2009

Informe Anual
de Responsabilidade
Corporativa
Grupo Telefônica no Brasil

transparência e integridade
para transformar o futuro

Telefônica

Principais Prêmios e Reconhecimentos de 2009

- Telefônica SP recebeu o prêmio Melhores de TI e Telecom da consultoria Great Place to Work Institute
- Telefônica SP foi reconhecida entre as 12 Melhores Empresas para se trabalhar - as Maiores, ranking do Great Place to Work Institute, publicado no jornal *O Estado de S. Paulo*
- Telefônica SP foi reconhecida como uma das 10 empresas mais admiradas do país em Recursos Humanos (Editora Gestão & RH)
- Atento recebeu o prêmio Banco de Potenciais como Melhor Ação de Capacitação pela Associação Brasileira de Telesserviços (ABT)
- Atento recebeu o Prêmio Nacional de Telesserviços na categoria Responsabilidade Social pelo Programa de Empregabilidade Juvenil na América Latina (Prejal).
- Telefônica SP recebeu, por seu segmento Empresas, o Prêmio Consumidor Moderno, realizado pelo Grupo Padrão e pela revista *Consumidor Moderno*, por seu serviço 0800 para grandes corporações e órgãos públicos
- Projeto Minha Terra, da Fundação Telefônica, recebeu o Prêmio Cidadania pelo Anuário Telecom (Plano Editorial)
- Telefônica SP foi destaque da premiação As Melhores da Dinheiro na categoria Gestão no setor de telecomunicações. Promovida pela revista *IstoÉ Dinheiro* (Editora Três), a premiação reconhece as empresas que mais se destacaram em 2008, não apenas no aspecto financeiro, mas também em gestão de recursos humanos, inovação, qualidade, gestão social e do meio ambiente e governança corporativa.
- Telefônica SP foi reconhecida como maior empresa do setor de telecomunicações pelo segundo ano consecutivo no prêmio Valor 1000, promovido pelo jornal *Valor Econômico*
- Telefônica SP foi reconhecida como um dos 100 maiores grupos do ano de 2008 pelo prêmio Melhores & Maiores, da revista *Exame* (Editora Abril), e está no ranking das 500 maiores receitas líquidas do período
- Telefônica SP recebeu, pelo segundo ano consecutivo, o Prêmio Época de Mudanças Climáticas promovido pela revista *Época* (Editora Globo)
- Telefônica SP foi destaque do ano na modalidade Retrofit (ar condicionado) no renomado prêmio do setor de engenharia termoambiental pela associação internacional técnico-científica, sem fins lucrativos, SMACNA Brasil.
- Terra foi reconhecido pelo 22º Prêmio Veículos de Comunicação na categoria Internet pela revista *Propaganda* (Editora Referência)

Sumário

01	Cartas Presidente Mundial Presidentes América Latina e Brasil	02
02	Perfil do Grupo Telefônica	04
03	Estratégia de Responsabilidade Corporativa	06
04	Princípios de Atuação	07
05	Governança Corporativa	08
06	Pacto Global	09
07	Melhorar Sempre	12
08	Clientes	14
09	Empregados	18
10	Fornecedores	22
11	Inclusão Digital	24
12	Gerações Interativas	26
13	Privacidade de Dados	27
14	Meio Ambiente	28
15	Fundação Telefônica	32
16	Patrocínios	36
17	Indicadores-chave	37
18	Realizações 2009	38
19	Metas 2010	39
	Verificação Independente	40

Esta é uma versão resumida do Informe Anual de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil 2009. O relatório completo está disponível na internet, no endereço www.telefonica.com.br/rc/2009. Para dúvidas, comentários, sugestões e críticas sobre este relatório, escreva para respcorp@telefonica.com.br.

01

Carta do Presidente Mundial

É um prazer me dirigir a vocês, por mais um ano, com o objetivo de apresentar este Informe Anual de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica. O presente relatório tem dois objetivos: ser transparente ante todos os públicos de relacionamento e valorizar a integridade de nossa gestão. No Grupo Telefônica, sabemos que uma gestão íntegra e transparente é uma peça fundamental para construir confiança em qualquer instituição.

O balanço de 2009, cujos resultados apresentamos nesta publicação, pode ser considerado muito positivo por três motivos. O primeiro deles foi o reconhecimento da Telefónica S.A. como líder setorial da indústria das telecomunicações no prestigiado índice Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

O segundo motivo foi a decisão de inovar em nosso modelo de reporte em Responsabilidade Corporativa. Este ano, coincidindo com o décimo aniversário do Pacto Global das Nações Unidas – ao qual a Telefónica S.A. aderiu em 2002 –, quisemos dar um passo além e oferecer à comunidade empresarial um modelo de relatório comparável, relevante e capaz de conjugar as demandas locais com as exigências globais (Pacto Global e Global Reporting Initiative) e com os índices de investimento responsável (DJSI e FTSE4Good).

Por isso, o relatório que hoje apresento está estruturado em três níveis principais. O primeiro deles tem como objetivo prestar contas de nosso comportamento responsável como organização global e permitirá a comparação da Telefônica com qualquer outra multinacional, de qualquer setor de atividade. Para tanto, toma como referência os dez princípios do Pacto Global e os critérios e indicadores do GRI. Este documento é homogêneo em todos os países em que nosso Grupo opera.

O segundo nível está baseado fundamentalmente nos temas relevantes para o setor de telecomunicações, tais como a responsabilidade na cadeia de fornecedores, a segurança e a proteção de crianças e adolescentes no uso das tecnologias, a inclusão digital e a eficiência energética. Esses temas foram identificados por meio de grupos de trabalho globais com todos os atores-chave, através da Global e-Sustainability Initiative (GeSI), associação que integra todo o setor. O terceiro e último nível reconhece as inquietudes locais e sua definição depende integralmente de cada um dos países.

Para terminar, o terceiro motivo pelo qual 2009 foi um ano positivo em Responsabilidade Corporativa está no *Bravo!*, o programa de transformação preparado para situar a Telefônica como a melhor companhia global de comunicações do mundo digital. Nesse programa, foram fixadas prioridades estratégicas em quatro pilares: foco no cliente, uma oferta integral como fornecedor de serviços, novas plataformas que impulsionem um modelo operativo transformador e eficiente e uma cultura comum que gere confiança nas sociedades onde operamos. E é precisamente neste último eixo em que nosso compromisso com as comunidades tem todo seu valor.

Uma vez mais, reitero meu agradecimento a todos aqueles que a cada dia se aproximam do Grupo Telefônica. São vocês que dão sentido a nosso trabalho porque nos fazem dar o melhor de nós mesmos.

César Alierta Izuel
Presidente Mundial do Grupo Telefônica

Carta dos Presidentes na América Latina e no Brasil

Para nós, é uma grande satisfação apresentar mais um ano este Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil. O processo de preparação deste relatório – que já está em sua sexta edição – é um trabalho de reflexão sobre nossa gestão.

A cada ano, temos buscado evoluir e apresentar um balanço transparente e equilibrado de nosso desempenho. E essa meta foi especialmente relevante nesta edição, já que o ano de 2009 foi marcado por grandes desafios e transformações para o Grupo Telefônica no Brasil. A suspensão das vendas do serviço de banda larga Speedy pela agência reguladora, anunciada em junho e com duração de dois meses, foi um fato marcante em nossa principal empresa no Brasil, a Telefônica São Paulo, que afetou também as demais empresas do Grupo.

Apesar de bastante crítica, essa situação marcou uma mudança na forma como nos relacionamos com todos os nossos públicos e acreditamos que terminamos o ano fortalecidos. Para atender melhor nossos clientes, lançamos o programa Telefônica em Ação, acelerando melhorias técnicas e de processos. Assumimos compromissos públicos e prestamos contas do que estávamos fazendo a nossos clientes e à sociedade. Conseguimos reduzir expressivamente o volume de reclamações ao longo do ano e chegamos ao final de 2009 com um crescimento no índice de satisfação dos clientes.

Esse processo de melhoria só foi possível com o envolvimento de nossos empregados e o apoio de nossos fornecedores. Agimos com absoluta transparência desde o primeiro momento, dividindo com o público interno e com nossos parceiros todas as informações relevantes para seu trabalho.

E realizamos todas essas melhorias sem deixar de desenvolver nosso negócio de maneira íntegra, investindo no desenvolvimento de nossos profissionais, buscando maximizar os impactos positivos e reduzir os negativos de nossa atividade para a sociedade e o meio ambiente. Também mantivemos nosso investimento em projetos sociais por meio da Fundação Telefônica, que em 2009 completou uma década de existência no Brasil e que é, para nós, motivo de muito orgulho.

Nesta edição, inovamos o processo de reporte e apresentamos nossas ações alinhadas aos Princípios do Pacto Global das Nações Unidas, reiterando, assim, nosso compromisso com a defesa dos direitos humanos e a erradicação da pobreza.

Mesmo com as melhorias já alcançadas durante o ano de 2009, estamos conscientes de que temos muito o que fazer. Para isso, no início de 2010, lançamos o *Bravo!*, o novo programa do Grupo Telefônica, que irá direcionar nosso trabalho nos próximos anos. Esse programa está estruturado em quatro eixos: o cliente, uma oferta integrada, as novas plataformas e uma cultura consolidada que integre a Responsabilidade Corporativa como um elemento comum a toda a organização.

Fazemos tudo isso porque queremos melhorar sempre para sermos dignos de sua confiança. Agradecemos mais uma vez a oportunidade de apresentar nosso trabalho.

José María Alvarez-Pallete
Presidente da Telefônica Latinoamérica

Antonio Carlos Valente
Presidente do Grupo Telefônica no Brasil

02

Grupo Telefônica no Brasil

O Grupo Telefônica reforçou, em 2009, o reconhecimento que sempre dispensou ao Brasil desde que chegou ao País, em 1999. O Brasil continuou a ser o segundo maior mercado em receitas do conglomerado no mundo, atrás apenas da Espanha. Em 2009, o País representou 14,8% da receita líquida global do Grupo (em 2008, representava 15,8%).

A importância socioeconômica do Grupo Telefônica também fica comprovada pelos altos níveis de investimento e pela geração de empregos. As principais empresas nas quais o conglomerado detém o controle ou possui marcante participação acionária são relacionadas a seguir:

Telefônica São Paulo
Concessionária de telefonia fixa no Estado de São Paulo, possui cerca de 11,2 milhões de clientes desse serviço. Oferece ainda serviços de internet em banda larga, com o Speedy (com 2,6 milhões de clientes), e de TV por assinatura (487 mil clientes).

Vivo
Operadora de telefonia móvel cujo controle é dividido em partes iguais pela Telefónica S.A. e pela Portugal Telecom. É a maior empresa do setor no Brasil, com mais de 51 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 e é uma das maiores empregadoras privadas do Brasil.

Terra
Maior empresa de internet do País, esse portal multimídia oferece conteúdo exclusivo de entretenimento e lazer, com informações diversificadas em tempo real, além da programação inédita do Terra TV.

TGestiona
Presta serviços administrativos e logísticos completos, proporcionando soluções eficientes e de qualidade em Logística, Gestão de Terceiros e Outsourcing.

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

Telefônica Engenharia de Segurança do Brasil (TESB)
Elabora e implementa projetos e sistemas de segurança e automação.

Fundação Telefônica
Coordena todo o investimento social do Grupo, destinado prioritariamente à educação e à defesa dos direitos da criança e do adolescente. Completou uma década de existência em 2009.

Neste Informe, são abordadas em cada capítulo as empresas do conglomerado que têm impacto para o público de relacionamento citado, segundo as recomendações para estabelecimento do limite do relatório da Global Reporting Initiative (GRI). Dessa forma, os impactos econômicos da atuação do Grupo Telefônica no País são apresentados a partir dos dados consolidados de todas as operações, incluindo 50% da Vivo. As iniciativas dessa empresa, porém, não são reportadas aqui por se tratar de uma companhia com administração compartilhada.

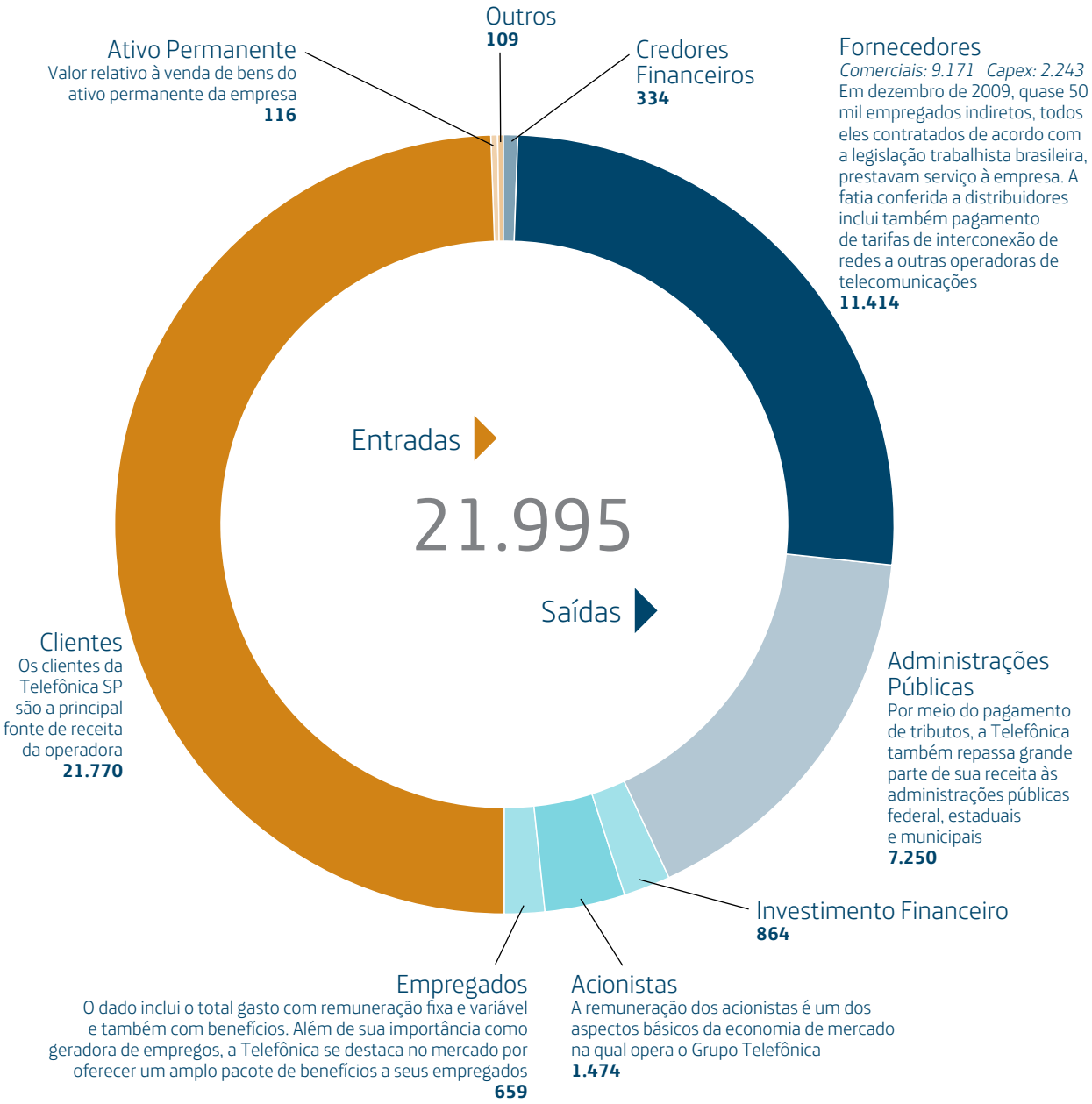
Grupo Telefônica no mundo

Criado em 1924, na Espanha, o Grupo Telefônica oferece hoje serviços em 21 países e tem presença adicional em outros 4, distribuídos pela Europa, África, Américas e Ásia. Em 2009, o Grupo registrou um decréscimo de 2,1% na receita líquida. Atualmente, cerca de 65% 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, onde está presente em 13 países. Em 2009, a América Latina consolidou sua posição de principal geradora de receitas para o Grupo, com 40% do total.

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

A distribuição dos fluxos financeiros da Telefônica SP/Telesp em 2009 apresentados a seguir 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, entidades de crédito e acionistas.



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.

03

Estratégia de Responsabilidade Corporativa

Gestão de riscos, de oportunidades e de relacionamentos traz valor e sustentabilidade à Telefônica

O Grupo Telefônica entende a responsabilidade corporativa como uma ferramenta de geração de valor para a companhia. Ela permite construir laços sustentáveis com seus públicos de relacionamento, gerando confiança por meio da gestão eficaz dos riscos e das oportunidades e incrementando sua legitimidade nas sociedades onde opera.

A estratégia se vincula aos processos de negócio. Dessa forma, a base da responsabilidade corporativa para o Grupo Telefônica é "fazer bem o que tem de ser feito", ou seja, desenvolver da melhor maneira possível suas atividades.

Para atingir esse objetivo, três linhas de atuação são adotadas:

- **Gestão Eficaz de Riscos** com impacto direto na reputação. Para isso, a companhia acompanha os riscos relacionados a descumprimentos dos Princípios de Atuação, a norma básica a partir da qual se desdobram as políticas e normativas que envolvem a relação da empresa com todos os seus públicos (leia mais sobre o tema na página ao lado).

- **Gestão das Oportunidades**, buscando maximizar os impactos positivos da operação para promover o desenvolvimento das sociedades nas quais opera. Essa linha se abre em duas vertentes:

  - Potencializar o acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), incorporando nos processos, produtos e serviços o atendimento a coletivos com necessidades especiais, sejam eles pessoas com deficiência, crianças e adolescentes ou idosos.
  - TIC Verde, buscando uma eficiência energética cada vez maior. O Grupo Telefônica, por meio do Escritório de Mudanças Climáticas, procura assegurar a redução do consumo de energia, potencializar o desenvolvimento de serviços mais eficientes e impulsionar o setor como motor de eficiência energética.

- **Compromisso com as partes interessadas (ou Engajamento dos Stakeholders)** por meio da comunicação transparente e do diálogo efetivo com todos os públicos de relacionamento. A Telefônica quer construir relações de confiança que permitam posicioná-la como motor de progresso econômico, tecnológico e social. Além disso, entende que o diálogo é a principal ferramenta para que possa ajustar sua estratégia às expectativas de seus públicos.

