.

Estratégia regional

Programa Agora inseriu na estratégia compromissos com clientes, empregados, acionistas e sociedade

Objetivos são acelerar a integração da companhia, alinhar os temas principais da agenda de gestão e transformar o negócio em médio prazo.

Com crescimento de 10,4% na receita líquida, América Latina foi a principal fonte de receitas do Grupo Telefônica em 2008.

O Programa Agora, lançado no início de 2007, estabeleceu a estratégia de atuação das operadoras de telefonia fixa e móvel do Grupo Telefônica na América Latina

para os três anos seguintes. O lançamento do Agora representou um marco para a companhia por incluir em seus objetivos estratégicos metas para quatro públicos de relacionamento: Clientes, Empregados, Acionistas e Sociedade.

O programa busca acelerar a integração da companhia, alinhar os temas principais da agenda de gestão e transformar o negócio em médio prazo. As ações desenvolvidas no Agora nos anos de 2007 e 2008 possibilitaram que a América Latina se tornasse o motor de crescimento do Grupo Telefônica.

A gestão do Grupo está organizada em três regiões geográficas: Espanha, restante da Europa e América Latina. Em 2008, a América Latina registrou um crescimento de 10,4% na receita líquida, passando a ser a principal fonte de receitas do Grupo (38,3% do total).

Até o final de 2009, os objetivos regionais estabelecidos pelo Programa Agora são:

1. Renovar a oferta fixa
2. Acelerar em telefonia móvel
3. Evoluir nos segmentos Negócios (pequenas e médias empresas) e Empresas (grandes corporações)
4. Identificar novas fontes de crescimento futuro
5. Transformar o modelo operativo
6. Melhorar a experiência do cliente
7. Ser o melhor lugar para trabalhar
8. Melhorar a imagem pública

Disseminação do Programa

Desde o lançamento do Programa Agora, o Grupo Telefônica busca envolver todos os empregados na estratégia por considerar que as equipes são fundamentais para atingir os objetivos estabelecidos.

Anualmente, é realizado um evento regional de avaliação do Agora, quando também são estabelecidas e divulgadas as metas do Programa para os 12 meses seguintes. Esse evento conta com a presença de diretores das operadoras do Grupo Telefônica na América Latina.

A partir desse evento, cada país realiza um evento de repasse das informações para seus executivos. No Brasil, esse evento conta com ampla divulgação nos veículos de comunicação interna, garantindo a disseminação das informações para todos os empregados da Telefônica SP.

Convenção de executivos Agora 2008

Estratégia de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica: integração com os objetivos de negócio

Excelência, integridade e transparência, contribuição ao progresso, ação cultural e social, e diálogo franco com seus públicos são os cinco alicerces da estratégia.

Indicadores auxiliam a medir e avaliar o desempenho não só das atividades econômicas e operacionais, mas também da sua relação com os empregados, clientes e sociedade em geral.

O ponto de partida para a estratégia de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica é a visão da companhia: "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".

A estratégia está integrada aos objetivos de negócio e às operações do Grupo, levando em conta os impactos positivos e negativos de natureza econômica, social e ambiental que essas atividades podem gerar. A estratégia está sintetizada em cinco passos:

Indicadores para uma gestão sustentável

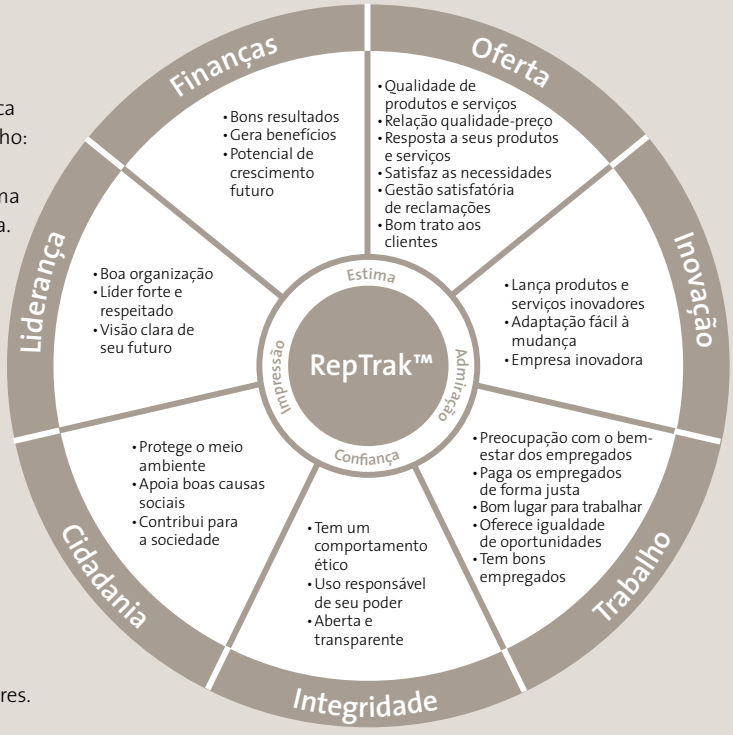
Além dos indicadores econômicos e operacionais, o Grupo Telefônica adota os seguintes parâmetros para medir e avaliar seu desempenho:

Índice de Satisfação de Clientes (ISC) – Pesquisa que mostra, em uma escala de 1 a 10, o grau de satisfação dos usuários com a companhia.

Pesquisa de Clima Organizacional – Calcula a média das respostas favoráveis ("de acordo" e "totalmente de acordo") de 33 perguntas em uma pesquisa realizada anualmente e dirigida a todos os empregados.

RepTrak ™ – Pesquisa realizada pelo Reputation Institute para mensurar a reputação da companhia pela qual são obtidos os seguintes índices:

- **RepTrak Pulse ™ –** Avaliação emocional por parte da sociedade da reputação da Telefônica, medida com base em quatro atributos: impressão, estima, admiração e confiança.
- **RepTrak Index ™ –** Avaliação racional por parte da sociedade como resultado de uma soma ponderada de 26 atributos agrupados em sete dimensões, conforme o gráfico ao ladodeste relatório pode-se observar a evolução do desempenho da Telefônica nesses indicadores.



Clientes

Excelência e variedade de ofertas para ser líder no mercado digital e na preferência do consumidor

Índice de Satisfação de Clientes atingiu 5,97 em 2008, registrando crescimento em relação ao ano anterior.

Da qualidade no atendimento e da eficiência em redes até o desenvolvimento de soluções inovadoras e acessíveis, foco é o cliente.

Telefonia Fixa – Pesquisas de satisfação de 2007 e 2008

Ano	Índice
2007	5,81*
2008	5,97*
Variação (%)	2,75

* Valor máximo possível: 10,0

Com base nos objetivos estabelecidos no Programa Agora, a Telefônica SP traçou um plano de gestão específico para melhorar o relacionamento com seus clientes. Nesse plano, a empresa definiu sua causa: ser a primeira no mundo digital e a primeira na escolha do cliente. A fim de atingir esses objetivos, a Telefônica SP relacionou as seguintes iniciativas, que serão os principais focos de esforços até 2011:

- Excelência no serviço de campo.
- Excelência no atendimento comercial.
- Eficiência em redes e sistemas.
- Revisão de processos.
- Ampliação da oferta de serviços de internet em fibra óptica.
- Otimização de canais de venda.
- Massificação de dados e banda larga.
- Crescimento e rentabilidade do cliente.

Pesquisas de satisfação

Para conhecer a evolução dos níveis de satisfação dos clientes e acompanhar os efeitos das diferentes medidas adotadas, todas as empresas do Grupo Telefônica no mundo realizam o acompanhamento periódico por meio de pesquisas de satisfação. Esses levantamentos utilizam os critérios internacionais American Customer Satisfaction Index e European Customer Satisfaction Index (ACSI/ECSI), o que facilita a comparabilidade com as empresas de telecomunicações e também de outros setores.

Os estudos e pesquisas ficam a cargo de empresas independentes. 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 usado, chega-se a uma nota de 0 a 10 a partir de perguntas sobre o nível de satisfação do cliente. Em 2008, 10.873 clientes com perfis diversos foram entrevistados, e o resultado final foi ligeiramente positivo em relação a 2007 (ver tabela acima). O melhor desempenho está, no entanto, bem distante do que a empresa pretende, já que o Grupo Telefônica tem como meta ser líder no índice de Satisfação de Clientes em todos os negócios antes do final de 2009. Esse é um motivo adicional para a Telefônica SP multiplicar esforços no sentido de aprimorar-se cada vez mais.

Pacotes combinados e "superbanda larga" são destaques no portfólio de serviços

Em 2008, a Telefônica SP reforçou a oferta dos chamados Duos e Trios, que são ofertas combinadas com dois ou três serviços, entre TV por assinatura, internet em banda larga e pacotes de ligações locais. Lançados no ano anterior, esses pacotes de serviços proporcionam mais comodidade para o cliente, além de preços mais vantajosos.

A empresa tem ampliado seu portfólio de linhas nos últimos anos, adaptadas para os diferentes perfis de clientes, e oferece também pacotes de minutos para a realização de chamadas. Ao final de 2008, 55% das linhas em serviço tinham planos alternativos ou pacotes de serviços. Os investimentos em banda larga são prioritários para a Telefônica SP. Ao final de 2008, a companhia possuía cerca de 2,6 milhões de clientes dos serviços Speedy e Ajato.

Em fevereiro de 2008, a empresa lançou de forma pioneira, para cerca de 40 mil residências na região dos Jardins, em São Paulo, o acesso à internet através da fibra ótica com velocidades de 8 e 30 Mbps, que posteriormente adotou a marca Speedy Xtreme. Antes do início da oferta desse serviço em São Paulo, apenas cidades como Tóquio, Madri, Paris e Hong Kong contavam com infraestrutura similar para o segmento residencial. No início de 2009, a rede de fibras passou a abranger 370 mil domicílios no estado de São Paulo. Na capital, atinge bairros como Vila Madalena, Perdizes, Pinheiros e Moema.

Um destaque do portfólio para as empresas é o Posto de Trabalho Informático, solução em infraestrutura de tecnologia da informação customizada para o cliente. Com o pagamento de uma mensalidade, é disponibilizado um pacote incluindo serviços de voz, dados, acesso à internet, gerenciamento de redes e equipamentos para pequenos, médios e grandes clientes. A oferta integrada de tecnologia da informação e serviços de comunicação é um dos pilares estratégicos da empresa no mercado corporativo. Desde seu lançamento, em 2007, o serviço já foi vendido a 85 mil clientes corporativos.

No informe online mais sobre:
Satisfação do cliente
Reajuste de tarifas
Publicidade

Conhecer para satisfazer: mapeamento de pontos críticos permite atuação precisa para melhorar nível de satisfação

Comunicação clara, recompensa para quem tem relação de fidelidade com a empresa e atitude de antecipar erros e repará-los fazem parte dos compromissos para transformar clientes em fãs.

Total de reclamações em 2008 foi de 8,5 milhões na Telefônica SP, número 11,4% menor que os 9,5 milhões registrados em 2007; predominância é de reparos de linhas e questões referentes a faturamento.

Uma iniciativa fundamental para atingir o objetivo de ser líder na satisfação dos clientes se baseia na metodologia "Experiência do Cliente", destinada a aumentar o grau de fidelização. Por esse enfoque, são identificados no chamado "corredor do cliente" – o processo pelo qual ele passa desde que contrata um serviço até o momento em que termina a relação com a companhia – os aspectos mais críticos, criando-se para cada um deles planos de melhoria.

Nas operadoras da América Latina, essa ação integra o Programa Agora, estruturado em eixos que representam os focos de relacionamento da companhia. Para cada eixo (Empregados, Clientes, Sociedade e Acionistas), a Telefônica firmou uma série de compromissos, que podem ser conferidos nos respectivos capítulos dedicados a eles. No eixo Clientes, o objetivo é torná-los fãs, estabelecendo um leque de compromissos, como comunicação clara e honesta, recompensa à fidelidade de quem já consome os produtos e serviços da empresa e a proatividade na correção dos erros cometidos pela corporação.

Ao longo de 2008, a Telefônica SP recebeu 8,584 milhões de reclamações de clientes, relacionadas a solicitações de reparos de linhas e serviços e questões referentes a faturamento. O volume foi 11,4% menor do que os 9,565 milhões de reclamações registrados em 2007.

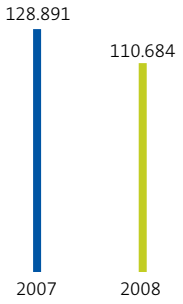
A redução foi provocada principalmente pela queda de 41,6% nas reclamações referentes a faturamento, que passaram de 1,538 milhão para 899 mil.

Em 2008, a Telefônica SP instalou mais de 1,23 milhão de linhas de telefonia fixa, 89% das quais no prazo previsto para os clientes (ver tabelas ao lado). O percentual de problemas acusados nas linhas ficou em 3,7%; já o de resolução no prazo indicado para as solicitações de avarias superou 85%.

No segmento de internet em banda larga, cerca de 967 mil acessos foram instalados pela empresa em 2008. O índice de instalação no prazo de acessos de banda larga solicitados nesse período foi de quase 95%; já o de reparos solucionados no prazo ficou perto dos 74,5%.

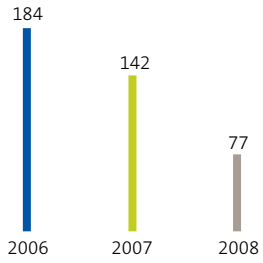
A taxa de avarias nessas linhas registrada nesse período foi de 5,7%. O mais recente serviço da empresa, a TV por assinatura, foi solicitado por cerca de 223 mil clientes em 2008. O índice de solicitações atendidas no prazo delimitado ultrapassou os 91% nesse período. A taxa de avarias registradas atingiu 4,5%, e 96,1% das solicitações de conserto foram resolvidas no prazo.

Número de contas emitidas
(em milhares)



Variação: –14,13%

Número total de chamadas atendidas na central de atendimento (em milhões)



	2007	2008	Variação 2008/2007
Telefonia fixa			
Solicitações de linhas instaladas no prazo	99,9	89,0	–10,93%
Reparos em linhas fixas realizados no prazo	96,2	85,7	–10,87%
Solicitações de linhas de telefonia fixa (em milhares)	1.970,5	1.231,0	–37,53%
Avarias em cada grupo de 100 linhas	4,2	3,7	–12,53%
Banda Larga			
Solicitações de linhas ADSL instaladas no prazo	95,42	94,70	–0,75%
Reparos em linhas ADSL realizados no prazo	92,31	74,40	–19,40%
Solicitações de linhas ADSL (em milhares)	954,5	967,0	1,31%
Avarias em cada grupo de 100 linhas ADSL	5,4	5,7	5,36%
TV por assinatura			
Solicitações de TV por assinatura instaladas no prazo	93,1	91,3	–1,98%
Reparos em TV por assinatura realizados no prazo	100,0	96,1	–3,88%
Solicitações de TV por assinatura (em milhares)	167,9	223,0	32,82%
Avarias em cada grupo de 100 linhas de TV por assinatura	3,1	4,5	45,63%

Clientes

Rigor e efetividade: projetos para melhorar qualidade incluem monitoramento de indicadores pela direção da empresa

Tempo de reparo, bilhetes de defeito e erros em conta são os principais sinalizadores sobre nível do atendimento controlados pelo Comitê de Qualidade; mapeados, servem de base para adoção de melhorias.

Comitê de Lançamento prepara áreas internas para fazer frente à demanda gerada por novos serviços, produtos e promoções; já a Inteligência de Redes permite detectar, em tempo real, falhas e ocorrências massivas.

Criado em 2008, o Comitê de Qualidade da Telefônica SP é formado pelo Diretor-Geral e por Diretores responsáveis pelas áreas de Clientes Residenciais, de Planejamento Estratégico, Serviços ao Cliente e Operações. Suas reuniões são semanais. Em uma semana, ele realiza o acompanhamento dos principais indicadores de atendimento ao cliente – tempo de reparo, bilhetes de defeito e erros em conta (nos serviços de telefonia fixa, internet em banda larga e TV por assinatura); na semana seguinte, monitora o desenvolvimento dos projetos estratégicos destinados à melhoria da satisfação do cliente.

Também criado em 2008, o Comitê de Lançamento de Produtos, Serviços e Promoções conta com representantes das áreas comerciais e de membros de áreas de apoio, como Jurídico, Regulatório, Marketing Institucional e Atendimento ao Cliente.

Seu objetivo é garantir que os novos produtos e serviços e as promoções sejam de conhecimento de todas as áreas, as quais, dessa forma, podem se preparar para a demanda gerada por seu lançamento.

