

# Informe Anual de Responsabilidade Corporativa

Grupo Telefônica no Brasil

2006



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

Espirito de Progresso

The logo for Telefônica, featuring the word "Telefônica" in a yellow, cursive script font, positioned above a thin yellow horizontal line. The logo is set against a dark blue square background with a subtle gradient and a faint, larger-scale version of the word "Telefônica" in the background.



Apresentamos o Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil referente ao exercício de 2006. O Informe é uma ferramenta de gerenciamento do conhecimento e de melhora do desempenho do Grupo em matéria de RC, já que possibilita acompanhar os objetivos estabelecidos, comunicar resultados e as áreas do último exercício a serem melhoradas, bem como identificar os desafios, compromissos e objetivos de gerenciamento para exercícios futuros.

O Informe de RC do Grupo Telefônica no Brasil complementa informações publicadas no relatório global da Companhia.

A verificação externa destes relatórios, realizada pela Ernst & Young, dá credibilidade, rigor e transparência, o que faz deles uma ferramenta-chave para conhecer as carências nos sistemas e nas políticas de gerenciamento, que serão melhoradas nos anos futuros. O Grupo Telefônica segue as recomendações do Global Reporting Initiative (GRI) na elaboração de seus Informes de Responsabilidade Corporativa.

Esta é a versão resumida do relatório. A versão na íntegra está disponível na Internet, no site: [www.telefonica.com.br/Informe/2006](http://www.telefonica.com.br/Informe/2006)

The logo for Telefônica, featuring the word "Telefônica" in a stylized, yellow, cursive font with a thin yellow underline, set against a dark blue background.

# Realizações e metas do Grupo Telefônica no Brasil

## Realizações 2006

## Metas 2007

### Responsabilidade Corporativa

Publicação do Informe de Responsabilidade Corporativa, com verificação da confiabilidade dos dados e da compatibilidade com os indicadores GRI

Auditoria do Informe 2007 (publicação em 2008) sob a norma AA1000/AS

Realização de painéis de diálogo com grupos de interesse para apresentação do Informe de RC 2006

Implantação de programa de relacionamento para ouvir as demandas dos *stakeholders*

### Princípios de Atuação

Aprovação dos Princípios de Atuação para o Grupo Telefônica

Treinamento de 100% dos empregados na Telefônica SP e iniciar treinamento nas demais empresas do Grupo

Criação do escritório local para garantir a aplicação dos Princípios de Atuação e preparação de plano para cada um dos Princípios, com estabelecimento de metas

### Reputação Corporativa

Utilização do RepTrak para estabelecer ações de melhoria da imagem do Grupo junto à sociedade

Implementação de plano estratégico de melhoria de imagem baseado nos resultados no RepTrak, com acompanhamento do comitê diretivo da Telefônica SP

### Espírito de Progresso

Realização da primeira Jornada de Inovação e Lançamento da Trilha do Empreendedor

Identificação e treinamento dos empreendedores internos

Lançamento do Desafio Empreendedor Telefônica, concurso externo para incentivar a inovação

### Clientes

Melhorias nas pesquisas de satisfação com clientes e aprimoramento do indicador de medição

Implantação do projeto Experiência Cliente, com o objetivo de satisfazer às necessidades do cliente

Criação do Comitê de Qualidade, com a participação da alta direção da empresa, para discutir temas focados na satisfação do cliente

Implantação da exigência a todos os empregados para que dediquem ao menos uma hora por semana para atender clientes

Determinação de que toda reunião do comitê diretivo deverá tratar ao menos um tema relacionado à satisfação do cliente

Obtenção da Certificação Global ISO 9001:2000 dos segmentos residencial e negócios (processos de Comercialização, Instalação, Funcionamento, Faturamento, Atenção ao Cliente e Serviço Técnico)

Estender a certificação para o segmento empresas

## Realizações 2006

## Metas 2007

### Empregados

Telefônica SP por dois anos consecutivos no ranking das melhores empresas para trabalhar

Melhoria da satisfação dos empregados, atingindo 77% de favorabilidade

Lançamento do programa de qualidade de vida na Telefônica SP

Lançamento do modelo de liderança, com treinamento dos líderes no mapa estratégico da empresa

Mapeamento dos talentos executivos da empresa

### Sociedade

Lançamento do Pró-Menino contra trabalho infantil

Ampliar o programa, beneficiando 1.220 crianças e adolescentes

Patrocínio à Bachiana Chamber Orchestra, levando apresentações gratuitas a seis cidades do interior

Orientar a política de patrocínios para o uso social das TIC e democratização do acesso à cultura

Realização do primeiro Dia dos Voluntários Telefônica, com o envolvimento de 1.200 empregados

Realizar o Dia dos Voluntários simultaneamente em São Paulo e outras cinco cidades e envolver 3.000 empregados

Implantação de 21 Telecentros de Informação e Negócios

Uso da infra-estrutura própria de banda larga e TV para promover a inclusão digital em escolas

### Meio Ambiente

Criação do Comitê Estratégico de Saúde, Segurança e Meio Ambiente na Telefônica SP

Realização de estudo de impacto ambiental

Implantação de ferramentas e de um grupo de trabalho para melhorar a qualidade dos dados ambientais da Telefônica SP

Ações para redução no consumo de papel

Substituição do papel convencional por papelaria reciclada para documentos internos; realização de estudo para implantar a mudança também para as contas telefônicas

Implantação da e-conta com possibilidade de substituição da conta telefônica em papel



## Índice

Carta do Presidente Mundial	2
Carta do Diretor Geral da Telefônica na América Latina e do Presidente do Grupo no Brasil	3
Assim é o Grupo Telefônica	4
Visão e Valores	5
Responsabilidade Corporativa	6
Princípios de Atuação	7
Espírito de Progresso	10
Clientes	14
Acionistas	18
Empregados	20
Inclusão Digital	24
Ação Social	26
Meio Ambiente	28
Fornecedores	30
Informe de Verificação Independente	32

## Carta do Presidente Mundial



Querido amigo,

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC), ou Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ou ainda Responsabilidade Corporativa (RC) – que é a expressão com a qual nos sentimos mais à vontade no Grupo Telefónica –, já se instalou na agenda de trabalho da empresa do século XXI.

Em outras palavras, a RC já superou o âmbito dos debates acadêmicos para se tornar uma realidade, especialmente na América Latina. Já é uma constante que os clientes, empregados, acionistas reclamem das companhias um comportamento mais íntegro – ou responsável. E é uma realidade que a sociedade latino-americana entenda que as empresas já são parte da solução ao desenvolvimento econômico e social e não a causa do problema.

O Grupo Telefónica é um dos principais conglomerados de telecomunicações do mundo. Com presença em 23 países, mais de 203 milhões de clientes e 233 mil empregados. Somos capazes de dedicar mais de 4,3 bilhões de euros à inovação tecnológica e 50 milhões de euros em projetos de ação social. Tivemos que nos tornar globais, porque o mundo é global na economia e na informação. Mas sabemos que o dia-a-dia de nossos clientes é local, que sua cultura é local e que os serviços têm de adaptar-se às culturas, às línguas e aos costumes.

Mas, sobretudo, queremos ser um grupo empresarial voltado para nossos clientes. Por isso, nossa visão consiste em “melhorar a vida das pessoas, facilitar o desenvolvimento dos negócios e contribuir ao progresso das comunidades em que operamos, proporcionando-lhes serviços inovadores baseados nas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)”.

Definido esse marco conceitual com a visão e com os princípios de atuação, o passo seguinte era converter essas palavras em ações. Ou seja, o próximo passo era transpor do papel para a realidade. Como o faremos?

Em primeiro lugar, nossa principal responsabilidade são nossos clientes. Sua fidelidade é a chave para a sustentabilidade de nosso negócio, e nossa meta é satisfazer suas demandas e expectativas e conseguir, com isso, que sejam nossos melhores embaixadores.

Em segundo lugar, o exercício da Responsabilidade Corporativa será centrado em aproximar o máximo possível nossas ações econômicas e sociais à nossa estratégia de negócio. Nesse sentido, temos a intenção de corresponder ao nosso crescimento na América Latina com um aumento de 200% no número de crianças beneficiadas pelo programa Pró-Menino da Fundação Telefónica.

Em terceiro lugar, nossa Responsabilidade Corporativa se centrará cada vez mais em assegurar a confiabilidade de

nossas operações e em reduzir os possíveis impactos negativos da cadeia de valor. Sendo assim, a implantação dos nossos Princípios de Atuação será decisiva.

E em quarto e último lugar, o exercício da Responsabilidade Corporativa se centrará decisivamente em promover a inclusão social por meio das TIC para contribuir com a diminuição da chamada exclusão digital.

Por mais um ano, também gostaria de deixar a constância do compromisso firme que o Grupo Telefónica tem com o Global Compact das Nações Unidas, assim como com o cumprimento de seus princípios. Essa iniciativa é um reflexo do que a responsabilidade corporativa representa para o Grupo Telefónica: multistakeholder, global e local ao mesmo tempo, voluntária e dirigida ao comportamento empresarial excelente.

Gostaria, para terminar, de reafirmar com você nosso compromisso de melhora contínua neste Informe de Responsabilidade Corporativa. Essa melhora não seria possível sem a compreensão e o apoio de nossos grupos de interesse. A todos aqueles que, com suas opiniões e sugestões, nos ajudaram a avançar na consecução de nossa visão, quero fazer-lhes chegar o meu mais sincero agradecimento.

César Alierta

Presidente Mundial Executivo do Grupo Telefónica (Telefónica S.A.)



## Carta do Diretor Geral da Telefônica na América Latina e do Presidente do Grupo no Brasil

Caro amigo,

Temos o prazer de apresentar o Informe Anual de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil 2006, que traz um relato de como foi, no ano passado, a nossa atuação e como ela afetou os nossos grupos de interesse (*stakeholders*): Sociedade, Clientes, Empregados, Fornecedores, Meios de Comunicação e Meio Ambiente. Trata-se de nosso terceiro Informe – e o segundo na versão anual, já que, em 2004, publicamos uma edição que resumia nossa atuação até aquele ano e desde 1998, quando iniciamos nossas operações de maneira consolidada no País.

Para conciliar diferentes expectativas, produzimos duas versões de nosso Informe de Responsabilidade Corporativa do Grupo Telefônica no Brasil. Uma, resumida e impressa, é destinada ao público em geral. A outra versão, completa e disponível apenas na internet, será útil aos especialistas no tema e aos diferentes grupos de interesse.

Privilegiamos neste relatório informações sobre a nossa operadora de telefonia fixa, a Telefônica SP/Telesp. Essa escolha deve-se ao fato de ela ser, além de a maior de nossas operações no Brasil, a única de nossas companhias sob nosso controle com capital aberto no País. Nossa operação de telefonia celular, a Vivo, tem controle compartilhado com o grupo Portugal Telecom e publica seu próprio relatório anual.

Mais uma vez, a exemplo do Informe 2005, e como ocorre hoje com todos os relatórios desse tipo divulgados pelo Grupo Telefônica, seguimos as diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI). Pelo segundo ano consecutivo, nosso Informe teve seus dados verificados pela Ernst & Young, dentro do princípio de que as informações de responsabilidade corporativa devem ser auditadas pela mesma instituição que o faz em relação às informações financeiras.

Consideramos essas medidas demonstrações práticas de que a transparência e a confiabilidade fazem parte, de fato, de nossa estratégia de responsabilidade corporativa. Nossa visão diz, resumidamente, que o objetivo do Grupo é, por meio de suas atividades, melhorar a vida das pessoas, gerando progresso econômico, tecnológico e social, estando abertos ao escrutínio de nossos grupos de interesse, obtendo, assim, a sua confiança – garantindo a sustentabilidade de sua atuação.

Sabemos, entretanto, que essa visão geral só será atingida, assim como os nossos valores só prevalecerão, por meio da atuação de nossas equipes. Por isso, estamos implantando neste ano de 2007, os nossos Princípios de Atuação, uma espécie de código de ética que regula a conduta interna e nosso relacionamento com os diversos públicos. A meta é que 100% de nossos empregados comprovadamente conheçam os Princípios, cujo cumprimento será fiscalizado por um escritório local, formado por membros de diversas diretorias e ao qual caberá receber denúncias e dirimir dúvidas.

Nossa política de responsabilidade corporativa não se restringe a informar. Acompanhamos sistematicamente, por meio de pesquisas, qual é a avaliação que nossos públicos têm de nossa atuação. Sabemos, por exemplo, que precisamos ampliar o diálogo com os grupos de interesse e sistematizar a análise dos riscos gerados por nossas atividades.

Comemoramos nossos avanços na relação com os empregados (em 2006, pelo segundo ano consecutivo, a Telefônica SP esteve entre as Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil) e com os clientes – apesar das dificuldades existentes para um grupo que trabalha para mais de 45 milhões de clientes no Brasil (em telefonia fixa, celular, dados e internet), temos melhorado processos, investido no treinamento e na ampliação das equipes das centrais de atendimento, obtendo assim importantes certificações.

Por outro lado, temos consciência de que precisamos aprimorar nosso relacionamento com a sociedade e com os fornecedores. E, apesar de não termos uma atividade de alto impacto ambiental, não podemos permanecer com poucas e isoladas atividades de melhoria nesse setor.

Por isso, estamos tomando iniciativas importantes e estabelecendo metas ambiciosas. Pretendemos ser, até 2010, dentro do setor de telecomunicações e TI brasileiro, a melhor empresa para trabalhar e também o grupo com a melhor reputação entre clientes e sociedade. Estamos praticamente dobrando o orçamento da Fundação Telefônica, com relação ao realizado em 2006, e criamos um Comitê Estratégico de Saúde, Segurança e Meio Ambiente para estruturar nossa atuação nesse campo e coordenar ações práticas como a conta telefônica obtida pelo cliente por meio da internet, possibilitando reduzir o consumo de papel. Temos procurado estender para nossos fornecedores o mesmo zelo que temos com relação às nossas práticas de sustentabilidade.

Além de informar, gostaríamos de ser informados por todos com os quais nos relacionamos sobre os aspectos em que devemos melhorar. Dê a sua opinião, por meio do endereço [respcorp@telefonica.com.br](mailto:respcorp@telefonica.com.br)

Boa leitura!

**José María Álvarez-Pallete**

Diretor Geral da Telefônica na América Latina

**Antônio Carlos Valente**

Presidente do Grupo Telefônica no Brasil



## No mundo

- O terceiro grupo de telecomunicações do mundo por número de clientes, com **203** milhões:
  - 145** milhões de telefonia móvel
  - 42,3** milhões de telefonia fixa
  - 12,2** milhões de acessos de dados e internet
  - 2,5** milhões de clientes de atacado
  - 1** milhão de acessos de TV paga.
- O grupo de telecomunicações com o perfil geográfico mais equilibrado entre todos os operadores de telecomunicações (presente em 23 países).
- O grupo integrado europeu com a melhor combinação de crescimento e rentabilidade do setor: mais de R\$ **149** bilhões (52,9 bilhões de euros) em receita; **31,2%** de rentabilidade ao acionista.
- Um dos cinco maiores operadores mundiais por capitalização em bolsas.
- Motor da inovação nos mercados nos quais opera:
  - R\$ **12,1** bilhões (4,3 bilhões de euros) investidos em inovação e desenvolvimento.
- Um gerador de emprego direto para cerca de **233** mil profissionais.
- Um motor de desenvolvimento econômico, tecnológico e social dos países nos quais opera.
- Um grupo que, em **80** anos de história, superou outras companhias que foram referência no passado.
- Um grupo empresarial comprometido que destinou em 2006 mais de **50** milhões de euros a programas de ação social e que investiu nas novas tecnologias como motor de progresso social.