A principal métrica para acompanhamento da percepção da responsabilidade corporativa do Grupo Telefônica é o Rep-Trak, um índice desenvolvido pelo Reputation Institute que mensura a reputação da companhia junto à sociedade.

Além disso, o Grupo também se baseia no Dow Jones Sustainability Index, o índice de investimento socialmente responsável de maior relevância mundial. Em 2009, a Telefônica S.A. foi considerada líder do setor de telecomunicações nesse índice, com 86 pontos.

Para conhecer com mais detalhes o esquema estratégico e os projetos de Responsabilidade Corporativa desenvolvidos globalmente pelo Grupo Telefônica, acesse o Informe de Responsabilidade Corporativa da Telefônica S.A. no endereço eletrônico www.telefonica.com/rc09 .

bravo!

Programa *Bravo!*

Para os próximos anos, o plano estratégico de Reputação e Responsabilidade Social Corporativa do Grupo Telefônica está alinhado com o programa *Bravo!*. Esse programa global de transformação da companhia fixou objetivos comuns que deverão ser alcançados entre 2010 e 2012.

O programa *Bravo!* está estruturado em quatro pilares: Cliente, Oferta, Plataformas e Cultura. O plano de Reputação e Responsabilidade Corporativa está inserido no eixo Cultura e tem o objetivo de gerar confiança, construindo relações sustentáveis com os públicos de relacionamento por meio do compromisso com a sociedade.

04

Princípios de Atuação

Mecanismos de controle e treinamento garantem cumprimento do Código de Ética

O atual código de ética do Grupo Telefônica, aprovado em 2006, é válido para todas as suas operações no mundo. O documento abrange princípios gerais associados a temas como honestidade e confiança, respeito à lei, integridade e respeito aos direitos humanos. Inclui ainda princípios específicos elaborados de modo a garantir a confiança dos públicos estratégicos mais relevantes.

Esse documento foi referendado pelo Conselho de Administração da Telefônica em abril de 2007. Desde então, a empresa tem realizado diversas iniciativas a fim de garantir que todos os seus empregados conheçam e apliquem essas orientações no cotidiano. Para isso, foi desenvolvido um curso de formação online sobre os Princípios de Atuação a ser aplicado a todos os empregados. Em seu terceiro ciclo, realizado em 2009, 52% (3.190) do total de empregados ativos haviam concluído o curso até o fim daquele ano.

Auditoria e controle

Além de tornar os Princípios de Atuação e as normas que regulam processos de tomada de decisão, compras e contratações acessíveis a todos os empregados do Grupo, a Telefônica SP dispõe de mecanismos de controle anticorrupção. Entre eles se destacam:

- Comissões do Conselho de Administração;
- Unidades de Auditoria Interna e Intervenção;
- Verificações independentes por empresa de auditoria externa;
- Políticas e normas.

A empresa possui ainda canais de denúncia acessíveis a todos os empregados que garantem o sigilo e a proteção do denunciante. Em 2009, foram apuradas todas as 11 denúncias recebidas por esses canais e foram tomadas providências administrativas para os casos considerados procedentes.

Comitê de Princípios de Atuação

Em 2007, foi criado na Telefônica SP o Comitê de Princípios de Atuação, composto por representantes das áreas de Relações Institucionais, Recursos Humanos, Jurídico e Auditoria Interna. Esse comitê se reúne periodicamente para discutir assuntos ligados aos Princípios de Atuação; dois desses encontros ocorreram em 2009.

Nesse ano, o Grupo Telefônica desenvolveu uma metodologia única de Gestão dos Riscos Associados aos Princípios de Atuação para todas as suas operações. Por essa metodologia, uma lista de 28 possíveis riscos foram ponderados por seu impacto na estratégia da empresa e na reputação. A partir desse trabalho, serão definidos os projetos estratégicos para mitigar os principais riscos a serem acompanhados pelo comitê.

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. Essa Oficina é subordinada à Comissão de Responsabilidade Social Corporativa, que funciona coordenada com o Comitê de Princípios de Atuação da Telefônica.

Comunicação

A newsletter diária *Bom Dia, Telefônica!* foi o veículo usado para o lançamento e a sustentação da comunicação relativa ao curso de formação online sobre os Princípios de Atuação. Além das convocações, a newsletter divulgou o link de acesso ao hotsite dos Princípios de Atuação para os que se interessassem em conhecê-los melhor ou realizar novamente o curso e-learning. Além disso, todos os empregados admitidos em 2009 receberam um folder informativo sobre os Princípios de Atuação.

Direitos humanos

A Telefônica é uma das signatárias iniciais da carta-compromisso para redução das desigualdades sociais no ambiente de trabalho. O documento, assinado em um primeiro momento por 13 empresas e o governo federal em junho de 2008, tem como objetivo garantir o comprometimento de dar prioridade aos direitos humanos dentro das organizações, garantindo, assim, a sustentabilidade do desenvolvimento do País.

05

No informe online mais sobre:
Acionistas e investidores
Comitês do Conselho de Administração
Conselho Fiscal
Diretoria

Governança Corporativa

Normas de conduta, comitês, informe e Canal de Denúncias tornam práticas mais claras e objetivas

Com o objetivo de promover uma boa governança corporativa, aumentar a qualidade das divulgações de informações e reduzir as incertezas dos investidores, a Telefônica tem instituído normas e políticas internas de modo a tornar suas práticas cada vez mais claras e objetivas. A empresa acredita que essas medidas beneficiarão os acionistas, investidores atuais e futuros, bem como o mercado em geral. Entre as medidas implementadas por ela destacam-se a criação e implantação de normativas e políticas internas, como a definição de normas de conduta para financeiros (código de ética) e funcionários (princípios de atuação), a criação de comitês do Conselho de Administração, a divulgação anual de um Informe de Governança Corporativa e o estabelecimento de procedimentos para a recepção e o tratamento de denúncias relacionadas a assuntos contábeis e de auditoria (Canal de Denúncias).

Conselho de Administração

O Conselho de Administração da Telesp possui no mínimo 5 e no máximo 17 membros, com mandato de três anos. Atualmente são 16 os membros, cujo mandato se iniciou na Assembleia Geral Ordinária de 2010. A reeleição é permitida. O Conselho é composto apenas de acionistas; um deles é eleito pelo voto das ações preferenciais, em votação separada, e os demais, pelo voto geral das ações ordinárias.

Ao longo de 2009, o Conselho de Administração realizou nove reuniões; em 2010, até maio, outras duas. As deliberações tomadas nas reuniões são sobre temas significativos de sua competência, entre os quais se destacam:

- Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio aos acionistas;
- Eleição de administradores;
- Aprovação de demonstrações financeiras e de orçamento da sociedade;
- Constituição de Consórcios;
- Reorganizações societárias.

Executivos da companhia são convidados a fazer apresentações em reuniões do Conselho sobre temas relevantes para os negócios da empresa.

A composição do Conselho de Administração da Telesp, com a presença de conselheiros não executivos, independentes e conselheiros eleitos pelos acionistas preferencialistas, está em linha com as recomendações geralmente aceitas em matéria de governança corporativa.

Na Assembleia Geral Ordinária de abril de 2010, a remuneração global dos administradores (Conselho de Administração e Diretoria da empresa) foi fixada em R$ 16.290.000,00 (dezesseis milhões e duzentos e noventa mil reais). Não existe relação direta entre essa remuneração e a cotação das ações da companhia no mercado.

Rentabilidade das ações

A retração da economia mundial caracterizou o ano de 2009. As economias em desenvolvimento, porém, apresentaram de forma geral uma recuperação mais acelerada que as de países desenvolvidos. No caso do Brasil, o Índice Bovespa registrou uma evolução anual de 82,7% em 2009, encerrando o ano com 68.588 pontos.

No fim de 2009, as ações ordinárias e preferenciais da Telesp estavam cotadas a R$ 37,96 e R$ 43,54, apresentando uma evolução anual de 2,6% e -4,7%, respectivamente. Os Recibos de Depósitos de Ações Americanos (ADRs) finalizaram o ano cotados a US$ 25,16, registrando uma evolução anual de 29% ante uma evolução do Índice Dow Jones de 21,7%. No caso dos BDRs da Telefónica S.A., houve uma desvalorização anual de 6,8%.

Em 2009, a Sociedade apresentou um dividend yield de 7,2% para as ações ON e de 6,9% para as ações PN. As somas dos valores unitários brutos dos dividendos e juros sobre capital próprio (JSCP) declarados em 2009 foram de R$ 2,72 para cada ação ON e de R$ 3,00 para cada ação PN.

Confira na versão online deste relatório o desempenho das ações da Telesp (ON e PN) e também dos BDRs da Telefónica S.A. na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBovespa) em 2009.

06

Pacto Global

Práticas de negócios seguem valores globais em direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção

O Pacto Global é uma iniciativa estabelecida pela Organização das Nações Unidas (ONU) no ano 2000 com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção, estabelecidos em dez princípios.

A Telefónica S.A. é signatária do Pacto Global desde 2002. No Brasil, a Telefônica SP assinou o Pacto em maio de 2010. Este ano, os Informes de Responsabilidade Corporativa publicados pelo Grupo no mundo destacam as iniciativas desenvolvidas pelas distintas operações para promover os princípios do Pacto Global. Na versão online deste relatório é possível encontrar as ações globais de destaque.

A seguir, relatamos como o Grupo Telefônica está promovendo os dez princípios do Pacto Global no Brasil. Também relacionamos os indicadores da Global Reporting Initiative (GRI) reportados e que estão ligados a cada princípio (a tabela completa com os indicadores GRI está disponível no relatório online). Informações detalhadas sobre as iniciativas aqui mencionadas podem ser encontradas nos capítulos seguintes.

Direitos Humanos

1 As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente.

O Grupo Telefônica reforçou seu compromisso com a promoção dos direitos humanos ao firmar, em junho de 2008, a declaração "Responsabilidade Social das Empresas e os Direitos Humanos". O Grupo entende que é responsável por gerir seus negócios respeitando os direitos humanos e que, para isso, deve se preocupar com o lugar de trabalho que oferece a seus profissionais, com a extensão de princípios éticos a seus fornecedores, com a influência que exerce em seu setor e com a forma como se relaciona com seus clientes e a sociedade. *Leia mais em Princípios de Atuação (pág. 7)*

2 As empresas devem assegurar-se de sua não participação em violações desses direitos.

O Grupo Telefônica está preocupado em garantir o cumprimento dos Direitos Humanos não apenas em suas operações próprias, mas também nas empresas parceiras. Para isso, vem avaliando o desempenho de seus fornecedores no tema e também realizou em 2009, pela primeira vez, uma capacitação de empresas parceiras em sustentabilidade. *Leia mais em Fornecedores (pág. 23)*

Principais Indicadores GRI

SO03: Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.
PR05: Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação.
PR08: Número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes.
HR02: Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.

Indicador medido no Grupo Telefônica	Unidade de medida	2008	2009
Empregados formados nos Princípios de Atuação	Porcentagem	49	52
Índice de satisfação do cliente	Unidade	5,97	6,35
Número total de auditorias em fornecedores de risco	Unidade	5	26

Empregados do Grupo Telefônica no Brasil

Trabalho

3 As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.

O Grupo Telefônica busca assegurar que todos os seus trabalhadores – diretos e indiretos – tenham a possibilidade de participar do sindicato que representa sua categoria. No Brasil, a Telefônica SP demonstrou em 2009 na prática seu respeito à representação sindical ao apresentar e debater com o Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo (Sintetel) o plano de melhorias para retomada da comercialização do serviço Speedy. *Leia mais em Empregados (pág. 21)*

4 As empresas devem apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.

Desde 2008, o Grupo Telefônica desenvolve na América Latina o programa Aliados, voltado a garantir o cumprimento de padrões sociais, ambientais e trabalhistas e a aprimorar aspectos de seleção, formação, compensação e satisfação dos profissionais das empresas parceiras. No Brasil, a Telefônica SP realiza checagem de documentação trabalhista e verificações presenciais de condições de trabalho em empresas parceiras. *Leia mais em Fornecedores (pág. 23)*

5 As empresas devem apoiar a abolição efetiva do trabalho infantil.

Uma das principais linhas de trabalho da Fundação Telefônica na América Latina é o combate ao trabalho infantil, realizado por meio do programa Pró-Menino. No Brasil, a Fundação Telefônica apoia, desde 2007, projetos de combate ao trabalho infantil em 17 municípios e beneficia mais de 8 mil meninos e meninas, por meio de parcerias com os Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente do Estado de São Paulo. *Leia mais em Ação Social (pág. 33)*

6 As empresas devem eliminar a discriminação no emprego.

O Grupo Telefônica assumiu o compromisso, em seus Princípios de Atuação, de incentivar a igualdade de oportunidades e de não permitir qualquer tipo de discriminação. Em dezembro de 2009, 63% do quadro do Grupo no Brasil estava composto por mulheres; entre os cargos de direção, 15,4% eram ocupados por profissionais do sexo feminino. A Telefônica SP mantém um programa para a inserção do profissional com deficiência, desenvolvido sob a ótica da eficiência e da igualdade de oportunidades. Ao final de 2009, o número de profissionais com deficiência cresceu 10,9% em relação ao ano anterior. *Leia mais em Empregados (pág. 21)*

Principais Indicadores GRI

LA04: Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva

HR02: Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas

HR06: Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil

LA13: Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade

Indicador medido no Grupo Telefônica	Unidade de medida	2008	2009
Empregados cobertos por acordo coletivo	Porcentagem	99,1	98,3
Número de fornecedores avaliados	Unidade	114	67
Mulheres em cargo de direção	Porcentagem	16,2	15,4

Meio Ambiente

7 As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.

8 As empresas devem desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.

9 As empresas devem incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

O Grupo Telefônica está consciente de sua responsabilidade com o meio ambiente. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) têm papel fundamental no combate às mudanças climáticas e o Grupo quer se posicionar como centro da solução para esse problema global. O Grupo assumiu o compromisso público de reduzir o consumo energético em suas operações em 15% em todo o mundo até 2015, medidos em quilowatt-hora por terminal equivalente.

Segundo o estudo SMART 2020 – realizado pela consultoria McKinsey a pedido do The Climate Group, organização sem fins lucrativos que debate soluções para as mudanças climáticas, e da Global eSustainability Initiative (GeSI), entidade que reúne empresas do setor das TIC e da qual o Grupo Telefônica faz parte –, as emissões de gases de efeito estufa do setor deverão dobrar até 2020, mas também deverão contribuir para uma redução de 15% nas emissões globais previstas de outros setores, com avanços em áreas como transportes, edifícios, energia e indústria. Esse estudo foi apresentado pela Telefônica pela primeira vez na América Latina no 7º. Encontro Iberoamericano de Meio Ambiente, realizado em novembro de 2009 em Foz do Iguaçu (PR). Além disso, o Grupo Telefônica estabeleceu um Sistema de Gestão Ambiental Global, alinhado com a norma internacional ISO 14001, que estabelece requisitos mínimos a serem atendidos por todas as suas operações até 2012. *Leia mais em Meio Ambiente (págs. 28 a 31)*

Principais Indicadores GRI

EN01: Materiais usados por peso ou volume
EN06: Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia, ou que usem energia gerada por recursos renováveis, e a redução na necessidade de energia resultante dessas iniciativas
EN16: Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso
EN18: Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas
EN30: Total de investimentos e gastos em proteção ambiental, por tipo

Indicador medido no Grupo Telefônica	Unidade de medida	2008	2009
Emissões de CO_2 (totais)	Toneladas	61.475	61.234
Consumo de papel	Toneladas	1.873	1.698
Consumo de água	Milhões de litros	1.039	999
Investimento em adequações – impacto acústico	Mil Reais	998	1.102
Investimento em adequações – depósitos de combustível	Mil Reais	928	766

Contra a Corrupção

10 As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Além de assumir um firme posicionamento contra a corrupção – tendo firmado a Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção de Mérida (México, 2003) e apoiado a definição de corrupção estabelecida pela Transparência Internacional –, o Grupo Telefônica vem desenvolvendo e aprimorando controles sobre todos os tipos de pagamentos realizados por suas empresas para minimizar a possibilidade de ocorrência desse tipo de incidente. *Leia mais em Princípios de Atuação (pág. 7)*

Principais Indicadores GRI

SO04: Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção

Indicador medido no Grupo Telefônica	Unidade de medida	2008	2009
Número de denúncias recebidas pelo Canal de Denúncias e investigadas	Unidades	9	11

07

Melhorar Sempre

Estreitar e aperfeiçoar, a cada dia, as relações da empresa com seus clientes e a sociedade é a meta da Telefônica

O ano de 2009 foi marcado por grandes desafios e profundas transformações no Grupo Telefônica no Brasil. As principais mudanças aconteceram na Telefônica SP, mas se refletiram nas demais empresas em virtude da exposição da marca e também porque muitas delas atuam como fornecedoras ou parceiras da operadora.

Em junho, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) suspendeu as vendas do serviço de banda larga Speedy, carro-chefe do portfólio da empresa, em função de uma série de paralisações técnicas nos serviços e do aumento de reclamações. A suspensão durou cerca de dois meses e exigiu uma grande mobilização da companhia. A Telefônica SP lançou o programa Telefônica em Ação para acelerar melhorias na qualidade dos serviços e no atendimento.

Durante essa situação, e mesmo após a resolução do problema, foi fundamental para a companhia estabelecer um diálogo transparente com seus principais públicos, o que possibilitou a ela sair fortalecida do momento de crise.

A empresa lançou a campanha de marketing Telefônica em Ação, na qual assumiu compromissos públicos e prestou contas do que estava fazendo para melhorar o atendimento ao cliente e ampliar a estabilidade da rede. Além de filmes de TV, spots em rádio e anúncios em jornais e revistas, a campanha marcou o início da atuação da empresa na web, com o ingresso em redes sociais e a abertura do Canal RP 2.0, destinado a estabelecer uma ponte de relacionamento entre o cliente e a empresa. Essas ações possibilitaram, ao final do ano, um crescimento do nível de satisfação dos clientes. Além disso, permitiram uma recuperação da reputação da marca na sociedade – medida pelo índice RepTrak – nos últimos meses do ano.

