

COP  
2010



tigô



# Segunda Comunicación de Progreso

**TELECEL S.A.**

Av. Zavala Cue esq. Artillería, Fernando de la Mora, Paraguay.

**REPORTE 2010:** Noviembre de 2009 a Diciembre de 2010

**Comunicación de Progreso anterior:** Noviembre de 2009

**Ciclo de elaboración de memorias:** Anual

## **Contactos**

Principal: Mariana Flecha - [mariana.flecha@tigo.net.py](mailto:mariana.flecha@tigo.net.py)

Asistencia: Camila Varela - [camila.varela@tigo.net.py](mailto:camila.varela@tigo.net.py)

Laura González – [laura.gonzalez@tigo.net.py](mailto:laura.gonzalez@tigo.net.py)

Página Web: [www.tigo.com.py](http://www.tigo.com.py)

# Carta de apoyo continuo

Basándonos en el compromiso con nuestros colaboradores, con cada uno de nuestros clientes, con la sociedad toda y con el medio ambiente, ponemos a disposición de la comunidad la **Comunicación de Progreso 2010**.

En la misma reflejamos nuestras políticas corporativas, enmarcándonos en los **diez Principios del Pacto Global**, y reafirmando así nuestra adhesión y compromiso por invertir en la sostenibilidad del país y por seguir apostando a prácticas sustentables como empresa responsable.

Hace 19 años iniciamos nuestra labor como una empresa paraguaya marcando una nueva etapa de desarrollo económico e innovación tecnológica en nuestro país. Hoy somos parte de la compañía global **Millicom International Cellular S.A.**, lo que nos lleva a un constante esfuerzo para materializar la sustentabilidad de nuestra empresa en un profundo compromiso de ser "Social y Ambientalmente Responsables".

En el ámbito de nuestros *colaboradores*, priorizamos el clima laboral, la formación continua en diferentes áreas y el equilibrio entre la vida personal y el trabajo, con el objetivo de estar entre las mejores empresas donde las personas se desarrolle integralmente como profesionales.

Nuestro compromiso con la *comunidad* se refleja principalmente en generar valor en la educación, con el gran desafío de incorporar la tecnología en pos de la calidad educativa de nuestro país, logrando así la accesibilidad para todos y todas.

En lo que respecta a nuestros *clientes*, buscamos optimizar nuestra atención generando nuevos canales de interacción, innovando los productos y servicios ofrecidos y ampliando nuestra cobertura y calidad de red. Por otra parte, acompañamos su satisfacción siendo responsables con nuestras comunicaciones institucionales y asegurando la confidencialidad de sus datos.

Finalmente, alineamos nuestra gestión a prácticas amigables con el *medioambiente*, optimizando nuestros procesos y acompañando iniciativas que conlleven a una mayor conciencia sobre el cuidado y respeto al medioambiente, tanto a nivel interno como externo de nuestra empresa.

Todas estas acciones, son socializadas y comunicadas entre nuestros diferentes públicos, incluyendo a nuestros proveedores con quienes mantenemos un código de conducta, enmarcando todas nuestras interacciones en la Responsabilidad Social Empresaria.

En resumen, nos sentimos orgullosos de los esfuerzos realizados y de los logros obtenidos en este proceso de convertirnos en una empresa más responsable. Comprometidos con esta labor, apostamos a través de nuestras políticas e innovaciones, a un mayor crecimiento sostenible y rentable para todos.



**Pablo Moscatelli**  
CEO

# Perfil Institucional

El inicio de nuestro negocio ha marcado una nueva etapa del desarrollo tecnológico y económico de nuestro país. Hemos nacido como la empresa paraguaya **TELECEL S.A.** y hoy somos parte una compañía global, Millicom International Cellular S.A., que se ha convertido en un grupo exitoso gracias a su estrategia de negocios desarrollada en países de economías emergentes con alto potencial de valor.

**TIGO** es una denominación comercial que opera en el rubro de telefonía celular y banda ancha y se ha convertido -en corto tiempo- en sinónimo de éxito y en la punta de lanza de un exitoso modelo de negocios. Tigo es una marca joven, cálida, dinámica y alegre que recoge atributos tales como accesibilidad, ubicuidad y vivacidad.