Melhorias tecnológicas

Outro foco de atuação da Telefônica SP visando à melhoria da qualidade são as iniciativas voltadas para a Inteligência de Redes. Entre elas, merece destaque a ferramenta URA Real Time 2, uma nova solução para auxiliar no diagnóstico de falhas de redes, por meio da análise das reclamações realizadas pelos clientes junto à central de atendimento. Ela utiliza as chamadas provenientes da opção "Reparo" da Unidade de Resposta Audível (URA) e, através de cálculos matemáticos e estatísticos, detecta falhas e ocorrências massivas nas redes de telefonia básica e banda larga em tempo real.

Diversas perspectivas foram desenvolvidas para subsidiar informações das mais variadas áreas da empresa. Entre elas estavam o acompanhamento do volume de chamadas, a reincidência de chamadas, a análise de fornecedores pela perspectiva dos clientes e a distribuição geográfica de falhas na planta.

Mudanças importantes

A Telefônica SP está desenvolvendo intensos esforços para aprimorar a qualidade de todos os serviços que presta. Entre essas iniciativas, que abrangem vários setores da empresa e têm demandado investimentos de centenas de milhões de reais, estão as seguintes:

- Elaboração de novos scripts e orientações.
- Adequação e revisão dos procedimentos e processos de acordo com o decreto que fixou normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor.
- Cerca de 10 mil horas de treinamento dos novos operadores e dos operadores ativos nos novos scripts e procedimentos de acordo com o Decreto SAC.
- Interação entre as ilhas de atendimento, por meio de conferência a três com a participação e aceitação do cliente.
- Desenvolvimento e ajustes sistêmicos e operacionais.
- Implantação do Projeto de Transformação do Call Center, com o objetivo de atender o cliente de forma personalizada.
- Direcionamento de chamadas em atendimentos especializados, para a solução das solicitações técnicas e de contas.
- Implantação da primeira fase do atendimento por canal único de entrada, por plataforma de voz, personalizando o atendimento ao cliente, com investimento inicial de R$ 16 milhões.
- Atendimento 24 horas em todas as operações.

Novo conceito das lojas Telefônica

Em 2008, a Telefônica SP iniciou a reestruturação de suas lojas. Três unidades foram reformadas (nas cidades de São Paulo, Praia Grande e São José do Rio Preto) até dezembro daquele ano, e a ideia é ampliar a reestruturação às 122 lojas da Telefônica no Estado de São Paulo. O principal objetivo é melhorar o atendimento ao cliente e permitir a experimentação de serviços da empresa, que também podem ser adquiridos no local.

As lojas, com nova aparência, têm o dobro de funcionários, para melhorar o atendimento. Em cada uma delas há espaços e equipes distintos para os serviços de atendimento e de vendas. Há também a oportunidade de experimentar o Speedy com 8 Mb e os canais da Telefônica TV Digital, além de telefonia fixa com a melhor qualidade de voz. Além disso, cada loja oferece uma lan house semelhante às existentes em cybercafés.

Loja Telefônica sob novo conceito em São José do Rio Preto

No informe online mais sobre:
Conselho de usuários
Respeito à concorrência
Portabilidade numérica
Decisão Judicial sobre provedores

Interação e aperfeiçoamento: empresa mantém diálogo permanente com representantes dos consumidores

Número de reclamações fundamentadas registradas no Procon foi de 3.615 registros em 2008, representando uma queda de 17,9% em comparação com o mesmo volume do ano anterior; índice de resolução dos casos melhorou, passando de 84% em 2007 para 88% no ano passado.

Diante das mudanças de forte impacto no mercado, como a portabilidade numérica e as novas regras para os SACs, a Telefônica ampliou investimentos em modernização de redes, inovações tecnológicas, contratação de mais profissionais para a central de atendimento e treinamentos.

A Telefônica SP tem canais de diálogo permanente com os diversos órgãos públicos e associações independentes de defesa do consumidor que atuam no estado de São Paulo. A companhia considera que o acompanhamento das solicitações feitas por seus clientes a esses órgãos oferece possibilidades para entender as demandas da sociedade e aprimorar os serviços prestados aos clientes.

Existem em São Paulo 205 Procons (fundações públicas, ligadas aos governos estadual e municipais) ativos, além de outras associações não governamentais de defesa do consumidor, como Idec e Proteste. Além disso, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) também recebe reclamações de usuários dos serviços de telecomunicações de todo o país.

Ao longo de 2008, a Telefônica SP obteve uma melhoria no índice de reclamações fundamentadas (aquelas nas quais o cliente não se satisfaz com as explicações dadas pela empresa) na área da capital paulista. Segundo a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Fundação Procon-SP) – cuja área de atuação engloba quase metade dos clientes da empresa –, o número de registros foi de 3.615, uma redução de 17,9% em relação a 2007. Também foi digna de nota a melhora de quatro pontos percentuais no índice de resolução dos casos (de 84%, em 2007, para 88%, em 2008), o que colocou o desempenho da Telefônica SP como um dos melhores entre as empresas pesquisadas. No entanto, houve uma piora significativa nos indicadores de reclamações dos Procons de outras partes do Estado e da Anatel (ver quadro nesta página).

Em 2008 ocorreram importantes mudanças regulatórias e legais, como a implantação da portabilidade numérica e das novas regras estabelecidas pelo Decreto que regulamenta os Serviços de Atendimento ao Cliente (SACs). Essas alterações implicaram investimentos em modernização e manutenção de redes, inovações tecnológicas, ampliação de 30% no número de profissionais de sua central de atendimento 10315 (de 17,5 mil profissionais para 22,5 mil) e treinamento de mais de 4 milhões de horas para essa equipe.

Esses esforços ainda não foram suficientes para a Telefônica SP atingir o nível de excelência a que se propõe, razão pela qual as ações de aprimoramento deverão ter continuidade em 2009. Em dezembro de 2008, a companhia definiu, com a Fundação Procon, uma série de medidas para agilizar o atendimento aos clientes que procuram o órgão de defesa do consumidor.

Reclamações nos órgãos de defesa do consumidor*

	2007	2008
Procon-SP	4.405	3.615
Outros Procons	4.751	9.829
Anatel	159.571	244.763

Principais motivos de reclamação
- Contestação de contas.
- Problemas técnicos com o serviço Speedy.

*Dados do Procon-SP referem-se a reclamações fundamentadas; Outros Procons e Anatel consideram volume de audiências

Conselhos de Usuários

Em julho de 2008, a Telefônica São Paulo constituiu oito Conselhos de Usuários no estado de São Paulo, área em que atua como concessionária dos serviços de telefonia fixa. A instauração dos conselhos é uma obrigação regulatória, estabelecida pela Anatel. Porém, a Telefônica a entende como uma excelente oportunidade de aproximar sua gestão da sociedade, possibilitando aos participantes contribuir na melhoria dos serviços da companhia.

Entre as atribuições dos Conselhos está propor alternativas que possibilitem a melhoria e adequação de todos os serviços de voz prestados aos usuários, além de analisar, debater e propor soluções na existência de eventuais conflitos entre usuários e prestadora.

Ombudsman

Em 2008, o Serviço Ombudsman da Telefônica SP aumentou o nível de rigor para a solução das reclamações. Até 2007, ele estabelecia um prazo de três dias para que as áreas responsáveis pelas reclamações respondessem ao cliente, mas algumas vezes a solução dada à situação nesse período era apenas parcial. Com a mudança, a área reclamada deve solucionar efetivamente o problema em até cinco dias. O ombudsman faz o acompanhamento das reclamações e sinaliza as tendências de aumento ou redução dos principais motivos de queixas. Mensalmente, o relatório com essas informações é enviado às instâncias mais altas da administração e disponibilizado na intranet da companhia para todos os empregados.

Os clientes podem encaminhar solicitações ao ombudsman pelo telefone 0800 775 12 12 ou por meio da internet, acessando o portal da Telefônica. Em 2008, o ombudsman registrou 165.126 processos, ante 107.385 atendimentos em 2007.

Empregados

No informe online mais sobre:
Quadro de empregados no Brasil
Prejal: capacitação de jovens de baixa renda
Emprego indireto

Profissionais de valor: quadro de pessoal cresce 8,5% e chega a mais de 82 mil colaboradores no Brasil

Novo modelo de gestão e negócios busca aumentar a competitividade da empresa, com medidas e programas alinhados com a meta global da Telefônica, de tornar-se o melhor lugar para trabalhar até 2010.

Atividades geram milhares de empregos indiretos e exigem rigor na seleção de empresas prestadoras de serviços, para que cumpram a lei e os acordos trabalhistas; capacitação de jovens de baixa renda também é incentivada.

A Telefônica tem o compromisso de oferecer a seus profissionais o melhor lugar para trabalhar e de criar oportunidades de desenvolvimento pessoal, com o objetivo de atrair e reter talentos. Esse esforço busca fazer dela uma companhia na qual seus colaboradores podem confiar plenamente.

Os 82.288 empregados diretos do Grupo Telefônica registrados no Brasil no fim de 2008 correspondem a um incremento de cerca de 8,5% no quadro de pessoal em relação ao ano anterior, quando o conglomerado possuía 75.839 contratados diretos.

Esse aumento se deve à Atento, graças ao aquecimento da economia e ao aumento das atividades dos principais clientes da empresa nos três primeiros semestres daquele ano. No Brasil, a maior demanda correspondeu ao atendimento à Telefônica e ao setor financeiro. A Atento passou de 63.493 empregados em 2007 para 69.681 empregados em 2008.

A Telefônica SP diminuiu a base de empregados por meio de Planos de Desligamento Incentivado (PDI) durante o segundo semestre de 2007 e o primeiro semestre de 2008. O processo está alinhado com o novo modelo de gestão e negócios, que procura tornar a empresa ainda mais competitiva, com foco nos clientes e maior segmentação e adaptação da oferta.

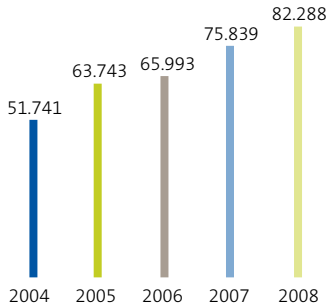
Central de Atendimento da Atento em São Paulo

Número de empregados do Grupo no Brasil 2007-2008

Empresa	2007	2008
Atento	63.493	69.681
Telefônica SP	7.404	6.031
Vivo*	2.800	4.193
TGestiona	1.395	1.661
Terra	587	552
Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento	107	101
Outras	53	69
Total	75.839	82.288

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

Evolução do quadro de empregados do Grupo



Capacitação de jovens de baixa renda

Em 2008, a Atento Brasil, em parceria com a Fundação Telefônica, o Instituto Apse e o Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo (Sintetel), começou a promover um programa de capacitação em telesserviços para jovens de baixa renda da Grande São Paulo. A iniciativa insere-se no projeto Promoção do Emprego de Jovens na América Latina (Prejal), introduzido no país pela Organização Internacional do Trabalho (OIT). Realizada no segundo semestre de 2008, a fase piloto do programa no Brasil teve a participação de 110 jovens. O público-alvo do projeto são pessoas na faixa etária de 17 a 24 anos, que concluíram ou estão cursando o ensino médio (com previsão de conclusão no meio do ano), moram na Grande São Paulo e têm renda familiar de até dois salários mínimos.

Hierarquização* (em %)

Empresa	Porcentagem
Atento	1,13
Telefônica SP	7,96

* Percentual de executivos em relação ao total de empregados

Distribuição funcional do quadro (em %)

Empresa	Comercial	Produção	Apoio
Atento	0,03	99,13	0,84
Telefônica SP	35,20	52,28	12,52

Características do quadro em 2008

Empresa	Homens	Mulheres	Antiguidade média (anos)	Idade média
Atento	21.121	48.560	1,4	26
Telefônica SP	3.872	2.159	9	36
TGestiona	964	697	2,5	30
Terra	339	213	4	32

No informe online mais sobre:
Temas tratados nesta página

Objetivo prioritário: satisfação interna se mantém estável e é ponto fundamental para atender bem aos clientes

Clima laboral registra patamar idêntico ao de 2007, mesmo com intenso processo de reestruturação; comunicação clara, oportunidades de carreira, remuneração transparente, política de reconhecimento e lideranças ativas são compromissos do Programa Agora.

Gestão participativa busca aproximar colaboradores da alta direção; Programa de Desenvolvimento da Liderança (PDL) envolve 500 executivos e tem como meta criar líderes voltados para a inovação, a construção coletiva e o alto desempenho de equipes.

Clima laboral 2005-2008

(em %)

Ano	Telefônica SP	Atento
2005	80	47
2006	75	58
2007	74	68
2008	74	70

A satisfação dos empregados, objetivo prioritário para o Grupo Telefônica, é considerada um ponto estratégico para alcançar melhorias nos índices de satisfação dos clientes.

Como parte do Programa Agora, a Telefônica SP assumiu em 2008 cinco compromissos públicos com seus empregados:

1) Comunicação clara e efetiva.
2) Divulgação das oportunidades de carreira na própria empresa.
3) Definição de um sistema de remuneração transparente.
4) Reconhecimento de êxitos e atitudes diferenciados.
5) Estabelecimento de líderes próximos.

Como resultado dessas iniciativas, o clima laboral na empresa no final de 2008 foi de 74%, mantendo-se estável em relação ao ano anterior. Essa estabilidade foi considerada positiva por interromper uma tendência de queda observada nos últimos dois anos (ver tabela nesta página) e mostrar uma reversão dos resultados negativos observados ao longo do ano na pesquisa de satisfação "Termômetro", feita mensalmente com uma amostra de empregados. Devido ao processo de reestruturação realizado na companhia entre o fim de 2007 e o início de 2008, os dados aferidos pelo "Termômetro" haviam indicado tendência de queda nos níveis de satisfação.

A Atento promove pesquisa de clima laboral desde o ano 2000. O índice de favorabilidade obtido em 2008, de 70%, era a meta a ser atingida e confirma que as ações de melhoria implementadas estão sendo percebidas.

Para aferir se estão entre as melhores empresas do mercado para se trabalhar, as empresas do Grupo Telefônica participam de pesquisas realizadas no mercado que possibilitam obter uma avaliação externa da satisfação de seus empregados e uma comparação com outras companhias.

A Telefônica SP deixou de figurar em 2008 no ranking "100 Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil" – elaborado pelo Great Place to Work Institute (GPTW) em parceria com a revista *Época* (Editora Globo) –, após três anos consecutivos na lista. Entre suas metas para 2009 está retornar a esse ranking.

Gestão participativa

A fim de promover a aproximação dos empregados com a alta direção, a Telefônica SP promove desde 2007 um encontro mensal de seu Presidente, Antônio Carlos Valente, com 15 funcionários de todas as áreas em um café da manhã informal no prédio sede da empresa. Outra iniciativa no setor é o Painel Telefônica, em alinhamento com o Programa de Desenvolvimento da Liderança, que promoveu, a partir de julho de 2008, encontros de empregados com Luís Malvido, Diretor-Geral da Telefônica SP, para falar sobre carreira.

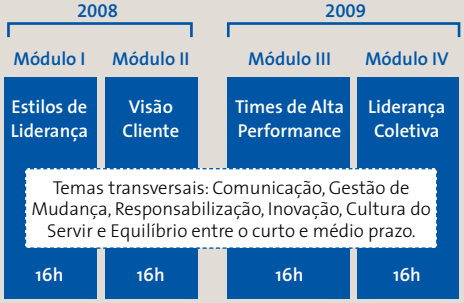
O Programa + Telefônica é um bom exemplo de envolvimento dos empregados na gestão da companhia. Eles são estimulados a inscrever projetos com objetivos definidos – em 2006, foi o aumento de receita; em 2007, além do aumento de receita, a redução de despesas. Reformulado em 2008, o programa centrou seu foco na qualidade dos serviços prestados pela empresa. Os projetos foram inscritos a partir de dezembro.

Formação de líderes

Uma importante realização em 2008 foi o início do Programa de Desenvolvimento da Liderança (PDL), criado com foco no desenvolvimento de competências de gestão, individuais e coletivas, e no contato com diferentes públicos e ambientes. O objetivo é ampliar a atuação de líderes voltados para a inovação, a construção coletiva e o autodesempenho de equipes. Por essa razão, o programa traz em seu nome o tema: "O Líder que devo ser e o exemplo que devo dar".

Com público-alvo de 500 executivos e duração de 18 meses, o programa incentiva a adoção de novos padrões comportamentais e impactos mais produtivos nas relações e nos negócios. Nos quatro módulos presenciais, de 16 horas cada um, a proposta é estimular a construção de uma comunidade de líderes pautada por competência, atualização e desempenho. Durante o programa, os executivos também discutem em profundidade a liderança que permite manter o foco no cliente.

Programa de Desenvolvimento da Liderança



2 orientações individuais pós módulos/ações orientadas

Empregados

No informe online mais sobre:
Educação Telefônica
Academia Atento
Oportunidades
Competências
Compensação, remuneração e benefícios

Desenvolvimento profissional: para reter os melhores, Grupo oferece desafios, oportunidades e boas condições de trabalho

Investimentos na educação e capacitação de empregados passaram de R$ 16 milhões; horas de formação presencial superaram 115 mil na Telefônica SP e 5 milhões na Atento.