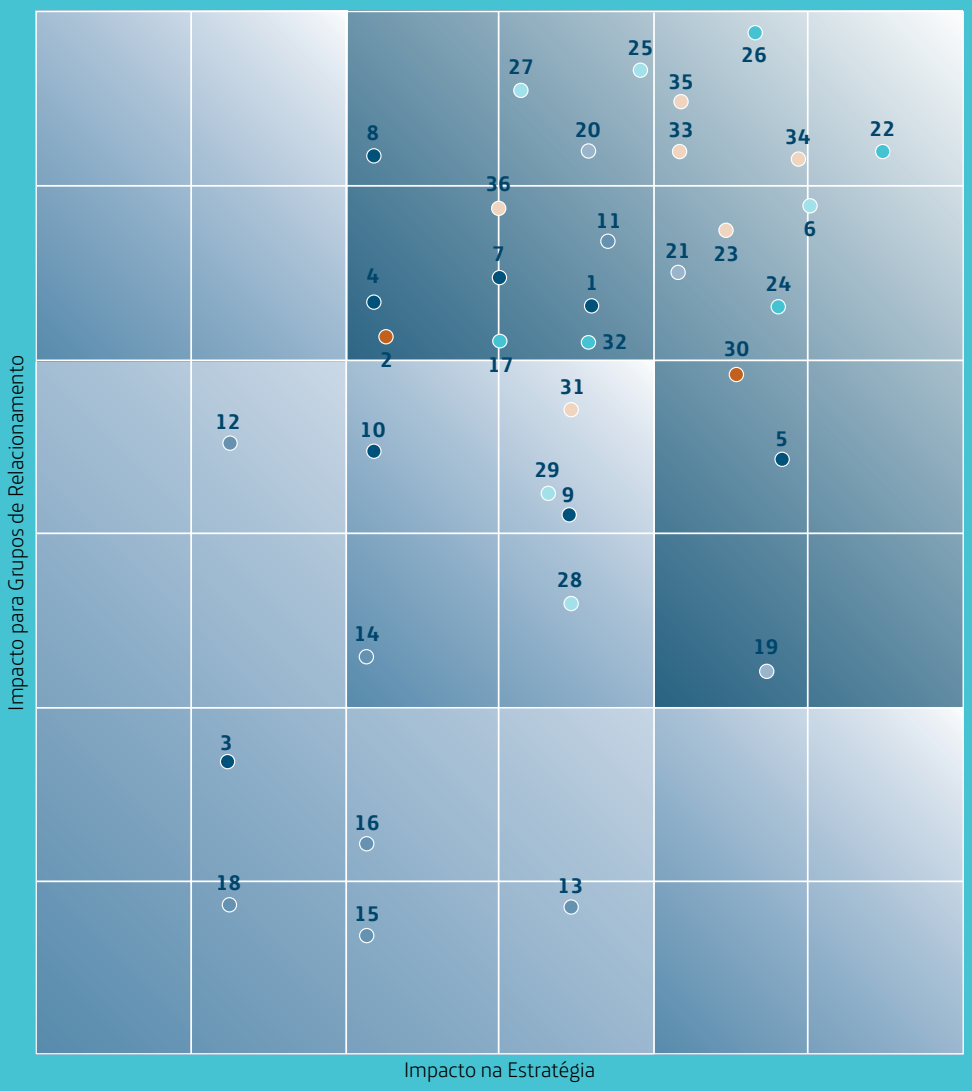
Com o público interno, a companhia estabeleceu uma comunicação clara e direta, colocando os empregados como os principais agentes do processo de mudança pelo qual a empresa estava passando. Ao final do ano, a satisfação interna teve um aumento de 4 pontos percentuais em comparação a 2008 (de 74% para 78%)

A empresa também se preocupou em tranquilizar e manter a direção do sindicato que representa os trabalhadores informada sobre o problema, por se tratar de uma situação que poderia afetar o emprego dos profissionais. As ações de comunicação destinadas aos empregados próprios foram estendidas aos trabalhadores das empresas parceiras. Além disso, o presidente do Grupo Telefônica se reuniu com dirigentes dos principais fornecedores para explicar a situação enfrentada pela empresa e reforçar sua importância como parte do processo de melhoria realizado.

O Telefônica em Ação conseguiu mostrar aos diferentes públicos o progresso alcançado. Com o fim das ações previstas no plano apresentado à Anatel, a Telefônica SP evoluiu seu posicionamento de comunicação e lançou, em novembro, a campanha Melhorar Sempre para mostrar que o comprometimento na realização das ações de melhoria é perene. Essa iniciativa busca aproximar a companhia dos clientes e da sociedade, ressaltando o sentimento de inquietação que move as pessoas a buscar permanentemente novas conquistas.

Simultaneamente ao lançamento da Melhorar Sempre, foi realizada uma campanha interna cujos protagonistas eram seis empregados da companhia. O conceito usado foi o de reforçar o papel fundamental de todos na construção de uma empresa melhor.

Análise de materialidade



No processo de elaboração dos Informes de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica, foi realizado um estudo de materialidade – ou seja, de relevância – destinado a garantir que os temas mais importantes para os diversos públicos que se relacionam com a companhia estão sendo contemplados nos relatórios.

A primeira etapa desse trabalho foi a identificação de temas relevantes. Como ponto de partida dessa avaliação, a companhia leva em conta a análise feita pela consultoria especializada BSR (Business for Social Responsibility) para a Global e-Sustainability Initiative (GeSI), entidade que reúne as principais empresas do mundo do setor das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Esse estudo teve o objetivo de determinar o impacto das TIC para o desenvolvimento sustentável, centrando-se nas áreas onde a contribuição do setor é mais crítica.

Para essa análise, foram ouvidos representantes de empresas, analistas de investimento, sociedade civil e organizações não governamentais. Os temas mais relevantes identificados foram: mudanças climáticas, resíduos e consumo de materiais, acesso às TIC, liberdade de expressão, relações com os empregados, relações com os clientes, fornecedores, uso dos produtos e desenvolvimento econômico.

Partindo desses temas, o Grupo Telefônica realizou uma análise interna na qual foram levados em conta requisitos de organismos internacionais (como Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, Comissão Europeia, legislações e regulamentações dos países), índices de investimento responsável (como o Dow Jones Sustainability Index e o FTS 500), análises de risco das operadoras do Grupo Telefônica, temas apontados como relevantes em painéis de diálogo com representantes dos stakeholders e assuntos revisados nos Comitês de Princípios de Atuação.

Depois de identificados, os temas relevantes foram categorizados e priorizados em função de duas variáveis:

Impacto na estratégia da empresa – nessa variável, foram considerados os critérios de satisfação dos clientes, satisfação dos empregados, crescimento, eficiência e retorno ao acionista;
Impacto para os públicos de relacionamento – foram considerados os Objetivos do Milênio, Pacto Global, meios de comunicação, relatórios de sustentabilidade do setor TIC, políticas públicas e as diretrizes da Global Reporting Initiative.

As informações reunidas nos Informes de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica buscam responder a essa análise, demonstrada na matriz acima. Este relatório considerou ainda a situação particular enfrentada pela empresa em 2009, por encará-la como determinante nas relações entre o Grupo e os públicos com os quais se relaciona.

08

No informe online mais sobre:
Publicidade Responsável
Produtos e serviços
Reajuste de tarifas
Conselho de Usuários

Clientes

Em ano crítico, relacionamento transparente e focado em resultados eleva satisfação do consumidor

Superação de obstáculos foi a tônica da trajetória da Telefônica SP em 2009. A empresa enfrentou, de julho de 2008 até meados do ano seguinte, diversos problemas para prestar um serviço de qualidade a seus clientes, o que levou a companhia a providenciar ações de reestruturação de rede e serviços. Tais iniciativas, porém, não foram suficientes, e a crise daí resultante culminou na suspensão temporária da venda do serviço de banda larga Speedy pela Anatel, em junho, até que se implementassem medidas que sanassem os problemas de forma satisfatória.

Essa decisão levou a Telefônica SP a deflagrar rapidamente um vasto programa de melhorias na rede e em sistemas, além de uma série de mudanças em seus processos. A iniciativa, denominada Telefônica em Ação, incluiu a ampliação da capacidade e da estabilidade da rede de banda larga, um intenso programa de treinamento dos profissionais da Central de Atendimento da empresa e a reformulação de práticas comerciais. Sete frentes de qualidade foram estabelecidas para cuidar de todas as ações determinadas: Atendimento, Contas, Reparo Speedy, Redes, Sistemas, Procon e Anatel.

Uma campanha de mídia foi desenvolvida para situar o público, de forma transparente, em relação ao momento de crise pelo qual ela passava e às ações postas em prática para superar esses obstáculos. No balanço final, o Telefônica em Ação inaugurou uma nova fase de diálogo com os consumidores, transmitindo-lhes valores relevantes como compromisso, transparência, trabalho e otimismo, e teve uma forte atuação no ambiente da internet, por meio do hotsite www.telefonicaemacao.com.br e em mídias sociais. Como evidência do êxito obtido, registrou-se uma melhora da imagem da marca Telefônica – um feito bastante significativo ao se considerar o período delicado passado pela empresa em 2009.

Canal RP 2.0 firma-se entre internautas

Criado com o objetivo de receber mensagens de internautas no hotsite da campanha e atuar como ponte de relacionamento e esclarecimento de dúvidas sobre as melhorias realizadas no sistema de rede e no atendimento da empresa, o Canal RP 2.0 passou também a ser utilizado constantemente pelos clientes/internautas para demandas além daquelas relacionadas ao programa Telefônica em Ação. Entre agosto (mês de sua criação) e dezembro de 2009, o Canal RP 2.0 recebeu cerca de 2 mil manifestações, das quais 50% referentes a atendimento, como dúvidas sobre novos planos, pacotes promocionais e solicitações de reparos na linha. Aproximadamente 300 demandas foram relacionadas à área de cobertura do Speedy. O RP 2.0 recebeu também 21 elogios e 80 sugestões ligadas a serviços.

Evolução do Índice de Satisfação do Cliente

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. No método utilizado, chega-se a uma nota de 0 a 10 a partir de algumas perguntas sobre o nível de satisfação do cliente. Em 2009, 11.563 clientes com perfis diversos foram entrevistados, e o resultado final foi 12,7% melhor do que o obtido no ano anterior (ver tabela).

Pesquisas de satisfação*

Ano	Índice
2007	5,81*
2008	5,97*
2009	6,35*

* Valor máximo possível: 10,0

Qualidade

Atendimento

O objetivo fundamental da frente de Atendimento foi reduzir reclamações e aprimorar os serviços prestados ao cliente em curto espaço de tempo. Foram implementadas inovações no treinamento para a totalidade dos atendentes e nos modelos de avaliação desses profissionais e de capacitação voltados para os atendentes iniciantes.

O sucesso veio rapidamente: já em julho foi registrada uma redução de mais de 30% em relação à média de reclamações dos quatro primeiros meses de 2009. No Atendimento Técnico (CAT), essa diminuição chegou a quase 40%. Notou-se queda acentuada principalmente no volume de chamadas repetidas, o que sinalizou uma capacidade maior de resolver os problemas dos clientes logo na primeira chamada.

Cara a Cara – Realizado no primeiro semestre de 2009, o programa Cara a Cara envolveu visitas semanais dos executivos às operações da empresa, a fim de observar a experiência do cliente em dez operações diferentes. Em cada encontro, eles viram e ouviram as informações trazidas pelos clientes, o que lhes serviu de estímulo para repensar melhorias nos processos. Com o objetivo de dar mais qualidade aos atendimentos prestados pela Telefônica, e contando com a parceria entre as áreas, o programa estabeleceu um importante canal de comunicação com as equipes da linha de frente. Ao todo, 488 executivos da Telefônica participaram das visitas.

Melhorias nas lojas – Em 2009 foi realizado um diagnóstico para identificação de oportunidades de melhoria, envolvendo diferentes áreas da empresa e propiciando mais de 20 ações de melhorias. O conjunto dessas iniciativas resultou na redução de 78% das reclamações no Procon para a cidade de São Paulo e de 68% no restante do Estado, considerando-se a média dos meses de março, abril e maio de 2009 ante dezembro do mesmo ano. As lojas tiveram destaque também na pesquisa de Índice de Satisfação do Cliente (ISC): foram consideradas o melhor canal de atendimento, com nota atribuída pelo cliente de 9,23 em dezembro de 2009.

Evolução do Speedy

Como parte de sua estratégia, a Telefônica tem investido ao longo dos anos no aumento da velocidade de banda larga, mantendo os mesmos níveis de preço em seu portfólio. Em 2009, mesmo com o acirramento da concorrência em banda larga, a partir da entrada massiva das operadoras móveis no mercado, o Speedy continuou sendo um produto atrativo, oferecendo ampla cobertura a preços competitivos.

O volume crescente de tráfego na rede (ver tópico Redes na pág. 16) tem levado as operadoras a ampliar sua capacidade e aumentar a disponibilidade de velocidades. O perfil atual de usuários Speedy é resultado do upgrade realizado na base de clientes em 2008, migrando grande parte dos assinantes para velocidades superiores, visando a uma velocidade média de 2Mbps. Ao fim de 2009, 72% da base de clientes residenciais utilizavam velocidade acima de 1Mbps.

Reparos Speedy

Essa frente buscou entender por completo o processo de conserto do produto e indicar melhorias em todas as partes da cadeia de valor do cliente, a fim de evitar que ele ligasse para a Central de Atendimento Técnico (CAT) Speedy.

Para tanto, foram implementadas ações de melhoria em quatro focos: processos e parametrizações antes da venda do Speedy; o período de 30 dias a partir da venda; planta em regime; aprimoramento da gestão nos casos de clientes que não tiveram suas reclamações resolvidas nas instâncias internas de atendimento. Também foram implantadas mudanças no modelo de vendas do Speedy, acompanhado de alterações significativas no processo de instalação do serviço.

Os principais indicadores que mostram o sucesso das ações realizadas são o próprio número de vendas do serviço Speedy, que tem se mantido em cerca de 100 mil por mês, e a drástica redução do percentual de desistência ("churn"). O indicador caiu de 1,7 milhão de chamadas no call center técnico para 1 milhão de entradas por mês, ou seja, 40% a menos.

Contas – Esse tema é um dos que mais originam reclamações dos clientes, por motivos que vão de erros nos valores à falta de esclarecimento das políticas comerciais. As iniciativas desenvolvidas para reduzir esses problemas procuraram reduzir em mais de 50% o número de reclamações mensais nos pontos de atendimento até dezembro de 2009. Entre essas ações, merecem destaque a ampliação da equipe especializada em analisar e resolver questionamentos sobre contas, a simplificação e a maior transparência nas ofertas, a cobrança de Speedy a partir da autenticação e o maior rigor quanto à atuação dos revendedores.

Reclamações mensais por faturamento em 2009

Reclamações	2007	2008	2009
Faturamento	1.537.463	898.504	2.414.489

Apesar de o número absoluto de reclamações por faturamento ter aumento em comparação aos anos anteriores, foi registrada uma queda expressiva de reclamações de julho a dezembro.

Melhorias técnicas

Redes

Com o objetivo de aumentar a segurança da rede, a Telefônica elaborou planos de ação de 30, 90 e 180 dias, reformulou práticas operacionais e comerciais, investindo em melhorias em sua rede de internet em banda larga. Entre as medidas de estabilização e ampliação da capacidade da rede de banda larga, que consumiram investimentos de R$ 70 milhões, destacam-se:

- Duplicação da capacidade de resolução dos servidores DNS e aumento de sua redundância e contingenciamento, com a ampliação de dois para seis centros DNS;
- Ampliação de 60 Gbits para 140 Gbits da capacidade de saída internacional de internet (toll-gate), além de contratação de uma terceira saída, para ampliar redundância;
- Aumento de 200 para 520 Gbits do backbone IP no Estado de São Paulo.

Sistemas

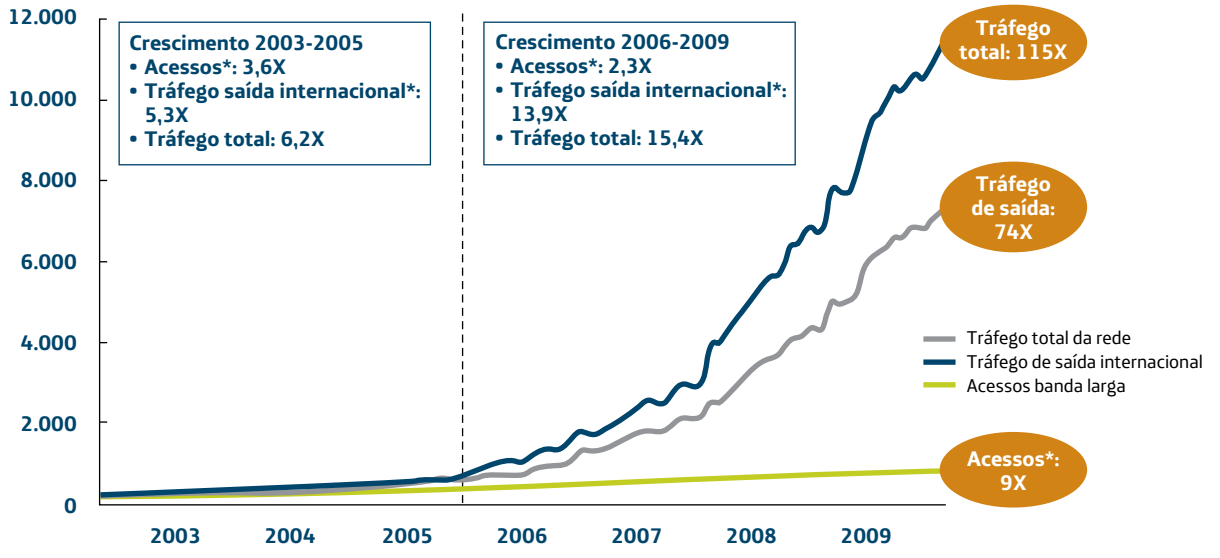
A estabilização dos sistemas da Telefônica está constantemente entre as principais preocupações da área de Tecnologia da Informação (TI), em especial nos momentos mais turbulentos enfrentados pela empresa em 2008 e 2009. A frente constituída para cuidar desse tópico buscou garantir a disponibilidade e a estabilidade dos sistemas mais críticos, entre eles atendimento, vendas e ativação, de modo a evitar impactos negativos nos serviços prestados aos clientes e em setores como contas e reclamações de fatura. As ações nesse sentido, concentradas em cinco linhas de ação – mitigação de riscos, revisão de processos, revisão de relacionamento com terceiros, organização e estrutura de TI e apoio às demais frentes de trabalho – envolveram a troca de equipamentos, a alteração de códigos de sistemas e o aumento na disponibilidade dos aplicativos, com criação de redundância e espelhamento. O trabalho foi coordenado por um time de Project Management Office (PMO), a fim de garantir a maior produtividade possível. As medidas tomadas permitiram que a disponibilidade dos sistemas atingisse quase 100%, de 94,829% para 99,763%.