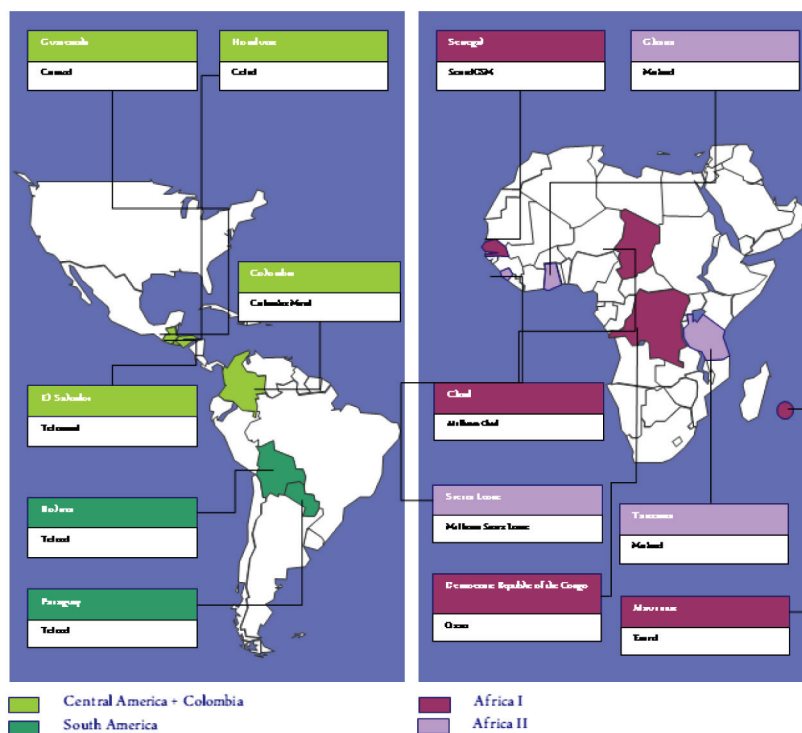
Contamos con 16 operaciones en diferentes países de Asia Sur-Occidental, Asia del Sur, América Central, Sudamérica y África. Las operaciones de Tigo conectan aproximadamente a 13 millones de personas alrededor del mundo.

África: Chad – Congo – Ghana – Mauritius – Senegal – Sierra Leona – Tanzania

Asia: Cambodia – Laos – Sri Lanka

Latinoamérica: Bolivia – Colombia – El Salvador – Guatemala – Honduras – Paraguay