Movimentação de profissionais, promoções e prioridade aos talentos internos no preenchimento de vagas em aberto fazem parte do processo de gestão e valorização dos recursos humanos do Grupo.

O Grupo Telefônica quer ter os melhores profissionais para oferecer os melhores serviços a seus clientes. A fim de alcançar esse objetivo, é atribuído valor estratégico:

- À formação dos profissionais.
- Ao desenvolvimento de capacidades profissionais e pessoais dos empregados.
- Ao desempenho no posto de trabalho no sentido de atingir as metas.
- À gestão do talento, para que cada empregado possa desenvolver um amplo leque de habilidades e competências novas.

Para isso, oferece a seus funcionários a formação necessária a seu trabalho e as competências associadas a ele.

Além disso, a própria atividade profissional é uma fonte de formação contínua, por facilitar a exposição a novas experiências, metas e responsabilidades, possibilitando a cada empregado desenvolver habilidades e competências. Em 2008, o Grupo Telefônica investiu mais de R$ 16,7 milhões em atividades de formação de seus empregados no Brasil.

Educação Telefônica

A Telefônica SP oferece a seus empregados uma solução de educação integrada, denominada Educação Telefônica, destinada a promover a gestão de treinamento e desenvolvimento do seu corpo funcional.

Revisto em 2008, o programa adotou um formato que apresenta um conjunto de possibilidades de desenvolvimento humano e disponibiliza um processo contínuo, crescente e interdependente de conexões de aprendizagem individuais e coletivas.

Em 2008, 92,5% dos empregados participaram de ações do Educação Telefônica.

Profissionais efetivos há no mínimo um ano e matriculados em instituições particulares de ensino reconhecidas pelo MEC podem concorrer à Bolsa-Auxílio Educação de até 50% do valor das mensalidades, com limite de R$ 250,00 por mês para 12 parcelas anuais.

Os critérios para obter a bolsa levam em conta: menor salário, tempo de empresa e notas de performance com base na meritocracia.

O Grupo Telefônica investe também na educação a distância, por meio do programa de e-learning, baseado na Plataforma a+. São oferecidas 150 opções de cursos em português, 33 deles desenvolvidos pela Harvard Business School.

Academia Atento

Os empregados da Atento passam por formação específica para o manejo dos sistemas informáticos que registram os contatos com clientes e também são treinados em temas ligados diretamente ao atendimento ao cliente.

A Academia Atento, criada em outubro de 2007 para aprimorar a formação e o desenvolvimento das equipes que atuam na empresa, já treinou mais de 5 mil pessoas, entre teleoperadores, analistas, coordenadores, consultores e gestores.

A vez dos novos talentos

Em maio de 2008, o Grupo Telefônica lançou seu primeiro programa corporativo de trainees. O minucioso processo de seleção buscou jovens recém-formados, ou que estivessem no último ano da faculdade, que se encaixassem nas competências do Grupo. Ao todo, foram contratados 15 trainees, os quais foram alocados em áreas estratégicas para desenvolver projetos específicos na Telefônica SP, no Terra, na Atento e na TGestiona.
O programa, com duração de 18 meses, contempla atividades de desenvolvimento presenciais, a distância (*e-learning*), *mentoring* e *job rotation* (rotação pelas principais áreas).

Trainees do Grupo Telefônica

A Academia Atento está estruturada em três frentes, orientadas para o aperfeiçoamento profissional de acordo com as necessidades de cada funcionário e a função que ele exerce ou pode vir a exercer:

- *Academia de Executivos* – Voltada a Gerentes, Superintendentes e Diretores.
- *Academia de Líderes* – Direcionada para gestores, coordenadores e supervisores.
- *Academia Profissionais de Negócios* – Prepara e desenvolve pessoas das áreas administrativas, operacional e técnica, além de identificar na operação, futuros líderes e especialistas. O Banco de Potenciais, uma das frentes dessa área, já preparou mais de 120 funcionários, dos quais 63 assumiram cargo de supervisor.

Horas de formação presencial em 2008

Empresa	Total de horas	Horas por empregado
Atento	5.017.723	72,0
Telefônica SP	123.203	20,4

No informe online mais sobre:
Liberdade de associação e negociação
Saúde e segurança
Tratamento justo
Combate ao trabalho infantil

Direitos humanos: Grupo Telefônica reforça compromissos com a igualdade e a inclusão em 2008

Igualdade de oportunidades e compromisso com a manutenção dos direitos sindicais e laborais protegem empregados em todos os países; acordos coletivos cobrem empregados da Telefônica SP e da Atento.

Presença de mulheres em cargos executivos no Grupo Telefônica no Brasil em 2018 foi 5 pontos percentuais mais que no ano anterior.

Entre os compromissos formais do Grupo Telefônica no mundo com os Direitos Humanos estão os seguintes:

- Os Princípios de Atuação, que estabelecem: "Respeitaremos os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos das Nações Unidas, assim como as declarações da Organização Internacional do Trabalho".
- O Pacto Global das Nações Unidas, declaração subscrita pela Telefônica S.A. em 2002. Desde então, o Grupo informa, por diversos canais de comunicação, o progresso na implantação dos dez princípios dessa iniciativa.

Em um evento promovido pela Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República e pelo Instituto Ethos, em junho de 2008, o Presidente do Grupo Telefônica no Brasil, Antônio Carlos Valente, assinou um documento assumindo o compromisso de priorizar os direitos humanos (ver mais detalhes na parte referente aos Princípios de Atuação).

O Grupo Telefônica possui um código de conduta firmado junto à União Internacional de Sindicatos (UNI), no qual se compromete a manter os direitos sindicais e laborais em todas as operações, dando proteção aos trabalhadores do Grupo independentemente do país em que atuam.

A Telefônica SP realiza negociações com o Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações (Sintetel) e com o Sindicato dos Engenheiros do Estado de São Paulo. Além do reajuste salarial dos empregados, os sindicatos foram chamados a discutir as condições oferecidas nos Planos de Desligamento Incentivado (PDI), banco de horas e participação nos lucros e resultados (PLR) da empresa. A Atento realiza negociações coletivas em cada um dos estados em que está presente. A empresa segue acordos coletivos específicos de cada região de trabalho e negocia também a participação nos lucros e resultados da empresa.

Mulheres executivas nas principais empresas

Empresa	Número de mulheres executivas	% do quadro de executivos
Atento	342	47,6
Telefônica SP	114	23,8
TGestiona	14	23,7
Terra	40	48,2

Igualdade de gênero

O Grupo Telefônica considera que os processos de contratação e promoção devem avaliar os candidatos apenas por seus méritos profissionais e pessoais. Não há uma política de incorporação e promoção das mulheres porque a organização trata todas as pessoas de forma justa e imparcial, sem preconceitos associados a raça, cor, nacionalidade, origem étnica, religião, gênero, orientação sexual, estado civil, idade ou responsabilidades familiares.

Ao final de 2008, 516 mulheres ocupavam cargos executivos no Grupo Telefônica no Brasil, o que representa 38,1% do total de executivos do conglomerado e apresenta um crescimento de 5 pontos percentuais em relação ao ano anterior.

Pessoas com deficiência

A Telefônica SP mantém um programa para a inserção do profissional com deficiência, desenvolvido sob a ótica da eficiência e da igualdade de oportunidades. Em setembro de 2008, foi assinado o Acordo Coletivo de Inclusão de Pessoas com Deficiência no Mercado de Trabalho, firmado perante o Ministério do Trabalho – Superintendência Regional do Trabalho e Emprego do Estado de São Paulo. O acordo objetiva oferecer cursos de capacitação às pessoas com deficiência para sua inclusão no mercado. Por meio da parceria, são oferecidas 150 vagas em cursos com duração de oito meses. No fim de 2008, a Telefônica SP possuía 213 empregados portadores de deficiência, número inferior ao estabelecido na legislação (5% para as empresas com mais de mil empregados).

A Atento emprega pessoas com deficiência desde o início de suas atividades no país. No final de 2008, possuía 84 funcionários nessas condições. Vale registrar ainda a presença de 14 pessoas com deficiência no quadro da TGestiona e 11 no Terra.

Saúde e segurança

O Grupo Telefônica faz o registro nominal de acidentes de trabalho e realiza prevenções de acidentes por meio das avaliações periódicas de riscos. Houve 42 casos de afastamento por acidentes de trabalho na Telefônica SP em 2008, considerados típicos (ocorridos no desenvolvimento das funções) e de trajeto. No mesmo período, registraram-se 13 ocorrências de doenças ocupacionais. Ainda em 2008, a Atento registrou 431 acidentes de trabalho e 52 casos de doenças ocupacionais.

Princípios de atuação

No informe online mais sobre:
Temas tratados nesta página

Honestidade, confiança, integridade e respeito à lei e aos direitos humanos: compromisso da Telefônica

Comitês, oficinas, curso online e comunicação constante procuram envolver todos os empregados no cumprimento dos Princípios, em linha com a Visão e os Valores da companhia, para que padrões éticos sejam seguidos em todas as atividades.

Até o final de 2008, 49% dos empregados da Telefônica SP passaram pelo curso online; na Atento, foi elaborado Código de Conduta próprio, focado nas características do negócio de contact center, e 100% dos executivos e líderes já receberam formação presencial.

Os Princípios de Atuação do Grupo Telefônica devem nortear as ações de seus empregados em todos os países nos quais opera. Os Princípios substituíram diversos códigos de ética existentes nas empresas do Grupo. Aprovados em dezembro de 2006 na Telefônica S.A. e referendados em abril de 2007 na Telefônica SP, eles partem de preceitos gerais associados à honestidade e à confiança, à integridade e ao respeito à lei e aos direitos humanos. Abordam ainda temas específicos que buscam garantir a confiança dos públicos de relacionamento da corporação.

Para garantir que os empregados do Grupo conheçam os Princípios de Atuação, foi desenvolvido um curso online que todos devem fazer. Os objetivos do curso são:

- Fazer com que todos conheçam a relação entre a Visão, os Valores e os Princípios de Atuação da companhia.
- Explicar a importância de seguir os Princípios.
- Indicar como esses Princípios beneficiam a imagem da marca, a cultura organizacional e o clima interno.

O objetivo não é obrigar os empregados a decorar os Princípios, mas conscientizá-los de que eles existem e estimular a reflexão sobre a importância de contar com padrões éticos que regem todas as atividades. Por essa razão, o curso apresenta diversas situações cotidianas que levam os empregados a refletir sobre questões éticas em suas relações de trabalho.

A Telefônica SP iniciou a formação de seus empregados em 2007. Até o final de 2008, 49% (2.955) dos 6.031 empregados ativos haviam concluído o curso.

A Atento ratificou os Princípios de Atuação corporativamente e, a partir deles, elaborou um Código de Conduta próprio devido às características particulares de seu negócio. No Brasil, sua implantação ocorreu por meio da liderança, de acordo com as seguintes etapas:

- Apresentação do conteúdo para a Direção.
- Aplicação do Guia de Responsabilidade Social Corporativa (perguntas e respostas sobre o tema).
- Kit pilares para os executivos da empresa – Princípios de Atuação.

Todas as metas definidas para 2008 foram executadas. Os empregados receberam um livreto com os princípios, os materiais institucionais foram atualizados e 100% dos executivos e líderes receberam formação específica presencial. Foi feita comunicação interna para todos os colaboradores, além de divulgação externa (internet). Para 2009, a meta é a implementação da formação presencial em módulo da Academia Atento e via *e-learning*, a fim de envolver e sensibilizar todos os empregados.

Oficina de Princípios de Atuação

Em 2007, foi criada na Telefônica SP a Oficina de Princípios de Atuação, composta por representantes das áreas de Relações Institucionais (responsável pelos temas de Responsabilidade Corporativa e Reputação), Recursos Humanos, Jurídico e Auditoria Interna. Esse comitê se reúne periodicamente para discutir assuntos ligados aos Princípios de Atuação. Em 2008 houve dois desses encontros.

Comunicação

Cada alteração ou iniciativa referente aos Princípios de Atuação é devidamente comunicada a todos os empregados da Telefônica SP, por meio da intranet e da newsletter diária *Bom Dia Telefônica*. Em alinhamento com a área de Recursos Humanos, foi realizada em 2008 a convocação para o curso de formação dos Princípios de Atuação aos empregados que não o finalizaram no ano anterior. Para isso, foi feita uma comunicação integrada (e-mail marketing/intranet), seguindo um cronograma de formação dividido por áreas da Telefônica. Essa comunicação teve os seguintes objetivos:

- Disseminar os Princípios de Atuação e torná-los conhecidos por todos os empregados.
- Despertar o interesse das áreas a concluir o curso de formação online dos Princípios de Atuação.
- Tornar os Princípios de Atuação mais práticos e não tão teóricos.
- Conscientizar os empregados de que suas ações constroem a reputação da empresa e motivá-los a agir segundo esses princípios.
- Desenvolver ações de integração e familiarização de novos empregados aos Princípios de Atuação.

Peça de comunicação interna dos Princípios de Atuação

Após a constituição da Oficina local, foi iniciado o piloto de um Mapa de Riscos dos Princípios de Atuação, coordenado pelas áreas de Marketing Institucional e de Responsabilidade Corporativa. Em 2008, o Mapa foi reformulado, passando a apresentar indicadores para acompanhamento de riscos relacionados a cada Princípio de Atuação.

Na Atento, foi definida em 2008 uma Oficina de Princípios de Atuação, representada no Brasil pelo Comitê de Direção do Grupo Atento e pelos Comitês de Projetos de Responsabilidade Social Corporativa. Ela tem por objetivos:

- Formalizar, difundir, formar e velar pelo cumprimento dos princípios.
- Avaliar, orientar e aprovar ações apresentadas pelos Comitês de Projetos de RSC nos países.

Essa Oficina é subordinada à Comissão de Responsabilidade Social Corporativa, que funcionará coordenada com a Oficina de Princípios de Atuação da Telefônica.

Denúncias

A Telefônica SP possui um Canal de Denúncias na intranet, auditado pela Auditoria Interna. Todos os empregados do Grupo Telefônica podem 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. As denúncias anônimas são recebidas e averiguadas pela equipe de Auditoria Interna, que, quando necessário, envolve outras áreas da companhia. Em 2008, o canal recebeu nove denúncias, cinco a mais do que no ano anterior.

Os empregados da Atento podem encaminhar suas críticas, denúncias e elogios em relação a qualquer aspecto de seu relacionamento com a empresa via e-mail (atentoparaouvir@atento.com.br), intranet (Service Desk) ou pelo telefone (0800 770 0616). Os principais assuntos abordados foram relacionamentos interpessoais, benefícios e questões salariais, saúde e ambiente de trabalho e oportunidades de crescimento.

Direitos Humanos

A Telefônica é uma das signatárias iniciais da carta-compromisso para redução das desigualdades sociais no ambiente de trabalho no ano de comemoração dos 60 anos da Declaração Universal dos Direito Humanos.

O documento, assinado em um primeiro momento por 13 empresas e o governo federal em junho de 2008 (ver quadro abaixo), tem como objetivo garantir o comprometimento de dar prioridade aos direitos humanos dentro das organizações, garantindo, assim, a sustentabilidade do desenvolvimento do país.

O compromisso com a inclusão de pessoas com deficiência ganhou ainda mais força em setembro de 2008, quando diferentes empresas do Grupo (Telefônica SP, TGestiona e Fundação Telefônica) e o Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações (Sintetel) assinaram, perante o Ministério do Trabalho – Superintendência Regional do Trabalho e Emprego do Estado de São Paulo, um pacto coletivo para a inserção dessas pessoas no mercado de trabalho. São oferecidas 150 vagas em cursos com duração de oito meses. A capacitação terá dois objetivos: a elevação da escolaridade, por meio de curso supletivo, para a conclusão do ensino médio, e a formação para o trabalho.

Telefônica assina declaração de responsabilidade social das empresas

Em 2008, o Presidente do Grupo Telefônica no Brasil, Antonio Carlos Valente, participou do evento "Responsabilidade Social das Empresas e os Direitos Humanos", promovido pela Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República e pelo Instituto Ethos. A Telefônica está entre as empresas que se reuniram com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e assumiram o compromisso de priorizar os direitos humanos, garantindo assim a sustentabilidade do desenvolvimento do país. A companhia adota os cinco indicadores de responsabilidade social, que refletem as políticas de direitos humanos mencionados na declaração, como seus pilares de redução de desigualdades sociais no seu ambiente de trabalho.