Tráfego na rede

Todos os dias surgem novas aplicações e ferramentas na internet e o volume de tráfego dos usuários tem crescido notavelmente ao longo dos anos. A Telefônica permanece atenta às demandas desse novo internauta e investe no aumento da cobertura geográfica e da velocidade para cada um dos clientes, na melhoria da qualidade, da proteção e da redundância. Enquanto o número de usuários cresceu 9 vezes de janeiro de 2003 a dezembro de 2009, o tráfego total cresceu 115 vezes.

Dois momentos se destacam nessa evolução. De janeiro de 2003 a dezembro de 2005, o número de usuários cresceu 3,5X e, no mesmo período, o tráfego total na rede cresceu 6X. Entre janeiro de 2006 e dezembro de 2009, o número de usuários foi de 1,2 milhões para 2,8 milhões, ou seja, 2X mais e, entre janeiro de 2003 e dezembro de 2009, houve um crescimento de 8X. O tráfego total neste período teve um incremento ainda mais notável: 15X e mais de 100X ao longo dos 6 anos. A conclusão é que o uso da internet mudou, e um exemplo disso é que as pessoas têm feito *downloads* mais pesados. O tráfego da rede tem tido maior dependência do uso que as pessoas fazem da rede do que da base de clientes atendidos.

Evolução do tráfego de banda larga



Nota: Kbps médio: 24 horas; Base 100 = Janeiro/2003; * Número de usuários; Fonte: Telefônica

Defesa do Consumidor

Procon

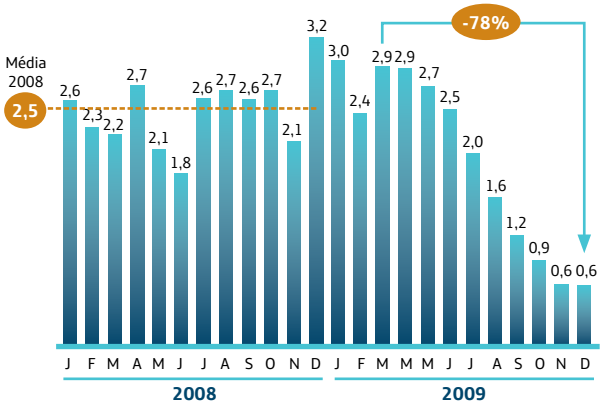
Essa frente teve como principal meta a identificação dos motivos pelos quais os clientes vão ao Procon e a elaboração de um plano de ações emergenciais e estruturais para resolver os problemas apresentados por esses usuários ainda no primeiro contato nos pontos de atendimento (por telefone, nas lojas ou pelo site da empresa).

O objetivo final foi oferecer um serviço de melhor qualidade, que consequentemente reduz o número de reclamações e de casos levados ao órgão de defesa do consumidor. As ações nesse sentido, como o atendimento mais rápido nas lojas, já vinham sendo desenvolvidas antes de a Anatel suspender as vendas do Speedy, o que resultou de imediato em uma redução de 10% no número de reclamações em junho de 2009 na comparação com o mês anterior.

Mesmo com a queda expressiva de reclamações no Procon, a empresa manteve um alto número de reclamações fundamentadas, devido aos meses críticos de 2009. Deve-se ressaltar, porém, que o número de reclamações no órgão da capital teve uma queda de 78% de março a dezembro daquele ano, sendo registradas 626 queixas relacionadas à Telefônica no último mês.

Evolução de reclamações junto ao Procon-SP

2008-2009

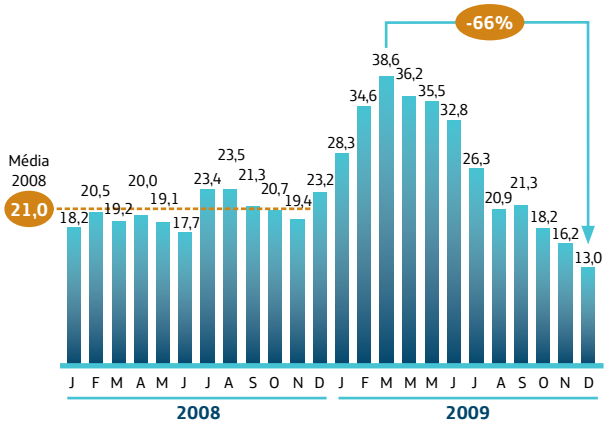


Anatel

A fim de assegurar que o aumento na satisfação dos clientes acarretasse uma rápida diminuição no número de reclamações registradas na agência reguladora, a equipe responsável por essa frente dividiu suas ações em preventivas (atuar antes que o cliente procure a agência reguladora) e corretivas (agir depois do registro da reclamação). O trabalho foi desenvolvido em parceria com as outras frentes de qualidade, em especial as de Atendimento e Procon; o grupo encarregado acompanhou a implantação das melhorias e procurou assegurar que, dentre os problemas atacados pelas frentes estruturais, os mais citados pelos clientes que buscam a Anatel recebessem prioridade máxima. Os ótimos números de avaliação mostraram o êxito da estratégia. O número de reclamações totais em dezembro de 2009, por exemplo, baixou 66% na comparação com março do mesmo ano.

Evolução de reclamações na Anatel

2008-2009



Todas as sete frentes comemoraram 100% de sucesso em seus objetivos. Algumas dentre as ações introduzidas continuam a ser desenvolvidas, visando à modernização e ao aperfeiçoamento cada vez maiores dos serviços prestados pela empresa a todos os seus clientes.

Ouvidoria

Para atender às reclamações de clientes que estejam insatisfeitos, mesmo após o atendimento pelos canais convencionais e ilhas de resolução diferenciada, a Telefônica disponibiliza o serviço de Ouvidoria. Em 2009, foram 146.749 processos registrados, envolvendo diversos produtos e serviços. Por trás desse número existe um intenso trabalho da Ouvidoria junto às demais áreas da empresa, visando prevenir problemas, sinalizar desvios aos altos executivos, recomendar e fomentar melhorias de procedimentos, tudo com o objetivo de salvaguardar a satisfação dos clientes.

Em valores absolutos, observou-se uma redução de 11% no número de casos. Na Ouvidoria se usa o método de medição PPM (de "partes por milhão"), que leva em conta as reclamações e o número de dias trabalhados na relação com as plantas em serviço. Considerando-se essa metodologia, foram registradas 58 queixas ppm em 2008 (para cada milhão de clientes, uma média diária de 58 reclamações); já em 2009, o índice baixou para 53 ppm – uma redução de 8%.

09

No informe online mais sobre:
Emprego indireto
Comunicação
Divulgação de oportunidades
Sistema de remuneração
Reconhecimento

Empregados

Como um dos maiores empregadores do País, Grupo busca oferecer o melhor lugar para trabalhar

O Grupo 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.

Ao final de 2009, o Grupo possuía 83.897 empregados diretos registrados, um incremento de cerca de 2% no quadro de pessoal em relação ao ano anterior. As mulheres representavam 63% dos colaboradores no Brasil. Isso se deve basicamente à influência do quadro da Atento, em que 72% dos empregados são do sexo feminino. Todos os empregados do Grupo no Brasil têm contrato fixo de trabalho.

O Grupo Telefônica é um dos maiores empregadores privados do Brasil e, nesse cenário, vale destacar a contribuição da Atento. Nessa empresa de call center e contact center, grande parte das vagas é destinada a grupos que tradicionalmente têm dificuldades de entrar no mercado de trabalho, como universitários e profissionais que tentam retornar após algum tempo de inatividade. O quadro de pessoas entre 18 e 25 anos corresponde a 57,2% do total. Apenas em 2009, foram quase 16 mil admissões de pessoas que nunca trabalharam.

Características do quadro em 2009*

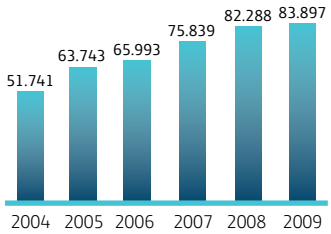
Empresa	Homens	Mulheres	Antiguidade	Idade média (anos)
Atento	19.553	50.396	2	26
Telefônica SP	3.916	2.212	10	37
TGestiona	944	808	3	30
Terra	354	226	4	31

* O dado não considera a participação da Vivo.

Inclusão de jovens no mercado de trabalho

A Atento promove o Projeto Jovem Aprendiz, o qual capacita e oferece oportunidade de inserção no mercado de trabalho a jovens com perfil adequado às necessidades das centrais. Resultado de uma parceria com o Centro Integração Empresa-Escola (CIEE), o projeto permitiu a contratação de 401 jovens até dezembro de 2009 para atuar em áreas administrativas e operacionais. Além disso, a Atento pôs em prática uma iniciativa voltada para o desenvolvimento comunitário por meio da capacitação de jovens de baixa renda, entre 17 e 24 anos, e sua inserção no mercado formal de trabalho. O Programa de Empregabilidade Juvenil na América Latina (Prejal), realizado em parceria com a Fundação Telefônica e o Instituto APSE/Sintetel com o apoio da Organização Internacional do Trabalho (OIT), tem ênfase na recuperação de conteúdos de português e matemática e no preparo integral do jovem para o trabalho no mercado de contact center, telemarketing e áreas correlatas. Em 2009, 120 jovens se formaram nesse projeto, dos quais 49 já trabalhavam no fim do ano.

Evolução do quadro de empregados do Grupo



Embaixador Telefônica

Ainda com o objetivo de melhorar a experiência do cliente com a marca, a Telefônica SP possui o portal Embaixador Telefônica. Todo profissional do Grupo tem a tarefa de atender qualquer pessoa de sua rede de relacionamento que necessite de informações sobre produtos e, principalmente, ajudá-la a solucionar problemas que permanecem depois de esgotadas as possibilidades pelas vias de atendimento (Call Center, online, etc.). Por meio do canal – o qual, após ser totalmente reformulado em 2009, tornou-se mais simples e de fácil acesso –, qualquer empregado pode encaminhar a solicitação de parentes ou amigos.

Satisfação

A satisfação dos empregados é um dos principais objetivos do Grupo Telefônica. A Telefônica SP a considera um ponto estratégico em sua gestão e busca constantemente aprimorar seus índices de satisfação interna por meio de programas que estreitem a relação da empresa com seus profissionais, reconheçam e desenvolvam talentos e aliem a vida pessoal à profissional.

Mesmo em um ano complicado, a pesquisa de clima laboral da Telefônica SP atingiu em 2009 78% de favorabilidade, um crescimento de 4 pontos percentuais em relação ao ano anterior, resultado da cooperação entre áreas em meio à crise e da motivação e da confiança dos empregados quanto ao futuro da empresa.

A Atento promove pesquisa de clima laboral desde o ano 2000. No último ano, a metodologia de aplicação da pesquisa foi diferente da realizada em 2008, passando a utilizar os padrões do Great Place to Work Institute. O índice de favorabilidade obtido em 2009 foi de 61%.

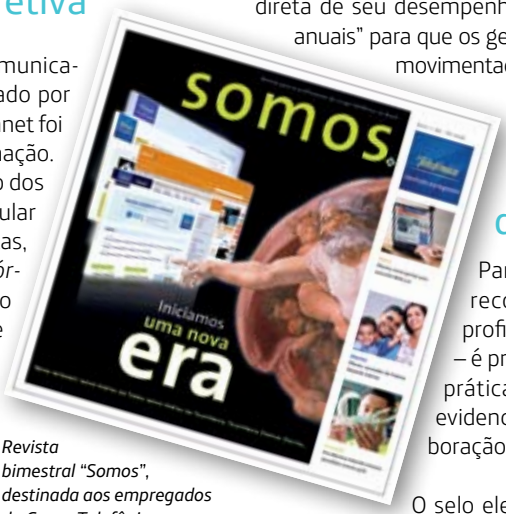
Clima laboral na Telefônica SP

2006-2009 (%)

	2006	2007	2008	2009
Telefônica SP	75	74	74	78
Atento	58	68	70	61

Comunicação clara e efetiva

O aperfeiçoamento dos canais de comunicação interna da Telefônica SP foi marcado por importantes novidades em 2009. A Intranet foi elemento de destaque nessa transformação. Com foco na participação e colaboração dos empregados, o veículo passou a estimular o diálogo por meio de novas ferramentas, dentre as quais se destacam o *Repórter da Hora*, que possibilita que todo empregado envie informações do que acontece na sua área, a avaliação *Curti / Não Curti* nas notícias publicadas e a possibilidade de os empregados comentarem as notícias e vídeos.



Revista bimestral "Somos", destinada aos empregados do Grupo Telefônica

Durante o programa Telefônica em Ação, a Intranet se tornou o principal canal de repasse das informações a todos os empregados. Eles eram diariamente atualizados por meio de comunicados enviados à imprensa; vídeos nos quais o presidente e diretores-executivos da empresa detalhavam o que estava acontecendo e as providências tomadas; e um documento online que respondia às principais dúvidas sobre o momento pelo qual a empresa estava passando.

Divulgação de oportunidades de carreira

A Telefônica SP possui programas de recrutamento interno, nos quais qualquer empregado com no mínimo 11 meses na mesma posição (cargo, área e grade salarial) – ou 6 meses, no caso de estagiários – pode se inscrever e concorrer a vagas em outras áreas e empresas do Grupo. As vagas em aberto são divulgadas semanalmente aos empregados por meio do boletim online *Gente em Movimento*. Ao longo de 2009, 938 vagas internas foram ocupadas por profissionais pertencentes ao quadro do Grupo.

Outro programa de destaque é o Rotação Internacional, que possibilita aos empregados de cargo em nível superior o intercâmbio entre operadoras da América Latina e Espanha, com o objetivo de propiciar o crescimento profissional aos participantes e implementar as melhores práticas por meio da troca de experiências. Em 2009, oito empregados brasileiros participaram do programa em outras operações do Grupo no mundo.

Sistema de remuneração transparente

Após as direções de carreira passarem por uma grande revisão em 2008, o sistema de remuneração da Telefônica SP foi definido em quatro linhas, chamadas Caminhos de Carreira. Aplicados a partir do início de 2009, esses caminhos são: Técnica, Projeto, Comercial e Gerencial. A metodologia valoriza mérito e resultado, de forma que o crescimento do profissional seja consequência direta de seu desempenho. Foram definidas quatro "janelas anuais" para que os gestores analisem as possibilidades de movimentações salariais em suas áreas

Reconhecimento de êxitos e atitudes diferenciadas

Para a Telefônica SP, não é suficiente recompensar financeiramente seus profissionais por resultados alcançados – é preciso reconhecê-los. Estimular essa prática é reforçar valores corporativos, evidenciados por atitudes positivas e colaboração entre áreas.

O selo eletrônico *Mandou Bem!* nasceu em abril de 2009 para inspirar a colaboração entre áreas da empresa e reconhecer atitudes positivas e cotidianas de colaboração. Cada profissional recebe periodicamente (em ciclos) cinco selos para envio, remetidos pela internet. O profissional que recebe o *Mandou Bem!* é informado via e-mail, entra no sistema e tem acesso à mensagem. Ao final de cada ciclo, são divulgados os profissionais mais elogiados na colaboração entre áreas. Em 2009, foram concedidos 21.115 selos.

No informe online mais sobre:
Formação online
Educação Telefônica
Academia Atento
Benefícios

Desenvolvimento

O Grupo Telefônica considera que a maneira mais indicada de reter seus melhores empregados é proporcionar-lhes um trabalho desafiador, boas condições laborais e possibilidades de desenvolvimento profissional. Para isso, oferece a formação necessária a seu trabalho e as competências associadas a ele.

Em 2009, o Grupo investiu mais de R$ 15 milhões em atividades de formação de seus empregados no Brasil (ver tabela a seguir; o dado não inclui investimento feito pela Vivo).

Investimentos em empregados em 2009

Empresa	Valor (em milhares de reais)
Telefônica SP	11.414
Atento	3.096
TGestiona	629
Total	15.139

Líderes próximos

O Grupo Telefônica entende que os responsáveis pela gestão direta das equipes são fundamentais no desenvolvimento da estratégia da empresa e na transição cultural da companhia. Além disso, sua atuação tem impacto direto na melhoria da satisfação dos profissionais. Por isso, nos últimos anos, a preparação dos líderes vem ganhando importância nos processos de formação realizados em empresas do Grupo.

Como forma de garantir a gestão dos talentos da Telefônica SP, foi criado em 2008 o Programa de Desenvolvimento de Liderança (PDL), cujo objetivo é ampliar a atuação de líderes focada na gestão de pessoas e inovação. Com duração de dois anos, 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 pela competência, pela atualização e pela performance. O foco do programa é voltado para o desenvolvimento de competências de gestão, individuais e coletivas, no contato com diferentes públicos e ambientes.

Após cada módulo, o executivo tem duas sessões de orientação individual (coaching) destinadas a ajudá-lo a eleger e implementar uma ação prática que amplie sua capacidade de gestão. O PDL estreitou o relacionamento entre os executivos e reforçou o trabalho em equipe e a abertura entre seus pares e seus subordinados. Em 2009, foram registradas 956 participações de executivos (diretores e gerentes) no programa. Para 2010, a companhia pretende estender o PDL para coordenadores, ou seja, profissionais que ocupam cargos não executivos mas que têm entre suas atribuições a gestão de equipes.

Outra iniciativa de destaque é o Management Review. Realizado uma vez ao ano, o processo busca identificar os melhores profissionais da empresa para a sucessão de posições diretivas no Grupo Telefônica. A proposta é garantir que as posições em aberto sejam preenchidas pelas pessoas mais adequadas, proporcionando-lhes maior visibilidade. O processo ainda oferece a esse público uma projeção de carreira atrativa e fidelizadora por meio do desenvolvimento profissional e de rotações entre empresas no mundo, bem como promoções.

Na Atento, o executivo recém-contratado preenche um Mapa Estratégico de Personalidade (MEP), ou seja, um inventário comportamental que aponta seus pontos fortes e aqueles a serem desenvolvidos, além de alinhar seu perfil às competências do cargo em questão. A iniciativa faz parte do projeto Assessment, que visa garantir transparência e participação nos processos; padronizar o grau de percepção e exigências; mapear os executivos da empresa, proporcionando subsídios para movimentações laterais ou verticais; e definir talentos para indicações em programas de desenvolvimento nacionais e/ou internacionais.