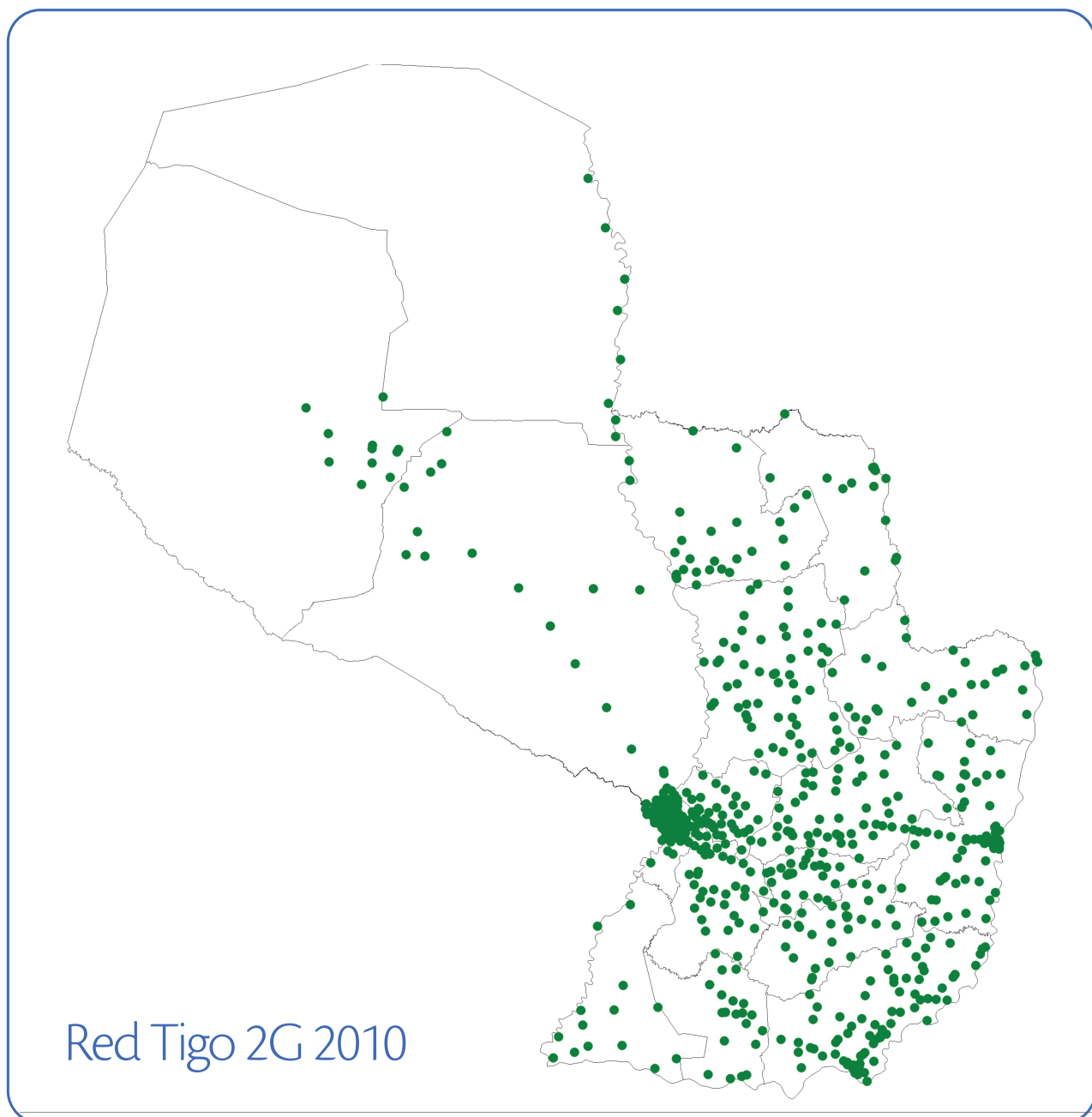
## OPERACIONES

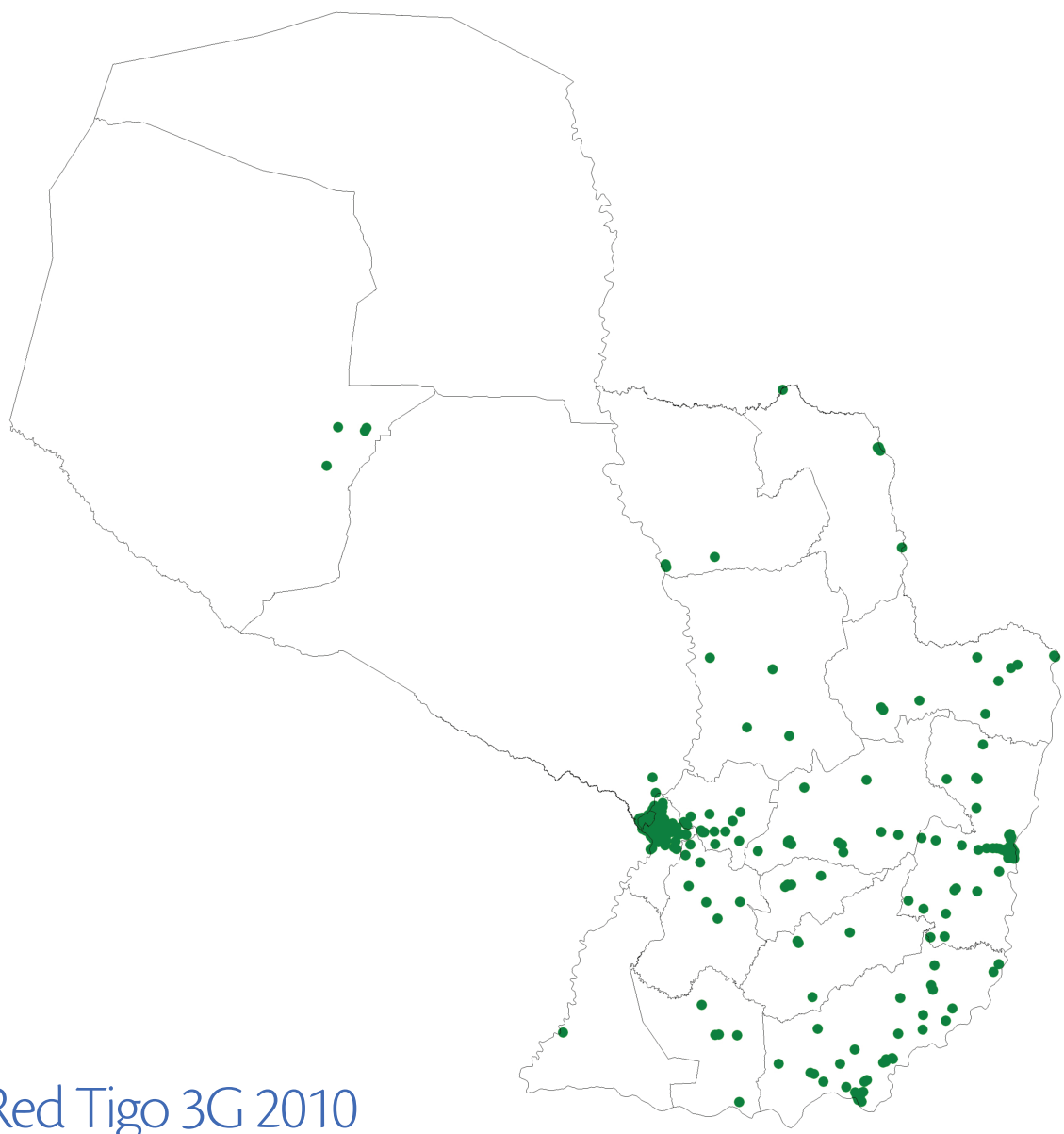


En Paraguay, contamos con 28 sucursales y centros de atención a clientes, abarcando 20 localidades en 8 Departamentos del país.

Además, somos la empresa líder en telecomunicaciones ya que son más de 3.000.000 de paraguayos y paraguayas las que nos eligen.

# Mapas de cobertura de red





Red Tigo 3G 2010



# Reseña histórica

Nacimos un 27 de agosto de 1992, bajo el nombre de Telecel S.A., con unos pocos empleados entusiastas, asumimos la desafiante tarea de conquistar a los clientes con una cobertura que cubría solo Asunción y Gran Asunción.

Paralelamente al proceso de apertura a la competencia del mercado de la telefonía celular en el país, inauguramos la Era de la Información con la marca TELESURF en 1999, fusionando la tecnología de Internet y la Telefonía Celular, y al poco tiempo de su creación nos convertimos en líderes en la provisión de servicios de datos.

Desde entonces, hemos sido testigos y protagonistas de muchos cambios, de acontecimientos importantes que hacen a la vida de un país y, por otra parte, también hemos vivido distintas etapas y situaciones que supimos capitalizar para el crecimiento y la evolución de nuestro negocio.