Declaração do Encontro de Presidentes "Responsabilidade Social das Empresas e os Direitos Humanos"

- *Considerando que a Declaração Universal dos Direitos Humanos reflete as bases éticas e morais para a construção de uma sociedade fundamentada na liberdade, na paz e na justiça;*
- *Considerando essencial que os direitos humanos sejam protegidos pelo Estado, mas que este conte com a fundamental participação proativa da sociedade;*
- *Considerando que estamos comemorando 60 anos desse marco civilizatório que tem orientado e desafiado as nações e as sociedades no seu cumprimento;*
- *Considerando que a responsabilidade social das empresas tem estabelecido compromissos com a construção de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo e sustentável; e*
- *Considerando que as empresas, ao implementar a promoção dos direitos humanos em suas estratégias de negócios, darão uma contribuição fundamental para o cumprimento da Declaração Universal dos Direitos Humanos,*

As empresas signatárias desta declaração se comprometem a envidar todos os esforços para priorizar os direitos humanos, garantindo assim a sustentabilidade do desenvolvimento de nosso país.

E para isso declaram que estão comprometidas com a implementação de planos de ação que levem à melhoria progressiva dos indicadores de responsabilidade social que refletem as políticas de direitos humanos, tais como:

- *a promoção da equidade de gênero no local de trabalho;*
- *a promoção da equidade de raça no local de trabalho;*
- *a erradicação do trabalho escravo nas cadeias de valor;*
- *a inclusão de pessoas com deficiência; e*
- *o apoio para a promoção dos direitos da criança, do adolescente e do jovem.*

São Paulo, 24 de Junho de 2008

Acionistas e investidores

No informe online mais sobre:
Assembléia Geral de Acionistas
Comitês do Conselho de Administração
Outros temas tratados nesta página

Clareza e objetividade: canais promovem diálogo com todos os acionistas e desempenho de ações da Telesp supera o da Bovespa

Com 1.894.829 acionistas, Telefônica SP valoriza transparência na relação com investidores; total de reuniões em 2008 chegou a 160 e serviço telefônico da Gerência de Ações, que cuida dos pequenos acionistas, fez 22.120 atendimentos.

Medidas e políticas internas introduzidas para promover uma boa governança corporativa incluem definição de normas de conduta para financeiros e funcionários.

Ao final de 2008, a Telecomunicações de São Paulo S.A. (Telesp, conhecida do grande público como Telefônica SP) possuía 1.894.829 acionistas. O número elevado se explica porque, antes da privatização do Sistema Telebrás, 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. Por esse motivo, há uma grande dispersão das ações da Telesp entre muitos acionistas minoritários. As ações da Telesp também são cotadas na Bolsa de Valores de Nova York, por meio de Recibos de Depósitos de Ações Americanos (ADRs).

A companhia possui ações ordinárias (ON) e preferenciais (PN) negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) e ADRs negociados na Bolsa de Nova York (NYSE). O volume médio diário das ações ordinárias e preferenciais da Telesp em 2008 foi de R$ 981 mil e R$ 5,299 milhões, respectivamente. Já o volume médio diário de ADRs no mesmo período foi de US$ 3,566 milhões.

Além das ações da Telesp, os investidores do mercado brasileiro têm a oportunidade de possuir em sua carteira de ações papéis da Telefónica S.A. (controladora das empresas do Grupo Telefônica, como a Telesp). Em 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). No final de 2008, os acionistas portadores de BDRs eram 14.024.

Rentabilidade

Após o Brasil receber o grau de investimento, em maio de 2008, a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) apresentou índices recordes, chegando a superar os 73 mil pontos. Porém, a partir de setembro de 2008, como reflexo da crise mundial impulsionada pela desaceleração da economia norte-americana, o índice inverteu a tendência de crescimento dos últimos cinco anos e fechou 2008 com desvalorização de 41,2% (37.550 pontos). As ações da Telesp apresentaram desempenho superior ao da Bovespa. As preferenciais valorizaram-se 11,7%, enquanto as ordinárias perderam 11,1% de seu valor. Os BDRs da Telefónica S.A. registraram desvalorização de 5,3%.

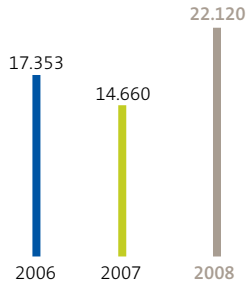
Transparência

A fim de manter a transparência e buscar a aproximação com o mercado financeiro, a Telefônica mantém canais específicos para atender a todos os investidores e acionistas. Os de maior porte são atendidos pela Diretoria de Relações com Investidores; em 2008, foram realizadas cerca de 160 reuniões, incluindo contatos diretos e por telefone, com acionistas e investidores do Brasil, da Europa e dos Estados Unidos. Os pequenos acionistas ficam a cargo da Gerência de Ações, que possui um serviço telefônico gratuito por meio do número 0800 77 11 680. Em 2008, o serviço realizou 22.120 atendimentos, 31% dos quais referentes à busca de ações não localizadas no agente custodiante.

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 a fim de tornar suas práticas cada vez mais claras e objetivas.

Atendimentos pelo serviço gratuito 0800 77 11 680



Entre essas medidas implementadas pela empresa figuram a definição de normas de conduta para financeiros (código de ética) e funcionários (princípios de atuação) e a criação de comitês do Conselho de Administração.

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

Ao longo de 2008, o Conselho de Administração realizou oito reuniões; em 2009, até maio, outras duas. As deliberações tomadas nas reuniões são sobre temas significativos de sua competência, dentre as quais se destacam:

- Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio aos acionistas.
- Eleição de administradores.
- Ajustes na estrutura organizacional.
- Aprovação de demonstrações financeiras e de orçamento da sociedade.
- Aprovação de operação financeira;
- Reorganizações societárias.

Na Assembleia Geral Ordinária de março de 2009, a remuneração global dos administradores (Conselho de Administração e Diretoria da empresa) foi fixada em R$ 11.800.000,00 (onze milhões e oitocentos mil reais). Não existe relação direta entre essa remuneração e a cotação das ações da companhia no mercado.

Fornecedores

No informe online mais sobre:
Modelo de compras
Comércio eletrônico
Satisfação dos fornecedores
Outros temas tratados nesta página

Critérios socioambientais ajudam a selecionar produtos e serviços: responsabilidade na cadeia de suprimento

Análise de riscos indicou que equipamentos/terminais de telecomunicações, instalação e manutenção de redes, produtos de merchandising e telemarketing são áreas que devem receber maior atenção.

Projeto Estela oferece certificação em serviços de telecomunicações a empregados de empresas terceirizadas, conforme padrão único para todos os países; em 2008, 3.172 profissionais foram treinados no Brasil.

O Grupo Telefônica considera que sua reputação também depende do comportamento de seus fornecedores, já que muitas vezes o contato direto da companhia com seus clientes e a sociedade é feito por eles. Por isso, é um grande desafio transmitir os princípios éticos da empresa aos fornecedores e ajudá-los a cumpri-los.

Em 2008, a companhia começou a avaliar seus fornecedores com base em critérios socioambientais. Os requisitos básicos do Grupo Telefônica para seus fornecedores são:

- Não permitir o trabalho infantil nem o trabalho forçado.
- Não aceitar condições de trabalho de risco para os trabalhadores nem consentir no trato desumano no trabalho.
- Exigir o cumprimento da legislação ambiental.

Ao serem cadastrados para prestar serviços para o Grupo Telefônica, os fornecedores são classificados em diferentes códigos, de acordo com o tipo de produto ou serviço oferecido. O Grupo realizou uma análise de riscos em toda a sua cadeia de suprimentos, levando em conta os critérios de visibilidade do produto ao cliente, associação com a marca Telefônica, visibilidade junto aos meios de comunicação, país onde se desenvolvem as atividades e natureza do produto/serviço. Essa análise concluiu que os equipamentos/terminais de telecomunicações, os serviços de instalação e manutenção de redes, os produtos de merchandising e as atividades de telemarketing são os que devem receber mais atenção.

Os fornecedores cadastrados em códigos considerados de risco nessa análise devem responder a um questionário de autoavaliação online. Em 2008, 114 fornecedores do Grupo no Brasil responderam ao questionário. Cinco deles passaram por uma auditoria para verificação dos procedimentos e políticas que comprovam as respostas dadas.

Fornecedores em números

Fornecedores contratados em 2008	3.541
Número de fornecedores locais contratados em 2008	3.488 (98,5% do total)
Volume total de compras (em milhões de reais)	5.251
Cumprimento de prazos de pagamento por faturas (em %)	99,1
Cumprimento de prazos de pagamento por volume (em %)	97
Número de processos de compra (e-sourcing, leilões e acordos eletrônicos)	10.378
Fornecedores avaliados	114
Fornecedores auditados	5

Gestão de parcerias

Além dessa iniciativa, a área de Recursos Humanos desenvolve o programa Gestão de Parcerias, focado no desenvolvimento de profissionais das contratadas que têm contato direto com o cliente da Telefônica. O programa é desenvolvido pelas operadoras fixas e móveis do Grupo Telefônica na América Latina e busca estabelecer critérios mínimos para garantir a qualidade do serviço prestado ao cliente.

Na Telefônica SP, até o momento, estão envolvidas no programa as prestadoras de serviços de rede e call center (help desk). Nas próximas etapas, serão incluídas empresas de telemarketing e administradoras das lojas da empresa.

Em 2008, a Telefônica SP realizou 77 trabalhos de verificação presencial, checando documentação trabalhista e previdenciária (por amostragem) e avaliando as condições de trabalho no local.

Certificação de técnicos

Para o Grupo Telefônica, é preciso tornar permanente o processo de certificação dos empregados das empresas terceirizadas. Essa orientação inspirou a criação, na América Latina, do projeto Estela (Escola Técnica da Telefônica na América Latina, na sigla em espanhol), desenvolvimento de um sistema de certificação online para técnicos de serviços de operadoras de telecomunicações do Grupo em vários países da América Latina. Em 2008, 3.172 profissionais foram certificados no Brasil, volume bem superior aos 501 formados no ano anterior.

Técnicos participam de evento do Projeto Estela

Meio ambiente

A estratégia ambiental do Grupo Telefônica: ações em duas frentes para garantir o desenvolvimento sustentável

O eixo Mudanças Climáticas busca reduzir o consumo de energia e a emissão de gases de efeito estufa pela companhia, além de buscar soluções ambientalmente saudáveis por meio das TICs.

O pilar Gestão Ambiental prevê padrões mínimos para que todas as unidades do Grupo, ao redor do mundo, respeitem as leis em vigor e controlem a pegada ecológica (uso de recursos naturais) da Telefônica.

O Grupo Telefônica considera o cuidado com o meio ambiente não apenas um compromisso: trata-se de um elemento integrado a seus objetivos de negócio. De um lado, o cumprimento das leis referentes a essa área, a gestão ambiental e o controle do uso de recursos devem melhorar a eficiência operacional da companhia; de outro, novos serviços propiciados pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) que representem menor impacto ambiental significam a possibilidade de mais negócios e aumento de competitividade em todo o mundo.

O compromisso do Grupo com o tema está expresso em seus Princípios de Atuação, aprovados em 2006: "Estaremos comprometidos com o desenvolvimento sustentável, a proteção do meio ambiente e a redução de qualquer impacto negativo de nossas operações no entorno." Ele é a base do Plano de Ação lançado em 2007, que contém cinco linhas de atuação: Mudança Climática, Gestão Ambiental, Gestão de Resíduos, Desenvolvimento Responsável da Rede, Telecomunicações e Desenvolvimento Sustentável.

Em 2008, dois fatores determinaram as competências e atividades do Grupo na área ambiental. O primeiro foi garantir a implantação das diretrizes firmadas no Plano de Ação. O segundo é a mudança climática, tema cada vez mais importante em termos globais no qual as TICs podem ajudar muito, ao obter eficiência ambiental para outros setores. A partir daí, o Grupo estruturou sua estratégia em duas linhas:

1) **Mudanças Climáticas –** O Grupo criou o Escritório de Mudanças Climáticas, área global de gestão especial para mudanças climáticas e energia, que busca garantir a redução do consumo de energia e de emissões de gases de efeito estufa, além de estimular o desenvolvimento de serviços que proporcionem mais eficiência a clientes e outros setores e de sublinhar o papel das TICs como contribuição essencial para a solução desse problema.

2) **Sistema de Gestão Ambiental Global –** Estabelece os requisitos mínimos de gestão para as empresas do Grupo. Sua premissa é a melhora contínua, a partir do cumprimento das leis em vigor e do controle da pegada ecológica da Telefônica (indicador que mostra o volume de recursos naturais usados pelo Grupo), a fim de que ela reduza os impactos que causa no seu entorno.

Política Ambiental está estruturada em 10 pontos

A Política Ambiental apresentada a seguir estabelece em dez pontos a atuação do Grupo Telefônica no que se refere a meio ambiente e mudanças climáticas em todas as empresas, unidades de negócio e empregados que a integram.

1) Garantir o cumprimento das leis vigentes e de todos os compromissos voluntários assumidos pela Telefônica em matéria de meio ambiente nos países onde opera; e adotar, de forma complementar e conforme o princípio de precaução, normas e diretrizes internas mais restritivas nos casos em que não há um desenvolvimento adequado da legislação ambiental.
2) Implantar sistemas de gestão ambiental que previnam ou reduzam os eventuais impactos negativos das atividades e infraestruturas da empresa no meio ambiente, identificando e disseminando as melhores práticas em todo o Grupo.
3) Aplicar a melhora contínua em toda a organização, a partir da avaliação sistemática e periódica do comportamento ambiental por meio de um índice específico e do estabelecimento de objetivos ambientais.
4) Usar sustentavelmente os recursos naturais, promovendo a compra de produtos cuja origem e fabricação sejam mais amigos do meio ambiente; minimizando o consumo de matérias-primas e a geração de resíduos; e fomentando a reciclagem, a recuperação de materiais e o tratamento adequado de resíduos.
5) Transmitir à cadeia de fornecedores e provedores de serviços os procedimentos e requisitos ambientais relativos à sua atividade com o Grupo Telefônica e assegurar o cumprimento dos mesmos.
6) Estabelecer os processos necessários para garantir a comunicação, a sensibilização e a formação em matéria ambiental dos empregados do Grupo.
7) Tornar público anualmente o comportamento ambiental da organização, incluindo os indicadores mais relevantes e os objetivos alcançados.
8) Ajudar a combater as mudanças climáticas, por meio da redução interna de gases de efeito estufa e do desenvolvimento de produtos e serviços que contribuam para que outros setores possam reduzir suas emissões.
9) Promover a criação de serviços de telecomunicação que contribuam para o desenvolvimento sustentável da sociedade.
10) Trabalhar com outras organizações na busca de formas de desenvolvimento mais sustentáveis.

No informe online mais sobre:
Compartilhamento de infraestruturas
Redução de impressões
Outros temas tratados nesta página

Gestão ambiental: sistema prevê critérios sustentáveis para expansão e envolvimento dos empregados

Queda na quantidade de resíduos, no consumo de água e na utilização de papel representa avanço nas unidades do Grupo no Brasil.

Resíduos de cabos caíram de 13.088.700 kg em 2007 para 4.710.019 kg em 2008; vendidos como sucata, representaram mais de R$ 21 milhões para a companhia.

Reafirmando seu compromisso com o meio ambiente, o Grupo Telefônica preparou, em 2008, um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) mundial alinhado com a norma internacional ISO 14001. Com ele, a organização busca melhorar seu comportamento ambiental por meio da:

- Generalização das melhores práticas de todos os países.
- Adoção de critérios ambientais na expansão da rede.
- Participação de todos os empregados na conquista desses objetivos.

O sistema envolve as áreas do Grupo diretamente ligadas à incidência ambiental, uma equipe de trabalho nas regiões onde atua e operações de telefonia móvel e fixa. Durante 2009, a organização vai elaborar planos específicos para implementar a normativa do SGA global em cada empresa. Esses planos contemplarão a situação de início de cada operação e o balanço da gestão. O objetivo é implantar o sistema em todas as operadoras até 2011.

Em agosto de 2008, a situação ambiental da Telefônica SP foi submetida a um diagnóstico, coordenado pela Diretoria Corporativa de Meio Ambiente da Telefónica S.A. Foram identificados os principais pontos de melhoria, os quais receberam recomendações específicas. A relação inclui, entre outros itens:

- Necessidade de acompanhamento mais efetivo da legislação ambiental aplicável à empresa e do assessoramento jurídico para as áreas da companhia.
- Inclusão de cláusulas ambientais mais específicas nos contratos com fornecedores.
- Necessidade de aperfeiçoar o controle das atividades desenvolvidas por empresas contratadas.

Gestão de resíduos – A Telefônica SP busca reduzir a geração de resíduos e se preocupa em dar a destinação adequada aos gerados em sua operação, especialmente os que apresentam algum composto que os torna perigosos, como as baterias das centrais telefônicas.

Resíduos produzidos

Baterias (em kg)

2007	878.407
2008	656.510

Resíduos de cabos (em kg)

2007	13.088.700
2008	4.710.019

Lâmpadas (em kg)

2007	12.530
2008	16.364

Consumo de água – Os esforços da Telefônica para racionalizar o consumo de água e reduzir desperdícios resultaram em um gasto de cerca de 1,039 bilhão de litros em 2008, uma queda de pouco mais de 4% em relação a 2007.