Desde 2008, todos os diretores da Atento também passaram a usufruir de dez sessões de Coaching Individual. As competências desenvolvidas foram definidas pelos próprios executivos com seus respectivos coaches, alinhando as prioridades pessoais ao seu Plano de Desenvolvimento Individual.

Imagina

Em 2009, a Telefônica SP começou a promover o workshop Imagina, baseado numa metodologia denominada Investigação Apreciativa, que atua sobre o olhar construtivo das pessoas baseado em experiências de sucesso que elas já tenham vivenciado. A primeira fase reuniu a cada episódio cerca de 100 participantes de todos os níveis hierárquicos, áreas e faixas etárias para planejarem juntos o que pode acontecer na empresa se todos fizerem sua parte. A meta para 2010 é que todos os empregados da Telefônica participem do workshop.

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

Direitos Humanos

Inclusão de 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.

A capacitação tem dois objetivos: a elevação da escolaridade, por meio de curso supletivo, para a conclusão do ensino médio, e a formação para o trabalho, com foco em telecomunicações, administração em recursos humanos e informática. Em 2009, 40 alunos receberam o certificado da capacitação.

No fim de 2009, a Telefônica SP possuía 239 empregados portadores de deficiência, número ainda inferior ao estabelecido na legislação (5% para as empresas com mais de mil empregados), porém 10,9% superior ao do ano anterior.

Já a Atento, que emprega pessoas com deficiência desde o início de suas atividades no País, possuía, no fim de 2009, 68 profissionais nessas condições. Vale registrar ainda a presença de 56 pessoas com deficiência no quadro da TGestiona e 16 no do Terra.

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, pois 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 2009, 21 mulheres ocupavam cargos diretivos no Grupo Telefônica no Brasil, o que representa 15,4% do total de diretores do conglomerado (essa porcentagem não considera a Vivo).

Saúde e segurança

Em atendimento aos requisitos legais, a Telefônica, por meio da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), realiza identificação, avaliação periódica e controle de riscos e impactos relacionados às atividades de seus empregados, estabelecendo uma sistemática de controle de riscos considerados intoleráveis. Como medidas preventivas, são implantados programas de conscientização, educação e capacitação profissional. Além disso, a empresa conta com a presença constante de médicos do trabalho, que atuam para a proteção da vida e da saúde dos trabalhadores. Merece destaque ainda o Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional (PCMSO), programa com um amplo conjunto de iniciativas relacionadas à saúde dos empregados e à prevenção de doenças.

Empregados da Telefônica SP

O programa Comviver, coordenado pela área de Recursos Humanos da Telefônica SP, realiza várias campanhas internas, que valorizam a consciência e o cuidado individual e coletivo. As ações incluem palestras sobre temas como fumo e obesidade, vacinação, campanhas de saúde, coral, caminhadas, gincana do agasalho, acampamento infantil e incentivo de programação cultural.

O acordo coletivo firmado pela Telefônica SP com o Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações (Sintetel) também contempla temas relacionados à saúde e à segurança dos trabalhadores. O acordo estabelece, entre outros benefícios, pagamento de complementação de auxílio-doença ou acidente de trabalho para empregados afastados.

Especificamente em relação à saúde e segurança dos trabalhadores próprios e terceirizados em atividades que envolvem trabalho em altura, como é o caso de torres e antenas, a Telefônica SP possui um procedimento que visa a prevenir acidentes, estabelecendo os métodos de trabalho e equipamentos de proteção de uso obrigatório.

Diálogo transparente

A fim de manter um diálogo aberto com seus principais públicos de relacionamento em meio à crise enfrentada em 2009, a Telefônica promoveu uma série de encontros entre a alta direção e diferentes parceiros para envolvê-los na execução do plano de ação de aprimoramento do serviço de banda larga, entregue à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Em 2 de junho, foi a vez do Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo (Sintetel) e dirigentes sindicais receberem o presidente do Grupo Telefônica no Brasil, Antonio Carlos Valente. Na ocasião, Valente explicou o impacto do ocorrido para os públicos afetados e enfatizou a importância da união entre as partes para a virada da Telefônica.

10

No informe online mais sobre:
Perfil dos fornecedores
Modelo de compras
Comércio eletrônico
Conflito de interesses

Fornecedores

Solidez da parceria com prestadores de serviços garante sucesso do programa Telefônica em Ação

O Grupo Telefônica considera que sua reputação e o sucesso de seu trabalho estão diretamente vinculados ao comportamento e ao desempenho de seus fornecedores, frequentemente os responsáveis pelo contato direto da companhia com seus clientes e a sociedade. A importância fundamental dessa relação faz dela um dos pontos a que o Grupo Telefônica dedica atenção particular em sua busca de aperfeiçoamento constante, sempre pautado pelos Princípios de Atuação da companhia.

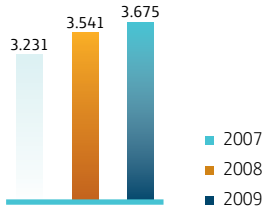
Após a suspensão temporária das vendas do Speedy, em junho de 2009, uma das primeiras providências da empresa foi procurar envolver os fornecedores na execução das ações previstas no plano de aprimoramento do serviço de banda larga entregue à agência reguladora. No início de julho, foram convidados os presidentes de 13 dos maiores fornecedores para uma reunião com o presidente do Grupo Telefônica e membros de sua diretoria, na qual o plano foi apresentado e dúvidas foram esclarecidas. Em seguida, todos os gestores da Telefônica iniciaram o repasse das informações a seus contatos nas empresas contratadas. As informações foram as mesmas divulgadas aos empregados próprios da Telefônica.

Perfil dos fornecedores do Grupo Telefônica

O compromisso do Grupo Telefônica com o progresso econômico e social pode ser observado com o alto volume de compras adjudicado a fornecedores instalados no País. Em 2009, 98,6% do volume total de compras foi contratado de fornecedores locais que geram empregos e pagam impostos no Brasil.

A Telefônica preocupa-se em oferecer igualdade de oportunidades a todos os fornecedores e atua de acordo com as leis e regulamentos vigentes no País. A empresa estabelece controles para que nenhuma pessoa com interesse financeiro significativo em um fornecedor adjudicatário ou potencial esteja envolvida, direta ou indiretamente, em um processo de compra ou decisão relativa a esse fornecedor. O Grupo estabeleceu um Manual de Estilo com os princípios e pautas que devem reger toda a atuação com os fornecedores.

Fornecedores contratados
(dados em unidades)



Princípios éticos na cadeia de valor

Em julho de 2009, a Telefônica SP promoveu pela primeira vez um curso de capacitação sobre sustentabilidade nas empresas para um grupo de fornecedores, a fim de estender seus princípios éticos à cadeia de valor. O curso, ministrado pelo UniEthos (braço de educação e orientação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social) e coordenado pela área de Responsabilidade Corporativa e Recursos Humanos da Telefônica, teve a participação de 21 profissionais de empresas parceiras. A capacitação realizada no Brasil faz parte de um programa maior de formação de parceiros em sustentabilidade, realizado pelo Grupo Telefônica em oito países em conjunto com o Fórum Empresa, rede que reúne organizações de responsabilidade social empresarial nas Américas.

No informe online mais sobre:
Relações trabalhistas e sindicais
Saúde e segurança

Compras Responsáveis

Em 2009, o Grupo Telefônica deu continuidade ao processo de avaliação em critérios socioambientais de fornecedores que, em uma análise prévia, foram considerados os de maior risco – entre eles, estão fabricantes de equipamentos/terminais de telecomunicações, serviços de instalação e manutenção de redes, produtos de merchandising e atividades de telemarketing.

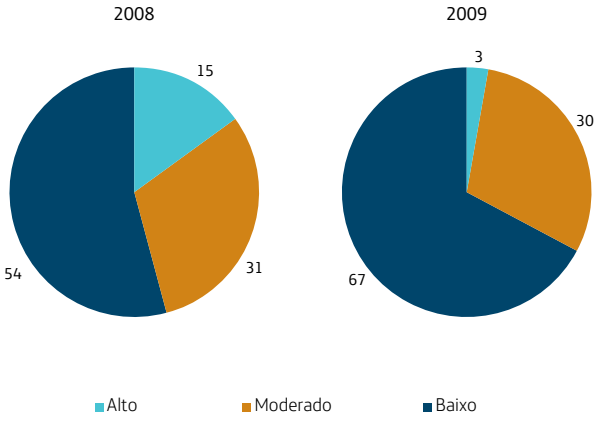
Ao serem cadastrados para prestar serviços para o Grupo, os fornecedores são classificados em diferentes códigos, de acordo com o tipo de produto ou serviço oferecido. Aqueles cadastrados em códigos considerados de risco nessa análise devem responder a um questionário de autoavaliação online, composto por cerca de 50 perguntas e disponível no Portal do Fornecedor. As questões estão baseadas na Declaração dos Direitos Humanos da ONU, nas Convenções da Organização Internacional do Trabalho e em legislações ambientais. Os requisitos básicos da companhia para seus fornecedores são:

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

Ao todo, 67 fornecedores foram avaliados em 2009, uma queda de pouco mais de 41% em relação a 2008. Essa redução, observada em todos os países, é considerada natural porque no primeiro ano foram convocados fornecedores já inscritos em códigos de risco, além dos novos cadastrados.

Em 2009, todos os fornecedores de risco que realizaram cadastramento foram avaliados. Observou-se ainda uma melhora nos níveis de risco moderado e baixo e uma redução do número de fornecedores de risco alto.

Fornecedores avaliados por nível de risco



Aliados

O Grupo Telefônica lançou em 2008 um programa destinado a garantir o cumprimento de padrões sociais, ambientais e trabalhistas por seus fornecedores, além de aprimorar aspectos de seleção, formação, compensação e satisfação dos profissionais das empresas parceiras. Denominado Aliados, ele tem alcance para as operações fixas e móveis do Grupo na América Latina e está direcionado a fornecedores cujos profissionais têm contato direto com o cliente da Telefônica, atuando prioritariamente no alinhamento de práticas de Recursos Humanos, no treinamento e na capacitação. Seus principais pilares são:

- **Preparação –** compartilhar as melhores práticas entre as contratadas, a fim de criar sinergia entre as áreas de Recursos Humanos das empresas.
- **Desenvolvimento –** desenvolver ações de capacitação da Rede e de Help Desk.
- **Comprometimento –** disseminar a cultura organizacional da companhia por meio de workshops para líderes das contratadas e do Programa Portas Abertas, criando ações de melhoria no atendimento prestado aos clientes.

A Telefônica considera que a observação de critérios legais e o relacionamento profissional orientam o processo de parceria e determinam seu sucesso. A regularidade da documentação da empresa contratada é fundamental. Uma lista de procedimentos permite o acompanhamento e a avaliação dos contratos, garantindo sua adequação às melhores práticas. Em 2009, a Telefônica SP realizou 240 trabalhos de checagem de documentação trabalhista e previdenciária (por amostragem) e 26 verificações presenciais de condições de trabalho nas empresas parceiras.

Criado em 2005, o projeto Estela consiste no desenvolvimento de um sistema de certificação online para técnicos de instalação e reparo de serviços a clientes de operadoras do Grupo em vários países da América Latina. Ele incorpora em uma só aplicação todos os elementos que permitem certificar de forma individual as competências de cada técnico e, ao mesmo tempo, fazer um acompanhamento real de seu desempenho, mediante a incorporação de parâmetros objetivos dos resultados do seu trabalho. No total, já foram certificados 5.223 técnicos da Telefônica SP, 1.550 dos quais em 2009.

Capacitação de líderes – Em 2009 a Telefônica SP deu início ao workshop "Alinhados no negócio e aliados do cliente", uma série de encontros inspirada no Programa de Desenvolvimento de Líderes desenvolvido pela Telefônica para seus executivos desde 2008 (ver capítulo Empregados). A iniciativa pioneira visa ampliar a confiança e a transparência na relação da empresa com suas contratadas, aumentar a satisfação do cliente a partir de um novo modelo sustentável de negócio e usar a comunicação como alavanca de performance nos parceiros. Ao todo, participaram 80 executivos das principais empresas contratadas de rede e call center da Telefônica.

11

Inclusão Digital

Acordo com o governo paulista reduz imposto e viabiliza a Banda Larga Popular

Inclusão geográfica

O Grupo Telefônica busca contribuir para uma sociedade mais inclusiva por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), seja através de seus produtos e serviços, seja por alianças com o poder público. A companhia acredita que, ao promover oportunidades de acesso às TIC, colabora para a construção de um país mais justo. Por isso, atua em várias frentes a fim de fomentar a inclusão digital.

Como parte desse compromisso, a Telefônica SP atende, desde a segunda fase da Universalização dos Serviços de Telecomunicações, em 2005, às solicitações de instalação de linhas telefônicas em até sete dias, e também tornou disponível o acesso individual a localidades com população superior a 300 habitantes. No fim de 2009, 2.405 localidades eram servidas por linhas fixas e telefones públicos e 588 possuíam apenas telefones públicos. O serviço de banda larga estava disponível para 591 dos 622 municípios da área de concessão da Telefônica SP (95% das cidades). A empresa passou a atender a todos os municípios em março de 2010.

Para o atendimento a áreas rurais, a Telefônica SP oferece o RuralCel, que utiliza a tecnologia celular digital baseada na plataforma da Vivo. No fim de 2009, o RuralCel registrava 12.150 clientes no Estado de São Paulo. A fim de reduzir o custo para a instalação de linhas em áreas rurais, foram flexibilizadas as exigências de projeto para o serviço, bem como firmada uma parceria com a empresa ZTE para a importação de aparelhos dotados de tecnologia CDMA com valores menores em comparação a outros fabricantes. Essa ação reduziu a barreira de entrada para aproximadamente R$ 1.000,00 (queda de cerca de 40%), ampliando o mercado potencial para o serviço. Além disso, há 42.728 clientes na zona rural que possuem telefone por meio de rede metálica ou rádio monocanal. De acordo com a regulamentação em vigor, os clientes interessados em estender a rede podem solicitar um orçamento à concessionária.

Inclusão econômica

Em outubro de 2009, o presidente do Grupo Telefônica no Brasil, Antonio Carlos Valente, assinou com o governo do Estado de São Paulo um protocolo de intenção para a oferta de serviço de Banda Larga Popular a seus assinantes. O ato de adesão ao programa ocorreu em janeiro de 2010. O serviço será oferecido por meio da subsidiária Ajato Telecomunicação, usando rede de cabos coaxiais e tecnologia sem fio WiMesh.

Campanha Fale e Navegue à Vontade

O decreto publicado pelo governo paulista introduz condições específicas para a isenção do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre a "prestação de serviço de comunicação à pessoa física na modalidade de disponibilização de meios de acesso à internet em banda larga", removendo uma importante barreira econômica no acesso da população ao serviço. Entre essas condições, destacam-se a exigência de não cobrança da habilitação, acesso ilimitado, velocidade mínima de 200 kbps e preço mensal máximo de R$ 29,80, incluindo modem e instalação.

Além disso, a Telefônica SP, em cumprimento ao Decreto Presidencial publicado em abril de 2008, que altera os termos do Plano Geral de Metas para Universalização (PGMU) do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC), compromete-se a levar o acesso à banda larga, até o fim de 2010, a todas as escolas públicas urbanas localizadas em sua área de concessão. O programa Banda Larga nas Escolas inclui estabelecimentos de ensino municipais, estaduais e federais, além das universidades abertas e escolas do projeto Um Computador por Aluno. Os acessos serão gratuitos por todo o período de concessão do STFC, até 2025. Desde o início do programa, a Telefônica SP já atendeu 4.835 escolas – das quais 2.392 foram incluídas em 2009 –, em 431 municípios. Quase R$ 43 milhões já foram investidos nessa iniciativa, dos quais cerca de R$ 14,5 milhões em 2009.

A acessibilidade e a economia são itens que recebem atenção especial na área de telefonia pública. O Estado de São Paulo possui uma das maiores densidades de telefones públicos do mundo, com cerca de 250 mil unidades. Todas as localidades paulistas com mais de 100 habitantes possuem pelo menos um desses aparelhos, e nas áreas urbanas do Estado eles estão instalados a no máximo 300 metros um do outro.

Telefones públicos em avenida da capital paulista

O baixo custo das chamadas justifica o aumento médio de 12,6% de utilização dos orelhões nos últimos quatro anos.
Em 2009, a Telefônica lançou o Posto Informático com mensalidade reduzida, destinado aos pequenos e médios empresários. O serviço oferece computador, banda larga e manutenção profissional, o que o torna ainda mais atraente a esse público, porque o dispensa de fazer um investimento inicial alto na aquisição de equipamentos.

Além disso, numa ampliação do portfólio de linhas controle, foi lançada a linha Fale e Navegue à Vontade, que permite ao cliente navegar na internet discada e falar o quanto quiser de fixo para fixo, de qualquer linha da Telefônica de mesmo DDD, sem pagar minutos adicionais, com a mensalidade de R$ 39,90. Outro serviço é a Linha Economia Família, que permite maior controle por meio de créditos, os quais podem ser recarregados.

Acessibilidade

O Grupo Telefônica tem trabalhado constantemente para oferecer serviços de qualidade a pessoas com incapacidade física ou problemas de saúde. No Estado de São Paulo, 9.232 telefones públicos são adaptados para cadeirantes. 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). Ao fim de 2009, havia 2.557 aparelhos para pessoas com deficiência auditiva e da fala, cujo atendimento é feito via Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte (Siso). Em cumprimento à obrigação regulatória, 188.465 dos 250 mil telefones públicos instalados foram adaptados com disponibilidade de aviso sonoro para deficientes visuais. Em março de 2010, 100% dos telefones públicos passaram a atender à resolução.

Depois de ganhar a licitação pública do metrô de São Paulo, a Telefônica Engenharia de Segurança do Brasil (TESB) passou a desenvolver a infraestrutura e o software para oferecer um serviço de totens interativos voltados principalmente para pessoas com deficiências visuais, auditivas e de locomoção, que oferece maior segurança e acesso a informações importantes sobre o transporte. O totem consiste de um equipamento com câmera, textos em braile e comunicação direta com a central de segurança da estação do metrô por meio de uma rede de computador segura. Até o fim de 2010, todas as 56 estações terão o serviço nas plataformas, elevadores e linhas de bloqueio.