## No Brasil

- O maior conglomerado empresarial privado em atuação no Brasil, com R\$ **20,853** bilhões de receita líquida em 2006.
- O maior investidor privado no Brasil na última década. Apenas em 2006, aplicou R\$ **2,875** bilhões de investimentos (Capex).
- Maior contribuinte privado em impostos, com R\$ **8,805** bilhões pagos em 2006.
- Trabalhou com **3.547** diferentes fornecedores, e **99,6%** do volume total de compras foi contratado de fornecedores locais.
- O segundo maior empregador privado do país, com **65.993** contratados diretos e mais de **41** mil indiretos.
- Contribuiu para a evolução tecnológica do país, tendo aplicado R\$ **2,149** bilhões em atividades de inovação em 2006.
- A mais completa atuação no setor de telecomunicações, com liderança em telefonia fixa, com a Telefônica SP; telefonia celular, com a Vivo (*joint venture* com a Portugal Telecom); *call center* e *contact center*, com a Atento; portal e provedor de acesso à internet, com o Terra.
- Mais de **45** milhões de clientes no Brasil ao final do ano de 2006.



## A visão da Telefônica: espírito de progresso

**O grupo empresarial busca melhorar a vida das pessoas, facilitar o desenvolvimento dos negócios e contribuir para o progresso das comunidades onde atua, proporcionando-lhes serviços inovadores com base nas Tecnologias de Informação e Comunicação. Entre seus valores, está o ideal de ser uma empresa inovadora, competitiva, aberta, comprometida e confiável**

### Visão

Definir uma visão de empresa não é tarefa fácil. Por um lado, no conceito geral, não existe um consenso acadêmico nem empresarial sobre o que é uma visão. Por outro, na prática da gestão, nem sempre é possível atingir todo o alcance e o potencial de contar com uma visão.

No Grupo Telefônica, foi iniciado um complexo processo interno para redefinir a visão global da empresa, após a aquisição da O2, empresa de telefonia móvel europeia que trazia uma cultura própria e estabelecida nesse sentido. Esse processo tinha como objetivo encontrar um valor superior com o qual a Telefônica fosse capaz de instalar-se no imaginário das pessoas. Esse valor deveria atender às seguintes exigências:

- refletir uma verdadeira proposta de valor diferenciado da empresa;
- ser capaz de encontrar significados concretos para todos os *stakeholders*, especialmente para clientes, empregados, sociedade e acionistas;
- ser capaz de criar uma proposta de valor para todos os tipos de cliente do Grupo Telefônica: pessoas, lares, empresários autônomos, pequenas e médias empresas, grandes empresas (nacionais ou transnacionais) e instituições (públicas e privadas);
- poder ser utilizado em todos os mercados nos quais a empresa opera: na Espanha, Europa e América Latina;
- ser capaz de situar a marca Telefônica como a verdadeira *Master Brand* do grupo, ou seja, aquela que reflete a dimensão do terceiro grupo de telecomunicações do mundo;
- poder servir de suporte para as marcas comerciais do Grupo Telefônica, proporcionando uma transfusão de atributos de solidez, internacionalização e inovação;
- ser capaz de reconhecer a diversidade de um grupo multidoméstico, multiproduto, multimercado, multimarca e multilingüe;
- estabelecer, com tudo isso, uma visão estratégica, de credibilidade, realista e suscetível de ser firmada somente pela Telefônica.

Com todas essas exigências, a visão foi descrita da seguinte forma: “Queremos melhorar a vida das pessoas, facilitar o desenvolvimento dos negócios e contribuir para o progresso das comunidades em que atuamos, proporcionando-lhes serviços inovadores com base nas Tecnologias de Informação e Comunicação”. Essa visão foi resumida como “Espírito de Progresso”.

### Valores

Trabalhamos continuamente para ser um Grupo:

#### Inovador

Transformamos tecnologia em algo fácil de entender e usar. A inovação é uma fonte constante de inspiração para tudo o que fazemos, tanto em nossos serviços como em nossos sistemas de gestão, e permite que nos antecipemos ao mercado e às expectativas de nossos clientes.

#### Competitivo

A inovação nos ajuda a ser mais competitivos. Não nos damos por satisfeitos com o que já conseguimos e não há limites para a ambição saudável de ser um líder mundial das Telecomunicações. Temos a obrigação de ir além em tudo o que fazemos, sem nunca renunciar a nada.

#### Aberto

Somos competitivos, mas agimos de forma clara, aberta, transparente e acessível a todos. Um dos nossos pontos fortes é a escuta e o diálogo com todos. Somos uma companhia que se envolve e aprende com a realidade cultural e social das comunidades em que atuamos.

#### Comprometido

Demonstramos nosso compromisso quando cumprimos de forma responsável o que afirmamos, quando somos conscientes da capacidade transformadora da tecnologia da informação e comunicação e quando sabemos que a forma de alcançar o resultado é tão importante quanto o próprio resultado.

#### Confiável

Ser confiável implica atender aos conceitos de confiabilidade e confiança. A confiabilidade em tudo o que fazemos deve ser sempre um diferencial para a competitividade, liderança e a relação com nosso público. A confiança é conquistada em razão de nossa confiabilidade e capacidade de cumprir os compromissos assumidos. Nossa meta é conquistar a confiança de todos.



# A Telefônica busca gerenciar o negócio considerando todos os grupos de interesse

**Nossos Princípios de Atuação são a principal ferramenta para colocar ações em andamento. O Grupo Telefônica está convencido de que a responsabilidade de uma empresa não depende do que uma área venha a fazer, mas de como se comporta essa empresa em sua atividade diária. E acredita que tão importante quanto conseguir os objetivos e resultados econômicos e financeiros é a forma com a qual são obtidos esses resultados**

O Grupo Telefônica entende a responsabilidade corporativa como uma maneira de gerenciar seu negócio considerando sempre os efeitos gerados em todos os seus grupos de interesse. O Grupo Telefônica será capaz de garantir sua própria sustentabilidade como empresa à medida que for capaz de gerar um impacto positivo com sua atividade no progresso econômico, tecnológico e social de seu ambiente e de ganhar a confiança dos grupos de interesse com os quais se relaciona. Definitivamente, trata-se de considerar tão importante conseguir os objetivos e resultados econômicos e financeiros quanto a forma com a qual eles são obtidos.

Em outubro de 2006, foi realizada em Madri a II Reunião de Diretores da Telefônica, à qual compareceram mais de 1.500 profissionais do grupo. Nesse evento, César Alierta apresentou a nova visão da empresa e marcou as linhas estratégicas dos próximos anos.

A nossa aspiração se resume em “melhorar a vida das pessoas por meio de nossos serviços”. Para alcançar esse objetivo, precisamos entender primeiro quais são as expectativas dos grupos de interesse e ser capazes de dar-lhes respostas, sempre respeitando nossos valores e princípios de atuação. Tecnicamente, isso implica sermos um Grupo responsável.

Para a Telefônica, a gestão da Responsabilidade Corporativa (RC) leva em conta:

- Enfoque orientado a todos os seus grupos de interesse.
- Vínculo com o negócio: a principal responsabilidade de uma empresa é “fazer bem o que deve ser feito”, ou seja, desenvolver da melhor maneira sua atividade de negócio.
- Responsabilidade do impacto no desenvolvimento sustentável: não se trata somente de contribuir com recursos em causas sociais, mas de otimizar a forma na qual se desenvolvem as operações, buscando relações duradouras com os grupos de interesse.

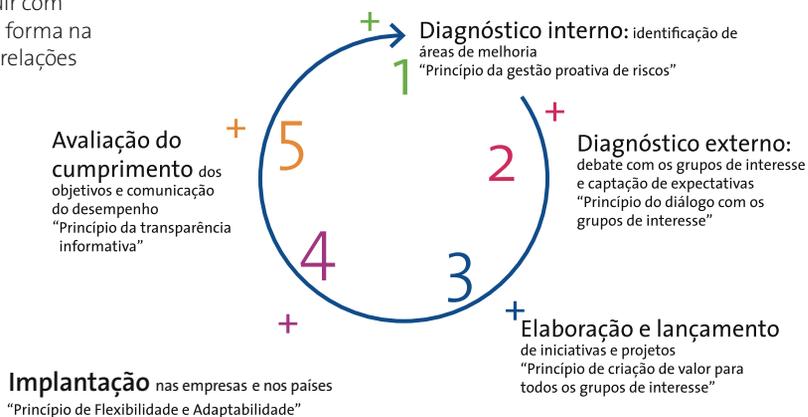
## Indicadores de acompanhamento

Definimos dois indicadores de acompanhamento externos e globais para avaliar o cumprimento de nosso objetivo estratégico:

- Acompanhamento das avaliações realizadas por analistas e observadores em matéria de RC. Suas críticas sobre o desempenho responsável são um fiel indicador das questões que o Grupo deve enfrentar.
- Realização de pesquisas com a sociedade quanto a sua percepção sobre o Grupo Telefônica, de acordo com o modelo RepTrak®, elaborado pelo Reputation Institute, em colaboração com o Fórum de Reputação Corporativa. Essas pesquisas são realizadas trimestralmente na Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, México e Peru.

## O ciclo de Responsabilidade Corporativa na Telefônica

A gestão da RC no Grupo Telefônica responde a um processo de melhoria contínua, sendo que, em virtude dele, é realizado um diagnóstico prévio tanto dos aspectos de risco quanto das expectativas dos públicos de relacionamento. Sobre essa base, colocamos em andamento ações de melhoria que adaptamos às particularidades de cada empresa e país. Ao avaliar o grau de cumprimento dos objetivos e comunicando-os aos grupos de interesse, iniciamos um novo ciclo. O ciclo é composto de cinco etapas, conforme ilustração abaixo.





# A reputação da empresa é construída com base nestes princípios

**Honestidade e confiança, respeito à lei, integridade e direitos humanos são linhas básicas que devem reger a atuação de todos os profissionais das empresas do Grupo Telefônica**

- Nossos Princípios de Atuação inspiram e definem a maneira com a qual desenvolvemos a nossa atividade.
- Eles deverão ser aplicados por todos os empregados.
- Com base nesses Princípios, construímos a nossa reputação, nos tornamos merecedores da confiança de nossos grupos de interesse e maximizamos o valor no longo prazo para os acionistas e a sociedade.

## Quais são nossos Princípios de Atuação?

Em dezembro de 2006, o Conselho de Administração da Telefônica S.A. (controladora do Grupo Telefônica) aprovou nossos Princípios de Atuação, como resultado da integração do Código de Ética do Grupo com os Princípios de Negócios da O2, empresa de telefonia móvel britânica adquirida em 2005. Em abril de 2007, os Princípios de Atuação foram referendados pelo Conselho de Administração da Telefônica SP/Telesp e, em seguida, validados pelo comitê diretivo da Companhia.

Eles partem de uma série de princípios gerais associados a honestidade e confiança, respeito à lei, integridade e respeito aos direitos humanos. Adicionalmente, foram estabelecidos princípios específicos orientados para garantir a confiança de nossos grupos de interesse.

## Como garantimos seu cumprimento?

Um dos principais desafios para aquelas empresas que decidem estabelecer um Código de Ética é que ele não seja uma mera declaração de intenções. Por isso, no Grupo Telefônica, para cada um dos princípios estamos desenvolvendo políticas associadas para melhorar nossa forma de atuar em todas as atividades que fazem referência a esse código. A vantagem das políticas relacionadas aos princípios gerais é que elas contribuem com diretrizes concretas para os empregados e seu cumprimento é mais facilmente auditável.

Todos os empregados terão a responsabilidade de tomar suas decisões de acordo com essas políticas da companhia e de comunicar qualquer indício de não-cumprimento. Para garantir seu conhecimento e compreensão, foi desenvolvido um programa de formação *online* que deverá ser seguido por todos os profissionais. Os executivos das empresas são responsáveis por levar os Princípios de Atuação ao conhecimento das equipes.

## Princípios gerais de atuação

Os Princípios de Atuação do Grupo Telefônica definem quatro linhas básicas, que devem reger a atuação de todos os profissionais de suas empresas: honestidade e confiança, respeito pela lei, integridade e direitos humanos.

### Princípios gerais de atuação

#### Honestidade e confiança

Seremos honestos e dignos de confiança em todas as negociações, cumprindo os compromissos assumidos.

Protegeremos a confidencialidade da informação tanto ligada à Companhia quanto a ligada aos clientes, acionistas, empregados e fornecedores.

#### Respeito à lei

Prezaremos pelo cumprimento de todas as legislações, normas e obrigações regulatórias, tanto nacionais como internacionais, considerando, ainda, as políticas e normas internas.

Competiremos nos mercados de forma íntegra. Consideramos que os consumidores e a sociedade em geral se beneficiam com mercados abertos e livres.

#### Integridade

Em nenhum caso, oferecemos ou aceitaremos presentes, convites, propinas ou qualquer tipo de incentivo que possa recompensar ou influenciar uma decisão empresarial.

Evitaremos ou exporemos qualquer conflito de interesses que possa beneficiar as prioridades pessoais em detrimento das coletivas.

Teremos um comportamento correto, sem buscar em nenhum caso benefício próprio ou de terceiros com o uso indevido de nossa posição ou contatos no Grupo Telefônica.

Agiremos institucionalmente com absoluta neutralidade política e nos absteremos de qualquer tomada de posição (direta ou indireta), seja a favor ou contra os processos e agentes políticos legítimos. Principalmente, não faremos doações em dinheiro ou em espécie, de nenhum tipo, a partidos políticos, organizações, facções, movimentos, entidades, sejam estas de caráter público ou privado, cuja atividade esteja claramente vinculada à atividade política.

#### Direitos humanos

Respeitaremos os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos das Nações Unidas, bem como as declarações da Organização Internacional do Trabalho.

Incentivaremos a igualdade de oportunidades e trataremos todos com justiça e imparcialidade, sem preconceitos de raça, cor, nacionalidade, etnia, religião, gênero, orientação sexual, estado civil, idade, deficiências ou responsabilidades familiares.



## Princípios de Atuação para nossos grupos de interesse

### Empregados

#### Desenvolvimento profissional

- Envolveremos os empregados nas estratégias para fortalecer seu compromisso e entusiasmo para alcançar nossa visão.
- Promoveremos o desenvolvimento pessoal e profissional de nossos empregados, fomentando seu compromisso com a melhoria de suas próprias capacidades e competências.
- Nossas políticas e ações relativas à seleção, contratação, formação e promoção interna de empregados deverão basear-se em critérios de transparência, capacidades, competências e méritos profissionais.
- Os empregados serão informados sobre as políticas de avaliação do seu trabalho e participarão ativamente no contexto dos processos de gestão articulados para a melhoria do seu trabalho, iniciativa e dedicação.

#### Compensação

- Ofereceremos a nossos empregados uma compensação justa e adequada ao mercado profissional no qual atuamos.

#### Direitos humanos

- Não toleraremos nenhum tipo de trabalho infantil ou trabalho forçado, nenhuma forma de ameaça, coação, abuso, violência ou intimidação em nosso ambiente profissional, direta ou indiretamente.
- Respeitaremos o direito de nossos empregados de pertencerem ao sindicato de sua escolha, não aceitando nenhum tipo de represália ou ação hostil contra os empregados que desempenharem atividades sindicais.

#### Segurança e saúde

- Ofereceremos a nossos empregados um ambiente de trabalho seguro. Estabeleceremos os mecanismos adequados para evitar acidentes, lesões e doenças de trabalho relacionadas a nossa atividade profissional, cumprindo estritamente todos os regulamentos, a formação e a gestão preventiva dos riscos de trabalho

### Clientes

#### Produtos e serviços

- Ofereceremos a nossos clientes produtos e serviços inovadores, confiáveis, com boa qualidade e preço justo.
- Controlaremos e garantiremos que nossos produtos, bem como os que distribuimos, cumpram todos os padrões de segurança e qualidade de fabricação. Comunicaremos a ocorrência de qualquer caso em que seja detectado risco para a saúde, tomando as ações oportunas para solucioná-lo.

#### Comunicação e publicidade

- Seremos honestos com nossos clientes, proporcionando sempre informações verdadeiras, claras, úteis e precisas ao comercializar nossos produtos. Além disso, asseguraremos que nossos produtos cumpram todas as especificações exigidas e anunciadas.
- Se nossos clientes estão descontentes com nossos produtos ou serviços, oferecemos a eles a informação necessária para encaminhar uma reclamação à Companhia.

## Acionistas

### Governança corporativa

- Administraremos a Companhia de acordo com os mais altos padrões e as melhores práticas existentes em termos de governança corporativa.