Consumo de papel – Comparado a 2007, o consumo de papel da Telefônica em 2008 foi 8% menor. A maior parte dos 1.873.141 quilos usados no período foi destinada às faturas de contas (pouco menos de 94%). Iniciativas como o programa Print on Demand e ações educativas a fim de diminuir o consumo nos escritórios ajudaram a baixar cada vez mais o uso desse material. Outra medida que deve ajudar é a implantação da e-conta (conta telefônica pela internet, que substitui a versão impressa), que deve ser lançada para clientes no segundo semestre de 2009.

Desenvolvimento responsável da rede

O Grupo Telefônica esforça-se para garantir que sua atuação siga critérios ambientais.

Controle acústico – A fim de melhorar o tratamento acústico em centrais telefônicas, a companhia fez adequações em 21 dessas unidades (combinadas com controle de poluição), num investimento total de R$ 998.178,00.

Derrames – A empresa possui 503 edifícios com depósitos de combustível para grupos geradores e desenvolve desde 2004 um projeto para substituir e adequar tanques de armazenamento. Em 2008, foram investidos R$ 927.807,24 em obras em cinco desses tanques. Houve um caso de derrame no período, no qual vazaram 483 litros de óleo. A ocorrência foi prontamente atendida pelas equipes responsáveis e a empresa comunicou o ocorrido à Cetesb (Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental do Estado de São Paulo).

Logística reversa

A logística reversa – retorno à indústria de produtos no término de sua vida útil – tem no Grupo Telefônica um de seus pioneiros no Brasil. A TGestiona atua na área desde 2001 e no final de 2008 reformulou sua operação, que atende empresas do Grupo (Telefônica SP, Terra e Vivo), ampliando o retorno de aparelhos fora de uso. Em média, 76 mil aparelhos obsoletos e com defeito são retirados de clientes, praticamente 100% do total. Antes, apenas 30% dos produtos eram recolhidos. Os itens são avaliados e, de acordo com seu estado, são consertados ou encaminhados para empresas que reciclam os componentes.

Meio ambiente

Mudanças climáticas: até 2015, meta é diminuir uso de energia em 30% nas redes e em 10% nos escritórios

Metodologia interna, baseada no Green Gas Protocol e na norma ambiental 14064, permite dimensionar com precisão as emissões de gases de efeito estufa e desenvolver ações para reduzi-las.

Além de medidas para controle de iluminação, temperatura e consumo de combustíveis, projetos inovadores, como as salas de telepresença, mostram como as TICs podem contribuir para o bem-estar ambiental.

O compromisso do Grupo Telefônica de combater as mudanças climáticas foi divulgado em junho de 2008, na Espanha, com o anúncio da criação de um departamento especialmente encarregado do tema e o estabelecimento de uma meta de redução de consumo de energia em todas as suas empresas. Com essas iniciativas, o Grupo pretende diminuir o consumo de energia elétrica em 30% em suas redes (medido em quilowatt-hora por terminal equivalente) e em 10% em seus escritórios (em kWh/por empregado) até 2015. Com isso, baixará significativamente sua emissão de gases do efeito estufa (GEE) em nível mundial.

O Escritório de Mudanças Climáticas, conduzido pela Direção de Transformação e pela Secretaria-Geral Técnica da Presidência, é o responsável por garantir a redução do consumo de energia e de emissões de GEE próprias das atividades da companhia, de potencializar o desenvolvimento de serviços mais eficientes para os clientes e outros setores e de posicionar o setor das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como centro da solução na luta contra as mudanças climáticas.

O programa de Mudança Climática da Telefônica tem dimensão mundial e abriga cinco eixos de atuação: Operações, Fornecedores, Empregados, Sociedade e Cliente. Essa estrutura torna mais ágil a implantação das iniciativas, além de agrupar de forma natural estratégias institucionais, operacionais e de negócio. Ela conta ainda com um escritório de projetos, encarregado de coordenar, impulsionar, facilitar e dar sequência aos diferentes projetos.

Eixo de Operações: Tecnologia Verde – Tem como objetivos: a) converter a organização no motor de inovação e desenvolvimento de projetos dirigidos a promover a eficiência energética interna; b) reduzir as emissões de GEE em redes e sistemas; c) potencializar o uso de energias renováveis nas operações do Grupo Telefônica.

Eixo Fornecedores: Compras Sustentáveis – Concentra-se em implementar políticas e procedimentos de forma que o Grupo considere critérios de eficiência energética em seus processos de compra de produtos e serviços. Entre os aspectos avaliados estão o consumo de energia médio, no modo stand by ou em potência máxima.

Sala de telepresença na sede da Telefônica SP

A contribuição da tecnologia

Uma colaboração tecnológica significativa para a redução das emissões de gases de efeito estufa é a que possibilita a realização de reuniões sem que todos os seus participantes estejam num único espaço físico. A Telefônica SP já dispõe de dez salas de videoconferência, instaladas em seis diferentes prédios da empresa. A elas se somou, em fevereiro de 2009, a primeira sala de telepresença do Brasil, criada no edifício sede da empresa, na capital paulista. Já usada em várias reuniões semanais, com a matriz, na Espanha, e as subsidiárias da operadora na América Latina, a telepresença simula uma reunião de forma tão realista que todos os participantes têm a impressão de estarem sentados à mesma mesa.

Mérito reconhecido

A Telefônica SP recebeu, em dezembro de 2008, o título de Empresa Líder no I Prêmio Época de Mudanças Climáticas. A iniciativa, organizada pela revista *Época* (Editora Globo) com apoio técnico da consultoria técnica PriceWaterhouseCoopers, premiou 20 empresas e organizações brasileiras por suas políticas de redução de emissões de gases de efeito estufa.

Eixo Empregados: Sensibilização e Compromisso – Possui duas metas vinculadas entre si: reduzir em 10% até 2015 o consumo de energia das atividades diárias dos profissionais do Grupo Telefônica e disseminar a cultura da mudança climática e da eficiência energética. Em 2009, os resultados colhidos nesse eixo serão quantificados em termos de emissão de dióxido de carbono (CO_2).

Eixo Sociedade: Posicionamento – Tem como objetivo principal reforçar o posicionamento público do Grupo Telefônica e do setor como chaves para a luta contra a mudança climática, que terá um momento crucial na Convenção sobre o Clima de Copenhague, em dezembro de 2009.

Eixo Clientes: Economia Eficiente – Busca comercializar soluções em TICs que permitam reduzir as emissões de GEE por meio dos produtos e serviços da Telefônica. Por sua implicação direta com o negócio da organização, esse eixo é um dos mais importantes do Escritório de Mudanças Climáticas. Está ligada a esse objetivo a procura pelo aumento na eficiência energética em outros setores, oportunidade que, se aproveitada, poderá proporcionar uma economia de carbono cinco vezes maior do que as emissões totais do setor das TICs em 2020.

No informe online mais sobre:
Consumo de combustíveis
Outros temas tratados nesta página

Emissões de CO_2 (em toneladas)

2008	2007	2008	2007	2008	2007
Alcance 1 (Diretas)		Alcance 2 (Indiretas/eletricidade)		Alcance 3 (Indiretas/ viagens a trabalho)	

Total 2007: 58.946 **Total 2008:** 69.286

Ações realizadas em 2008

Em 2008, a Telefônica instalou catalisadores em grupos de geradores a fim de reduzir a emissão de poluentes oriundos da queima de combustíveis. Foram colocados 28 catalisadores em 21 estações, que devem reduzir em até 97% a liberação de monóxido de carbono, em 68% a de hidrocarbonatos, em 72% a de óxido de nitrogênio e em 62% a de aldeídos. Vantagem adicional: uma redução de ruído de até 22 decibéis.

Em 2008, a Telefônica SP instalou sistemas de sensores de temperatura em salas de 34 estações. O projeto envolveu um investimento de cerca de R$ 252.000,00 e reduziu o consumo de energia elétrica em 631.676 quilowatts-hora (kWh) no ano passado, o que significou uma economia de aproximadamente R$ 195.000,00 no período. A partir de 2009, essa iniciativa deverá resultar numa queda no consumo de 806.780 kWh por ano.

Ainda em 2008, o edifício sede da empresa na capital paulista recebeu instalados sensores de presença nas escadas e Controle de Tempo na iluminação de fachada. O investimento, de cerca de R$ 22.500,00, resultou num consumo de energia elétrica 36.994 kWh menor em 2008. Prevê-se que, a partir de 2009, essa redução chegue a 215.835 kWh por ano, o que significa uma economia anual de aproximadamente R$ 60.000,00.

Eficiência energética

A natureza das atividades da Telefônica a torna uma grande consumidora de energia elétrica, responsável pela alimentação dos equipamentos e das redes de comunicação. Em 2008, esse consumo atingiu 652.385.926 kWh, um crescimento de pouco menos de 3,2% em relação a 2007. Desse total, a energia provinda de fontes renováveis (biomassa e pequenas centrais hidrelétricas) – que a empresa, pioneiramente, começou a adquirir ainda em 2003 – representou mais de 25%.

Desde 2007, o cálculo das emissões de GEE é baseado em uma metodologia interna aplicável a todo o Grupo Telefônica, baseada no Greenhouse Gas Protocol e na norma ambiental 14064. Por essa metodologia, é possível conhecer especificamente as emissões de GEE controladas diretamente pela empresa, denominadas Alcance 1; as derivadas de sua atividade, mas geradas por outras organizações (energia elétrica), chamadas de Alcance 2; e, desde 2008, as emissões associadas a viagens a trabalho, o Alcance 3. Em 2008 a Telefônica SP registrou a emissão de 69.286 toneladas de CO2. O crescimento em relação ao ano anterior deve-se à incorporação das emissões associadas a viagens de trabalho e também à melhoria na obtenção dos dados de emissões diretas.

Combustíveis – Os combustíveis são consumidos na Telefônica SP basicamente em trabalhos de implantação e manutenção da rede, o que implica o acionamento de geradores e também da frota de veículos. Do total de 6.716.980 litros de combustível consumidos pela frota de veículos nesse período, vale destacar o uso mais intensivo de etanol: foram 2.812.721 litros, ou 41,9% do total, ante 29% em 2007.

Consumo de energia em 2008 (em kWh)

Tipo de energia	Operações	Escritórios	Total
Energia elétrica tradicional	472.097.223	16.280.051	488.377.274
Energia alternativa*	156.001.684	8.006.968	164.008.652
Total	628.098.907	24.287.019	652.385.926

* Biomassa e pequenas centrais hidrelétricas.

Inclusão digital

Responsabilidade: por meio dos próprios serviços ou de parcerias, Telefônica promove oportunidades de acesso às TICs

No final de 2008, localidades servidas por linhas fixas e telefones públicos somaram 1.804, além de 559 com apenas telefones públicos; banda larga chegou a 407 (65,4%) das 622 cidades da área de concessão da Telefônica SP.

Além da universalização, empresa desenvolve serviços para população de baixa renda, incluindo a "banda larga popular"; pessoas com deficiência física também contam com opções especiais, como 9.071 orelhões para cadeirantes e 1.955 aparelhos para deficientes auditivos.

O Grupo Telefônica busca contribuir para criar uma sociedade inclusiva por meio das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), tanto por meio dos serviços que oferece quanto de alianças com o poder público. O Grupo atua em diversas frentes para promover a inclusão digital:

Universalização do serviço e atendimento às áreas remotas – O Grupo considera o serviço universal um elemento de igualdade e coesão social. No Brasil, o Grupo contribuiu com R$ 175,3 milhões para o Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (FUST). Desde o final da segunda fase da universalização, em 2005, a Telefônica atende às solicitações de instalação de linhas telefônicas em até sete dias e tornou disponível o acesso individual a localidades com população superior a 300 habitantes. Ao final de 2008, 1.804 localidades eram atendidas pela Telefônica SP com linhas fixas e telefones públicos e 559 possuíam apenas telefones públicos.

Em relação à banda larga, no fim de 2008 o serviço estava disponível para 407 dos 622 municípios da área de concessão da Telefônica SP, o equivalente a 61,4% das cidades.

A Telefônica SP oferece serviços de telefonia fixa na zona rural por meio do RuralCel. O serviço emprega tecnologia celular digital, utilizando a plataforma da Vivo. Cerca de 13 mil clientes utilizam o RuralCel no estado de São Paulo. A Telefônica SP está fazendo parceria com fabricantes de equipamentos para oferecer o serviço a preço mais baixo a partir de 2009. Além disso, existem cerca de 60 mil clientes na zona rural que possuem telefone por meio de rede metálica. De acordo com a regulamentação em vigor, os clientes que tiverem interesse em estender a rede podem solicitar um orçamento à concessionária.

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

Inclusão econômica – O Grupo Telefônica vem trabalhando constantemente para oferecer serviços alternativos às pessoas de renda mais baixa. A partir de uma proposta da empresa, o governo do estado de São Paulo solicitou ao Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz), entidade que reúne secretários da Fazenda de todos os estados brasileiros, autorização para isentar serviços de banda larga "popular" de cobrança de ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços). No estado de São Paulo a alíquota de ICMS é de 25%. A medida foi aprovada em abril de 2009. Além de São Paulo, outros duas unidades federativas – Pará e Distrito Federal – também foram autorizadas a reduzir a zero a alíquota de ICMS para serviços de internet em banda larga com custo de até R$ 30,00. A Telefônica SP irá formatar o produto que oferecerão em 2009.

Esse produto será mais um item do portfólio de serviços proporcionados pela Telefônica SP para a população de baixa renda. Seu pioneirismo nesse segmento já estava presente em 2004, quando a empresa lançou as Linhas Econômicas, que têm assinatura básica mais barata e facilitam o controle de gastos ao exigirem o uso de cartão pré-pago para a realização de chamadas de longa distância e para celulares.

Em 2006, foram lançadas as Linhas Controle, que bloqueiam as ligações quando o cliente chega ao limite da franquia de chamadas fixo-fixo, e também a Linha Pré-Paga, que não possui assinatura nem franquia mensal e funciona com uso de cartão pré-pago. Somadas, as Linhas Econômicas, Controle e Pré-Paga equivalem a 2,780 milhões, 23,8% das linhas em serviço.

Outra alternativa aberta a todas as pessoas, em particular às de baixa renda, a telefonia pública também merece atenção especial da Telefônica. O número de orelhões disponíveis para a população paulista era de 250 mil no final de 2008. Todas as localidades com mais de 100 habitantes possuem pelo menos um

desses aparelhos, e nas áreas urbanas do estado de São Paulo eles estão instalados a no máximo 300 metros um do outro.

Capacitação – Ainda é considerável o número de pessoas que não sabem usar as TICs, e para elas o Grupo Telefônica desenvolve diversas ações a fim de que as novas tecnologias sejam assimiladas e utilizadas em todo o seu potencial por esses indivíduos. A companhia investe em programas para aprimorar as habilidades tecnológicas dos jovens, juntamente com seus pais e professores. O EducaRede, por exemplo, da Fundação Telefônica, desenvolveu atividades formativas para alunos, mestres e pais ao longo de 2008 (ver mais no capítulo Ação Social e Cultural).

Acessibilidade – Em sintonia com sua estratégia de responsabilidade social, o Grupo Telefônica tem-se mantido fiel à proposta de trabalhar para permitir a utilização de seus serviços por pessoas com problemas de saúde ou incapacidade física. O investimento na área tem resultado, por exemplo, em novos serviços, terminais modernos adaptados e acordos com organizações para o desenvolvimento de projetos futuros.

Cerca de 9.071 telefones públicos são adaptados para cadeirantes. Além disso, todos os orelhões paulistas possuem uma tecla para ampliação de volume (própria para deficientes auditivos) e um ponto em relevo no teclado (para deficientes visuais). No fim de 2008, havia 1.955 aparelhos para deficientes auditivos. O atendimento dessas chamadas é feito via Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte (Siso), que atendeu 45 mil chamadas ao longo do ano.

Apoio a iniciativas do poder público – Em 2008, a Telefônica SP levou estrutura de banda larga a 2.179 escolas públicas paulistas. A empresa assumiu o compromisso de instalar, até 2010, infraestrutura de rede suporte para conexão em banda larga nos 257 municípios de sua área de concessão que ainda não a possuíam, em atendimento a um decreto presidencial que alterou os termos do Plano Geral de Metas para a Universalização (PGMU) do Serviço Telefônico Fixo Comutado, em vigor desde 2008. Até 2010, a infraestrutura chegará a 9.149 escolas públicas e o serviço será gratuito até 2025.

A falha técnica de julho e suas lições

O aprendizado necessário para o aprimoramento dos serviços não surge apenas nas atividades do dia a dia, mas também – e especialmente – em momentos de crise. Nesse sentido, a Telefônica SP enfrentou seu maior teste até hoje entre a tarde de 2 de julho de 2008 e a noite do dia seguinte, quando a pane de um software, que levou um roteador a gerar rotas falsas de transmissão por sua rede de dados, ocasionou instabilidade e paralisações parciais ou intermitentes. A falha afetou órgãos públicos federais, estaduais e municipais, além de empresas privadas como redes de varejo, bancos e provedores de internet, clientes da operadora.