Inovação

Em 2009, a Telefônica SP manteve sua estratégia de inovação concentrada na busca por novos modelos de atuação e projetos voltados para uma experiência diferenciada para os clientes. Seus esforços nesse período voltaram-se especialmente para o amadurecimento e a realização de projetos já em desenvolvimento, sempre mantendo portas abertas a parcerias com empresas por soluções inovadoras. Dos projetos elaborados no ano, destacam-se:

At Home – Serviço que oferece ao cliente solução de automação residencial por meio da tecnologia sem fio, integrando os elementos da casa. Sua comercialização, iniciada em fevereiro de 2009, possui duas grandes estratégias: a primeira, junto às grandes incorporadoras nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, que entregam a solução integrada ao imóvel já no lançamento; a segunda, a venda direta ao cliente por meio de parcerias com imobiliárias e lojas de mobiliário Premium. Ao longo de 2009 foram vendidos mais de 100 projetos.

Banda Larga Popular – Oferta de banda larga sem fio pré-paga voltada ao público de baixa renda. Após um período piloto, o serviço passa a ser uma das soluções adotadas pela empresa a partir de 2010 para atender o programa de Banda Larga Popular do governo paulista. Ele não possui assinatura mensal – portanto, é isento de multas rescisórias – e não exige que o usuário possua linha telefônica. O serviço é transmitido via rede WiMesh/Wi-Fi e restringe-se a prédios residenciais, nas regiões do ABC e Cidade Tiradentes, na capital paulista, abrangendo 972 apartamentos em sua fase piloto. Até o fim de 2010, pretende-se atingir 100 mil residências.

Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento

Possibilita boa parte dos avanços tecnológicos apresentados pelo Grupo nos produtos oferecidos ao público, particularmente nas operadoras Telefônica SP e Vivo. Em 2009, ela foi muito importante na modernização e no aprimoramento da infraestrutura de tecnologia da informação e na estabilização e na melhoria da rede da Telesp. A TPD também participou ativamente do lançamento do Orby – aparelho multimídia que apresenta o serviço de comunicação e informação por meio de acesso à internet, banda larga e telefone VoIP –, desenvolvendo aplicações para esse dispositivo. A empresa marcou ainda presença em atividades patrocinadas pelo Grupo, como a Campus Party (ver pág. 36), para apresentação de aplicações de internet e multimídia.

12

No informe online mais sobre:
Eixos do Gerações Interativas
Outros temas tratados nesta página

Gerações Interativas

Estudo financiado pelo Grupo mapeia uso de telas digitais por crianças e adolescentes

Dos mais de 160 milhões de clientes latino-americanos do Grupo Telefônica, boa parte é composta por crianças e adolescentes. Em atenção a eles, a companhia lançou em 2007 uma iniciativa pioneira: o projeto Gerações Interativas na Ibero-América, que tem desenvolvido ações em quatro eixos: educação, autorregulação, produtos e serviços e formação de redes sociais. Ele possui três objetivos principais:

- Conhecer o uso das TIC entre os estudantes ibero-americanos;
- Repassar esse conhecimento a pais, educadores e agentes sociais;
- Promover ações de caráter prático – formativas, legislativas e empresariais – que representem esse compromisso.

Como parte desse programa, o Grupo realizou a maior pesquisa já feita sobre o uso de diversas telas, desenvolvida em parceria com o programa EducaRede, da Fundação Telefônica, e a Universidade de Navarra (Espanha). O estudo envolveu mais de 80 mil estudantes, entre 2007 e 2008, de sete países da região: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela. 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. Em nosso país, o estudo envolveu mais de 8 mil crianças e jovens de escolas urbanas no Estado de São Paulo. Para obter a 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 – que responderam a um questionário online aplicado nas salas de informática das escolas participantes. O livro resultante está disponível para download na área de publicações do portal EducaRede (www.educarede.org.br).

Livro "A Geração Interativa na Ibero-América: Crianças e adolescentes diante das telas" contém resultados da pesquisa sobre o uso das TIC

Capacitação para professores

Em outubro, a Fundação Telefônica reuniu 49 representantes de 43 escolas paulistas que haviam participado da pesquisa do programa Gerações Interativas para capacitá-los ao ensino do uso responsável das tecnologias. Eles se tornaram embaixadores, multiplicando o conteúdo para uma média de 10 professores por escola e formando indiretamente cerca de 430 educadores. Estima-se que 30 mil alunos tenham sido beneficiados indiretamente por essa iniciativa. Além disso, cerca de 19 mil livretos de bolso com dicas sobre o uso responsável das telas digitais foram distribuídos àqueles que participaram da capacitação presencial, e outros 21 mil, em eventos posteriores, como a Campus Party Brasil 2010.

Debates – A Fundação Telefônica promoveu em 2009 dois debates sobre o uso responsável das telas digitais. O primeiro, realizado em março de 2009, reuniu o presidente do Grupo Telefônica, Antonio Carlos Valente, e o diretor-presidente da Fundação Telefônica no Brasil, Sérgio Mindlin, com representantes do estudo e da Secretaria da Educação do Estado de São Paulo, além de especialistas no tema. Já o segundo, realizado em setembro de 2009, foi dedicado a educadores e peritos no assunto, com a presença de representantes das Secretarias Estadual e Municipal da Educação de São Paulo e participação da professora Charo Sádaba, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra, que coordenou a pesquisa.

Em janeiro de 2010, novos debates sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação foram promovidos pela Fundação na Campus Party, maior evento de internet do mundo (ver mais sobre o tema à pág. 36). Um desses encontros, cujo tema foi "Gerações Interativas – Uso Responsável das Telas Digitais", reuniu Rodrigo Nejm, diretor da SaferNet Brasil (associação que opera a Central Nacional de Denúncia de Crimes na Internet contra os Direitos Humanos), Rogério da Costa, professor de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, Ricardo Mucci, então coordenador do Núcleo de Novas Mídias da Fundação Padre Anchieta, e Mila Gonçalves, coordenadora executiva do EducaRede.

13

Privacidade de Dados

Barreiras, normas e processos de segurança garantem inviolabilidade das informações de clientes

O sigilo das comunicações telefônicas e dos dados cadastrais dos clientes da companhia é um aspecto de grande relevância na área de atuação da Telefônica SP. A companhia tem obrigação legal de conservar as informações para atender os requerimentos das autoridades públicas. As informações de clientes permanecem em ambiente controlado, protegidas por software especialista (RACF) e por processos que asseguram que o acesso às informações pelos empregados é realizado mediante aprovação pelos responsáveis por essas informações.

A Telefônica dispõe de diversas barreiras de proteção para assegurar a inviolabilidade dos dados de clientes. Entre elas figuram o Intrusion Prevention System (IPS), Intrusion Detection System (IDS), Firewall, Antivírus e Anti-Spam, acesso a internet controlado através de tecnologia de Proxy com autenticação por usuário, estações de trabalho padronizadas e autenticação de funcionários através da utilização de contas de acesso (usuários e senhas).

Testes de vulnerabilidade dessa infraestrutura de proteção são realizados periodicamente. Outros procedimentos voltados à Segurança da Informação que merecem destaque são:

- Política e Norma Corporativa de Segurança da Informação e Tecnológica implementada e divulgada entre os funcionários
- Programa de Conscientização voltado à Segurança da Informação e Tecnologia para funcionários e terceiros.

A companhia elaborou em maio de 2009 o Procedimento de Proteção das Comunicações Telefônicas e Telemáticas e Dados Pessoais dos Assinantes. Criado pelo Subcomitê de Segurança e formado por membros da Diretoria Executiva da Telefônica SP e de empresas do Grupo, ele tem como objetivo conscientizar todos os funcionários sobre a importância do sigilo das comunicações telefônicas e dos dados cadastrais dos clientes.

Para fomentar os conceitos trazidos pelo Procedimento, foi criado um Termo de Responsabilidade e Confidencialidade assinado por todos os empregados e terceirizados e certificado pelos executivos, visando garantir sua aplicação. A auditoria interna cuida da fiscalização de seu cumprimento e o Subcomitê responde pela análise da identificação de riscos.

A fim de divulgar o Procedimento, o próprio presidente do Grupo e o diretor-geral da Telefônica SP foram os primeiros a assinar o Termo de Responsabilidade e Confidencialidade, seguidos de todos os executivos que, por sua vez, repassaram as informações para os demais níveis e asseguraram que todos os empregados tivessem assinado e tomado conhecimento do Procedimento.

Outra medida relevante adotada na área foi o processo de Classificação e Proteção das Informações Classificadas, implantado em novembro de 2009. Ele aborda a definição das práticas para tratamento das informações nas diversas formas de mídia nas quais possam estar contidas (papel ou meios magnéticos). Nesse processo, as informações de dados cadastrais de clientes deverão receber o tratamento especial em todo seu ciclo de vida (criação, armazenamento, utilização e destruição).

Em 2009 foram investidos R$ 1.802.687,50 na melhoria e na automatização do controle de acesso às informações da Telefônica através de software de Gestão de Identidades.

Antonio Carlos Valente, presidente do Grupo Telefônica no Brasil, assina o Termo de Responsabilidade e Confidencialidade

14

No informe online mais sobre:
Política Ambiental
Aspectos ambientais
Outros temas tratados nesta página

Meio Ambiente

Política Ambiental fortalece posição da empresa na defesa do meio ambiente e contra mudanças climáticas

Estratégia

O cuidado com o meio ambiente é visto pelo Grupo Telefônica como um elemento integrado a seus objetivos de negócio. Os esforços da empresa nesse sentido destinam-se não apenas a cumprir as leis relativas ao setor e a melhorar sua eficiência operacional por meio do controle do uso de recursos; os tempos atuais, de mudanças climáticas e necessidade de redução do impacto ambiental, abrem uma importante oportunidade de negócios no segmento de serviços oferecidos pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).

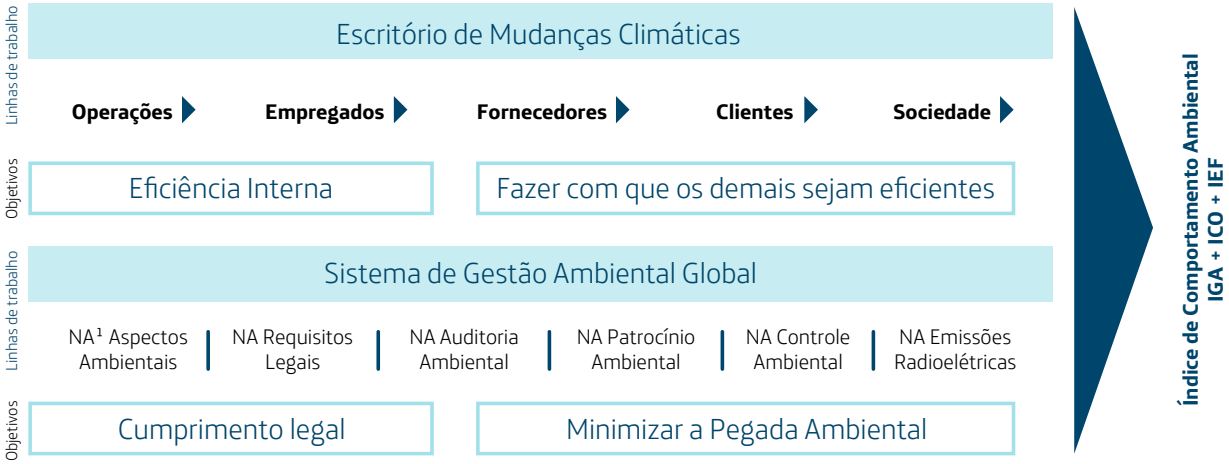
A companhia está consciente das repercussões – tanto positivas quanto negativas – que suas atividades têm sobre o meio ambiente. Por essa razão, assumiu voluntariamente o compromisso de trabalhar para que suas operações sejam desenvolvidas respeitando o meio ambiente e contribuindo para um progresso mais sustentável.

O Grupo firmou seu compromisso com o tema nos 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." A evolução do pensamento da companhia a respeito do assunto está refletida na Política Ambiental aprovada no início de 2009. Ela estabelece em dez pontos a atuação de todas as empresas do Grupo Telefônica e dos empregados que a integram na área de meio ambiente e mudanças climáticas (ver em detalhes esses pontos na versão online deste relatório).

A estratégia do Grupo Telefônica para o meio ambiente se baseia em dois pilares:

- A implantação de um Sistema de Gestão Ambiental Global, alinhado à norma internacional ISO 14001, que estabelece elementos mínimos comuns de gestão em todas as operações do Grupo no mundo;
- O Escritório de Mudanças Climáticas, cujos objetivos principais são assegurar a redução do consumo de energia e, consequentemente, das emissões de gases de efeito estufa, potencializar o desenvolvimento de serviços mais eficientes aos clientes e posicionar as TIC como parte da solução para esse problema global.

A evolução da Telefônica SP nesses dois pilares durante o ano de 2009 será detalhada a seguir. O diagrama abaixo mostra a aplicação da estratégia do Grupo Telefônica.



[1] Normas ambientais do Grupo / IGA: Índice de Gestão Ambiental / ICO: Índice de Comportamento ambiental / IEF: Índice de Eficiência energética

Gestão Ambiental

A gestão ambiental tem papel fundamental na prevenção dos impactos ambientais e na potencialização dos eventuais efeitos causados pela companhia no meio ambiente. Alinhado com a norma internacional ISO 14001, o Sistema de Gestão Ambiental Global (SGA) desenvolvido pelo Grupo possui uma série de normas e procedimentos que estabelecem elementos mínimos comuns de gestão nas operações da companhia no mundo, de forma a aprimorar seu comportamento ambiental.

O ano de 2009 marcou o início da implementação do SGA Global. No Brasil, como parte desse processo, foi preparado em setembro de 2009 um diagnóstico dos riscos ambientais envolvidos nas operações da Telefônica SP a fim de elaborar ações preventivas e de correção na gestão da empresa. Coordenado pela Direção Corporativa de Meio Ambiente da Telefónica S.A. e realizado pela consultoria PricewaterhouseCoopers, o projeto começou a definir os planos de implantação do sistema.

Ao longo de três semanas, a equipe fez diversas entrevistas e visitou áreas da empresa diretamente ligadas aos riscos ambientais. Entre os pontos a serem melhorados nos próximos anos estão a adequação de alguns depósitos de combustível para abastecer geradores nas centrais telefônicas, o aprimoramento do processo de obtenção de licenças ambientais para realização de obras e a melhoria do tratamento acústico em determinadas centrais.

Os aspectos ambientais mais significativos para as operações da Telefônica SP são a gestão de resíduos (especialmente os que envolvem equipamentos elétricos e eletrônicos e baterias), o consumo de recursos e materiais como papel e água e a operação das centrais telefônicas, que envolvem questões como geração de ruídos, armazenamento de combustíveis para geradores e emissão de poluentes. Informações sobre a gestão desses aspectos são detalhadas a seguir.

Gestão de resíduos

A Telefônica SP possui contratos específicos que garantem o descarte adequado de resíduos cujo conteúdo os torna perigosos, como baterias de geradores e lâmpadas fluorescentes. No caso dos cabos telefônicos, os resíduos são vendidos como sucata. Até 2009, não era realizada a separação dos resíduos administrativos.

Os resíduos de papel gerados nos escritórios da companhia instalados na cidade de São Paulo são doados a uma entidade sem fins lucrativos, a Semear – Associação para Integração e Apoio aos Portadores de Deficiência. A partir de 2010, a companhia irá implementar a separação dos resíduos e seu envio para reciclagem, em atendimento a uma nova legislação do município de São Paulo.

Resíduos produzidos

	2007	2008	2009
Cabos (kg)	13.088.700	4.710.019	4.805.000
Baterias (kg)	878.407	656.510	1.306.733
Lâmpadas (kg)	12.530	16.364	32.079

Consumo de recursos e materiais

Papel – Os 1.698.543,5 quilos de papel consumidos pela empresa em 2009 representam uma redução de aproximadamente 9,3% ante 2008. Já nesse ano havia ocorrido uma queda de 8% em relação a 2007. Algumas iniciativas foram especialmente importantes nessa trajetória. Uma delas foi a continuidade, em 2009, do programa Print on Demand, que terceiriza os serviços de impressão nos principais edifícios administrativos e comerciais. Em 2008, o programa abrangia 33 desses edifícios com maior consumo de papel; no ano seguinte, a inclusão de outras 90 lojas proporcionou uma redução significativa no número de impressões. Aliado a campanhas de conscientização, o Print on Demand ajudou a baixar o consumo de papel em cerca de 40% em três anos de existência. Em 2010, o programa deve ser ampliado para mais 250 prédios administrativos e finalizar o atendimento às lojas. Outra medida relevante nessa área foi a adoção de uma política que estabelece a criação de cotas limitadas de impressão, a centralização do uso de cópias coloridas em executivos e secretárias e a diminuição de número de impressoras nos escritórios. Do início da política até o fim de 2009, houve uma redução de cerca de 400 mil folhas por mês.

Água – Seguindo a tendência declinante observada no caso do papel, o consumo de água nas unidades da organização registrou em 2009 um novo êxito: foram usados pouco menos de 999 milhões de litros, o que significa quase 4% de economia em relação ao ano anterior. O percentual é praticamente igual ao verificado em 2008 na comparação com 2007.

Melhorias nas centrais telefônicas

Tanques de combustível – 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. Seis estações passaram por esse processo em 2009, envolvendo um gasto total de R$ 765.772,07. No mesmo período foi implantado um projeto piloto com um tanque de mil litros para tratamento de combustíveis com vistas à redução da emissão de poluentes.

Controle acústico – Dando sequência à sua meta de melhorar o tratamento acústico em centrais telefônicas, a companhia fez em 2009 adequações em mais 14 unidades (combinadas com controle de poluição). O total desembolsado com essas obras atingiu R$ 1.101.827,03.

Emissão de poluentes – Em 2009, a Telefônica procedeu à instalação de catalisadores em novos grupos de geradores a fim de reduzir a emissão de poluentes oriundos da queima de combustíveis. Ao todo, já foram instalados 42 catalisadores em 30 estações. De acordo com informações do fabricante, os catalisadores devem diminuir 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. Outra vantagem é a redução de ruído em até 22 decibéis.

Mudanças Climáticas

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. Isso lhe permitirá baixar significativamente sua emissão de gases de efeito estufa (GEE) em nível mundial.

O Escritório de Mudanças Climáticas, liderado pela Diretoria de Transformação e pela Secretaria Geral Técnica da Presidência, é o órgão responsável no Grupo Telefônica 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 (TIC) como centro da solução na luta contra as mudanças climáticas.