### Criação de valor e transparência

- Administraremos a Companhia com o objetivo de criar valor para nossos acionistas.
- Assumimos o compromisso de fornecer todas as informações relevantes para suas decisões de investimento de forma imediata e sem discriminação.

### Controle interno e gestão de riscos

- Estabeleceremos controles adequados para avaliar periodicamente e administrar corretamente os riscos para nosso negócio, nossa gente e nossa reputação.

- Garantiremos que os registros financeiros e contábeis sejam preparados com precisão e confiabilidade.
- Colaboraremos e facilitaremos o trabalho das unidades de auditoria interna, inspeção, intervenção e outras formas de controle interno, bem como com as auditorias externas e autoridades competentes.

### Ativos empresariais

- Manteremos e preservaremos nossos ativos, utilizando-os com eficiência, quer sejam físicos, financeiros ou intelectuais.
- Não usaremos o material informático de propriedade da Companhia para fins que possam deteriorar os seus ativos ou a produtividade do trabalhador ou, ainda, implicar atividades ilícitas, fraudulentas, ilegais ou que ponham em risco a reputação da Companhia.

## Comunidades

### Desenvolvimento da sociedade

- Contribuiremos para o progresso social, tecnológico e econômico dos países em que atuamos, fundamentalmente por meio de investimentos em infra-estruturas de telecomunicações, geração de empregos e do desenvolvimento de serviços que melhoram a qualidade de vida da comunidade local.
- Procuraremos colaborar em parcerias com organizações civis, comunitárias e sem fins lucrativos, bem como com iniciativas públicas

voltadas à redução dos problemas sociais nas regiões em que atuamos, principalmente com o uso de nossa capacidade e tecnologia.

### Meio ambiente

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

## Fornecedores

### Conflitos de interesse

- Estabeleceremos controles para que nenhuma pessoa com interesse financeiro significativo (seja através de emprego, investimento, contrato ou algo similar) em um fornecedor adjudicatário ou potencial esteja envolvida, direta ou indiretamente, em um processo de compra ou decisão relativa a este fornecedor.

### Igualdade e transparência

- Utilizaremos sistemas de compras corporativos com a finalidade de adjudicar contratos com base em critérios objetivos que garantam a disponibilidade dos produtos e serviços nas melhores condições.

- Garantiremos a transparência e a igualdade de oportunidades para todos os fornecedores que enviem ofertas, promovendo a concorrência sempre que possível.

### Responsabilidade com a cadeia de abastecimento

- Requereremos de nossos fornecedores que desenvolvam seu negócio aplicando princípios similares aos indicados nestes princípios, bem como o cumprimento da lei e de regulamentos existentes em cada país.
- Cumpriremos os compromissos de pagamentos assumidos com os fornecedores.



## A Telefônica contribui para o desenvolvimento econômico, tecnológico e social dos países

Em 2006, 14,5% da receita total do Grupo no mundo foi gerada no Brasil. Os recursos gerados pelo conglomerado foram utilizados no pagamento de seus mais de 65.993 empregados e 3.547 fornecedores. Além disso, o Grupo Telefônica pagou R\$ 8,805 bilhões em impostos a administrações públicas no Brasil durante o ano. Na página ao lado, apresentamos os fluxos financeiros da Telefônica SP, demonstrando como a empresa redistribui sua receita entre acionistas, administrações públicas, fornecedores e empregados

### A visão estratégica: motor de progresso

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

- **O que significa melhorar a vida das pessoas?** Pensar no progresso de todas as pessoas e em todos os lares, satisfazendo todas as suas necessidades de comunicação, oferecendo um amplo conjunto de produtos e serviços que melhore sua qualidade de vida independentemente de qual seja seu perfil e suas condições.
- **O que significa facilitar o desenvolvimento dos negócios?** Pensar no progresso de todas as empresas (profissionais autônomos, pequenas, médias, grandes, globais), oferecendo soluções completas de comunicação.
- **O que significa contribuir com o progresso das comunidades?** Contribuir com o desenvolvimento de um país investindo a curto, médio e longo prazo em redes e infra-estruturas de comunicação e converter-se, dessa forma, em um sócio e aliado das comunidades para consolidar o setor.
- **O que significa oferecer serviços inovadores com base nas Tecnologias da Informação e Comunicação?** Investir em pesquisa, desenvolvimento e inovação e criar perspectivas de futuro. Significa explorar ao máximo as tecnologias e as possibilidades das comunicações fixas e das comunicações móveis para levar a todos os lugares os serviços de voz, dados, sistemas, treinamento, soluções completas, teleeducação, telemedicina, telesssegurança.

### Motor de progresso econômico

O Grupo Telefônica está interessado em fomentar o progresso econômico dos países onde opera, já que quanto maior for seu desenvolvimento, maior será a disponibilidade de investimento em serviços de telecomunicações dos cidadãos.

Em janeiro de 2007, em visita ao Brasil, César Alierta, presidente mundial do Grupo Telefônica, anunciou investimentos da ordem de R\$ 15 bilhões no país durante os próximos quatro anos, o que reforça o compromisso de longo prazo assumido com o Brasil.

O País é o segundo maior mercado do Grupo Telefônica no mundo em receitas, atrás apenas da Espanha. Em 2006, 14,5% da receita total do grupo no mundo foi gerada no País. A queda no peso relativo do país – em 2005, o Brasil representava 18,2% – deve-se à inclusão da operadora de telefonia celular O2 no cálculo e a conseqüente entrada do Reino Unido na distribuição das receitas do Grupo.

A receita líquida do Grupo Telefônica no Brasil em 2006 foi de R\$ 20,853 bilhões (7,644 bilhões de euros), representando 1% do PIB nacional. O Grupo realizou investimentos (Capex) de R\$ 2,875 bilhões (1,054 bilhão de euros) ao longo de 2006. Os recursos gerados pelo conglomerado foram utilizados no pagamento de seus mais de 66 mil empregados e 3.547 fornecedores. Além disso, o Grupo Telefônica pagou R\$ 8,805 bilhões (3,228 bilhões de euros) em impostos a administrações públicas no Brasil durante o ano. Todos esses dados consideram a participação do Grupo Telefônica na Vivo.

O Grupo Telefônica foi o maior investidor privado no País na última década, tendo aplicado no período mais de US\$ 19 bilhões apenas na aquisição de empresas de telefonia fixa e móvel e outros R\$ 29 bilhões na modernização e expansão das redes dessas empresas.

### Aliança Brasil-Espanha

Por iniciativa do Grupo Telefônica, foi criada em 2005 a Aliança Brasil-Espanha, um fórum bilateral que tem a participação de mais de 30 empresários, executivos, especialistas em Relações Internacionais, acadêmicos e intelectuais dos dois países. O objetivo do programa é a preparação de propostas de ações com base no potencial existente nas relações hispano-brasileiras. Nos últimos dez anos, a Espanha se converteu no terceiro maior investidor estrangeiro no Brasil. Neste mesmo período, o comércio entre ambos os países se multiplicou por três.

O grupo debatedor trabalha para oferecer sugestões de ações comuns e troca de experiências nas áreas de saúde, educação,

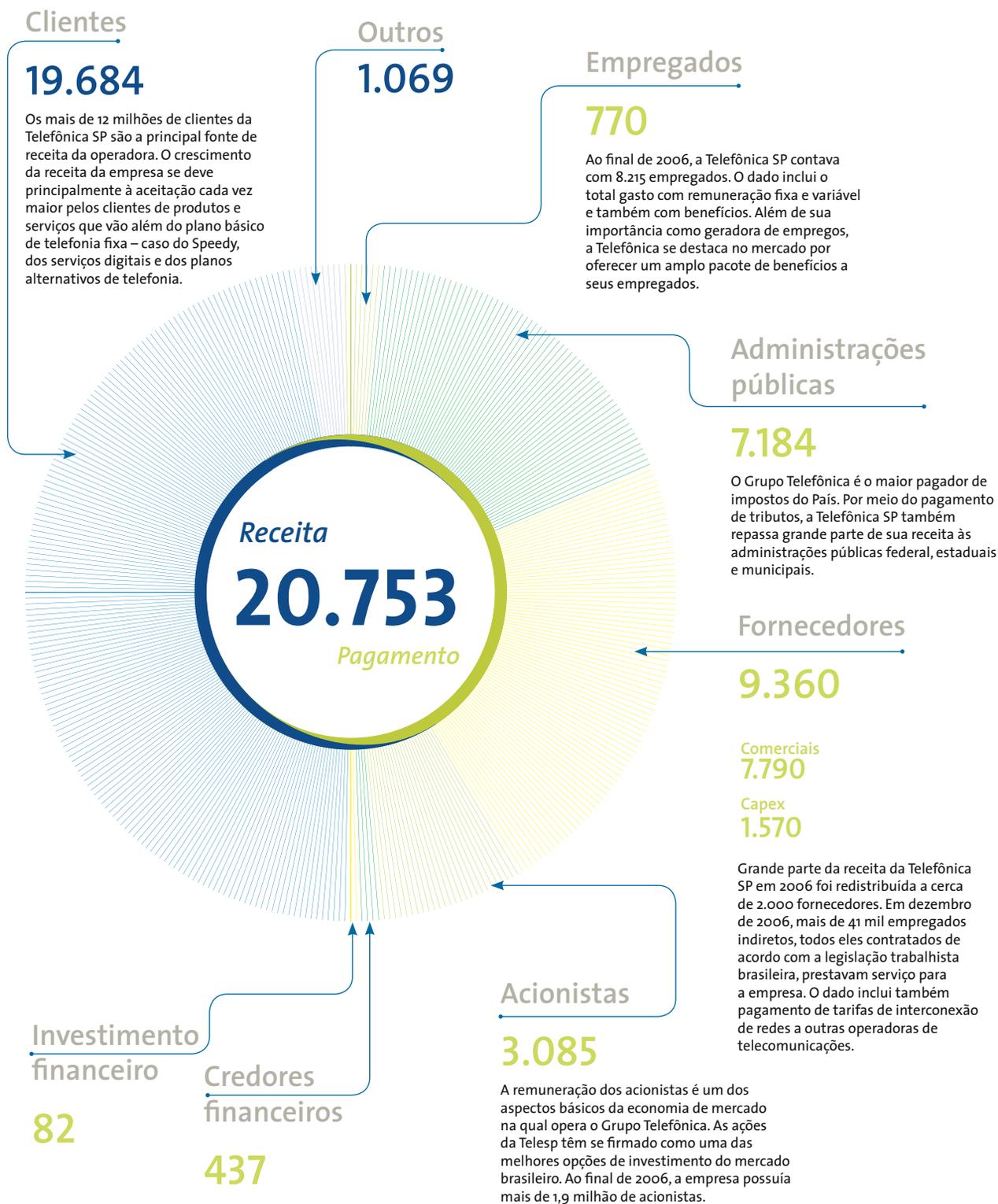
meio ambiente, combate à fome, programas de microcrédito, promoção de exportações e do turismo. Em 2006, iniciou-se a fase de implantação de ações. Uma série de propostas apresentadas pela Aliança já resultou em ações dos governos dos dois países. Entre elas, está a abertura de um escritório da Embratur em Madri e a ampliação dos vôos e do número de empresas aéreas que realizam o trajeto Brasil-Espanha, além de acordos entre empresas dos dois países que atuam no setor do turismo.

Para divulgar as atividades do programa, foi criado o site [www.alianzabrasilespanha.com](http://www.alianzabrasilespanha.com)

## Distribuição de receita – Telefônica SP

(Valores em milhões de R\$)

Para exemplificar mais detalhadamente o efeito do Grupo como redistribuidor dos recursos que arrecada na sociedade brasileira, apresentamos a distribuição dos fluxos financeiros da Telefônica SP/Telesp em 2006. Ao analisar o gráfico, é possível observar como os recursos arrecadados são distribuídos na sociedade entre fornecedores, administrações públicas, empregados, entidades de crédito, acionistas e clientes.



### Observação importante:

A informação publicada nesta página foi obtida com fontes internas e contrastada pelo verificador do relatório de RC. Os dados mencionados podem ser afetados por acontecimentos posteriores e efeitos evolutivos que permitem produzir modificações em seu conteúdo.



## Motor de progresso tecnológico

O Grupo Telefônica é pioneiro em incorporar os últimos avanços tecnológicos aos produtos e serviços. Isso é possível graças a uma decidida aposta pela inovação tecnológica, manifestada por meio do investimento em novos equipamentos, conhecimentos e políticas comerciais; na presença contínua de uma empresa dedicada à Pesquisa e Desenvolvimento no Grupo e o desenvolvimento de alianças com universidades, fornecedores, administrações públicas e outras empresas.

## Inovação

### Como inovamos?

A inovação constitui a chave do crescimento rentável e sustentado no Grupo Telefônica. Para aproveitar as oportunidades que surgem, as demandas dos clientes e os novos hábitos de consumo, a Telefônica alavancou, em 2006, o desenvolvimento do Modelo de Inovação, que contempla a inovação tecnológica, comercial, gerencial ou de processos e formas de trabalhar.

Em outubro de 2006, a Telefônica SP realizou a 1ª Jornada de Inovação. Em três dias, foram realizadas sete palestras, que contaram com 1.400 participantes. Em janeiro de 2007, foram lançados a Incubadora de Negócios Telefônica e a Trilha do Empreendedor. A Incubadora tem como objetivo proteger o desenvolvimento de negócios emergentes. Mas, para chegar a ela, os talentos devem passar antes pela "Trilha".

### Quanto inovamos?

Em 2006, o Grupo Telefônica investiu R\$ 2,149 bilhões (787,9 milhões de euros) em inovação, montante 4,3% maior do que

## Distribuição da inovação

(em %)

Equipamentos	44,5
Pesquisa e desenvolvimento	12,7
Desenho e preparação	18,7
Outros conhecimentos	22,4
Formação e comercialização	1,7

no ano anterior, conforme os critérios da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).

O Brasil é o segundo país em volume de investimentos em inovação do Grupo Telefônica, com 18,3% do aplicado pelo conglomerado no mundo. Do total investido em inovação, R\$ 273 milhões foram destinados para Pesquisa e Desenvolvimento (12,7%).

### Inovação gerencial e de processos

Foram desenvolvidos novos sistemas de gestão nas áreas comercial e de operações e também foi realizada uma importante atividade no âmbito dos sistemas de gestão das redes e dos serviços.

### Inovação em colaboração

O Grupo Telefônica busca atuar em parceria com outras empresas e entidades como forma de potencializar o efeito de sua atividade de inovação. Com esse objetivo, em abril de 2007 foi assinado um acordo entre a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e o Grupo Telefônica para incentivar o desenvolvimento de projetos científicos e tecnológicos em Tecnologia da Informação e Comunicação. Entre as entidades das quais o Grupo participa, destacam-se as seguintes:

- ABDIB – Associação Brasileira de Infra-estrutura e Indústrias de Base
- Aberje – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial
- Abrafix – Associação Brasileira das Concessionárias de Concessionárias de Serviço Telefônico Fixo Comutado
- AHCIET – Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones
- Amcham – Câmara Americana de Comércio
- Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil
- Ceal – Conselho Empresarial da América Latina
- Fiesp/Ciesp – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e Centro das Indústrias do Estado de São Paulo
- Telebrasil – Associação Brasileira de Telecomunicações

## Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento

Boa parte da atividade de inovação tecnológica do grupo no Brasil é realizada pela Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento (TPD), subsidiária da Telefónica Investigación y Desarrollo (filial 100% do Grupo Telefônica). Atua como motor da inovação da empresa, desenvolvendo novos serviços e identificando opções tecnológicas emergentes.

Além de São Paulo, a empresa atua com laboratórios em Barcelona, Granada, Huesca, Madri e Valladolid, todos na Espanha, e Cidade do México. O desafio para 2007 é acelerar o processo de transformação desses laboratórios em uma rede de centros de excelência em inovação para aumentar a eficiência e a contribuição ao incremento do negócio.

No Brasil, a TPD teve um crescimento muito importante em 2006, tanto em projetos como em número de empregados. Ao final de 2006, a TPD contava com 79 empregados diretos e 208 indiretos. Suas principais atividades técnicas tiveram como objetivo apoiar as empresas do Grupo Telefônica no Brasil, principalmente Telefônica SP e Vivo.