Embora a rede ADSL, que conecta residências e empresas à internet por meio do serviço Speedy, não tenha sido diretamente afetada pela ocorrência, boa parte dos usuários do Speedy teve dificuldades para acessar a internet. Mas os serviços de voz, que atendem 12 milhões de clientes, permaneceram normais.

Todo o sistema foi verificado para a localização do defeito, detectado em um roteador instalado em Sorocaba. O aparelho foi então isolado, os dados foram desviados e a rede voltou a funcionar normalmente.

Desde o início, a Telefônica SP procurou agir com transparência integral e o máximo respeito aos consumidores. Sua equipe técnica, apoiada por especialistas, trabalhou durante 36 horas até solucionar o problema. Nesse período, a empresa empenhou-se para manter ativos os serviços não afetados enquanto restabelecia a rede gradualmente.

Durante o problema, a Telefônica SP contratou o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD) para analisar as causas do ocorrido. Segundo o laudo do CPqD, enviado à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o problema foi causado por uma rara combinação de fatores, o que dificultou o diagnóstico e a solução.

O incidente levou a Telefônica SP a ampliar investimentos em tecnologia, entre outras providências, para evitar a repetição desse tipo de ocorrência. A empresa também entrou em contato com seus clientes empresariais e governamentais para definir as compensações aplicáveis a cada um deles, segundo as disposições contratuais e comerciais estabelecidas. No caso dos clientes Speedy, por acordo entre a Telefônica SP, o Ministério Público Estadual – Promotoria de Justiça do Consumidor – e a Fundação Procon (órgão de defesa do consumidor), foi concedido um desconto de valor equivalente a cinco dias de mensalidade do serviço para os assinantes.

A Telefônica SP agiu rapidamente no sentido de prestar contas à população sobre o incidente e as providências tomadas. No dia 3 de julho, a área de Comunicação da companhia emitiu boletins à imprensa praticamente a cada duas horas. O Presidente da empresa no Brasil, Antonio Carlos Valente, foi à mídia mesmo antes da identificação do problema, para desculpar-se pelos inconvenientes e explicar as providências tomadas para sanar o problema. A Telefônica SP também divulgou um comunicado público nos principais jornais paulistas com teor semelhante.

Presidente do Grupo Telefônica no Brasil na coletiva de imprensa em 4 de julho.

Inovação

No informe online mais sobre:
Produtos e serviços
Atuação em parceria
Outros temas tratados nesta página

Vanguarda tecnológica: investimentos de R$ 2,6 bilhões buscam proporcionar experiências únicas para os clientes

Dispositivos e serviços como Orby, At Home, TecTotal e Speedy Zero caminham na direção da interconexão de equipamentos de voz, dados, iluminação, DVD, som, entretenimento, comunicação, informática, segurança e automação.

Por meio da Incubadora de Negócios, talentos empreendedores são estimulados a desenvolver projetos inovadores; parcerias estratégicas, como a firmada com o Centro de Referência em Inovação, permitem a troca de experiências com as principais empresas do país.

Dispositivo multimídia Orby

A estratégia de inovação da Telefônica não se concentra apenas em tecnologia: inclui também a busca por novos modelos de negócios e projetos que tragam uma nova experiência para seus clientes. Um dos principais objetivos tem sido disseminar a cultura de inovação para toda a empresa. Em 2008, o volume total de investimentos nesse setor no Brasil, correspondente a quase 22% do total investido pelo Grupo no mundo, ficou próximo de R$ 2,69 bilhões – um crescimento de mais de 22% em relação a 2007. Vários projetos desenvolvidos ao longo desse período se encaixam na perspectiva de busca incessante da vanguarda tecnológica. Os mais promissores são os seguintes:

Orby – Dispositivo multimídia que apresenta o serviço de comunicação e informação através de acesso a internet banda larga e telefone VoIP. É um aparelho com tela sensível ao toque, com conexão à internet em banda larga que permite acesso imediato, por meio de cada uma de suas teclas, a serviços como o You Tube, notícias, guia de restaurantes, de cinema, previsão do tempo. Além disso, funciona como telefone fixo e envia mensagens SMS.

At Home – Serviço que permite a criação de ambientes personalizados e aconchegantes em residências com um único clique no controle remoto ou no painel touch screen. Com ele, o usuário pode integrar o controle inteligente de todas as facilidades que equipam sua casa, tanto dentro dela como fora (via internet).

Incubadora de Negócios e Trilha do Empreendedor

Em janeiro de 2007, foram lançados na Telefônica dois programas interrelacionados: a Incubadora de Negócios e a Trilha do Empreendedor. O primeiro tem como meta proteger o desenvolvimento de negócios emergentes por meio de um ambiente ágil, prático e dinâmico. Antes de chegar à Incubadora de Negócios, os talentos devem passar pela Trilha do Empreendedor, que busca profissionais na empresa com perfil empreendedor para implementar projetos inovadores na Incubadora. Em 2008, um processo de inscrição voluntária recebeu 340 candidatos. Ao final, mais de 40 deles foram selecionados e se juntaram ao grupo classificado em 2007 no Banco de Empreendedores.

TPD

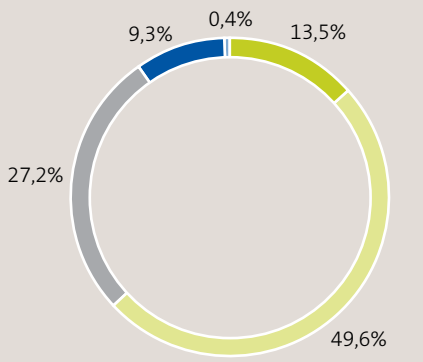
Entre as atividades da Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD), foram destaques em 2008 o desenvolvimento de sistemas para as operadoras do Grupo, especialmente Telefônica SP e Vivo, os projetos para identificação das tecnologias mais avançadas e suas possibilidades de aplicação no lar digital e a participação em atividades patrocinadas pelo Grupo Telefônica para apresentação de aplicações de internet e multimídia.

Investimentos no setor

O Grupo Telefônica utiliza os critérios estabelecidos pela Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) para calcular as cifras de inovação. Segundo o Manual de Frascati para Pesquisa e Desenvolvimento e o Manual de Oslo para a Inovação em geral, o conceito de inovação se refere tanto ao resultado quanto ao processo em si. Dessa forma, as cifras divulgadas pelo Grupo incluem:
1) Gastos internos de pesquisa e desenvolvimento tecnológico.
2) Gastos externos de pesquisa e desenvolvimento tecnológico.
3) Gastos em aquisição de maquinário e equipamentos relacionados a produtos e processos tecnologicamente novos ou melhorados.
4) Gastos para a aquisição de tecnologia não material.
5) Gastos de desenho e engenharia industrial, planejamento de serviços e seu lançamento.
6) Gastos de formação relacionados a produtos e processos tecnologicamente novos ou melhorados.
7) Comercialização de produtos novos ou melhorados.

Valores investidos em inovação tecnológica

(em%)



Gerações Interativas

No informe online mais sobre:
Principais resultados
Eixos do projeto

Crianças e adolescentes: estudo na Ibero-América permite conhecer jovem usuário e contribuir para uso responsável das TICs

Pesquisa envolveu mais de 80 mil estudantes em sete países da América Latina, apontando como as diversas telas – internet, telefones móveis, videogames e televisão – são utilizadas pelos estudantes da região.

Conduzido pela Fundação Telefônica e pela Universidade de Navarra, levantamento constatou que Brasil possui geração interativa de vanguarda na internet, mas falta acompanhamento de pais e professores no uso da rede.

Dos mais de 160 milhões de clientes latino-americanos do Grupo Telefônica, boa parte é composta por crianças e adolescentes. Em atenção a esse jovem contingente de usuários de seus serviços, a companhia lançou em 2007 uma iniciativa pioneira: o projeto Gerações Interativas na Ibero-América.

A iniciativa tem três objetivos principais:

- Conhecer o uso e a valoração das telas entre os estudantes ibero-americanos.
- Transferir e repassar esse conhecimento a todas as pessoas que cercam as crianças e jovens, como pais, educadores e agentes sociais, entre outros.
- Promover ações de caráter prático – formativas, legislativas e empresariais – que representem esse verdadeiro compromisso.

O Grupo Telefônica está desenvolvendo ações em quatro eixos: educação, auto-regulação, produtos e serviços e formação de redes sociais.

Um dos passos iniciais do projeto foi a realização da maior pesquisa já feita sobre o uso de diversas telas – internet, telefones celulares, videogames e televisão –, desenvolvida em parceria com o programa EducaRede, da Fundação Telefônica, e a Universidade de Navarra (Espanha). O estudo envolveu mais de 80 mil estudantes (sendo mais de 25 mil considerados na amostra representativa) de sete países da região: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela.

No Brasil, a pesquisa envolveu mais de 8 mil crianças e jovens de escolas urbanas paulistas. Na amostra representativa, foram considerados 4.205 alunos de escolas públicas e privadas – 790 na faixa etária entre 6 e 9 anos e 3.415 entre 10 e 18 anos.

Orientações aos clientes

A Telefônica SP realizou, de forma piloto, a distribuição de folhetos com orientações sobre uso de tecnologias – Internet, TV e telefone – na casa de clientes Speedy. A iniciativa – desenvolvida entre o final de 2008 e o início de 2009, foi realizada em parceria com a Relacom, uma empresa contratada para serviços de instalação e manutenção do serviço. Os técnicos que visitavam a casa do cliente entregavam o material. Para isso, esses profissionais assistiram a uma palestra prévia para entender a importância do tema.

Folder de conscientização para o uso das tecnologias

O Brasil é destaque entre os países pesquisados por ter uma geração interativa de vanguarda, com um número elevado de crianças e adolescentes que não apenas navegam, mas também produzem conteúdo na internet. Dois em cada grupo de dez estudantes brasileiros possuem página web ou blog. A faceta negativa dessa característica é a alta porcentagem de crianças e jovens que não têm acompanhamento de pais ou professores no uso da rede: 46%.

Para a pesquisa, foi aplicado um questionário online respondido nas escolas participantes. O EducaRede, programa da Fundação Telefônica (ver mais detalhes sobre ele à pág. 32), desenvolveu a pesquisa a fim de mapear como os jovens e crianças se relacionam com as diferentes tecnologias e, com base nesse diagnóstico, orientar suas ações para esse público. As escolas tiveram acesso aos seus resultados tabulados.

A pesquisa e seus resultados foram transformados no livro *A Geração Interativa na Ibero-América: Crianças e adolescentes diante das telas*, lançado no Brasil em março de 2009. O documento está disponível para download na área de publicações do portal EducaRede (www.educarede.org.br). Uma nova edição da pesquisa deve ser realizada entre 2009 e 2010.

Debate no lançamento do livro A Geração Interativa na Ibero-América

Ação social e cultural

Fundação Telefônica: desde 1999, 280 projetos sociais já beneficiaram diretamente mais de 500 mil pessoas

Inovação é a marca de todos os programas, que buscam sempre as melhores competências e tecnologias para combater o trabalho infantil, defender os direitos da infância e da adolescência, e melhorar a qualidade do ensino.

Total de R$ 16 milhões investidos em 2008 propiciou o desenvolvimento de 121 projetos, que envolveram 192 instituições sociais; Brasil é o segundo país que mais recebe recursos para as atividades da Fundação.

A Fundação Telefônica constitui o pilar da atuação social e cultural do Grupo Telefônica em nível internacional. Além da Espanha, ela está presente em sete países latino-americanos: Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela. Depois da Espanha, o Brasil é o segundo país onde a Fundação mais investe.

Criada em 1999, sua versão brasileira (www.fundacaotelefonica.org.br) é a responsável pela coordenação dos investimentos sociais da empresa sediada no país. Ela tem como missão contribuir para a construção do futuro das regiões nas quais a Telefônica está presente, estimulando o desenvolvimento social a partir da educação e da defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes. Para isso, utiliza-se preferencialmente das tecnologias de comunicação e informação.

Desde que foi criada, a Fundação Telefônica no Brasil já implantou cerca de 280 projetos de desenvolvimento social, que beneficiaram diretamente mais de 500 mil pessoas. O orçamento destinado a projetos sociais pela instituição, em 2008, foi de R$ 16.370.953,80. Desse total, R$ 7.252.651,89 foram provenientes de recursos incentivados, sendo R$ 3.049.383,25 da Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) e R$ 4.203.268,64 dos Fundos da Criança e do Adolescente. No mesmo período, o investimento global da Fundação Telefônica nos países em que está presente foi de pouco menos de 70 milhões de euros, dos quais cerca de 9% foram dirigidos ao Brasil.

A importância da inovação

A inovação é a pedra angular de todos os programas da Fundação Telefônica. O uso dessa ferramenta torna possível abordar as áreas na qual atua – como tecnologia, educação, arte e desenvolvimento social – sempre usando os conceitos mais avançados a elas relacionados. Inovar, na ótica da Fundação, é sinônimo de construir qualidade, fundamental para um resultado consistente e de importância tão grande quanto alcançar bons resultados sociais, tirar crianças da situação de trabalho ou contribuir para melhorias no ensino. Por isso, todos os programas trazem sempre a marca das melhores competências e recursos tecnológicos ao alcance da instituição.

O trabalho da Fundação está baseado em quatro eixos. Dois deles são representados pelos programas Pró-Menino e EducaRede, criados pela própria Fundação e executados em parceria com organizações não governamentais. O Voluntários Telefônica, ação de voluntariado, mobiliza centenas de empregados das empresas do Grupo a cada ano. O quarto eixo é o programa Fórum, cujo objetivo é apoiar projetos culturais que utilizam tecnologia e possuem também valor educacional ou histórico. Eles são abordados mais detalhadamente nas páginas a seguir.

Número de beneficiados

Linha de atividade	Nº pessoas	% sobre total
Educação	211.308	71,54
Direitos da Criança e do Adolescente	19.566	6,62
Voluntários Telefônica	64.458	21,82
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	64	0,02
Total	295.396	

Programas e projetos realizados

Linha de atividade	Nº programas	Nº Projetos
Educação	2	62
Direitos da criança e do adolescente	1	47
Voluntários telefônica	1	9
Arte, cultura e patrimônio histórico	1	2
Outros programas	1	1
Total	6	121

Entidades beneficiadas

(Entidades educativas – centros escolares, universidades, etc. – de ação social e cultural que tiveram relação direta, durante 2008 com programas e projetos da Fundação Telefônica)

Linha de atividade	Nº instituições	% sobre total
Educação	59	30,73
Direitos da Criança e do Adolescente	70	36,46
Voluntários Telefônica	32	16,67
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	31	16,14
Total	192	

No informe online mais sobre:
Temas tratados nesta página

Pró-Menino: contra o trabalho infantil e pelos direitos da criança, 8.500 foram beneficiadas em 2008

Promoção e defesa do Estatuto da Criança e do Adolescente serve de base a ações, que incluem incentivo à formação integral, medidas socioeducativas, redes de informação para proteção à infância e portal dirigido a profissionais e instituições que atuam na área.

Concurso Causos do ECA valoriza ações reais, ocorridas em todo o país, que mostram como o respeito aos direitos transformou a vida de crianças e adolescentes; em 2008, total de inscritos chegou a 952, número 43% superior ao registrado em 2007.

O Pró-Menino é uma das principais iniciativas da Fundação Telefônica e tem como objetivo defender os direitos da criança e adolescente, de acordo com o que estabelece o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Ao todo, cerca de 8.500 crianças e adolescentes foram diretamente beneficiadas em 2008 pelas ações do programa, sendo retiradas de situações de trabalho infantil ou de conflito com a lei.

Quatro linhas de atuação conduzem o Pró-Menino:

Combate ao Trabalho Infantil – Lançada em 2006, busca contribuir para erradicar o trabalho de crianças e assegurar o direito delas à formação integral. Existe em 13 países da América Latina, com o nome de Proniño.

Jovens em Conflito com a Lei – Propõe-se a ampliar a qualidade dos serviços de atendimento ao adolescente que infringiu a lei, em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto (liberdade assistida e prestação de serviços à comunidade).

Redes de Atenção à Criança e ao Adolescente – Colabora 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 instituições de assistência a esse público infanto-juvenil nos municípios.

Portal Pró-Menino – Criado em 2003, esse portal (*www.promenino.org.br*) tem como objetivo subsidiar com informações os profissionais que atuam na área da proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes.

Em 2008, quatro ações ligadas ao programa tiveram destaque e são abordadas a seguir.