Emissões de gases de efeito estufa

Desde 2007, o Grupo Telefônica realiza o cálculo das emissões de GEE das operações fixas e móveis por meio de uma metodologia interna baseada no Greenhouse Gas Protocol e na norma ambiental ISO 14064. Por essa metodologia, é possível conhecer especificamente as emissões de GEE controladas diretamente pela empresa, denominadas Âmbito 1; as derivadas de sua atividade, mas geradas por outras organizações (energia elétrica), chamadas de Âmbito 2; e, desde 2008, as emissões associadas a viagens a trabalho, o Âmbito 3.

De acordo com esse cálculo, em 2009 a Telefônica SP registrou a emissão de 61.234 toneladas de CO_2, mantendo a estabilidade em relação ao ano anterior. Isso foi possível devido a uma expressiva redução das viagens de avião a trabalho, o que compensou o crescimento das emissões provenientes do consumo de energia nas operações.

Emissões de CO_2 (em toneladas)

Tipo	2007	2008	2009
Âmbito 1 (Diretas)	5.189	3.895	4.145
Âmbito 2 (Indiretas / eletricidade)	51.504	52.836	55.567
Âmbito 3 (Indiretas / viagens a trabalho)	n.d.	4.654	1.521
Total	56.693	61.475	61.234

* Dados de 2007 e 2008 sofreram alterações em relação aos publicados no ano passado devido a uma revisão dos critérios.

Eixos de atuação

O programa de Mudanças Climáticas do Grupo Telefônica abriga cinco eixos de atuação: Operações, Fornecedores, Empregados, Cliente e Sociedade. 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, que coordena, impulsiona, facilita e dá sequência aos diferentes projetos. A seguir, os principais avanços na Telefônica SP em cada eixo em 2009.

Operações – O consumo de energia nas operações responde por mais de 87% das emissões de CO_2 da Telefônica SP. Em 2009, a área de operações da empresa continuou a implementar medidas para reduzir o consumo.

A natureza das atividades da companhia a torna uma grande consumidora de energia elétrica, responsável pela alimentação dos equipamentos e das redes de comunicação. Em 2009, esse consumo bruto atingiu 682.334.243, um crescimento de 4,6% em relação a 2008. Vale destacar, porém,

Entre as novas experiências de eficiência energética iniciadas em 2009, merecem destaque:

Energia solar – Piloto de autogeração de energia com painéis solares foi iniciado em uma minicentral telefônica. O prédio é abastecido por fontes híbridas, ou seja, utiliza ao mesmo tempo a energia solar e a energia elétrica convencional. O objetivo é avaliar possibilidades para utilização da tecnologia, já aplicada desde 2001 para o funcionamento de telefones públicos em locais onde não há rede elétrica.

Ecotelhado – Consiste em um jardim instalado na laje de uma central com o objetivo de melhorar o isolamento térmico e reduzir o consumo dos sistemas de ar-condicionado.

Telhado branco – Data Center foi pintado com uma tinta branca que possui polímeros em sua composição e que promove um melhor isolamento térmico.

Compartilhamento de ganhos – Empresa começou a compartilhar resultados financeiros obtidos com economia de energia com as empresas contratadas para a manutenção das centrais telefônicas com o objetivo de estimular a redução do consumo de energia.

Ecotelhado e Telhado Branco

que o consumo proporcional ao número de terminais (linhas, ADSL e TV) em serviço continua registrando queda e atingiu 2,3 kWh/terminal em 2009. Do total da energia elétrica usada, 25% é adquirido no mercado livre e provém de fontes renováveis (biomassa e pequenas centrais hidrelétricas).

Consumo de energia em 2009

(Em kWh)

Tipo de energia	Operações	Escritórios	Total
Energia elétrica tradicional	507.671.759	15.966.051	523.637.810
Energia alternativa*	150.100.047	8.596.386	158.696.433
Total	657.771.806	24.562.437	682.334.243

* Biomassa e pequenas centrais hidrelétricas.

Fornecedores – Esse eixo tem o objetivo de implantar políticas e procedimentos que incluam critérios de eficiência energética e baixo carbono nas compras feitas pelas empresas do Grupo Telefônica. Em 2009, foram solicitadas informações aos fornecedores de equipamentos que consomem energia. O consumo energético passou a ser considerado no processo global de seleção de fornecedores. Para isso, foi incluída a variável de consumo energético na análise de TCO (Total Cost Ownership, ou Custo Total da Posse).

Empregados – Esse eixo tem como principais metas reduzir o consumo energético nas atividades diárias dos empregados (medido em kWh por empregado) e disseminar informações sobre as mudanças climáticas para os profissionais. A Telefônica SP tem trabalhado para reduzir as viagens aéreas ligadas à realização de reuniões. Em fevereiro de 2009, foi inaugurada a primeira sala de telepresença do Brasil, no edifício-sede da companhia. A telepresença simula uma reunião de forma realista e os participantes têm a sensação de estar sentados à mesma mesa. Essa sala e outras dez preparadas para realização de videoconferência foram muito utilizadas em 2009. Um reflexo da redução da quantidade de viagens pode ser observado com a redução das emissões de CO_2 de Âmbito 3 (ver tabela na pág. 30).

Em outubro de 2009, foi lançada na Telefônica SP a campanha interna "Pelo Uso Consciente e Alternativo", a fim de disseminar entre os empregados práticas para aperfeiçoar a utilização de recursos tanto na empresa como em suas casas. Um hotsite acessível pela intranet da companhia contém informações sobre consumo consciente, iniciativas desenvolvidas pela empresa e notícias sobre o tema. Além disso, foi criado um espaço onde qualquer empregado pode postar sua sugestão de consumo consciente, que em apenas dois meses recebeu 93 dicas. Todas aquelas referentes a melhorias que deveriam ser feitas pela empresa foram encaminhadas às áreas responsáveis para avaliação.

Esforço premiado

Em 2009, a Telefônica SP foi homenageada, pela segunda vez consecutiva, como Empresa Líder no Prêmio Época de Mudanças Climáticas. O prêmio, realizado pela revista *Época* (Editora Globo) com apoio técnico da consultoria PriceWaterHouseCoopers, destacou iniciativas de 21 empresas que possuem políticas ambientais para reduzir emissões de GEE.

Clientes – Esse eixo busca oferecer produtos e serviços que permitam reduzir as emissões de GEE. Por sua implicação direta com o negócio da organização, ele é um dos mais importantes do Escritório de Mudanças Climáticas. O Grupo trabalhou com as distintas linhas de negócios em 2009 para identificar produtos e serviços que fomentem uma economia baixa em carbono. Entre eles estão serviços de telepresença e videoconferência (citados no eixo Empregados), que são usados pelas empresas do Grupo e oferecidos aos clientes. Um cálculo conservador aponta que esses serviços podem reduzir entre 5% e 20% as viagens de negócios.

Sociedade – Tem como objetivo principal reforçar o posicionamento público do Grupo Telefônica e do setor como chaves para a luta contra a mudança climática. Busca também promover a eficiência energética em outros setores e promover uma economia baixa em carbono.

Em novembro de 2009, a Telefônica patrocinou o 7º Encontro Iberoamericano de Desenvolvimento Sustentável (EIMA), realizado em Foz do Iguaçu (PR). No evento, a companhia apresentou sua estratégia ambiental e divulgou o estudo "SMART 2020", que aponta que as emissões de GEE do setor devem dobrar até 2020 (considerando o ano-base de 2007), mas, por outro lado, as TIC podem contribuir para reduzir em 15% as emissões globais previstas de outros setores com avanços em áreas como transportes, edifícios, energia e indústria. O estudo foi desenvolvido pela consultoria McKinsey a pedido do The Climate Group, organização sem fins lucrativos que debate soluções para as mudanças climáticas, e da Global eSustainability Initiative (GeSI), entidade que reúne empresas do setor das TIC, entre as quais o Grupo Telefônica.

A Telefônica SP compensou em 2009 as emissões de GEE feitas nas quatro edições do Telefônica Trio Tons, evento que leva atrações musicais gratuitamente à população (ver pág. 36). Segundo o cálculo da MaxAmbiental, empresa da área ambiental especializada em aferição de volume de GEE, foram liberadas nesses eventos 87,91 toneladas de CO_2 anuais. O cálculo levou em consideração fatores como consumo de energia elétrica, combustíveis de veículos e geradores, gás natural e gás liquefeito de petróleo, viagens aéreas e geração de resíduos.

15

Fundação Telefônica

Ao completar 10 anos de Brasil, instituição tem importante papel na valorização das TIC como motor de progresso social

A Fundação Telefônica tem o objetivo de coordenar o investimento social do Grupo Telefônica. Seu trabalho segue alinhado com os projetos sociais desenvolvidos por outros 12 países da América Latina onde a instituição está presente.

Em março de 2009, a Fundação Telefônica completou 10 anos de atuação no Brasil. Nesse período, mais de 500 mil pessoas foram beneficiadas direta ou indiretamente com seus projetos de desenvolvimento social, que têm como eixos centrais a consolidação dos direitos das crianças e dos adolescentes e a melhoria da qualidade da educação pública, com ênfase na aplicação das tecnologias voltadas para a comunicação e a informação.

A seriedade na consolidação de programas de longo prazo com a chancela da Fundação Telefônica possibilitou sua valorização por diferentes esferas de governo. É o caso do convênio firmado com o Ministério da Educação (MEC) que, a partir do segundo semestre de 2009, ofereceu capacitação a cerca de mil professores da rede pública para o uso do Estatuto da Criança (ECA) na escola por meio de projetos da Fundação Telefônica. O investimento em projetos sociais realizados pela instituição em 2009 foi de aproximadamente R$ 22 milhões, um crescimento de 28% em relação ao ano anterior.

Dentre os diferenciais que determinaram a conquista da credibilidade dos trabalhos da Fundação Telefônica perante a sociedade, destacam-se a escolha de parceiros-referência para o desenvolvimento dos projetos nas áreas em que a instituição atua e a constante avaliação de resultados para aprimoramento das ações. Atualmente, a Fundação Telefônica desenvolve atividades em quatro eixos de trabalho: Pró-Menino, EducaRede, Voluntários Telefônica e Arte e Tecnologia.

Número de beneficiados em 2009

Linha de Atividade	Nº Pessoas	% Sobre Total
Educação	209.081	53,1
Direitos da Criança e do Adolescente	21.513	5,5
Voluntários Telefônica	24.078	6,1
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	139.179	35,3
TOTAL	393.851	

Entidades beneficiadas

(Entidades educativas – centros escolares, universidades, etc. – de ação social e cultural que tiveram relação direta durante 2009 com programas e projetos da Fundação Telefônica)

Linha de Atividade	Nº Entidades	% Sobre total
Educação	3	6
Direitos da Criança e do Adolescente	36	72
Voluntários Telefônica	9	18
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	2	4
TOTAL	50	

Linha do Tempo

1999
Criação da Fundação Telefônica, em março

2000
Apoio ao primeiro projeto de Redes de Atenção do Programa Pró-Menino

2001
Projeto "Gera Renda", promovendo a geração de renda para mulheres chefes de famílias com filhos menores de 18 anos

2002
Lançamento do Programa EducaRede e seu portal aberto e gratuito em língua portuguesa

2003
Lançamento do Portal Pró-Menino, em parceria com o Centro de Empreendedorismo e Administração Social em Terceiro Setor (Ceats)

Pró-Menino

Uma das principais iniciativas da Fundação Telefônica, o programa Pró-Menino conta com diretrizes e metas definidas internacionalmente, que buscam contribuir para o desenvolvimento social e a proteção dos direitos da criança e do adolescente, de acordo com o que estabelece o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Anualmente, milhares de jovens são diretamente beneficiados pelas ações do programa, sendo retirados de situações de trabalho infantil ou de conflito com a lei. O programa conta com uma extensa lista de parceiros, incluindo ONGs, empresas e instituições voltadas para o desenvolvimento social, a educação e a cultura, além de organismos governamentais como a Secretaria Especial dos Direitos Humanos (SEDH), o Ministério da Educação (MEC) e o Ministério Público (MP). Suas principais vertentes de atuação são:

Combate ao Trabalho Infantil – Tem como finalidade contribuir para a prevenção e a erradicação do trabalho infantil, assegurando o direito da criança à formação integral. O programa conta com investimentos do Grupo Telefônica em 13 países da América Latina e hoje atende cerca de 167 mil crianças e jovens na região. No Brasil, a Fundação Telefônica apoia, desde 2007, projetos de combate ao trabalho infantil em 17 municípios e beneficia mais de 8 mil meninos e meninas, por meio de parcerias com os Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente do Estado de São Paulo.

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). Por meio dos Conselhos Municipais de Direitos da Criança e do Adolescente, a Fundação Telefônica já colaborou técnica e financeiramente para a execução de projetos em 28 cidades brasileiras. Mais de 4.400 adolescentes e suas famílias já foram beneficiados por essa iniciativa.

Redes de Atenção à Criança e ao Adolescente – Financia projetos de implantação de redes sociais e eletrônicas entre as entidades de assistência a crianças e adolescentes nos municípios. O financiamento é feito por meio dos Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente. A Fundação Telefônica já apoiou 17 cidades no processo de construção dessas redes e, em 2008, lançou o Redeca, um sistema eletrônico que permite integrar as informações sobre o atendimento a crianças e adolescentes no município. Mais de 185 mil crianças e adolescentes são atendidos indiretamente pela Fundação Telefônica nesse projeto.

Crianças participantes do programa Pró-Menino

Portal Pró-Menino (www.promenino.org.br) – Traz, de forma didática, conteúdos aprofundados e qualificados aos profissionais que atuam na área da proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes. O combate ao trabalho infantil, medidas socioeducativas e o trabalho em rede são temas prioritários para o portal, que promove anualmente o Concurso Causos do ECA, em parceria com a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) e com o Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (Ceats). Essa iniciativa busca disseminar e premiar histórias verídicas que mostrem o ECA como instrumento de transformação de vidas. Em sua quinta edição, realizada em 2009, o concurso recebeu 808 inscrições, das quais 24 eram de empregados do Grupo Telefônica, que concorreram em uma categoria específica.

2004
Projeto FuTuRo, com objetivo educativo sobre saúde e hábitos saudáveis para adolescentes em situação de risco, com idade entre 11 e 16 anos

2005
Lançamento do Programa Voluntários Telefônica para empregados do Grupo

2006
Primeira edição do Dia dos Voluntários Telefônica no Projeto Santos Mártires (São Paulo, SP)

2007
Lançamento do projeto "Coisas Boas da Minha Terra", do programa EducaRede 2008 – Seminário de Medidas Socioeducativas, com lançamento de duas publicações sobre o tema

2009
Lançamento do Programa Arte e Tecnologia, com a exposição "Tão longe, tão perto" (Brasília, DF) e "O cubismo e seus entornos nas coleções da Telefônica" (São Paulo, SP)

EducaRede

Criado em 2002 no Brasil, o programa EducaRede visa promover inovação nas ferramentas educacionais, por meio do estímulo à inclusão digital e ao uso das novas tecnologias como recurso pedagógico, sobretudo nas escolas públicas. Seu grande desafio é 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, ele investe nos professores e educadores, a fim de que eles atuem como multiplicadores.

Atualmente, o programa é centrado no portal educativo www.educarede.org.br, de acesso gratuito, dirigido principalmente a alunos e professores do Ensino Fundamental e do Ensino Médio da rede pública.

O portal oferece conteúdos exclusivos sobre temas atuais e conta ainda com ferramentas as quais permitem que alunos e professores interajam, produzindo conteúdos, mas sempre com a mediação do Centro de Estudos e Pesquisa em Educação Cultura e Ação Comunitária (Cenpec), ONG parceira da Fundação Telefônica, o que garante o viés educacional. A ferramenta apresenta média mensal de 1,1 milhão de páginas vistas e, em 2009, contava com aproximadamente 200 mil cadastrados. Do total de usuários, 80% são da rede pública. Os investimentos da Fundação Telefônica no programa já superam R$ 10 milhões.

A criação de comunidades virtuais é um exemplo dessa interação mediada. Os usuários podem criar suas comunidades autônomas, participar de outras criadas em parcerias com secretarias de Educação ou das oferecidas pela equipe do portal. É o caso do projeto Minha Terra, comunidade virtual com mais de 2,4 mil participantes de todo o Brasil que produzem conteúdo sobre o local onde vivem e trocam experiências com pessoas de outros Estados.

Uma ação de destaque, que integra o programa Pró-Menino e o EducaRede, é o Aula Fundação Telefônica. Criado em novembro de 2008 em parceria da Fundação Telefônica com a Secretaria Estadual de Educação de São Paulo, ele se destina a contribuir para a erradicação do trabalho infantil por meio da qualificação dos processos de ensino e aprendizagem nas escolas. Em 2009, 12 mil alunos da rede pública foram beneficiados pelo projeto.

Número total de programas e projetos realizados em 2009 pela Fundação Telefônica, por linha de atividade

Linha de Atividade	Nº Programas	Nº Projetos
Educação	2	127
Direitos da Criança e do Adolescente	1	43
Voluntários Telefônica	1	13
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	1	2
Outros Programas	1	1
TOTAL	6	186

Arte e Tecnologia

O Programa 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 dessas ações desenvolvidas no Brasil é o Núcleo Memória Telefônica, cujo objetivo é preservar o acervo histórico de telecomunicações e disponibilizá-lo para a população. O Núcleo possui um acervo tridimensional, fotográfico e documental que abrange cerca de 125 anos e preserva mais de 100 mil objetos históricos.

Em 2009, a Fundação Telefônica realizou duas exposições com o apoio da Lei de Incentivo à Cultura. A primeira, intitulada "Tão longe, tão perto", apresentou a evolução das telecomunicações desde os primórdios até as principais inovações tecnológicas. Passando inicialmente por Brasília em 2009, a exposição chegou a São Paulo em março de 2010. A exposição "O cubismo e seus entornos nas coleções da Telefônica", primeira mostra internacional da instituição, foi inaugurada na Pinacoteca do Estado de São Paulo em setembro de 2009, apresentando obras de artistas de diferentes nacionalidades.

Exposição "Tão longe, tão perto", realizada em Brasília e São Paulo

Voluntários Telefônica

O Programa Voluntários Telefônica, coordenado pela Fundação Telefônica e pelas áreas de Recursos Humanos e Comunicação da Telefônica, 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 e tem registrado crescimento constante. Possui cinco linhas de atuação:

Incentivo Criança – Campanha que estimula entre os funcionários a doação de recursos financeiros para os Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, com possibilidade de dedução na declaração do Imposto de Renda (pessoas físicas podem doar até 6% do imposto devido). Os recursos arrecadados são distribuídos a organizações cadastradas nos Conselhos Municipais. Em 2009 foram arrecadados mais de R$ 173 mil.