Os principais projetos desenvolvidos pela TPD em 2006 foram:

- Portal de Seleção de Serviços de Banda Larga
- Sistema Integrado de Gestão de Redes e Serviços (Sigres)
- Portal de Relacionamento Sigres
- Solução do Acesso Telefônica (SAT)
- Gestor de Campanhas de Marketing (Gema)
- Histórico de Campanhas de Marketing
- Fábrica de Software Atis
- Data Warehouse Unificado da Vivo
- Fábrica SW de Sistemas de Rede
- Grifos
- CORE-CUNE
- Gaudi

## Telecomunicações e progresso social

O século XXI será caracterizado pela chegada da Sociedade da Informação e do Conhecimento e por uma grande preocupação sobre aspectos relacionados ao meio ambiente, ao avanço dos países quanto ao desenvolvimento, aos direitos humanos, à saúde, à educação, ao emprego, ao desenvolvimento das comunidades. Por isso, o Grupo Telefônica incluiu em seu Relatório de RC um capítulo dedicado aos temas abaixo, entre outros.

### Impulso à Sociedade da Informação

O Grupo Telefônica é consciente da necessidade de impulsionar a Sociedade da Informação nos países em que atua. Para isso, investe em novas infra-estruturas e na promoção comercial do uso das linhas de banda larga. Nesse sentido, deu continuidade à implantação de Telecentros de Informação e Negócios, em parceria com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (são 21, no total). Também em 2006, o Grupo Telefônica publicou a segunda edição do relatório "A Sociedade da Informação no Brasil", que apresenta um diagnóstico sobre o acesso à Sociedade do Conhecimento por meio da tecnologia no País.

### Impacto das TIC nos Objetivos do Milênio

O Grupo Telefônica mostra seu compromisso com o desenvolvimento da sociedade da informação por meio da nossa colaboração com as administrações públicas e órgãos internacionais. O Grupo participou da Reunião Mundial sobre a Sociedade da Informação, organizada pelas Nações Unidas, para reduzir a exclusão digital e impulsionar o desenvolvimento econômico e social, e também do Fórum de Governança da Internet (IGF). Participou ainda do I Fórum Latino-Americano sobre os Objetivos do Milênio das Nações Unidas e as Tecnologias da Informação e Comunicação, organizado pela Secretaria Geral Ibero-Americana e pela Associação Hispano-Americana de Centros de Pesquisa e Empresas de Telecomunicações (AHCET).

### As TIC contribuem para o desenvolvimento sustentável?

O Grupo Telefônica é consciente de que a incorporação à sociedade das Tecnologias da Informação e Comunicação terá uma repercussão ambiental e social de destaque, ainda difícil de avaliar, e sua análise contribuirá para potencializar seus efeitos benéficos e reduzir os negativos.

Os benefícios sociais ou ambientais da incorporação de novos serviços de telecomunicação podem ser maiores se forem levadas em conta, desde seu projeto, as possíveis repercussões no ambiente e na sociedade, em todos e em cada um de seus possíveis usuários.



# A Telefônica busca aprimorar a qualidade dos serviços com base em pesquisas de satisfação

A Telefônica SP oferece produtos inovadores e capazes de suprir as demandas apontadas pelos consumidores e foi pioneira no lançamento de planos alternativos de telefonia fixa, adequados aos diferentes segmentos e perfis de uso

O Grupo Telefônica no mundo superou os 200 milhões de clientes em 2006, apenas dois anos depois de superar a barreira dos 100 milhões. A América Latina foi a principal alavanca de crescimento do grupo.

O Brasil é o segundo mercado de telefonia fixa para a Telefônica, com 12,1 milhões de linhas em serviço ao final de 2006, das quais aproximadamente 30% já contam com planos alternativos, adequados ao perfil pessoal, familiar e econômico dos clientes.

## Satisfação do cliente

A satisfação dos clientes é o objetivo prioritário do Grupo Telefônica e o eixo central de toda a sua estratégia. Para conhecer a evolução dos níveis de satisfação dos clientes e acompanhar os efeitos das distintas medidas adotadas, é realizado o acompanhamento periódico por meio de pesquisas de satisfação.

Os objetivos dessas pesquisas são:

- Medir a satisfação global e estabelecer as estratégias.
- Medir o comportamento dos futuros clientes.
- Analisar a evolução das percepções no tempo, tanto de clientes próprios quanto da concorrência.

Ao longo de 2006, assumiu-se o compromisso de desenvolver esse modelo de forma padronizada em todo o Grupo Telefônica.

- Medir a qualidade percebida e estabelecer seu impacto na satisfação geral.
- Obter uma metodologia de medição alinhada com os principais organismos internacionais de referência em medições de satisfação de clientes.
- Relacionar a percepção qualitativa com os comportamentos futuros dos clientes.

A realização dos estudos e pesquisas é feita por empresas independentes, que são orientadas sobre os objetivos do Grupo Telefônica. As amostras são definidas de forma a garantir a representatividade do universo de clientes, reduzindo ao mínimo a margem de erro dos estudos.

Em 2006, foram realizadas duas ondas de pesquisa no Brasil. Na de novembro, foram ouvidos 850 clientes do segmento residencial, 376 empresas e 873 do serviço de banda larga Speedy dos segmentos residencial e negócios.

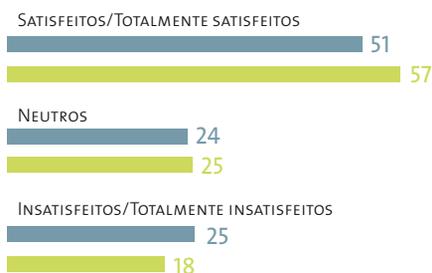
Com base nos resultados das pesquisas de satisfação realizadas com clientes, a Telefônica SP identifica os principais problemas em cada um dos seis processos considerados críticos para os clientes (Comercialização, Instalação e Habilitação, Funcionamento, Faturamento, Atenção ao Cliente e Suporte Técnico) e estabelece ações de melhoria.

### Telefônica SP – Pesquisas de satisfação

Em %

- 2005
- 2006

#### Segmento Residencial



#### Segmento Negócios (pequenas e médias empresas)



#### Segmento Empresas





## Processos críticos para os clientes

### Comercialização

A Telefônica SP oferece produtos específicos para os vários perfis de clientes, tais como residenciais, negócios e grandes empresas. A segmentação contribui para que a empresa entenda melhor as necessidades de cada um dos grupos e ofereça produtos adequados.

Em 2006, a empresa tomou algumas medidas e fechou parcerias no sentido de oferecer aos consumidores produtos que suprissem suas necessidades e benefícios com o intuito de fidelizar clientes, tais como:

- A ampliação da velocidade dos pacotes Speedy sem aumento de preço, que beneficiou 206 mil clientes.
- A criação da promoção Speedy Voz, que atingiu 216 mil clientes.
- A parceria entre Vivo e Telefônica SP, que oferecia economia aos usuários por meio de vantagens promocionais que estimulavam o uso e a fidelização de seus serviços.
- A manutenção de 500 hotspots do Speedy Wi-Fi.
- A oferta, por meio de parcerias comerciais com TVA e DTHi, de pacotes promocionais de banda larga (Speedy) e TV por assinatura (serviço oferecido pela TVA na Grande São Paulo e pela Você TV no restante dos municípios paulistas) aos clientes do Estado de São Paulo.

Em 2007, a Telefônica SP obteve uma licença para operar televisão por satélite e oferecer diretamente pacotes completos de serviços de voz, internet em banda larga e TV (triple play).

A publicidade é o principal meio utilizado pelo Grupo Telefônica para informar sobre os produtos e serviços oferecidos. O Grupo Telefônica mantém o compromisso de desenvolver uma política publicitária clara e respeitosa. A publicidade realizada pelo Grupo Telefônica passa por um duplo processo de aprovação antes de sua veiculação final. As campanhas são verificadas pela assessoria jurídica da empresa, com o objetivo de assegurar o respeito à legislação, à regulamentação e à concorrência, e também pela área de marketing institucional, que avalia os impactos à imagem da empresa.

Além disso, muitas campanhas passam por uma fase de pré-teste com diferentes grupos de pessoas, que variam de acordo com o público-alvo, com o objetivo de assegurar que os clientes entendem claramente as mensagens e as promoções anunciadas, assim como para garantir que não contêm mensagens que possam ser consideradas ofensivas por algum grupo ou minoria.

Empresas do Grupo no Brasil – Telefônica SP, Terra e Vivo – são membros do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar). Em 2006, foram sete as representações feitas contra a Telefônica SP no Conar em que houve resultado desfavorável à empresa.

Em 2006, a Telefônica SP reduziu em 0,3759% as tarifas de telefonia fixa. Com a assinatura do novo contrato de concessão firmado entre o governo e as operadoras brasileiras em dezembro de 2005, o índice de reajuste foi substituído. Até então, era aplicado o IGP-DI e a partir de 2006 passou a ser utilizado um índice específico do setor de telecomunicações, denominado Índice de Serviços de Telecomunicações (IST). Com isso, para o cálculo do índice de reajuste aplicado em julho de 2006 foram considerados o IGP-DI dos últimos sete meses de 2005 (-0,75%), o IST de janeiro a maio de 2006 (1,37%) e um fator de produtividade das operadoras.

### Planos alternativos

A Telefônica SP tem ampliado o portfólio de planos alternativos com o objetivo de atender cada vez melhor aos diferentes segmentos e perfis de uso do telefone fixo. A empresa foi pioneira no lançamento das linhas econômicas para o público de baixa renda, em meados de 2004. No início de 2006, foi lançada a Linha Controle, que permite o controle total de gastos por garantir conta do mesmo valor todos os meses. O cliente adquire um pacote de ligações e utiliza um cartão pré-pago para fazer as chamadas que excederem.

Também no começo de 2006, a Telefônica SP lançou os Planos Meus Minutos. Com esses planos, pós-pagos, a operadora se antecipou à nova regulamentação do setor, que estabeleceu a mudança na forma de tarifação das chamadas locais entre telefones fixos (até então, faturadas em pulsos).

Ao final de 2006, 3,520 milhões das linhas em serviço da Telefônica SP já contavam com plano alternativo de telefonia fixa, um crescimento de 62% ao longo do ano.

**Para conhecer mais sobre as opções de linhas oferecidas pela Telefônica SP, acesse: <http://www.telefonica.com.br/linhastelefonicas/>**



## Clientes

### Telefonia fixa

Instalação em menos de cinco dias

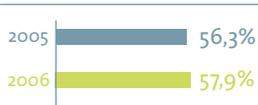


Reclamações associadas à instalação do serviço

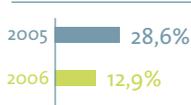


### ADSL

Instalação em menos de cinco dias



Reclamações associadas à instalação do serviço



### Provisão do serviço

Uma vez que os clientes tomaram a decisão de contratar determinado serviço, eles esperam dispor dele no menor tempo possível e sem problemas na instalação. Os serviços fixos e de banda larga são aqueles que envolvem uma atuação mais complexa.

O Speedy atingiu 1.606.685 assinantes em dezembro de 2006, o que representou um aumento de 33,1% na base de clientes. Ao longo de 2006, 57,9% das linhas Speedy foram instaladas em menos de cinco dias. A porcentagem média de reclamações associadas à instalação do serviço em 2006 foi de 12,9% do total de instalações efetuadas (contra 28,6% em 2005).

Ao final de 2006, o número de linhas em serviço era de 12,113 milhões. Em 2006, 91,3% das linhas residenciais foram instaladas em menos de cinco dias. A porcentagem média de reclamações associadas à instalação foi de 12,1%.

### Funcionamento

Em 2006, o percentual de reparos de defeitos no mercado residencial (ADSL) em relação à planta instalada foi de 4,4%, contra os 5,7% registrados em dezembro de 2005.

### Faturamento

Visando dar mais transparência ao cliente em relação ao seu consumo mensal, a Telefônica SP se preparou para promover, no primeiro semestre de 2006, a migração no sistema de tarifação das chamadas locais de pulsos para minutos. Por determinação da Anatel, a mudança foi adiada por um ano. Prevista para acontecer entre março e julho de 2007, a mudança atingiria cerca de 9 milhões de linhas até então faturadas em pulsos. Nos últimos anos, para se preparar para essa alteração, a Telefônica SP investiu mais de R\$ 200 milhões, aplicados em equipamentos nas centrais telefônicas, mudanças nos sistemas de faturamento e atenção ao cliente.

O número total de faturas emitidas pela empresa em 2006 foi de cerca de 131 milhões. Ainda em meados de 2007, o layout das contas deverá ser alterado com o objetivo de torná-las mais claras. A mudança foi embasada em pesquisas feitas com clientes.

### Atenção ao cliente

Em 2006, o total de chamadas atendidas nas centrais da Telefônica SP (gratuitas) foi de 184 milhões, das quais 95,1% foram feitas por sistemas automáticos. No que diz respeito ao atendimento presencial, a Telefônica SP conta com 154 pontos próprios, dos quais 54 funcionam tanto como loja quanto como posto de serviço. Do restante, alguns são apenas lojas, e outros, exclusivamente postos de serviço. A empresa tem parceria com os Correios e em 552 agências do Estado há atendimento ao cliente da Telefônica.

Dentre os canais formais para fazer reclamações, os clientes encontram, internamente, a central de relacionamento, o ombudsman, os gerentes de negócios, os pontos de atendimento presencial e a loja virtual.

O ombudsman funciona como um canal de atendimento a clientes que não tiveram os problemas solucionados ou expressam insatisfação quanto ao retorno obtido da Central de Relacionamento. Na última pesquisa, realizada em 2006, o índice de satisfação com o atendimento da equipe do ombudsman foi de 79,1%. O departamento recebeu 68.725 reclamações. Todas foram respondidas, e 98,2% delas foram atendidas em até três dias úteis. O serviço recebeu 791 elogios.

A Telefônica SP tem canais de diálogo permanente com os diversos órgãos públicos e associações de defesa do consumidor que atuam no Estado de São Paulo. Em 2006, a empresa registrou um aumento na quantidade de reclamações efetuadas no Procon em relação ao ano anterior: de 503 para 2.262, que correspondem a 0,04% dos 5 milhões de clientes da Telefônica SP na capital.

A empresa mostrou eficiência ao resolver 95,6% das reclamações fundamentadas. Esse índice (similar ao já conquistado em 2005, de 95,8%) revela a preocupação da Telefônica com seus clientes. A operadora tem investido fortemente na ampliação de seus sistemas de atenção ao cliente em busca de melhorias no atendimento e na resolução dos problemas apontados por seus usuários.

## RepTrak Qualidade de produtos e serviços



## Número de chamadas atendidas nas centrais de atendimento da Telefônica SP

2006	184
2005	205,4
2004	189,8

(Dados em milhões)

### Serviço técnico

Em 2006, as solicitações de reparos de telefonia fixa foram atendidas, em média, em 18,3 horas. No que diz respeito à banda larga, o tempo médio foi de 15,2 horas.

### Iniciativas para melhoria do serviço

A Telefônica SP utiliza a metodologia Seis Sigma para gestão da qualidade. Desde o início do projeto, em 2003, já foram implementados 252 projetos (55 só em 2006). A implantação da Seis Sigma tem o envolvimento de todos os níveis hierárquicos da empresa. Já foram envolvidos na capacitação da metodologia 2.166 empregados. O diretor-geral e os vice-presidentes compõem o Conselho da Qualidade – responsável pela escolha dos projetos a serem conduzidos pelos *black belts*, que estão alinhados com planejamento estratégico e áreas de finanças e qualidade. Essa metodologia de melhora contínua é baseada no controle da variabilidade dos processos e na formação das pessoas. A Seis Sigma tem como objetivo a satisfação do cliente e vem se constituindo na metodologia de referência da Telefônica na América Latina para a otimização de processos.

O compromisso da Telefônica na América Latina com a melhoria contínua e com a qualidade é comprovado com a existência de quase 5.500 profissionais que já receberam capacitação em Seis Sigma.