Crianças atendidas pelo programa Pró-Menino

Seminário Medidas Socioeducativas – Realizado pela Fundação Telefônica em junho de 2008, o Seminário sobre Medidas Socioeducativas em Meio Aberto (MSE-MA) debateu temas como a articulação entre as políticas de atenção à juventude e outras ligadas à assistência social e à saúde, o direito do adolescente à educação e sua relação prática com a escola, efeitos do envolvimento com drogas e ferramentas para o trabalho com jovens. O evento contou com cerca de 200 participantes, entre os quais especialistas e profissionais da área.

REDECA – Lançado em novembro de 2008, o REDECA – Sistema de Informação das Redes pelo ECA busca melhorar e agilizar a comunicação e o atendimento às instituições, minimizar os problemas de duplicidade de cadastros, obter informações sobre as crianças, adolescentes e famílias atendidas pelos municípios participantes, além de permitir análise sobre demanda e oferta de serviços do Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente (SGDCA). Ele proporciona a cada criança um registro individual, por meio do qual é possível observar dados sobre saúde, educação, assistência social e outros aspectos relativos a seu desenvolvimento. O REDECA é o resultado do esforço de dois anos do Programa Pró-Menino em parceria com oito municípios paulistas. Construído em plataforma de software livre, ele foi produzido coletivamente para suprir as demandas de organizações ligadas ao atendimento das crianças e adolescentes.

Concurso Causos do ECA – Parceria da Fundação Telefônica com a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), o concurso Causos do ECA reúne relatos de pessoas que testemunharam ou vivenciaram situações em que o ECA transformou a vida de crianças e adolescentes. O concurso chegou em 2008 à sua quarta edição, com 952 inscritos – 43% a mais em relação a 2007.

Aula Fundação Telefônica – Projeto lançado em novembro de 2008, é uma parceria da Fundação Telefônica com a Secretaria Estadual de Educação de São Paulo destinada a contribuir para a erradicação do trabalho infantil por meio da qualificação dos processos de ensino e aprendizagem nas escolas, integrando os programas Pró-Menino e EducaRede.

Ação social e cultural

EducaRede: com mais de 163 mil usuários, investimentos já superam R$ 10 milhões

Portal gratuito conta com conteúdos e canais voltados para facilitar o uso de novas tecnologias no ensino público fundamental e médio.

Média mensal de páginas vistas em 2008 chegou a 1 milhão, principalmente de professores e alunos da rede pública de ensino.

Um dos mais importantes portais educativos brasileiros, o Programa EducaRede, criado em 2002 no país, busca aprimorar a qualidade da educação pública por meio da inclusão digital.

O programa tem como seu grande desafio estar sempre à frente das novidades na área tecnológica, assimilando-as e traduzindo-as para que cheguem às salas de aula de forma acessível e estimulante. Com esse objetivo, investe nos professores e educadores, a fim de que eles atuem como multiplicadores.

Desenvolvido pela Fundação Telefônica em parceria com o Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária (Cenpec), a Fundação Vanzolini e o portal Terra, o EducaRede tem como ferramenta central um portal aberto e gratuito – www.educarede.org.br –, voltado prioritariamente para alunos e professores do ensino público fundamental e médio.

O portal oferece conteúdos exclusivos sobre temas atuais, além de canais de cultura, tecnologia e apoio a pesquisas. Esse recurso permite o emprego de novas tecnologias no processo pedagógico.

O programa registrou em 2008 média mensal de cerca de 1 milhão de páginas vistas e um total de 163.153 usuários cadastrados, dos quais 80% pertencentes à rede pública. Os investimentos da Fundação Telefônica no EducaRede já superam R$ 10 milhões.

Sempre dedicado a manter-se na vanguarda do uso da tecnologia e da internet na educação, o Portal EducaRede propõe-se a permitir ao visitante transitar pelo que o programa denomina passarela múltipla para o conhecimento. Ela possui três principais frentes de atuação:

1) **Compreensão digital –** Transformar as novas ferramentas e informações surgidas na internet em linguagem acessível aos educadores da rede pública.
2) **Acesso às tendências tecnológicas –** Colaborar, por meio das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), no acesso das escolas às tendências tecnológicas.
3) **Experiências com projetos piloto –** Após identificar o que está sendo produzido em instituições de pesquisa em educação, criar projetos piloto para aplicação em experiências reais.

Aula Fundação Telefônica

Projeto cujo piloto foi lançado em 2008, em parceria com a Secretaria Estadual de Educação de SP, o Aula Fundação Telefônica busca contribuir para erradicar o trabalho infantil a partir da qualificação dos processos de ensino e aprendizagem nas escolas beneficiadas pelo Programa Pró-Menino, em um trabalho integrado ao Programa EducaRede. Ele possibilita que escolas públicas introduzam a tecnologia em sala de aula, por meio de doação de equipamentos e de um ano de capacitação e apoio direto aos professores. O piloto do projeto envolve 11 escolas selecionadas.

Alunos de instituição conveniada ao projeto Aula Fundação Telefônica

Multiplicidade de ações

IDIE – A Fundação Telefônica inaugurou em março de 2008 o Instituto para o Desenvolvimento e para a Inovação Educativa (IDIE). Essa parceria com a Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), vinculada ao programa EducaRede, tem como meta reunir e disseminar informações úteis para promover e fortalecer as políticas de aplicação das TICs em todas as escolas latino-americanas, além de desenvolver projetos conjuntos com ministérios da Educação desses países.

Conexões da Vida – Lançado pela Fundação Telefônica em abril de 2008, o livro *Conexões da Vida – O letramento digital mudando história* traz relatos de professores, alunos e gestores da educação pública, todos abordando a aplicação da internet na sala de aula, em atividades desenvolvidas no Portal EducaRede.

Projeto Minha Terra – Essa comunidade virtual de aprendizagem dentro do portal proporciona a professores e alunos do ensino fundamental e médio uma experiência conjunta de pesquisa e divulgação das características particulares do lugar onde vivem, por meio de textos, imagens, áudios e vídeos. A versão de 2008 teve 2.248 participantes e gerou um DVD com os materiais desenvolvidos pelos estudantes, distribuído para todas as escolas envolvidas nessa edição.

Cine Tela Brasil – A Fundação Telefônica aderiu em 2008 ao projeto Cine Tela Brasil, por meio do qual uma tela de cinema itinerante exibe gratuitamente filmes nacionais para o público de baixa renda de 64 cidades do país. Com o apoio da Fundação foi possível ampliar o projeto, inclusive no aspecto educativo. O portal EducaRede passou a abrigar um espaço interativo com oficinas de produção cinematográfica, no qual professores e alunos podem partilhar informações e experiências.

Voluntários Telefônica: com cinco linhas de atuação, programa envolve todas as empresas do grupo e adesão de empregados cresce a cada ano

Doações, campanhas, capacitações e concurso de projetos unem empregados por meio da solidariedade; iniciativas como o Dia dos Voluntários se transformam em exemplos e são replicadas em outros países.

Ação na Linha propõe o desenvolvimento comunitário em município da Grande São Paulo com grande incidência de furto de cabos; Arte e Tecnologia apoia a pesquisa, a produção e a difusão de projetos culturais.

O Programa Voluntários Telefônica, coordenado pela Fundação Telefônica e pelas áreas de Recursos Humanos e Comunicação da Telefônica, cresce a cada ano e envolve tanto o empregado que já é voluntário quanto o que deseja sê-lo. Iniciado em 2005, ele foi estendido em 2006 para todas as empresas do Grupo. Possui cinco linhas de atuação:

a) **Incentivo Criança –** Campanha que estimula entre os funcionários a doação de recursos financeiros para os Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente. Os recursos arrecadados são distribuídos a organizações cadastradas nos Conselhos Municipais. Em 2008, foram arrecadados R$ 70.000,00.
b) **Campanhas –** Englobam doação de sangue e itens como agasalho, brinquedos e outros. Além de programação orientada em épocas específicas do ano, as campanhas podem ser acionadas a partir de situações de emergência, como a das inundações de Santa Catarina em 2008, ocasião em que empregados fizeram doações em dinheiro.
c) **Capacitações –** Oficinas destinadas à capacitação em temas como responsabilidade social corporativa, terceiro setor e voluntariado, de modo a estimular o empregado a desenvolver iniciativas voluntárias dentro e fora da empresa.
d) **Concurso de Projetos –** Apoio a propostas de fortalecimento institucional das organizações em que os voluntários do Grupo atuam. Os empregados inscrevem propostas em um edital interno; as selecionadas recebem apoio financeiro.
e) **Dia dos Voluntários –** Realizado em 3 de outubro de 2008, o Dia dos Voluntários Telefônica envolveu mais de 1.500 empregados em São Paulo, Campinas, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro e Porto Alegre. A iniciativa surgiu no Brasil em 2006 e foi estendida no ano seguinte para a Espanha e outros 12 países da América Latina. Os voluntários, que doam seu dia de trabalho à ação, realizam atividades nas instituições selecionadas, como reformas, construções, jardinagem, recreação e estruturação de bibliotecas e brinquedotecas. Em São Paulo, a organização beneficiada em 2008 foi o Centro Educacional Comunitário Tabor, em São Mateus (zona leste), que oferece atividades complementares à escola para mil crianças e jovens moradores da região.

Empregados da Telefônica participam do Dia dos Voluntários em 2008

Outros projetos

Ação na Linha
Em 2008, a Fundação Telefônica, em parceria com a área de Segurança da Telefônica SP, desenvolveu uma experiência piloto na cidade de Itaquaquecetuba, na Grande São Paulo. Batizada de Ação na Linha, a iniciativa teve o objetivo de promover o desenvolvimento comunitário em uma área na qual foi identificada uma grande incidência de furtos de cabos.

Fórum
Reúne atividades destinadas a criar conhecimento e ideias em assuntos vitais para a área de atuação da Telefônica, como a Sociedade da Informação e o impacto das TICs. Em 2008, foram realizados dois eventos.

Arte e Tecnologia
Tem como missão estimular o encontro, a reflexão e o intercâmbio entre os diversos setores da cultura, apoiando a pesquisa, a produção e a difusão de projetos culturais, em especial aqueles vinculados à tecnologia. Uma das ações desenvolvidas é o Núcleo Memória Telefônica, cujo objetivo é preservar o acervo histórico de telecomunicações e disponibilizá-lo para a população através do site: www.museudotelefone.org.br.

Patrocínios

Apoios culturais: oportunidade para 1 milhão de pessoas conhecerem o melhor da música e do esporte

Investimentos chegaram a R$ 18,893 milhões, permitindo a realização de eventos de alta qualidade e diversidade musical, como o Telefônica Trio Tons, o Telefônica Open Jazz e as audições da Bachiana Chamber Orquestra.

Iniciativa pioneira no mundo, o Museu do Futebol alia memória e alta tecnologia para traçar um rico panorama de um dos esportes mais populares do planeta e que marca profundamente a cultura braileira.

O Grupo Telefônica patrocina atividades com o objetivo principal de democratizar o acesso da população à cultura e promover o uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's). O investimento em 2008, 10º aniversário do Grupo no Brasil, foi de cerca de R$ 18,893 milhões, trazendo benefícios para aproximadamente 1 milhão de pessoas nesse período.

Entre as várias ações realizadas nessa área, merece destaque especial o Campus Party Brasil, versão nacional do maior evento de internet do mundo (ver página ao lado). Outras iniciativas importantes são descritas a seguir:

Telefônica Trio Tons – Série de apresentações musicais gratuitas em cidades do interior paulista, reunindo trios de artistas conhecidos em todo o país. Em 2008, a iniciativa foi levada a importantes centros regionais – Bauru, Jundiaí, Santo André, São José do Rio Preto e Sorocaba –, num total de cinco shows, um em cada cidade, e teve entre seus participantes nomes como Daniela Mercury, Paralamas do Sucesso, Toni Garrido, Frejat, Vanessa da Mata e Nando Reis. Outro encontro com esses artistas foi realizado no Parque Villa-Lobos, em São Paulo, no dia 9 de novembro, em comemoração aos 10 anos da Telefônica. Em média, 30 mil pessoas assistiram a cada espetáculo.

Telefônica Open Jazz – A fim de proporcionar o contato com o jazz a um público bem mais amplo, o Grupo patrocinou, em São Paulo, duas apresentações gratuitas com artistas internacionalmente conhecidos: Herbie Hancock e Macy Gray, no show realizado em junho, e Chaka Khan e Brandford Marsalis, que se exibiram em 23 de novembro (este último show também foi comemorativo do 10º aniversário da Telefônica). Cada apresentação reuniu cerca de 30 mil espectadores e recebeu elogios da imprensa brasileira, pela qualidade dos artistas e dos espetáculos.

Bachiana Chamber Orchestra – O acesso da população à música clássica é também uma preocupação do Grupo, e em 2008 quatro concertos gratuitos foram realizados com esse intuito em Araras, Bragança Paulista, Sorocaba e Jundiaí, todas cidades no interior de São Paulo No total, cerca de 15 mil pessoas acompanharam as apresentações da orquestra.

Macy Gray em apresentação no Telefônica Open Jazz

Entrada do Museu do Futebol

Museu do Futebol: tecnologia a serviço da preservação cultural

Essa iniciativa, inaugurada no Estádio do Pacaembu em setembro de 2008 e de concepção inédita no mundo, tem como objetivo divulgar e preservar o futebol como manifestação cultural brasileira. A Telefônica é uma das grandes empresas parceiras do museu e tem sob sua responsabilidade o espaço Jogo de Corpo, que mostra a tecnologia aplicada ao futebol por meio de diversas atividades interativas. Além disso, ela disponibiliza sua banda larga Speedy, a tecnologia Wi-Fi e a programação da Telefônica TV Digital em alguns espaços do Museu.

Campus Party Brasil: portas abertas aos nativos digitais

Cerca de 100 mil pessoas, com idade média de 23 anos, visitaram a maior feira de internet do mundo; 3 mil participantes inscritos acamparam no Parque Ibirapuera, durante os sete dias do encontro, para trocar conhecimentos sobre os caminhos das tecnologias digitais e da sociedade em rede.

Velocidade de conexão de 5,5 Gb, até então inédita no Brasil, mostrou ao público os potenciais da banda larga dentro da Sociedade Digital.

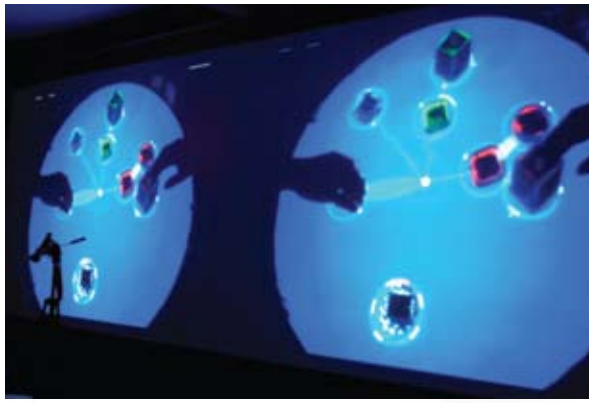
Maior feira de internet do planeta, a Campus Party recebeu ainda em 2007 o apoio do Grupo Telefônica para sua versão brasileira. Esse evento é realizado na Espanha desde 1997, e a edição nacional, feita em São Paulo, em fevereiro de 2008, foi a primeira a acontecer fora da Europa. A escolha foi mais do que justificada: os brasileiros são conhecidos e respeitados internacionalmente pelo grande talento com que se relacionam com as ferramentas e os recursos da nova economia digital. São dos brasileiros os títulos de maiores usuários de internet do planeta e de maiores consumidores das redes sociais da web.

Realizada no pavilhão do Parque Ibirapuera, a feira brasileira teve sete dias de duração – de 11 a 17 de fevereiro – e foi visitada por cerca de 100 mil pessoas (três vezes mais do que o número previsto pelos organizadores), com idade média em torno de 23 anos. Além disso, 3 mil participantes inscritos compartilharam experiências relacionadas às novas tecnologias digitais e à sociedade em rede.

O evento, chamado por alguns de "uma imensa lan house", recebeu campuseiros de 23 estados brasileiros e de 18 países, entre eles colombianos, peruanos, chilenos, norte-americanos, ingleses, gregos e espanhóis. O terceiro andar do prédio da Bienal, no Parque Ibirapuera, foi ocupado por 900 barracas que abrigaram 1.800 pessoas acampadas. Uma das grandes atrações para todo esse público foi a velocidade de conexão à internet fornecida pela Telefônica (patrocinadora master) na ocasião: 5,5 gigabytes (Gb) de banda, um número até então inédito no Brasil.

No total, foram realizadas 330 atividades oficiais, entre palestras, debates, oficinas, cursos, performances e concursos criados a partir de um diálogo constante com as comunidades online, universidades, ONGs e apoiadores institucionais. As áreas abordadas eram variadas: Astronomia, CampusBlog, Criatividade, Desenvolvimento, Games, Modding, Música, Robótica, Simulação e Software Livre.