Campanhas – Englobam doação de sangue e itens como agasalhos e brinquedos. Além de programação orientada em épocas específicas do ano, as campanhas podem ser acionadas a partir de situações de emergência.

Cerca de 1.500 empregados do Grupo atuaram no Dia dos Voluntários Telefônica

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.

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.

Dia dos Voluntários – O Dia dos Voluntários Telefônica, ação realizada em São Paulo, Campinas, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro e Porto Alegre, começou no Brasil em 2006 e foi estendido em 2007 para a Espanha e outros 12 países da América Latina nos quais a Telefônica atua. Os voluntários, que doam seu dia de trabalho à ação, visitam as instituições selecionadas e realizam atividades como reformas e construções, recreação, jardinagem, paisagismo e estruturação de bibliotecas e brinquedotecas. Em 2009, cerca de 1.500 empregados do Grupo Telefônica participaram dessa iniciativa, realizada no dia 2 de outubro. Em São Paulo, a organização beneficiada nesse ano foi o Lar Altair Martins, no bairro do Grajaú, na zona sul da cidade.

Ação na Linha

O projeto Ação na Linha, desenvolvido em Itaquaquecetuba (SP) desde março de 2008, visa promover o desenvolvimento comunitário por meio de capacitações para professores, formação para lideranças sociais voltada à promoção e à defesa dos direitos das crianças e adolescentes e a programas de geração de renda, cursos para formação profissional, eventos culturais e vários outros tipos de mobilização.

16

Patrocínios

Ações culturais e de apoio ao uso de tecnologias digitais chegam a 250 mil pessoas

As ações sociais do Grupo Telefônica incluem também o patrocínio de atividades cujos objetivos principais são democratizar o acesso da população à cultura, promover a inclusão social por meio do esporte e o uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Cerca de R$ 13 milhões foram investidos nessa área pelo Grupo no Brasil ao longo de 2009, dos quais cerca de R$ 10 milhões em projetos de Leis de Incentivo à Cultura e ao Esporte, beneficiando aproximadamente 250 mil pessoas. Entre as iniciativas realizadas em 2009 destacam-se:

Campus Party – Realizado na Espanha desde 1997, o maior evento de internet do mundo ocorreu pela primeira vez fora da Europa em fevereiro de 2008, em São Paulo. A escolha do País para sediá-lo tem relação direta com o respeito internacional conquistado pelos brasileiros em virtude do grande talento exibido em seu relacionamento com as ferramentas e os recursos da nova economia digital. São os brasileiros os maiores usuários de internet e consumidores das redes sociais da web.

O sucesso da primeira edição brasileira levou a Telefônica SP a patrocinar novamente o evento, realizado de 19 a 25 de janeiro de 2009 no Centro de Exposições Imigrantes, na zona sul de São Paulo. Participaram desse encontro 118 mil visitantes e 6.655 participantes inscritos, que acamparam na arena e compartilharam experiências ligadas ao mundo digital. Um dos maiores atrativos da feira foi a velocidade de conexão à internet que a Telefônica pôs à disposição dos usuários: 10 gigabytes (Gb), a maior banda já oferecida no mundo e quase duas vezes maior do que a oferecida no ano anterior, de 5,5 Gb – que já era recorde no Brasil à época. Para isso, foram necessários 28 quilômetros de cabos de rede e 11 quilômetros de cabos de fibra óptica.

Ao todo, foram realizadas 468 atividades e ações especiais destinadas aos campuseiros em áreas como design, fotografia, games, música, robótica, software livre e vídeo. O bom desempenho da feira em 2009 garantiu a realização de sua versão 2010, novamente em janeiro.

Telefônica Open Jazz – Em 2009, a iniciativa da Telefônica de oferecer a um público mais amplo o contato com o jazz ganhou um novo desdobramento com os shows gratuitos

Artistas em apresentação do Telefônica Trio Tons

de dois grandes nomes norte-americanos: a cantora Dianne Reeves e o guitarrista Buddy Guy. Realizadas em novembro no Parque da Independência, em São Paulo, as apresentações atraíram uma plateia de aproximadamente 26 mil pessoas.

Telefônica Trio Tons – Essa série de espetáculos musicais gratuitos em cidades do interior paulista reúne trios de artistas conhecidos em todo o País. Em 2009, a iniciativa foi levada a importantes centros regionais – Campinas, Ribeirão Preto, Santos e Sorocaba –, num total de quatro shows, que tiveram entre seus participantes nomes como Jota Quest, Toni Garrido e Ana Cañas e reuniram no total mais de 200 mil espectadores. Uma edição especial da iniciativa ocorreu no dia 25 de janeiro, em São Paulo, para homenagear o aniversário da cidade. Artistas como Daniela Mercury, Lulu Santos e Roberta Sá apresentaram-se na ocasião para 35 mil pessoas no Parque da Independência.

Museu do Futebol – Desde setembro de 2008, a Telefônica patrocina o Museu do Futebol com outras grandes empresas do País. Situado no Estádio do Pacaembu, em São Paulo, o museu tem por missão divulgar e preservar o futebol como manifestação cultural brasileira.

Caravana do Esporte – O projeto envolve a realização de oficinas de esportes em várias cidades do Brasil que propiciam a sustentabilidade do conceito esporte-educação como ferramenta de inclusão. Já foram atendidas 12.240 crianças de comunidades carentes de diversos municípios; 900 professores foram capacitados.

17

Indicadores-chave

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

	2009	2008	2007	2006
Percepção dos Stakeholders				
Satisfação dos empregados (%)				
Telefônica SP	78	74	74	75
Atento	61	70	68	58
Satisfação do cliente / Telefônica SP	6.35	5.99	5.81	5.99
Residencial	6.77	6.14	5.93	5.70
Negócios	5.49	5.59	5.48	6.10
Empresas	5.86	5.90	5.82	7.31
Reputação junto à sociedade**				
RepTrak Pulse	39	43	45	54
RepTrak Index	44	48	53	58
RepTrak Oferta	37	43	45	53
RepTrak Trabalho	44	49	53	58
RepTrak Integridade	42	46	50	56
RepTrak - Liderança	45	51	56	59
RepTrak - Inovação	47	52	59	62
RepTrak - Finanças	57	64	69	67
RepTrak - Cidadania	46	49	54	58
Apoia causas sociais	45	49	53	56
Protege o meio ambiente	43	46	51	58
Indicadores Operacionais				
Impacto econômico (em milhões de R$)***				
Receita líquida	24,609	24,282	21,658	20,853
Investimento em Infraestruturas (Capex)	3,625	4,395	2,892	2,875
Investimento em inovação tecnológica	1,825	2,688	2,222	2,149
Impostos	10,228	9,724	9,364	8,805
Volume de compras contratado	12,821	13,900	11,136	12,688
Clientes				
Número total de acessos de clientes (em mil)******	67,679	60,739	49,001	44,755
Número total de reclamações (em mil)*	10,339	8,584	9,565	
Empregados				
Número total de empregados	84,360	82,288	75,839	65,993
Horas de formação por empregado*	23	20	20	21
Fornecedores******				
Número de fornecedores contratados	3,675	3,541	3,231	3,547
Sociedade				
Investimento social - Fundação Telefônica (em milhões de R$)	21,909	16,371	19,397	9,700
Beneficiados diretos da Fundação Telefônica	393,851	295,396	173,847	47,718

* informações se referem exclusivamente à Telefônica SP
** mais informações sobre a metodologia dessa pesquisa podem ser obtida no Informe RC Online, na página de indicadores
*** dados incluem 50% da Vivo
**** números incluem totalidade da Vivo

18

Realizações 2009

Conheça os resultados das metas que havíamos assumido no ano passado. Mais detalhes sobre as realizações podem ser conhecidos nos capítulos que tratam de cada tema.

Tema	Cumprimento	
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.	😐	A empresa deu continuidade ao treinamento de seus profissionais, porém, até o fim de 2009, 52% dos empregados ativos haviam concluído o curso.
2. Diálogo com as partes interessadas - Realizar novo painel de diálogo para avaliar o Informe de Responsabilidade Corporativa 2008. Realizar também um Painel para debater um tema específico da gestão da companhia.	☹	Em 2009, não foram realizados Paineis de Diálogo devido ao momento crítico pelo qual passava a empresa. Porém, houve um estreitamento do diálogo com representantes dos principais públicos de relacionamento, especialmente após a crise enfrentada com a suspensão das vendas do Speedy.
3. Reputação Corporativa - Desenvolver um plano de ação visando à melhoria da reputação para acompanhamento mensal pelo Comitê de Imagem, liderado pelo presidente do Grupo. Com o desenvolvimento das ações previstas nesse plano, obter uma melhoria no Rep Trak Pulse.	😐	O plano foi acompanhado pelo Comitê de Imagem durante o primeiro semestre. Porém, no segundo semestre, com o lançamento do programa Telefônica em Ação, o foco de acompanhamento foram as 7 Frentes de Qualidade. Ao final do ano, o RepTrak Pulse registrou decréscimo de 4,3 pontos.
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.	☺	A companhia chegou ao final do ano com queda significativa no volume de reclamações e crescimento da satisfação dos clientes, fruto de uma série de mudanças em seus processos e ações de melhorias na rede e em sistemas. O Índice de Satisfação de Clientes registrou evolução em 2009.
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 o uso de tecnologias por jovens • Iniciar a segunda etapa da pesquisa com crianças e adolescentes.	☺	A Fundação Telefônica promoveu a capacitação de 49 representantes de 43 escolas participantes da primeira fase da pesquisa. Foi iniciada a preparação para a segunda etapa da pesquisa, que será em 2010 em dez países da Améria Latina.
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.	☺	A empresa alcançou 78% de favorabilidade na Pesquisa de Clima realizada com empregados. A companhia entrou no ranking das Melhores de TI e Telecom e das 12 Maiores e Melhores pelo 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 estejam cientes da faixa salarial do cargo que ocupam e de sua posição nessa faixa.	☺	Todos os empregados da empresa foram informados sobre o novo Sistema de Remuneração por meio de cascateamento de gestores, divulgação na intranet da companhia, palestras e cartas individuais explicando o método implantado de faixas salariais, que permitiu maior transparência na gestão de cargos da empresa.
Meio Ambiente		
8. Gestão ambiental - Desenvolver um plano para implantação do Sistema de Gestão Ambiental na Telefônica SP.	☺	Em setembro, foi realizado um mapeamento dos riscos envolvidos nas operações de telefonia fixa para priorizar as ações preventivas e de correção na Telefônica SP, primeira etapa da implantação do Sistema de Gestão Ambiental.
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.	☺	Foi realizada auditoria dos dados de energia e, por meio de ações de eficiência energética, houve uma redução de 3,3% no consumo de energia por terminal.
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.	☺	Foram realizados 240 trabalhos de checagem de documentação trabalhista e previdenciária e 26 verificações presenciais de condições de trabalho nas empresas parceiras. Em julho de 2009, a Telefônica promoveu um curso de capacitação sobre sustentabilidade para um grupo de fornecedores.
Sociedade		
11. Pró-Menino / EducaRede - Dobrar o número de escolas atendidas pelo programa Aula Fundação Telefônica, atingindo 20 instituições de ensino	☺	Em 2009, a Fundação Telefônica passou a atender 21 instituições de ensino por meio do programa Aula Fundação Telefônica.
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 infraestrutura 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.	☺	A instituição beneficiada no Dia dos Voluntários recebeu capacitação pedagógica, apoio contábil e a instalação de computadores em rede e câmeras de vigilância. Amigos e familiares de empregados foram convidados a participar de ações como doação de sangue, banco de alimentos e campanha de Natal e 150 deles participaram do Dia dos Voluntários. O Incentivo Criança recebeu participação expressiva de executivos da empresa, por meio de campanhas internas.

19

Metas 2010

Para o ano de 2010, estabelecemos 12 novas metas para nossa gestão.

Tema	Meta
Responsabilidade Corporativa e Princípios de Atuação	
1. Princípios de Atuação	Reformular o treinamento dos Princípios de Atuação e promover novas iniciativas para disseminar internamente o conhecimento dos mesmos.
2. Diálogo com os públicos de relacionamento	Iniciar um programa de engajamento dos principais públicos de relacionamento para direcionar a gestão dos temas de Responsabilidade Social Corporativa na companhia. Contemplar as demandas recebidas de clientes, empregados, investidores, fornecedores e sociedade em geral nos distintos canais de relacionamento com esses públicos na próxima edição do Informe de Responsabilidade Corporativa.
3. Reputação Corporativa	Desenvolver e implementar plano de comunicação com o objetivo de melhorar a percepção do cliente e da sociedade sobre as evoluções de qualidade na empresa. Dessa forma, obter uma evolução do índice Rep Trak Pulse para níveis próximos aos de 2007 (antes, portanto, das paralisações técnicas registradas entre julho de 2008 e julho de 2009).
Clientes	
4. Satisfação do Cliente	Melhorar os canais de atendimento próprios e, dessa forma, reduzir as reclamações de segunda instância, obtendo: 1) Redução de 25% nas reclamações na Anatel em dezembro de 2010 (em comparação com a média dos últimos três meses de 2009); 2) Compromisso público para redução do volume de reclamações por meio de acordo firmado com o Procon-SP.
5. Programa Gerações Interativas	Realizar a segunda fase da Pesquisa Gerações Interativas em escolas públicas urbanas e rurais em todos os Estados do Brasil. Inserir nos canais online de comunicação com o cliente e a sociedade informações e dicas sobre uso seguro das telas digitais.
Empregados	
6. Satisfação dos empregados	Atingir 79% de favorabilidade na pesquisa de clima laboral na Telefônica SP. Melhorar a posição ocupada pela companhia no ranking de Melhores Empresas para Trabalhar de TI e Telecom, coordenado pelo Great Place to Work Institute (em 2009, a empresa ocupou o 35º. lugar).
7. Fortalecimento de lideranças	Estender o treinamento de líderes para os empregados que ocupam cargos não-executivos mas fazem a gestão de equipes. Atingir 100% desses profissionais até o final do ano.
Meio Ambiente	
8. Gestão ambiental	Iniciar a implantação de melhorias para os principais riscos identificados no mapeamento de riscos ambientais realizado em 2009. Reforçar ações educativas e de conscientização do público interno.
9. Mudanças Climáticas	Reduzir em 2% o consumo de energia por terminal equivalente nas operações, ampliando as ações de eficiência energética nas operações.
Fornecedores	
10. RC na cadeia de valor	Formar um grupo de trabalho com gestores de prestadores de serviços, reforçando a troca de melhores práticas entre as diferentes áreas da empresa. Estabelecer canais de comunicação com profissionais das empresas parceiras que têm contato com os clientes da Telefônica, estendendo a eles a estratégia de atuação da companhia.
Sociedade	
11. Pró-Menino	Aumentar para 10.500 o número de crianças e adolescentes atendidos pelo programa Pró-Menino.
12. EducaRede	Lançar o Portal Global EducaRede, internacionalizando o projeto nacional Minha Terra. Atender mais 15 escolas por meio do programa Aula Fundação Telefônica.

Ernst & Young, S.L.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid (España)
Tel: +34 915 727 200
Fax: +34 915 727 450
www.ey.com/es

Verificação Independente

Uma mensagem da Ernst & Young

Em nome da Comissão de Auditoria e Controle, revisamos o Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2009 do Grupo Telefônica no Brasil. O relatório é composto de duas partes: esta impressão do documento e a versão online completa do mesmo, disponível em www.telefonica.com.br/rc/2009

Alcance do trabalho

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

- princípios e indicadores estabelecidos no guia de referência G3 da Global Reporting Initiative (GRI).
- princípios da norma AA1000 Assurance Standard emitida pela AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para as atividades desenvolvidas pelo Grupo Telefônica no Brasil.

As verificações consistiram em:

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

  1. A adequação da estrutura e do conteúdo do Informe aos princípios e diretrizes estabelecidos nas diretrizes G3.
  2. O adequado rastreamento da informação e dos dados correspondentes aos indicadores centrais e adicionais e do Suplemento Setorial de Telecomunicações, assim como a razoabilidade do critério seguido para consideração, em alguns casos, como não aplicáveis.

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

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

  1. Completude: implicações e exigências das partes interessadas na determinação do conteúdo a ser incluído.
  2. Materialidade ou relevância: inclusão de materiais e aspectos significativos em sustentabilidade para a empresa e seus stakeholders.
  3. Capacidade de resposta: determinação de objetivos e resposta às expectativas das partes interessadas e à comunicação adequada e oportuna dos planos a eles destinados.

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

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

Nossa independência

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

Nosso Relatório de Verificação Independente contém informações sobre o alcance do trabalho, o nível de verificação, as conclusões e nossa independência. Esse relatório está disponível em www.telefonica.com.br/rc/2009.

ERNST & YOUNG, S.L.

Madri, 23 de junho de 2010.

Domicilio Social: Pl. Pablo Ruiz Picasso, 1. 28020 Madrid
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al
Tomo 12749, Libro 0, Folio 215, Sección 8.,
Hoja M-23123, Inscripción 116. C.I.F. B-78970506

Informe Anual de Responsabilidade Corporativa

Grupo Telefônica no Brasil
2009

Esta é uma versão resumida do Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil 2009. O relatório completo está disponível na internet, no endereço www.telefonica.com.br/rc/2009. Para críticas, dúvidas, comentários e sugestões sobre este relatório, escreva para respcorp@telefonica.com.br.

Os acionistas e investidores podem solicitar 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, Identidade Corporativa e Meio Ambiente da Telefónica S.A.

Textos
Eduardo Araia

Produção Gráfica
Ideia Visual

Fotografias
Pisco Del Gaiso (capa, páginas 10, 21e 25)
Carlos Della Rocca (páginas 3, 20, 22, 27 e 35)
Denis Ribeiro (página 30)
Douglas Eiji Matsunaga (página 34)
Demais fotos e imagens: arquivo Telefônica

Impressão
Ultraprint

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 pessoas que enviaram comentários e críticas por e-mail a respeito do último Informe publicado.
- Aos profissionais do Grupo que dedicaram seu tempo para participar de fotografias que ilustram este Informe.

Publicação: julho de 2010

Telefonica

www.telefonica.com.br