Ainda no que diz respeito à qualidade, a Telefônica SP foi a primeira operadora no Brasil a receber a Certificação Global ISO 9001:2000, em dezembro de 2006. O escopo da certificação envolve os processos de Comercialização, Instalação, Funcionamento, Faturamento, Atenção ao Cliente (inclui Ombudsman e Relações Institucionais) e Serviço Técnico para as atividades relacionadas à prestação de serviços de voz, dados e banda larga dos segmentos Residencial e Negócios. Juntos, representam 95% dos procedimentos executados na empresa e envolvem quase a totalidade dos empregados, com resultados que atingem 100% da base de clientes.

Essa conquista é a garantia aos usuários da eficiência do Sistema de Gestão da Qualidade da Telefônica e uma importante demonstração do empenho da empresa na busca contínua pela satisfação dos clientes. Significa que a Telefônica implantou e mantém procedimentos para todas as suas atividades e, assim, é capaz de identificar eventuais falhas e estabelecer ações – inclusive preventivas – para que elas não voltem a ocorrer.

## Responsabilidade sobre o serviço oferecido ao cliente

### Sigilo nas telecomunicações

A Telefônica SP, como operadora na sua atividade de prestação de serviços de comunicações eletrônicas disponíveis para o público, garante o sigilo das comunicações. Os órgãos jurisdicionais do Estado solicitam a colaboração da Telefônica SP, que, em estrito cumprimento das disposições legais, facilita o controle das comunicações eletrônicas aos órgãos e forças de segurança do Estado como mecanismo de detecção e investigação de delitos.

Durante o ano de 2006, as empresas do Grupo Telefônica na Espanha e na América Latina receberam quase 200 mil petições de órgãos judiciais e policiais sobre informação de clientes. No Brasil, especificamente, foram recebidas 75.961 petições desse tipo.

### Proteção contra abusos na internet

Um dos riscos mais relevantes vinculados às comunicações eletrônicas é o e-mail indesejado (*spam*), que implica intromissão da intimidade dos usuários de e-mail por meio do envio maciço de comunicações não solicitadas com fins diversos. O fenômeno do *spam* favorece a aparição de outras figuras delituosas. A Telefônica fomenta o uso adequado da Internet pelos seus clientes, já que o aumento dessa atividade gera um tráfego que ocupa e satura a capacidade de suas redes, de tal maneira que, às vezes, impossibilita o transporte dos conteúdos úteis e legais.

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



## Investidores e acionistas de todos os portes contam com canais específicos de atendimento

**Em 2006, ações da Telesp e BDRs da Telefônica S.A. firmaram-se como excelentes opções de investimento no mercado brasileiro. Mas, para o Grupo Telefônica, tão importante quanto gerar valor aos acionistas é disponibilizar a informação que interessa a eles para facilitar suas decisões**

Ao final do ano de 2006, a Telecomunicações de São Paulo S.A. (Telesp, conhecida pelo grande público como Telefônica SP) possuía 1.913.643 acionistas. Esse grande número de acionistas existe porque antes da privatização do Sistema Telebrás, ocorrida em 1998, os clientes dos serviços telefônicos participavam do investimento na expansão da rede e recebiam ações da empresa quando adquiriam o direito de uso de uma linha. Por esta razão, há uma grande dispersão das ações da Telesp entre muitos acionistas minoritários. Vale mencionar ainda que ações da Telesp são cotadas na Bolsa de Valores de Nova York por meio de ADRs (Recibos de Depósitos de Ações Americanos).

As principais reestruturações ocorridas na sociedade no ano de 2006 foram:

- Incorporação da Telefônica Data Brasil Holding (TDBH) e cisão parcial da Telefônica Empresas S.A.
- Incorporação da Atrium Telecom pela A.Telecom

### Rentabilidade

Além das ações da Telesp, os investidores do mercado brasileiro têm a oportunidade de possuir em sua carteira de ações papéis da Telefônica S.A. (controladora das empresas do Grupo Telefônica, como a Telesp). No ano 2000, o grupo controlador realizou uma operação na qual oferecia permuta de ações da Telesp por papéis da Telefônica S.A. Os acionistas que realizaram a troca receberam BDRs (Recibos de Depósito de Ações Brasileiros). Ao final de 2006, os acionistas portadores de BDRs eram 14.864.

Durante o ano de 2006, tanto as ações da Telesp (ON e PN) quanto os BDRs da Telefônica S.A. firmaram-se como excelentes opções de investimento no mercado brasileiro.

Um acionista que tenha adquirido 100 BDRs da Telefônica S.A. no primeiro dia de 2006, por exemplo, investiu na ocasião R\$ 3.550 nesses papéis. Um ano depois, esse acionista teve uma rentabilidade de 31,38%, quando os mesmos papéis estavam avaliados em R\$ 4.535.

Utilizando exemplos parecidos para as ações da Telesp, para adquirir 100 ações ordinárias (ON) da empresa, um acionista investiu R\$ 3.749 no primeiro dia de 2006. Um ano depois, esse acionista teve uma rentabilidade de 43%, com os papéis avaliados em R\$ 5.361,98. No caso das ações preferenciais (PN), a rentabilidade foi de 29,2% (ver quadros).

### Rentabilidade

#### BDRs

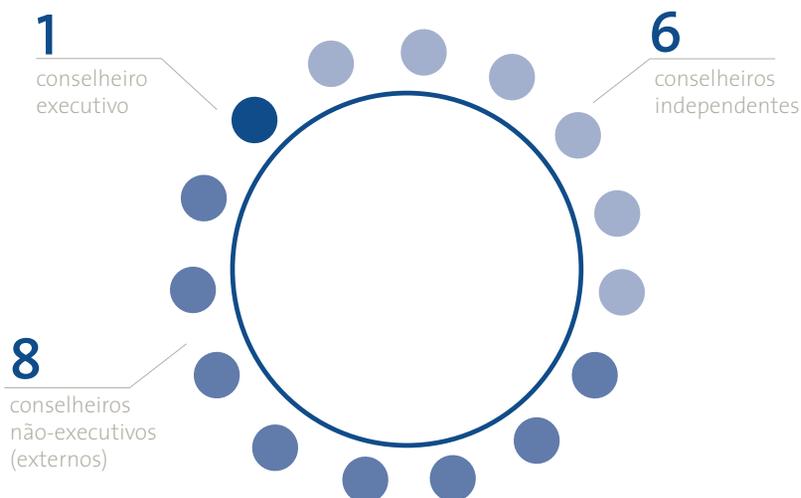
	Valor bruto por ação (R\$)	Total (R\$)
Valor de 100 ações em 01/01/2006		3.550,00
Dividendos (In. Pgto. 23/05/2006)	0,58	58,36
Dividendos (In. Pgto. 23/05/2006)	0,71	70,60
Total (Dividendos)	1,29	128,96
Valor de 100 ações em 01/01/2007		4.535,00
Total		4.663,96
<b>Rentabilidade</b>		<b>31,38%</b>

#### Ações da Telesp

	ON Valor bruto (R\$)	PN Valor bruto (R\$)
Valor de 100 ações em 01/01/2006	3.749,00	4.795,00
JSCP (In. Pgto. 26/06/2006)	72,40	79,65
Dividendos (In. Pgto. 26/06/2006)	216,60	238,26
JSCP (In. Pgto. 26/06/2006)	53,71	59,08
Dividendos (In. Pgto. 22/09/2006) -		
Inc TDBH (*)	216,60	238,26
JSCP (In. Pgto. 22/09/2006) - Inc TDBH(*)	53,71	59,08
Dividendos (In. Pgto. 11/12/2006)	218,69	240,56
JSCP (In. Pgto. 11/12/2006)	68,57	75,43
Total (Dividendos + JSCP)	629,98	692,98
Valor de 100 ações em 01/01/2007	4.732,00	5.500,00
Total	5.361,98	6.192,98
<b>Rentabilidade</b>	<b>43%</b>	<b>29,2%</b>

(\*) Não são somados ao total de dividendos pagos por ação

## Composição do Conselho de Administração



Acionistas

## Transparência

Com a finalidade de manter a transparência e buscar a aproximação com o mercado financeiro, a Telefônica mantém canais específicos para atendimento a investidores e a acionistas de todos os portes. O atendimento aos investidores e acionistas de maior porte é realizado pela Diretoria de Relações com Investidores. O atendimento aos pequenos acionistas é prestado pela Gerência de Ações, que possui um serviço telefônico gratuito por meio do 0800 77 11 680.

## Assembléia Geral de Acionistas

De acordo com o estatuto social, as Assembléias Gerais de Acionistas da Telesp são convocadas pelo Conselho de Administração. A legislação estabelece que deve ser realizada pelo menos uma Assembléia Geral Ordinária nos quatro primeiros meses do exercício social, com a finalidade de aprovar o relatório anual da administração, demonstrações financeiras do exercício anterior, deliberar sobre a destinação do resultado e eleger administradores e conselheiros fiscais, se for o caso. Sempre que necessário, podem ser realizadas Assembléias Gerais Extraordinárias. À Assembléia Geral Ordinária de 2006, além dos acionistas controladores, compareceram 13 acionistas, representando 0,11% do capital social. Durante o ano, foram realizadas três assembléias extraordinárias.

## Governança Corporativa

### Princípios de Governança Corporativa

A Telefônica SP/Telesp está submetida à Lei das Sociedades por Ações e às normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), no Brasil, bem como às leis norte-americanas para registro e emissão de suas ações naquele país.

Além da submissão às referidas leis e normas, a companhia vem comprometendo-se com a observância de elevados padrões de comportamento íntegros e éticos em suas atividades. Nesse sentido, tem adotado práticas de governança corporativa, envolvendo a transparência da informação de suas operações, a prestação de contas e a equidade no tratamento dos acionistas.

Seguindo as diretrizes estabelecidas pela Telefônica S.A., as empresas do Grupo Telefônica, incluindo a Telefônica SP/Telesp, têm adotado práticas de boa governança corporativa, de forma a apresentar aos mercados, de forma coerente, um compromisso com a transparência de suas operações, garantindo aos seus investidores

mais segurança e tranquilidade. Sendo assim, nos últimos anos a Telefônica SP/Telesp vem divulgando o Informe de Governança Corporativa, entregue à CVM e também disponível na página da Telefônica na internet.

O Informe se configura como exercício de análise e revisão da atual situação da companhia e como ponto de partida para considerar possíveis iniciativas de melhora a curto e médio prazo, tendo sempre presente a busca pela fórmula de governança corporativa que melhor defenda os interesses dos acionistas e a valorização da Companhia.

A Telefônica SP/Telesp, com as práticas que vem adotando internamente, assume o compromisso com seus acionistas de reafirmar e consolidar as práticas de governança corporativa.

Os princípios fundamentais de governança corporativa da Companhia estão contidos em seu Estatuto Social, no Regimento Interno de seu Conselho de Administração, nas Recomendações da CVM sobre Governança Corporativa, de junho de 2002, e nas normativas internas da Telesp.

## Conselho de Administração

Segundo o Estatuto Social, a administração da sociedade compete ao Conselho de Administração e à Diretoria. No ano de 2006, o Conselho realizou nove reuniões e tomou deliberações acerca de temas significativos de sua competência.

O estatuto social da Companhia prevê que o Conselho de Administração será composto de, no mínimo, cinco e, no máximo, 15 membros, eleitos e destituíveis do órgão pela Assembléia Geral. Aos acionistas preferencialistas é garantido, pelo Estatuto Social, o direito de eleger um membro do Conselho de Administração em votação em separado, sem a participação das ações preferenciais do controlador.

Os conselheiros são eleitos para um mandato máximo de três anos, sendo permitida a reeleição. Na Telefônica SP/Telesp, esse mandato é unificado, ou seja, os mandatos de todos os conselheiros se encerram na mesma data.

Atualmente, o Conselho de Administração é composto de 15 conselheiros, que tiveram seus mandatos renovados na Assembléia Geral Ordinária do ano 2007, com validade até agosto de 2010.

Tanto o Estatuto Social quanto o Regimento Interno do Conselho de Administração prevêem que o órgão se reunirá, ordinariamente, uma vez a cada três meses e, extraordinariamente, quantas vezes forem necessárias, mediante convocação de seu Presidente – em 2006, foram realizadas nove reuniões.

## Globalmente, a Telefônica quer ser a melhor empresa do setor para trabalhar até 2010

O Grupo Telefônica tem um papel importante na geração de empregos no mercado brasileiro e é o segundo maior empregador privado do País. Ao final do exercício de 2006, o Grupo Telefônica tinha 65.993 empregados diretos no Brasil – 3,6% mais do que no final do ano anterior. Essa base de empregados representava 28,1% do total de colaboradores do Grupo no mundo. Nesse cenário, é importante destacar a Atento, empresa que possui o maior quadro de empregados do Grupo no País

Neste capítulo, apresentamos as características dos profissionais do Grupo Telefônica no Brasil e as principais políticas na gestão de pessoas, especialmente na Telefônica SP e na Atento – empresa que merece especial destaque por possuir o maior quadro de empregados do Grupo no País. O Grupo Telefônica tem um papel importante na geração de empregos no mercado brasileiro e é o segundo maior empregador privado do País. Nesse cenário, é importante destacar a contribuição da Atento. Na empresa de call center e contact center, grande parte das vagas é gerada a grupos que tradicionalmente têm dificuldades de acessar o mercado de trabalho, como estudantes e profissionais que tentam retornar ao mercado após algum tempo de inatividade.

Ao final do exercício de 2006, o Grupo Telefônica tinha 65.993 empregados diretos no Brasil, ou 3,6% mais do que no final do ano anterior, quando o conglomerado possuía 63.743 empregados. Essa base de empregados representava 28,1% do total de colaboradores do Grupo no mundo. As mulheres representavam 61,8% do quadro global de colaboradores no Brasil. Isto se deve fundamentalmente à influência do quadro da Atento, onde 68% dos empregados são mulheres. Excluindo a Atento do cálculo, as mulheres representam 35,8% do quadro de trabalhadores do Grupo. A totalidade dos empregados do Grupo no Brasil tem contrato fixo de trabalho.

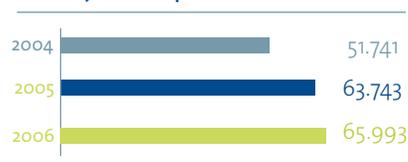
Além de ser um dos maiores empregadores diretos do País, também gera milhares de postos de trabalho indiretos. Somente a atividade da Telefônica SP demandou a colaboração de mais de 41 mil trabalhadores terceirizados ao final de 2006, um número 8% maior do que o existente no final do ano anterior. Esse emprego indireto corresponde, em sua maioria, à contratação de empresas colaboradoras para atividades como a instalação e manutenção de linhas e serviços.

### Número de empregados em 2006

Empresa	Número de empregados
Atento	53.181
Telefônica SP	8.215
Vivo*	2.948
TGestiona	820
Terra	563
Telefônica Pesquisa e Desenvolvimento	79
Outras	187
<b>Total</b>	<b>65.993</b>

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

### Evolução do quadro



### Satisfação dos empregados

A meta global de ser a melhor empresa do setor de telecomunicações e TI para trabalhar até 2010 visa criar uma empresa comprometida e responsável, da qual os empregados tenham orgulho de fazer parte. Por essa razão, a satisfação dos empregados é um objetivo prioritário para o Grupo já há alguns anos.

A gestão de pessoas é um dos fatores-chave na nova cultura do Grupo Telefônica. Por isso, um dos cinco eixos estratégicos do processo de transformação prevê transformá-lo, globalmente, no melhor lugar do setor para trabalhar até 2010.

Trata-se de um desafio devido à complexidade de gerir um quadro com cerca de 233 mil pessoas em 23 países. Porém, a inclusão de algumas unidades do Grupo ao redor do mundo em rankings de Melhores Empresas para Trabalhar mostra ser possível. Nos últimos dois anos, a Telefônica SP fez parte dos mais importantes levantamentos desse tipo no Brasil.