O estrondoso sucesso da primeira edição brasileira levou o Grupo a acertar o patrocínio da edição de 2009, realizada em janeiro. Na ocasião, a Telefônica já proporcionou um novo recorde nacional de banda para o evento: ela saltou de 5,5 Gb para 10 Gb.



Nesta página, imagens da Campus Party

Comunicar e dialogar

Grupo Telefônica envolve representantes de seus públicos de relacionamento na elaboração do Informe

Empresa realizou pelo segundo ano consecutivo um Painel de Diálogo para avaliar o relatório e também sua gestão de responsabilidade corporativa.

Ouvir as partes interessadas é fundamental na seleção equilibrada nos materiais apresentados nas versões online e impressa.

Ao publicar anualmente este Informe de Responsabilidade Corporativa, o Grupo Telefônica busca divulgar suas ações e, a partir dessa iniciativa, estabelecer um diálogo efetivo com seus principais públicos de relacionamento. Com esse objetivo, o Grupo realizou nos últimos dois anos Painéis de Diálogo para avaliar o relatório e, por meio dele, sua gestão de responsabilidade corporativa.

Na metodologia adotada pelo Grupo Telefônica, é realizado um único Painel com a presença de representantes dos diversos públicos de relacionamento (painel multistakeholder). Para garantir a livre manifestação dos participantes, a mediação do Painel é feita por consultores externos. O Grupo conta com o apoio da equipe do Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (Ceats), centro de estudos ligado à Universidade de São Paulo, para realizar esse trabalho e também consolidar os comentários e sugestões dos participantes.

Esse trabalho ajuda na definição dos temas que devem ser abordados no Informe e, principalmente, na seleção dos tópicos que devem ser abordados nesta versão impressa do relatório. Como o relatório completo fica disponível na internet e esta versão impressa trata apenas de uma parte dos indicadores reportados, ouvir a opinião das partes interessadas é fundamental para realizar a seleção de forma equilibrada.

Representantes dos públicos de relacionamento da Telefônica avaliam o Informe 2007

Realizações 2008

Conheça os resultados de nossa gestão em Responsabilidade Corporativa

Responsabilidade Corporativa e Princípios de Atuação			Cumprimento
1 Princípios de Atuação	Ampliar a formação nos Princípios de Atuação na Telefônica SP, atingindo 80% do quadro de empregados formados.	A empresa deu continuidade ao treinamento de seus profissionais, mas até o final de 2008 49% dos empregados ativos da companhia haviam concluído a formação.	20%
2 Diálogo com as partes interessadas	Realizar novo painel de diálogo para avaliar este Informe de Responsabilidade Corporativa.	Em fevereiro de 2009 foi realizado um Painel de Diálogo para avaliar o Informe de Responsabilidade Corporativa de 2007 e sugestões dos participantes contribuiram para aprimorar esta edição do relatório referente ao ano de 2008.	100%
3 Plano Estratégico de RC	Desenvolver e dar início à implantação de um Plano Estratégico de Responsabilidade Corporativa baseado nos resultados do autodiagnóstico 2007.	Em 2008, a companhia desenvolveu um Plano Estratégico de RC e iniciou a implantação das ações estabelecidas.	100%

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.	Como resultado de ações desenvolvidas, houve redução do volume de reclamações referentes a faturamento. Porém, o quantidade total de reclamações aumentou. O índice de satisfação de clientes ao final do ano foi de 5,97, bastante próximo à meta assumida.	80%
5	Programa Gerações Interativas	Desenvolver o programa que 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 uso de tecnologias e o desenvolvimento de iniciativas nos eixos estabelecidos pelo programa: autorregulação, lançamento de produtos e serviços, educação de pais e professores e formação de redes sociais.	A companhia buscou estabelecer regras para utilização de conteúdos impróprios para menores e suspender páginas com conteúdos ilícitos. A pesquisa junto às escolas foi realizada com sucesso, o que levou ao lançamento do livro *A Geração Interativa na Ibero-América no início de 2009*.	100%

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%.	O índice de favorabilidade na pesquisa de clima ficou estável, em 74%, resultado considerado positivo. Foi implantado o programa Conhecer e Reconhecer em todas as Diretorias Executivas. O processo de divulgação das oportunidades internas foi aprimorado e 49% das vagas internas foram preenchidas por empregados da empresa, índice inferior à meta estabelecida. Por fim, a companhia iniciou a revisão do sistema de remuneração, mas não houve a publicação de tabelas salariais para todos os empregados.	80%
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.	Foram aplicados os dois primeiros módulos do Progama de Desenvolvimento de Líderes para todos os executivos.	100%

Meio Ambiente

8	Gestão ambiental	Lançar um Plano de Gestão Ambiental na Telefônica SP, identificando as atuações prioritárias que devem ser desenvolvidas em cada área da companhia.	A companhia realizou um diagnóstico ambiental em agosto de 2008, com o apoio da Diretoria de Meio Ambiente da Telefónica S.A., identificando os pontos de melhoria nas diferentes áreas.	100%

Fornecedores

9	Critérios de RC na cadeia de valor	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.	Os fornecedores do Grupo Telefônica passaram a responder a questionários de avaliação em critérios socioambientais. Também foram realizadas auditorias e verificações presenciais em fornecedores. Porém, o desenvolvimento do programa de formação em Responsabilidade Social Corporativa foi adiado para o ano de 2009.	50%

Sociedade

10	Pró-Menino	Manter o número de atendimentos diretos em 8.500 crianças e jovens e realizar um projeto de qualidade educativa em 10 escolas frequentadas por meninos atendidos pelo programa;	A Fundação Telefônica atendeu mais de 8.800 crianças e jovens em 2008, realizando projetos de qualidade educativa em 232 escolas.	100%
11	Voluntários Telefônica	Realizar novamente o Dia dos Voluntários Telefônica envolvendo 20% do quadro de empregados das empresas envolvidas.	A companhia envolveu mais de 23% do quadro de empregados das empresas participantes no Dia dos Voluntários.	100%
12	EducaRede	Ampliar o uso das ferramentas do portal em projetos pedagógicos, atingindo mais de 4.000 escolas.	O uso das ferramentas do portal em projetos pedagógicos foi ampliado, atingindo mais de 13.000 professores e 23.000 alunos.	100%

Metas 2009

Responsabilidade Corporativa e Princípios de Atuação

Para o ano de 2009, estabelecemos 12 novas metas de Responsabilidade Corporativa.

Responsabilidade Corporativa e Princípios de Atuação	
1. Princípios de Atuação	Ampliar a formação nos Princípios de Atuação na Telefônica SP, 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. Realizar também um Painel para debater um tema específico da gestão da companhia.
3. Reputação Corporativa	Desenvolver um plano de ação visando à melhoria da reputação para acompanhamento mensal pelo Comitê de Imagem, liderado presidente do Grupo. Com o desenvolvimento das ações previstas nesse plano, obter uma melhoria no Rep Trak Pulse.
Clientes	
4. Satisfação do Cliente	Desenvolver ações para reduzir o volume de reclamações referentes a contas e reparos do serviço Speedy. Com a implantação de melhorias nos canais de atendimento ao cliente, tecnológicas e de processos, diminuir as queixas recebidas junto ao Procon e à Anatel.
5. Programa Gerações Interativas	"Dar continuidade ao programa, que tem como objetivo proteger crianças e jovens no uso das novas tecnologias, desenvolvendo as seguintes iniciativas: - Por meio do Programa EducaRede, capacitar educadores responsáveis por escolas que participaram da primeira etapa da pesquisa sobre uso de tecnologias por jovens - Iniciar a segunda etapa da pesquisa com crianças e adolescentes."
Empregados	
6. Satisfação dos empregados	Desenvolver iniciativas para aumentar a satisfação dos empregados da Telefônica SP, atingindo 78% de favorabilidade na pesquisa de clima laboral. Com essas ações, voltar ao ranking das Melhores Empresas para Trabalhar do Great Place to Work Institute.
7. Sistema de Remuneração	Reformular e dar mais transparência ao Sistema de Remuneração, realizando ampla divulgação para os empregados. Garantir que 100% dos profissionais estão cientes da faixa salarial do cargo que ocupam e de sua posição nessa faixa.
Meio Ambiente	
8. Gestão ambiental	Desenvolver um plano para implantação do Sistema de Gestão Ambiental na Telefônica SP.
9. Mudanças Climáticas	Realizar auditoria nos dados de consumo energético da Telefônica SP para garantir sua confiabilidade e também estabelecer um padrão para controle de consumo nas operações. Realizar obras e ações de eficiência energética, com o objetivo de reduzir em 3,5% o consumo de energia por terminal equivalente nas operações.
Fornecedores	
10. Critérios de RC na cadeia de valor	"Promover 200 trabalhos de checagem de documentação de fornecedores e 60 verificações presenciais para avaliar as condições de trabalho, saúde e segurança no Programa Gestão de Parcerias. Realizar oficina para formação de fornecedores em responsabilidade social.
Sociedade	
11. Pró-Menino / EducaRede	Dobrar o número escolas atendidas pelo programa Aula Fundação Telefônica, atingindo 20 instituições de ensino
12. Voluntários Telefônica	Estender o apoio à entidade escolhida para realização do Dia dos Voluntários, por meio de capacitação pedagógica, apoio contábil, jurídico e de recursos humanos, desenvolvimento de plano de comunicação e oferecimento de infra-estrutura de TI. Envolver familiares e amigos dos empregados em ações do programa Voluntários Telefônica. Ampliar o envolvimento dos executivos em ações do programa, especialmente no Incentivo Criança.

Indicadores chave

Percepção dos stakeholders

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

	2008	2007	2006	2005
Percepção dos stakeholders				
Satisfação dos empregados				
Telefônica SP	74%	74%	75%	80%
Atento	70%	68%	58%	47%
Satisfação do cliente / Telefônica SP	**5,99**	**5,81**	**5,99**	**
Residencial	6,14	5,93	5,70	**
Negócios	5,59	5,48	6,10	**
Empresas	5,90	5,82	7,31	**
Satisfação de fornecedores	**n.d.**	**6.93**	**n.d.**	**6,90**
Reputação junto à sociedade				
RepTrak Pulse	43	45	54	55
RepTrak Index				
RepTrak Oferta	43	45	53	54
RepTrak Trabalho	49	53	58	62
RepTrak Integridade	46	50	56	55
RepTrak – Liderança	51	56	59	63
RepTrak – Inovação	52	59	62	63
RepTrak – Finanças	64	69	67	70
RepTrak – Cidadania	49	54	58	62
Apoia causas sociais	49	53	56	58
Protege o meio ambiente	46	51	58	61
Indicadores operacionais				
Impacto econômico (em milhões de R$)				
Receita líquida	24.282	21.658	20.853	20.700
Investimento em Infraestruturas (Capex)	4.395	2.892	2.875	2.950
Investimento em inovação tecnológica	2.688	2.222	2.149	2.066
Impostos	9.724	9.364	8.805	8.688
Volume de compras contratado	13.900	11.136	12.688	10.798
Clientes				
Número total de acessos de clientes (em mil)	60.739	49.001	44.755	46.406
Número total de reclamações (em mil)*	8.584	9.565	–	–
Empregados				
Número total de empregados	82.288	75.839	65.993	63.743
Horas de formação por empregado – Telefônica SP	20	20	21	19
Horas de formação por empregado – Atento	72	73	91	
Fornecedores				
Número de fornecedores contratados	3.541	3.231	3.547	2.513
Sociedade				
Investimento social – Fundação Telefônica (em milhares de R$)	16.371	19.397	9.700	8.100
Beneficiados diretos da Fundação Telefônica	295.396	173.847	47.718	225.241

* Informações se referem exclusivamente à Telefônica SP

** Pesquisas utilizavam forma de medição diferente

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

RELATÓRIO DE REVISÃO INDEPENDENTE (VERIFICAÇÃO) DO INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA 2008 DO GRUPO TELEFÔNICA NO BRASIL

À Comissão de Recursos Humanos e Reputação Corporativa da Telefónica S.A.

Alcance do trabalho

Realizamos a revisão dos conteúdos do Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2008 do Grupo Telefônica no Brasil, disponível em www.telefonica.com.br/rc/2008, e de sua adaptação, conforme estabelecido:

- nas diretrizes de elaboração de relatórios de sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI) em sua versão 3.0 (G3) para o limite do Grupo Telefônica no Brasil.
- nos princípios da norma AA1000 Assurance Standard emitida pela AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para as atividades desenvolvidas pelo Grupo Telefônica no Brasil.

A preparação do Informe Anual de Responsabilidade Corporativa, assim como o conteúdo do mesmo, é de responsabilidade dos Órgãos de Governança e da Direção do Grupo Telefônica, os quais também são responsáveis por definir, adaptar e manter os sistemas de gestão e controle interno dos quais se obtém a informação. Nossa responsabilidade é emitir um relatório independente com base nos procedimentos aplicados em nossa revisão.

Realizamos nosso trabalho de revisão segundo a norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information,* emitida pelo International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) da International Federation of Accountants (IFAC).

Procedimentos realizados

Nosso trabalho de revisão consistiu na formulação de perguntas à Direção Corporativa, assim como às diversas empresas que participam da elaboração do Informe Anual de Responsabilidade Corporativa, e na aplicação de alguns procedimentos analíticos e testes de revisão por amostragem que descrevemos a seguir:

1. Realização de entrevistas com executivos e profissionais das áreas de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica, e também com uma seleção de diretores e pessoas-chave na operação de telefonia fixa no Brasil com o objetivo de conhecer como os objetivos e políticas de Responsabilidade Corporativa são considerados, postos em prática e integrados à estratégia da companhia.

2. Revisão da informação relevante, tal como atas das reuniões do Conselho de Administração da Telefónica S.A. ou atas das reuniões da Comissão de Recursos Humanos e Reputação Corporativa, nas quais foram tratados temas relacionados à Responsabilidade Corporativa.

3. Revisão dos processos e sistemas por meio dos quais o Grupo Telefônica estabelece seus compromissos com seus públicos de relacionamento, assim como a cobertura, relevância e completude da informação incluída no Informe Anual de Responsabilidade Corporativa.

4. Análise da adequação da estrutura e dos conteúdos do Informe Anual de Responsabilidade Corporativa ao estabelecido nas diretrizes G3 da GRI.

5. Comprovação seletiva da informação quantitativa dos indicadores incluídos no Informe de Responsabilidade Corporativa 2008 e sua adequada compilação a partir de dados fornecidos pelas fontes de informação.

Os procedimentos aplicados para cada indicador são detalhados na Tabela de Indicadores GRI que está publicada a seguir e que faz parte deste relatório, tendo-se obtido para cada um deles documentação de suporte correspondente.

Independência

Realizamos nosso trabalho de acordo com as normas de independência requeridas pelo Código Ético da International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusões

Como resultado de nossa revisão, não identificamos nenhum aspecto que nos faça crer que o Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2008 do Grupo Telefônica no Brasil contém erros significativos ou que não tenha sido preparado de acordo com:

- As diretrizes para elaboração de relatórios de sustentabilidade da GRI versão 3.0 (G3);
- Os princípios estabelecidos na norma AA1000 AS (versão 2003) emitida pela AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).

Nesta página, incluímos os principais procedimentos e conclusões da nossa verificação; o conteúdo na íntegra deste relatório de revisão, juntamente com as recomendações e detalhes dos procedimentos de verificação aplicados aos indicadores GRI G3, estão disponíveis em: *www.telefonica.com.br/rc/2008*.

Informe Anual de Responsabilidade Corporativa

Grupo Telefônica no Brasil
2008

Esta é uma versão resumida do Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil 2008.
O relatório completo está disponível na internet, no endereço www.telefonica.com.br/rc/2008. Para críticas, dúvidas, comentários e sugestões sobre este relatório, escreva para respcorp@telefonica.com.br.

Os acionistas e investidores podem exemplares deste Informe pelo e-mail ri.telefonicabr@telefonica.com.br.

Coordenação e Edição
Diretoria de Comunicação Corporativa da Telefônica

Supervisão
Secretaria Geral Técnica da Telefônica América Latina
Diretoria de Reputação Corporativa, Identidade e Meio Ambiente da Telefônica S.A.

Textos
Eduardo Araia

Produção Gráfica
Ideia Visual

Fotografias
Pisco Del Gaiso (capa, páginas 1, 26, 31e 32)
Carlos Della Rocca (páginas 8, 21, 24, 27, 29, 33, 35 e 36)
Denis Ribeiro (páginas 16 e 34)
Demais fotos e imagens: arquivo Telefônica

Agradecimentos
- Aos profissionais das empresas do Grupo Telefônica que tornam possível a realização desta publicação, colaborando no fornecimento de informações, verificação dos dados e revisão de textos.
- Às organizações que participaram do Painel de Diálogo para avaliação da edição anterior do Informe e às pessoas que enviaram comentários e críticas.

www.telefonica.com.br

Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2008
Grupo Telefônica no Brasil

www.telefonica.com.br/rc/2008
Para comentários sobre este relatório, escreva para:
respcorp@telefonica.com.br