#### Pesquisa de satisfação

O nível de satisfação dos empregados é medido em pesquisas realizadas anualmente nas empresas. Com base nos resultados, são desenvolvidas ações para melhorar os pontos críticos. Na pesquisa realizada em janeiro de 2007 na Telefônica SP, o índice global de satisfação foi de 75%. Em relação ao ano anterior, houve uma queda de 5 pontos percentuais. Na avaliação da empresa, o processo de transformação cultural tem impacto direto nesse

### Evolução da satisfação

2002	51%
2003	63%
2004	76%
2005	80%
2006	75%

## Características do quadro

Empresa	Homens	Mulheres	Antiguidade média (anos)	Idade média
Atento	17.018	36.163	1	26
Telefônica SP	5.451	2.764	11	37
TGestiona	515	305	8	35
Terra	337	226	4	31
TPD	57	22	1	32

resultado, já que gera uma expectativa com o que está por vir. Dessa forma, a pesquisa registrou migração de favorabilidade para o campo da neutralidade, não para a negatividade. Porém, a companhia obteve um crescimento bastante expressivo nos últimos cinco anos.

### Avaliação externa de satisfação

O Grupo Telefônica utiliza diversos indicadores para saber como a sociedade analisa a Companhia como local de trabalho. Essa percepção é importante para a atração de talentos externos e também para a reputação do Grupo frente à sociedade.

A percepção do Grupo Telefônica como um bom lugar para trabalhar depende indiretamente da satisfação dos empregados e de como falam de sua empresa. Também é influenciada pela presença nos meios de comunicação em situações de mudança de estrutura organizativa e conflitos sindicais, por exemplo. A atividade de empresas colaboradoras que desenvolvem suas funções em nome da Telefônica também impacta a opinião pública.

### Rankings de melhores empresas para trabalhar

Com o objetivo de obter verificação externa dos níveis de satisfação entre os empregados, várias empresas do Grupo Telefônica participam de pesquisas que escolhem as melhores empresas para trabalhar. Em 2006, pelo segundo ano consecutivo, a Telefônica SP figurou no ranking das 150 Melhores Empresas para Trabalhar e das 50 Melhores Empresas para a Mulher Trabalhar no Brasil. A pesquisa é feita anualmente pelas revistas Exame e Você S/A, da editora Abril, em parceria com a Fundação Instituto de Administração, ligada à Universidade de São Paulo.

A Telefônica SP e a Telefônica Empresas (posteriormente incorporada à Telefônica SP) também fizeram parte do ranking das “100 Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil”, em 2006, elaborado pelo Great Place to Work Institute (GPTW) em parceria com a revista Época, da editora Globo. O estudo aponta as empresas que se destacam no gerenciamento de pessoas. O GPTW também apontou a Telefônica SP como destaque em Educação Corporativa.

A Telefônica SP foi escolhida ainda como a nona melhor empresa de TI & Telecom para trabalhar no País em estudo inédito realizado pelo GPTW em parceria com o Computerworld, veículo especializado.

## Novas formas de trabalho

Para estimular e criar uma cultura de trabalho em equipe, a Telefônica investe em três pilares básicos: pessoas, espaços e tecnologia.

Os executivos da empresa têm um papel importante como agentes de comunicação das metas e princípios da empresa a suas equipes. A empresa também promove a rotação interna dos empregados, para que eles conheçam diferentes áreas ou outras empresas do grupo.

É importante destacar que os empregados são os verdadeiros agentes dessa mudança. Em 2006, foram implementadas 286 sugestões de empregados da Telefônica SP para melhorar a produtividade ou a gestão da empresa por meio do programa +Telefônica. Esses projetos ajudaram a incrementar em R\$ 311 milhões os resultados financeiros da empresa.

Uma das formas de criar novos espaços de trabalho para os empregados é estimular o teletrabalho. Usando a tecnologia da informação e comunicação, 138 empregados da Telefônica SP já exerciam em 2006 suas atividades em escritórios virtuais, dando mais flexibilidade ao trabalhador e agilidade no atendimento a clientes.

## Desenvolvimento profissional

O Grupo Telefônica, como líder mundial no setor de telecomunicações, quer ter os melhores profissionais para oferecer os melhores serviços a seus clientes. Para atingir esse objetivo, possuem valor estratégico:

- a formação dos profissionais;
- o desenvolvimento de capacidades profissionais e pessoais nos empregados;
- o desempenho no posto de trabalho para atingir os objetivos;
- a gestão do talento para que cada empregado possa desenvolver um amplo leque de habilidades e competências novas.



### Horas de formação

Empresa	Total de horas	Horas por empregado
Atento	4.647.624	91
Telefônica SP	169.344	21
TGestiona	28.188	29

#### Formação

O Grupo Telefônica acredita que a melhor forma de reter seus melhores profissionais é oferecer um trabalho desafiador, boas condições laborais e possibilidades de desenvolvimento profissional. Em 2006, o Grupo Telefônica investiu R\$ 9,850 milhões em atividades de formação de seus empregados no Brasil (não inclui investimento feito pela Vivo).

A formação dos empregados da Atento é feita de maneira intensiva devido ao tamanho do quadro de empregados, à maior rotatividade de profissionais em relação às outras empresas e também às características especiais da atividade desenvolvida em suas operações.

A Telefônica SP oferece aos seus empregados uma solução de educação integrada – o modelo chama-se Educação Telefônica – que tem por objetivo promover a gestão de treinamento e desenvolvimento do seu corpo funcional.

O Grupo Telefônica investe também na educação à distância, por meio do programa de *e-learning*, que utiliza a plataforma a+, fornecida pelo EducaTerra. São oferecidas 150 opções de cursos em português, 33 deles desenvolvidos pela Harvard Business School. O Grupo vem buscando estimular o aprendizado via web, favorecendo a descoberta dos diferenciais da ferramenta, entre eles, a flexibilidade de horário, com acesso a qualquer momento, inclusive de casa. Os familiares de empregados também podem fazer os cursos disponíveis no *e-learning*. Ao final de 2006, existiam 7.019 usuários ativos do programa no Brasil. A Telefônica SP registrou um crescimento considerável na utilização do *e-learning* entre seus empregados em 2006. Foram 354.803 horas de cursos, ante 68.927 horas no ano anterior.

#### Competências

Em 2006, o Grupo Telefônica implantou o novo modelo de desenvolvimento profissional baseado nas novas competências corporativas e no reposicionamento estratégico da Companhia. Esse sistema permite aos empregados crescer profissionalmente, ajudando-os a conhecer com detalhes seu perfil de competências e, a partir disso, fixar objetivos.

O modelo também envolve o superior imediato na elaboração de um plano de ação. O processo inclui auto-avaliação pelo empregado, avaliação do chefe e também de colegas, colaboradores e clientes. A partir dos resultados, são estabelecidas as áreas em que há potencial de evolução e entre elas, as de maior importância estratégica. É traçado um plano de ação para aprimorar os pontos que o empregado precisa melhorar. Todos os empregados e executivos do Grupo no Brasil são avaliados por competências.

#### Gestão por objetivos

O Grupo Telefônica tem desenvolvido e implementado políticas de remuneração variável que retribuem o empregado por seu esforço e cumprimento de objetivos.

Na Telefônica SP, a avaliação dos executivos (SRD) é feita anualmente e seguida por reuniões individuais de feedback. A avaliação dos não-executivos (SRE) acontece anualmente, com valores pagos em duas datas. Para o cálculo do SRE, as metas individuais têm um peso de 85% e as metas da empresa, de 15%. Para os dois sistemas vale o conceito de meritocracia, em que os empregados são distribuídos entre desempenho alto, esperado e inferior. Pelo resultado do ranking é possível chegar a um valor de bônus até o patamar de 115%, o que significa até 2,99 salários nominais no caso dos não-executivos. No SRD, o bônus varia de 2,25 até 4,5 salários por ano.

Na Atento, todos os empregados são elegíveis a programas específicos de reconhecimento monetário.

#### Gestão do talento

O Grupo Telefônica acredita que o seu êxito futuro depende diretamente do talento e capacidade de seus empregados. Para a Telefônica, a gestão do talento implica colocar as pessoas mais talentosas nas áreas onde estão os principais desafios. Nesse contexto, a movimentação de profissionais (por meio de rotação interna e externa), as promoções e o preenchimento de vagas em aberto com talentos internos são processos-chave.

O Grupo Telefônica oferece a seus executivos a possibilidade de desenvolver uma carreira internacional, por meio do programa Rotação, de intercâmbio entre as operadoras da América Latina e da Espanha. Para diretores, vice-presidentes e CEOs, há também o programa Vacantes, que anuncia vagas via e-mail para incentivar a rotação nesse nível. O programa Jovens de Alto Potencial (JAP) é uma iniciativa mundial que visa reter e fidelizar o talento desde o início de sua carreira. Outra oportunidade de desenvolvimento de carreira é a participação no programa de bolsa de estudos da Fundação Carolina, na Espanha.

O Grupo Telefônica busca atrair os melhores talentos desde a universidade, divulgando seu Programa de Estágio em feiras, eventos e universidades. Ao final de 2006, as empresas do Grupo tinham 195 estagiários.

O Grupo conta com um sistema de recrutamento interno concebido para possibilitar aos estagiários, empregados e executivos acesso às oportunidades existentes. A Telefônica SP conta com o Banco de Oportunidades. Todas as segundas-feiras as vagas em aberto são divulgadas na intranet e no mural. A meta é fazer com que 70% das vagas abertas sejam preenchidas por profissionais da empresa. Na Atento, há o Projeto Escalada, em que as vagas em aberto são divulgadas



para todos os empregados da empresa em murais instalados em todas as centrais da empresa. Em 2006, 90% das vagas foram preenchidas com pessoal interno.

## Compensação

No contexto competitivo atual, a remuneração dos empregados deixa de ser vista como um gasto e passa a ser encarada como investimento pela Telefônica. De forma complementar à remuneração, as empresas do Grupo Telefônica oferecem pacotes de benefícios a seus empregados. Esses benefícios variam de uma empresa a outra, estando regulados pelos distintos acordos coletivos.

### Remuneração

Para garantir a coerência, são realizadas pesquisas salariais envolvendo o mercado em geral, o mercado de alta tecnologia e o de telecomunicações. Essas ações objetivam avaliar o grau de competitividade das faixas salariais e da Política de Remuneração e direcionam não apenas a remuneração fixa como também a variável. Os gastos com remuneração do Grupo no Brasil atingiram R\$ 2,274 bilhões em 2006 (inclui a participação na Vivo).

### Benefícios

Os empregados da Telefônica SP e TGestiona podem aderir ao Plamtel, um plano de assistência à saúde no sistema de autogestão e incluir como beneficiários seus dependentes diretos e também irmãos inválidos ou incapazes. Os empregados contribuem com 1% do salário básico por grupo familiar e pagam 50% nos valores da consulta, com base na tabela da Associação Médica Brasileira (AMB).

O Plano Visão é o plano de previdência privada oferecido a todos os empregados da Telefônica SP e da TGestiona. Administrado pela Visão Prev, permite a flexibilização no valor da contribuição. Quem adere deve ter uma contribuição básica de 2% do salário de participação e pode optar por uma contribuição adicional de 0% a 7% sobre a parcela que exceder a nove Unidades de Referência Padrão (URP) – R\$ 1.674,90 para Telefônica SP. Para essas contribuições, as empresas (patrocinadoras) contribuem para o Plano com o mesmo valor aportado pelo empregado. Ao final de 2006, 80% dos empregados da Telefônica SP e 67% dos trabalhadores da TGestiona contribuíam para o Plano Visão.

Outros benefícios disponíveis são programa de alimentação, auxílio-creche, seguro de vida e descontos em serviços. Empregados do Grupo podem contratar serviços oferecidos pelas empresas do grupo com 50% de desconto.

## Direitos humanos

Entre os compromissos formais do Grupo Telefônica com os Direitos humanos, estão: os Princípios de Atuação; o Código de Ética firmado entre a Telefônica e a União Internacional de Sindicatos (UNI) em 2001 e renovado em 2006 e o Global Compact das Nações Unidas. O Grupo Telefônica mantém uma política de repúdio total ao trabalho infantil em todos os países em que está presente.

### Liberdade de associação e negociação coletiva

As empresas do Grupo Telefônica respeitam a liberdade de associação de seus empregados, promovem o diálogo com os diferentes sindicatos que representam seus empregados e buscam evitar situações de conflito, que podem provocar perdas econômicas e prejudicar a imagem da companhia.

### Não-discriminação

O Grupo Telefônica considera que os processos de contratação e promoção devem avaliar os candidatos apenas por suas características profissionais e pessoais, sem levar em conta sistemas de cotas.

O Grupo Telefônica está comprometido com a integração sociolaboral das pessoas com deficiência. Com a implementação de um programa para a inserção de profissionais com deficiência em 2006, a Telefônica SP passou a cumprir o percentual exigido por lei, de 5%.

### Intolerância ao assédio moral

O Grupo Telefônica está empenhado em coibir o assédio moral/hostilização psicológica no trabalho em suas empresas. A partir de 2007, os empregados podem contar com o canal de denúncias dos Princípios de Atuação, além do apoio dos consultores de Recursos Humanos que atuam diretamente nas áreas.

### Saúde e segurança

No ano de 2006, foram constituídas dez Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipa) na Telefônica SP, que contam com a participação de representantes da empresa e dos empregados.

A Telefônica SP registrou, em 2006, 48 acidentes de trabalho, o que representa um índice de frequência (número de acidentes x 100.000/número total de homens horas trabalhadas) de 2,49. A taxa de absenteísmo (número total de dias perdidos x 1.000/número total de homens horas trabalhadas) no período foi de 1,3. Entre as principais práticas de saúde e segurança realizadas pela Telefônica SP em 2006, estão as seguintes: simulados de abandono de prédio, campanhas preventivas e exames médicos.



## A Telefônica desenvolve iniciativas para promover inclusão econômica, geográfica e digital

**Para reiterar o compromisso do Grupo Telefônica no país, os investimentos nos próximos quatro anos serão da ordem de R\$ 15 bilhões, direcionados às telefonia fixa e móvel, internet e call center**

### Inclusão digital geográfica

O conceito de exclusão digital é utilizado para definir a falta de acesso a novas tecnologias. Os principais fatores que causam esse problema são a ausência de infra-estrutura de comunicação, o nível de ingresso e a ausência de capacitação no uso de novas tecnologias.

A Telefônica SP não apenas cumpre as exigências regulatórias relacionadas à universalização do acesso aos serviços como também desenvolve iniciativas que buscam reduzir a exclusão digital nas regiões em que atua. Nesse sentido, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) têm sido importantes auxiliaadoras na melhora dos indicadores sociais básicos das camadas menos favorecidas.

A Telefônica SP foi a primeira operadora de telefonia fixa do país a anunciar, em novembro de 2005, o cumprimento das metas da segunda fase do Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU), estabelecido pela Agência Nacional de Telecomunicações. Entre as metas cumpridas estão o atendimento às solicitações de instalação de linhas telefônicas

em até sete dias (antes, o prazo era de duas semanas), o atendimento das localidades com mais de 300 habitantes com acesso individual (linhas fixas, que antes beneficiavam os locais com pelo menos 600 habitantes) e das localidades com mais de 100 habitantes com acesso coletivo (telefones públicos que antes existiam onde havia 300 moradores).

Com isso, ao final de 2006, o número de localidades atendidas com linhas fixas e telefones públicos era de 1.803, e existiam outras 503 apenas com telefones públicos. Desde 1998, quando o Grupo Telefônica assumiu a Telesp, o número de localidades atendidas já foi ampliado em 149,3%.

Desde 2005, a rede de telefonia fixa da operadora em São Paulo está 100% digitalizada, impulsionando o desenvolvimento da banda larga, que, ao final de 2006, estava disponível para 56,8% dos municípios de São Paulo.

### Inclusão econômica

A Telefônica foi pioneira no mercado brasileiro em lançar as chamadas Linhas Econômicas, com assinatura básica mais barata do que a linha tradicional. Tais linhas necessitam de cartão pré-pago para a realização de chamadas de longa distância e celulares, facilitando o controle de gastos. Essas linhas foram lançadas em 2004.

Em março de 2005, foi lançada a Linha da Economia Família, que, como funcionalidade adicional às linhas econômicas anteriores, possibilita que cada pessoa da família utilize seu próprio cartão pré-pago nas ligações para celulares ou de longa distância.

Desde então, houve uma ampliação do portfólio de produtos, todos voltados ao público de baixa renda. Até o final de 2006, haviam sido comercializadas 2,294 milhões de linhas voltadas para esse público, o que representa quase 19% da planta de telefones em serviço na área de concessão da Telefônica.

A telefonia pública é uma opção adicional para facilitar a comunicação de todos os cidadãos, tendo importância especial para a população de menor renda. Hoje, existem 250 mil telefones públicos disponíveis. Ainda em 2007, está prevista também a implantação de 257 Postos de Serviços de Telecomunicações (PST), que disponibilizam telefones públicos à população, além de permitir o acesso à internet.

Ainda no que diz respeito à inclusão econômica da população, a Telefônica apoiou, entre 2005 e 2006, a criação de 21 Telecentros de Informação e Negócios no Estado de São Paulo, como parte de um projeto desenvolvido pelo governo federal. Todos continuam funcionando ativamente, sendo que alguns registram movimento superior a 300 pessoas/mês.





## Inclusão digital e educação

Na área de Educação, o programa EducaRede, da Fundação Telefônica, visa contribuir para a inclusão digital/social de alunos e professores. Seu objetivo é colaborar para a melhoria da qualidade da educação pública, e seus projetos são dirigidos prioritariamente a alunos e professores da rede pública, que são capacitados e estimulados para o uso pedagógico da Internet no desenvolvimento de ações.

Ao longo de 2006, a Fundação Telefônica do Brasil deu início ao Projeto Aulas Hospitalares, previsto para ser desenvolvido efetivamente no primeiro semestre de 2007, tanto pela Fundação do Brasil como as de outros cinco países. O objetivo do projeto é permitir que as crianças hospitalizadas possam manter contato com a vida fora do hospital durante o período de internação. No Brasil, foram selecionados dois centros públicos de saúde participantes: o Hospital Infantil Menino Jesus e o Instituto da Criança, ambos de São Paulo.

### Acessibilidade

A tecnologia avançou também no sentido de oferecer alternativas àqueles que têm dificuldade de utilizar os serviços de telecomunicações, e a Telefônica já oferece soluções para ampliar a qualidade de vida desses públicos. As pessoas com deficiência, seja visual, auditiva, da fala ou de locomoção, podem utilizar telefones públicos adaptados. Cerca de 9.000 aparelhos são específicos para aqueles que utilizam cadeira de rodas, e mais de 200 mil equipamentos contam com a tecla para ampliação de volume. Para auxiliar os deficientes visuais, os aparelhos possuem um ponto em relevo no teclado (referência universal de identificação perceptiva de seqüência numérica).

Além disso, existem 1.569 aparelhos especiais para pessoas com deficiência auditiva. O atendimento a essas pessoas é feito pelo Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte (Siso), que realiza, em média, 60 mil ligações/ano. O serviço funciona 24 horas por dia e pode ser acessado pelo telefone 142.

## Disponibilidade em casos de emergência

A rede de fibra ótica da Telefônica SP para cobertura do Estado de São Paulo foi desenhada em forma de anéis para garantir o contingenciamento do tráfego, ou seja, possibilitar o desvio do tráfego pelo outro lado do anel caso uma fibra se rompa. Esse sistema amplia a segurança da rede e reduz a possibilidade de interrupção do tráfego de voz e dados.

Por meio do Centro Regional de Supervisão e Operação (CRSO), a Telefônica SP/Telesp intensifica o monitoramento do tráfego nos períodos em que há aumento do volume de chamadas, tanto em ocasiões em que isso é previsto – como nos períodos de festas de final de ano – quanto em situações emergenciais. Esse monitoramento possibilita o remanejamento das chamadas entre as diferentes rotas, garantindo a máxima qualidade das ligações e minimizando eventuais congestionamentos.





## Combate ao trabalho infantil e educação são os principais focos de atuação da Fundação Telefônica

**A Telefônica acredita que, além de atuar com responsabilidade no dia-a-dia, é importante dedicar recursos, tempo e esforço para a realização de projetos sociais; por isso, além de sua Fundação, desenvolve o programa de voluntariado corporativo**

A missão da Fundação Telefônica é contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos segmentos menos favorecidos da sociedade por meio de projetos de educação e de proteção dos direitos da criança e do adolescente. Neste caso, o combate ao trabalho infantil passou a ser uma das principais bandeiras da Fundação.

O orçamento destinado a projetos sociais desenvolvidos pela Fundação Telefônica em 2006 foi de **R\$ 9,7 milhões**, sendo que alguns deles são de iniciativa própria, como os portais EducaRede e Pró-Menino, executados por entidades sem fins lucrativos, e outros de iniciativas de organizações não-governamentais – neste caso, a seleção se dá a partir do envio de projetos por parte dos Conselhos Municipais de Direitos da Criança e do Adolescente das cidades.

Em 2007, o orçamento previsto é de **R\$ 15,8 milhões**, somando o investimento em projetos sociais, recursos humanos e infraestrutura. A seguir, conheça os principais projetos:

### Campanha institucional

No ano passado, o Grupo Telefônica lançou pela primeira vez uma campanha publicitária assinada por sua Fundação, que completava sete anos de atividades. Desenvolvida pela Young & Rubicam, contou histórias reais de crianças e jovens que tiveram a oportunidade de realizar seus sonhos através dos projetos apoiados pela instituição. Os três filmes e as canções estão disponíveis para download no site [www.ofuturocomoeusemprequis.com.br](http://www.ofuturocomoeusemprequis.com.br).



### Pró-Menino

Na organização das ações desenvolvidas pela Fundação Telefônica do Brasil, o Pró-Menino inclui quatro programas.

#### Combate ao Trabalho Infantil

A Fundação Telefônica do Brasil e de outros 12 países apóia programas de combate ao trabalho infantil. A meta social do Grupo Telefônica é beneficiar, até o final de 2007, 50 mil crianças e adolescentes desses 13 países. No Brasil, o programa começou a ser desenhado em 2006, quando foram selecionados os cinco projetos apoiados em 2007 (Bauru, Ourinhos, Santos, São Paulo e Sumaré), com previsão de beneficiar diretamente 1.220 crianças e adolescentes (e indiretamente, outras 2.700). Está previsto para o segundo semestre de 2007 o anúncio de novos projetos a serem apoiados pela Fundação Telefônica por meio desta linha.

#### Jovens em Conflito com a Lei

Apóia projetos desenvolvidos por organizações da sociedade civil e do poder executivo municipal que atendem adolescentes em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto. Contribuir para a integração social e para a redução da desigualdade social, prevenir a violência na sociedade e promover a redução dos índices de reincidência de atos infracionais são alguns dos objetivos. Em 2006, foram apoiados cinco projetos em São Paulo: dois em Campinas, um em Jandira, um em Guarulhos e outro no Guarujá.

#### Rede de Atenção à Criança e ao Adolescente

Apoio à implementação de redes de proteção à criança e ao adolescente, com utilização de rede eletrônica entre as entidades de atendimento ao público-alvo, permitindo o compartilhamento de informações sobre serviços e dados. Em 2006, foram apoiados oito projetos no Estado de São Paulo: Araçatuba, Bebedouro, Diadema, Guarujá, Itapeçerica da Serra, Mogi das Cruzes, São Carlos e Várzea Paulista.

#### Portal Pró-Menino ([www.promenino.org.br](http://www.promenino.org.br))

Busca tornar escolas e organizações que lidam com crianças e adolescentes aptas a atuar na garantia dos direitos desse público. Procura ampliar a compreensão do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e das demais normas existentes, proporcionando uma abordagem prática. Por meio do portal, a Fundação promove o Concurso Causos do ECA, que tem como objetivo premiar e disseminar histórias verdadeiras de pessoas que tenham transformado vidas ou tido sua própria vida transformada a partir da aplicação do ECA. A gestão executiva do portal fica a cargo do Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (Ceats).

## Número total de beneficiados dos programas e projetos da Fundação Telefônica em 2006, por linha de atividade

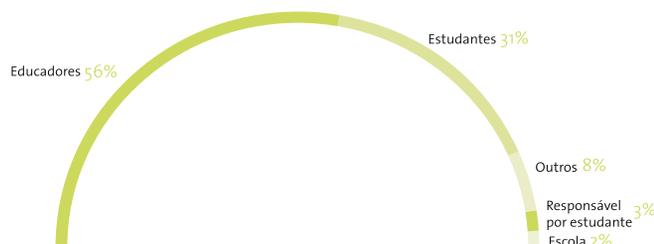
Linha de atividade	Nº pessoas
Educação	1.893.437
Direitos da Criança e do Adolescente	107.755
Voluntários Telefônica	2.824
Arte, Cultura e Patrimônio Histórico	22.167
<b>Total</b>	<b>2.026.183</b>

### EducaRede

Lançado em 2002, o EducaRede foi idealizado como uma ferramenta de promoção da melhoria da qualidade da aprendizagem na rede pública de ensino. O portal ([www.educarede.org.br](http://www.educarede.org.br)), aberto e gratuito, é voltado prioritariamente a professores e alunos dos níveis fundamental e médio. É composto de conteúdos de apoio ao processo de ensino e aprendizagem, promoção e apoio ao uso pedagógico da Internet, ferramentas e metodologias de interação, ações presenciais e publicações que promovem a capacitação no uso desse meio. Em maio de 2006, foi realizado, em São Paulo, o “III Congresso Ibero-Americano EducaRede: Educação, Internet e Oportunidades”, que reuniu 1.585 pessoas. Na ocasião, foi lançada a Coleção EducaRede, composta de cinco livros.

### Arte e cultura

O programa Memória Telefônica tem como objetivo a preservação do acervo histórico de telecomunicações. Possui um acervo tridimensional, fotográfico e documental que abrange cerca de 125 anos e conta com cerca de 100 mil fotografias, 2.500 telefones, centrais telefônicas e aparelhos de suporte técnico, além de uma coleção de listas telefônicas do Estado de São Paulo, a partir de 1911. No segundo semestre de 2006, a Fundação lançou o livro *São Paulo pelo Telephone: Imagens da Primeira Metade do Século XX*, que recupera a memória do cotidiano e do espaço urbano paulista no início do século XX, a partir de imagens deste acervo. O livro foi distribuído a bibliotecas públicas e museus e está disponível no site <http://www.museudotelefone.org.br>.



### Patrocínios

Em 2006, o Grupo Telefônica realizou 73 patrocínios culturais, institucionais e aqueles realizados pelas empresas do conglomerado. Entre os destaques de 2006 na área cultural, está uma temporada de concertos gratuitos da Bachiana Chamber Orchestra no interior de São Paulo. No que diz respeito a Compromisso Social, o Grupo apóia, desde 2001, o Pólo Júlio Prestes do Projeto Guri, que possibilita a jovens que vivem em áreas carentes criar, agir e viver em sociedade por meio da participação em grupos musicais, orquestras-escolas e corais.

### Voluntariado

Em 2006, o programa Voluntários Telefônica ganhou ainda mais fôlego dentro do Grupo. Estiveram envolvidos nas ações de voluntariado 2.189 empregados da Telefônica SP, Terra, T Gestiona e A. Telecom, que investiram, conjuntamente, cerca de 10 mil horas para a realização dessas ações. Foram desenvolvidos oito projetos na área de voluntariado, beneficiando diretamente 35 entidades.

Uma das ações mais expressivas foi a realização do Dia dos Voluntários, realizado nas capitais de São Paulo e do Rio de Janeiro e em outras cinco cidades do Estado de São Paulo. Na atividade da capital, mais de 800 empregados doaram um dia de trabalho para a Sociedade Santos Mártires, instituição que atua junto à comunidade da zona sul. O Centro São José, um dos núcleos beneficiados, foi completamente reformado. As campanhas e as capacitações continuaram sendo feitas, bem como o concurso de projetos e o Incentivo Criança, que estimula os empregados a doarem parte do Imposto de Renda devido aos Fundos Municipais da Infância e da Adolescência. Com o valor arrecadado e a doação feita pela empresa, foi possível comprar, no início de 2007, uma sede para o Projeto Gaia, que atende adolescentes em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto, em Guarulhos.





# O Grupo Telefônica está comprometido com o desenvolvimento sustentável

No Brasil, a criação do Comitê Estratégico de Saúde, Segurança e Meio Ambiente em 2006 indica a preocupação em assegurar a implementação de um modelo de gestão para essas questões

O Grupo Telefônica está comprometido com o desenvolvimento sustentável, a proteção do meio ambiente e promove ações para reduzir o impacto negativo gerado por suas operações. Essas atividades são desenvolvidas de acordo com a proposta de uma Política Ambiental, que deverá ser aprovada pelas empresas do Grupo em 2007.

Em 2002, o Grupo Telefônica subscreveu o Pacto Mundial das Nações Unidas, obrigando-se, assim, a manter um enfoque preventivo que favoreça o meio ambiente, fomentar iniciativas que promovam uma maior responsabilidade ambiental e favorecer o desenvolvimento e a difusão das tecnologias que respeitem o meio ambiente.

Além disso, o Grupo participa de diversas iniciativas internacionais focadas em promover o desenvolvimento sustentável, como o Global e-Sustainability Initiative (GeSI), iniciativa impulsionada pelo Escritório de Meio Ambiente das Nações Unidas (PNUMA) e pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), e a European Telecommunications Network Operators Association (ETNO).

## Nossa política ambiental

Os principais compromissos que serão incluídos na política ambiental, prevista para ser aprovada durante o ano de 2007, são os seguintes:

- 1 – Garantir o cumprimento da legislação vigente nos países em que opera, adotando de forma complementar normas e diretrizes internas onde não existir um desenvolvimento legal adequado.
- 2 – Avaliar os aspectos ambientais derivados de nossas atividades e dos produtos e serviços que desenvolvemos, com o objetivo de reduzir e prevenir os impactos negativos e promover a criação de serviços de telecomunicações que contribuam com o desenvolvimento sustentável da sociedade.
- 3 – Fazer uso sustentável dos recursos naturais, utilizando a energia de forma eficiente, minimizando o consumo de matérias-primas, fomentando a reciclagem de materiais e o tratamento adequado de resíduos.
- 4 – Transmitir aos fornecedores do Grupo os procedimentos e requisitos ambientais aplicáveis e assegurar o cumprimento destes.
- 5 – Aplicar a melhoria contínua, mediante avaliação sistemática e periódica dos aspectos ambientais, assim como fomentar a implantação dos sistemas de gestão em cada uma das empresas do Grupo.

6 – Estabelecer os eixos necessários para garantir a comunicação, sensibilização e formação em matéria ambiental dos empregados do Grupo.

7 – Tornar públicas anualmente as atividades ambientais levadas a cabo pela empresa e informar sobre os objetivos atingidos e os trabalhos em curso.

## Gestão ambiental

O Grupo Telefônica aprovou em 2005 uma Norma Interna de Requisitos Mínimos Ambientais, que tem por objetivo avançar na gestão ambiental com uma metodologia comum para todo o Grupo. Essa norma será aprimorada ao longo de 2007 para assegurar maior homogeneização dos processos e facilitar a implantação, permitindo avançar em uma gestão eficiente. Para facilitar seu cumprimento, foram estabelecidos cinco passos:

### Compromisso ambiental

Comunicação do compromisso ambiental, avaliação preliminar, indicadores ambientais, sensibilização e formação.

### Identificação de requisitos legais

Identificação, acompanhamento e cumprimento dos requisitos ambientais aplicáveis à organização.

### Acompanhamento e medição

Estabelecimento de objetivos e dos controles operacionais.

### Melhora do comportamento

Definir responsabilidades, gerar planos e registros, documentar os processos derivados da gestão ambiental, estabelecer eixos de comunicação e capacidade de resposta frente a emergências.

### Certificação SGMA

Auditorias para verificar o grau de implantação, sistema de gestão dos desvios detectados.

Seguindo a Norma de Requisitos Mínimos, estão sendo desenvolvidos procedimentos corporativos que irão compor o sistema de gestão ambiental nas empresas. Um desses procedimentos é o de "Identificação e Avaliação de Requisitos

## Consumo de energia em 2006

Tipo de energia	Operações	Edifícios administrativos
Energia elétrica tradicional	440.735.862	8.605.211
Fontes de energia renovável*	145.238.482	7.418.763
Total	585.974.344	16.023.974

\* Biomassa e pequenas centrais hidrelétricas

Legais”, que tem como objetivo assegurar o cumprimento estrito de todos os requisitos em matéria de meio ambiente que sejam aplicáveis às empresas.

Não houve, em 2006, evolução significativa nas empresas do Grupo no Brasil quanto à implantação da norma, a partir de 2007 a área de Auditoria Interna Corporativa realizará análises periódicas de seu nível de cumprimento.

Em 2006, a Telefônica SP implantou o Comitê Estratégico de Saúde, Segurança e Meio Ambiente (SSMA), que tem o objetivo de assegurar a implementação de um modelo de gestão, alinhando suas estratégias com as demais empresas do Grupo no Brasil e também nos demais países.

### Requisitos ambientais para fornecedores

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

### Aspectos ambientais relevantes

Os aspectos ambientais mais relevantes estão relacionados ao consumo energético, à gestão de resíduos, ruído e ocupação do solo. Além disso, para os grupos de interesse, são relevantes as emissões eletromagnéticas e o impacto visual. No início de 2007, o Comitê Estratégico SSMA realizou um diagnóstico mais detalhado dos aspectos ambientais das atividades da Telefônica SP. A partir do resultado, serão estabelecidas as principais ações para reduzir esses impactos.

A geração de ruído nas centrais telefônicas – especialmente devido à utilização permanente de aparelhos de ar-condicionado – e também de fumaças dos geradores são dois aspectos ambientais relevantes por parte das infra-estruturas. Em 2006, a Telefônica SP deu continuidade ao trabalho já iniciado dois anos antes para melhorar o tratamento acústico em centrais telefônicas.

A produção de resíduos é uma consequência inevitável da atividade empresarial. Os resíduos associados à atividade da Telefônica são mais representativos por volume do que os procedentes de escritórios.

Em algumas situações, há a geração de resíduos que apresentam algum composto que os torna perigosos ao meio ambiente, como é o caso do descarte de baterias proveniente

de centrais telefônicas. No caso desses resíduos, é feito um controle para garantir sua correta destinação final. Em 2006, a Telefônica SP gerou 620.840 quilos desse tipo de resíduo considerado perigoso e outras 2.700 toneladas de resíduos não-perigosos, provenientes de operações e infra-estruturas.

### Consumo de energia, água e papel

O consumo energético é uma das principais preocupações ambientais da Telefônica, já que há uma necessidade de utilização desses recursos para alimentação das redes de telecomunicações. Em 2006, continuou avançando na implementação de programas de eficiência energética. Em 2006, o consumo de energia na Telefônica SP foi de 601.998.318 kWh (92% proveniente das operações).

O consumo de água no setor de telecomunicações é pouco significativo quando se compara com o de outras indústrias ou setores de serviços. Seu maior impacto consiste no consumo em escritórios e sistemas de climatização. Ainda assim, dada a importância da água para o meio ambiente, a Telefônica vem desenvolvendo diversas ações de conscientização para racionalizar o consumo e também de manutenção para evitar gastos desnecessários. Em 2006, o consumo de água na Telefônica SP foi de 1.068.658 litros, sendo que 115.212 – equivalente a 10,8% – foi gerado nos edifícios administrativos e o restante foi proveniente das operações.

O consumo de papel é outro aspecto ambiental importante na atividade da Telefônica. Do total consumido pela Telefônica SP em 2006, 90% foi destinado à impressão de contas telefônicas. A empresa deverá implantar em 2007 a *e-conta*, ou seja, a conta telefônica pela Internet em substituição à fatura em papel para o cliente que desejar. Ao final de 2006, 12,8 mil clientes já recebiam a conta telefônica por e-mail adicionalmente à conta em papel, mas por razões tributárias, a Companhia não podia eliminar o envio da conta impressa. Porém, a Telefônica aderiu ao projeto de Nota Fiscal Eletrônica em parceria com a Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo e deverá oferecer aos clientes a possibilidade de abrir mão da conta impressa.

Com a obrigatoriedade do envio da fatura impressa, o consumo de papel para essa finalidade manteve-se praticamente estável no ano de 2006 em relação ao ano anterior. A empresa tem realizado ações educativas buscando reduzir o consumo de papel nos escritórios, como é o caso do incentivo à impressão frente e verso. Por causa dessas ações, o consumo de papel em 2006 caiu 23% em relação ao ano anterior. Ao longo do ano de 2007, a Telefônica SP planeja substituir o papel convencional por papelaria reciclada para uso interno e realizar estudos para implantar essa mudança também nas contas telefônicas.



## O Grupo Telefônica contratou 3.547 fornecedores no Brasil em 2006, 41% a mais que em 2005

**O volume de compras chegou a R\$ 12,7 bilhões, sendo que 99,6% desse total foi contratado de fornecedores instalados no Brasil. O Grupo atua com seus fornecedores de maneira ética e responsável para promover os padrões laborais e a proteção ambiental na cadeia de abastecimento**

### Os fornecedores do Grupo Telefônica

O volume de compras contratado no ano de 2006 pelo Grupo Telefônica no Brasil chegou a R\$ 12.688 bilhões, registrando um crescimento de 17,5% em relação ao ano de 2005, quando o volume contratado havia sido de R\$ 10,798 bilhões. A quantia inclui a participação do Grupo Telefônica na Vivo e representou 25,3% do total contratado pelo conglomerado no mundo em 2006. Esse volume de compras foi contratado junto a 3.547 fornecedores.

Ao final do ano, 11.173 empresas estavam inscritas no catálogo de fornecedores do Grupo no Brasil. A Telefônica classifica suas compras em seis grandes linhas de produtos: infraestrutura, serviços e obras, produtos de mercado, sistemas da informação, publicidade e marketing e conteúdo.

### Satisfação de nossos fornecedores

Ao final de 2005, o Grupo Telefônica realizou uma primeira pesquisa de satisfação entre seus fornecedores, com abrangência mundial.

Os fornecedores opinaram o seguinte:

- Consideraram que a principal fortaleza do modelo é contar com um processo de compras ético e transparente.
- Valorizaram a implantação das ferramentas de comércio eletrônico porque aportam mais dinamismo e transparência às compras e favorecem a concorrência e a igualdade de oportunidades.
- Destacaram a ética e responsabilidade com que os compradores exercem seu trabalho e consideraram que esses profissionais contam com a capacidade necessária para avaliar aspectos técnicos.

No Brasil, a pesquisa contou com a participação de 612 fornecedores e o índice médio de satisfação foi de 6,9 (em uma escala de 0 a 10). O levantamento teve caráter confidencial e envolveu todos os fornecedores do catálogo.

Entre os aspectos que podem ser melhorados, estão a redução do tempo de negociação dedicado a cada processo de compra e o cumprimento dos prazos de pagamento acordados. No final de 2007, nova pesquisa será realizada.

### Modelo de Compras

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

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

Para garantir o cumprimento desses princípios e promover a eficiência, o Modelo de Compras da Telefônica está baseado em instrumentos metodológicos adaptados às particularidades dos diferentes negócios e países.

- Organização de compras coordenadas para liderar as relações com os fornecedores.
- Processos e normativas comuns, com mesas de compras por países. Atualmente, existem dez mesas de compras, sendo duas no Brasil (uma em São Paulo e outra no Rio de Janeiro).
- Sistemas de informação comuns, baseados no comércio eletrônico.

#### Transparência

O comércio eletrônico incrementa a transparência e a concorrência.

Inovamos constantemente nossos sistemas de relação com os fornecedores. As negociações e a formalização de compromissos, assim como o envio e recebimento de pedidos, protocolos de recebimento e faturas eletrônicas pela internet trazem mais eficiência ao processo.

O volume de compras negociado em 2006 através de comércio eletrônico no Brasil foi de R\$ 3,547 bilhões (contra R\$ 1,019 bilhão em 2005), correspondente a 4.404 processos de compras (3.231 em 2005).

## Distribuição das compras por linhas de produtos

Linha de produto	2005	2006
Produtos de mercado	32,6%	38,2%
Serviços e obras	33,2%	30,9%
Infra-estrutura	16,5%	17,5%
Sistemas de informação	10,7	9,1%
Publicidade e marketing	7,1%	4,2%
Conteúdo	-	0,1%
Nº de fornecedores	2.513	3.547

### Publicação de processos de compras na internet

Especificamente no Brasil, em cumprimento à resolução 155 da Anatel, a Telefônica SP deve anunciar publicamente todos os seus processos de compras de serviços de comunicação e aquisição de equipamentos com valor superior a R\$ 500 mil. Nessas condições, a empresa informa em sua página na internet a abertura de concorrência pública, incentivando a igualdade de oportunidades. Em 2006 foram realizadas 154 publicações.

### Igualdade de oportunidades

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

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

### Conflito de interesses

O Grupo Telefônica estabeleceu um Manual de Estilo que reúne os princípios e pautas que devem reger toda a atuação com os fornecedores, tais como Recebimento de presentes de fornecedores e benefícios pessoais obtidos em compras particulares.

## Compras responsáveis

As empresas do setor possuem amplas e complexas cadeias de abastecimento, caracterizadas por intrincadas relações entre compradores e fornecedores, já que uma mesma empresa é, por muitas vezes, compradora e também fornecedora. O Grupo Telefônica está desenvolvendo diversas iniciativas orientadas a implantar progressivamente práticas de responsabilidade corporativa na cadeia de abastecimento.

O Grupo Telefônica exige dessas empresas contratadas o cumprimento de toda a legislação trabalhista e também de acordos coletivos do setor. Em 2006, 1.181 fornecedores do Grupo Telefônica foram objeto de análise de questões

trabalhistas, que incluíram a verificação, por parte do Grupo, de documentos e orientações. Dessas empresas, 34 foram inspecionadas, tendo verificadas as condições de trabalho de seus empregados.

### Pagamento a fornecedores

Dentro dos critérios de contratação, são estipulados prazos mínimos de pagamento a fornecedores, que podem variar em função da natureza do bem ou serviço. No Brasil, esses prazos vão de 0 a 60 dias. Uma vez negociados os prazos de pagamento, a Telefônica se esforça para cumpri-los, já que o descumprimento abala a confiança de nossos fornecedores e pode provocar problemas financeiros a eles e reduz o poder de negociação da Telefônica com seus fornecedores no futuro.

O acompanhamento do cumprimento de prazos de pagamento no Grupo Telefônica é feito pelas unidades de Intervenção das empresas, que efetua o acompanhamento da gestão de faturas. Como resultado desse processo, do valor total contratado no Brasil durante o ano de 2006, 7% não foi pago dentro do prazo estabelecido com os fornecedores. Em relação ao volume total de faturas, o percentual de descumprimento foi de 6%.

### Responsabilidade da cadeia de abastecimento

O Grupo Telefônica atua com seus fornecedores de maneira ética e responsável para promover os padrões laborais e a proteção ambiental na cadeia de abastecimento.

Os Princípios de Atuação, aprovados em 2006, reforçam a posição adotada pela companhia em relação a seus fornecedores e sua disseminação na cadeia de abastecimento. Eles estão divulgados no Portal do Fornecedor, incluindo um canal para recebimento de perguntas e dúvidas. Também foi ampliado o questionário de registro de fornecedores para incluir perguntas relacionadas a esses Princípios.

Nas Condições Gerais para Fornecimento de Bens, exigimos o cumprimento por parte de nossos fornecedores da legislação vigente em matéria laboral, de segurança e saúde e meio ambiente. Entre todos os requisitos, os que serão cobrados com mais firmeza de nossos fornecedores são: não permitir o trabalho infantil nem o trabalho forçado, não aceitar condições de trabalho de risco para os trabalhadores nem consentir o trato desumano no trabalho e exigir o cumprimento da legislação ambiental.

## RELATÓRIO DOS AUDITORES INDEPENDENTES SOBRE O BALANÇO SOCIAL E AMBIENTAL

Aos Administradores e Acionistas da  
Telecomunicações de São Paulo S.A. – TELESP

1. Auditamos, com base nas normas de auditoria aplicáveis no Brasil, as demonstrações contábeis da Telecomunicações de São Paulo S.A. – TELESP, relativas aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2006 e 2005, não incluídas no presente relatório. Nossa auditoria foi efetuada com o objetivo de emitirmos uma opinião sobre as demonstrações contábeis tomadas em conjunto e, como resultado, emitimos parecer de auditoria sem ressalvas em 09 de fevereiro de 2007. As informações constantes do relatório do balanço social e ambiental estão sendo apresentadas para propiciar informações adicionais sobre a Companhia, apesar de não serem requeridas como parte das demonstrações contábeis.

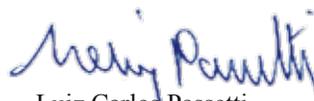
2. As informações constantes no relatório do balanço social e ambiental, identificadas como “revisadas”, foram sujeitas aos procedimentos de revisão, detalhados a seguir, conforme requerido pela Resolução do Conselho Federal de Contabilidade nº 1003 de 19 de agosto de 2004 que aprovou a Norma Brasileira de Contabilidade - NBC T 15 - Informações de Natureza Social e Ambiental. Esta revisão consistiu em um escopo substancialmente menor do que uma auditoria efetuada de acordo com as normas de auditoria aplicáveis no Brasil, objetivo da qual seria emitir uma opinião sobre o relatório do balanço social e ambiental e, conseqüentemente, não emitimos uma opinião sobre tais informações. Os procedimentos de revisão consistiram basicamente de: i) entrevistas junto a profissionais da Companhia para entendimento dos principais critérios e premissas utilizados na preparação do relatório do balanço social e ambiental; ii) análises de informações de arquivos eletrônicos extraídos dos sistemas de dados da Companhia e confronto, em base de amostragem, dessas informações com as informações contidas no relatório do balanço social e ambiental; iii) confirmação com fontes de informações externas, em base de amostragem, sobre dados contidos no relatório do balanço social e ambiental; iv) revisão, em base de amostragem, de contratos, acordos e outros documentos comprobatórios e confronto com as informações contidas no relatório do balanço social e ambiental; e v) análise dos principais processos e fluxos de informações que geraram as informações incluídas no relatório do balanço social e ambiental.

3. Baseados na revisão acima mencionada, não temos conhecimento de qualquer modificação relevante que deva ser feita no relatório do balanço social e ambiental da Telecomunicações de São Paulo S.A. – TELESP, relativo aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2006 e 2005, para que o mesmo esteja de acordo com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

4. As informações referentes a anos anteriores a 2005 e certas informações contidas no relatório do balanço social e ambiental não foram submetidas a procedimentos de auditoria ou revisão e estão sendo identificadas como “não revisadas”.

São Paulo, 14 de junho de 2007.

Ernst & Young  
Auditores Independentes S.S.  
CRC 2SP015199/O-6



Luiz Carlos Passetti  
Contador CRC-1-SP-144343/O-3-T-SC-S-SP

# Informe Anual de Responsabilidade Corporativa

Grupo Telefônica no Brasil

2006

Dê a sua opinião, por meio do endereço:

[respcorp@telefonica.com.br](mailto:respcorp@telefonica.com.br)

Os acionistas podem solicitar exemplares deste Informe pelo e-mail:

[ri.telefonica.br@telefonica.com.br](mailto:ri.telefonica.br@telefonica.com.br)

Além disso, encontram-se à disposição dos acionistas e do público em geral as informações exigidas pela legislação vigente.

## Edição

Diretoria de Comunicação Corporativa

## Fotografias de capa

Rogério Lacanna

## Fotografias internas

Carlos Della Rocca, Denis Ribeiro, Márcia Alves, Paulo Baretta e Arquivo Telefônica

## Produção gráfica e fotocomposição

Olho de Boi Comunicações

## Impressão

Panicrom

## Agradecimento

Aos empregados que ilustram a capa desta edição:

Caio Eduardo Cavani de Almeida

Claudia Cristina Tazitu

Viviane Viana Pereira



Data de publicação: Junho de 2007



Grupo Telefônica no Brasil  
Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2006

[www.telefonica.com.br/informe/2006](http://www.telefonica.com.br/informe/2006)  
Comentários sobre o Informe: [respcorp@telefonica.com.br](mailto:respcorp@telefonica.com.br)



FTSE4Good



Dow Jones  
Sustainability Index



THE GLOBAL  
COMPACT