Hoy ya no somos los mismos que 18 años atrás, hemos evolucionado y también hemos llevado a otro nivel el concepto de las telecomunicaciones. Hoy, para nosotros, comunicar no solo consiste en la posibilidad de conversar o transmitir informaciones, sino la posibilidad de integrarse al inmenso mundo de la información, de las interacciones sociales en casi todos sus niveles. No sólo vendemos servicios de telecomunicaciones, sino una amplia gama de soluciones de comunicación y de acceso a servicios informativos.

Pero la marca Tigo, que fue lanzada primeramente en Paraguay, trascendió más allá de nuestra frontera y se diseminó entre todas las operaciones de Millicom International Cellular S.A. (MIC), principal accionista de nuestra empresa, con un rotundo éxito.

Somos conscientes del rol empresarial que tenemos en cooperar para un mayor desarrollo de este maravilloso país. Apoyamos fuertemente a la mejora de la educación, pues entendemos que niños formados tienen mejores oportunidades para sus vidas y también brindan un mejor futuro al país. También apoyamos proyectos relacionados a la salud y el bienestar así como a la inclusión social y laboral. Nuestro programa de Responsabilidad Social no sólo responde a la estrategia de nuestro negocio sino que también considera los aspectos más críticos para el desarrollo del país.

En Tigo contamos con los mejores profesionales de Paraguay, comprometidos, honestos, trabajadores incansables, que día a día demuestran fuertemente el significado de pertenecer a Tigo, y desde aquí al igual que nuestra marca, varios compatriotas salieron de Paraguay y ocupan puestos gerenciales en las operaciones hermanas en países de Latinoamérica y otros continentes.

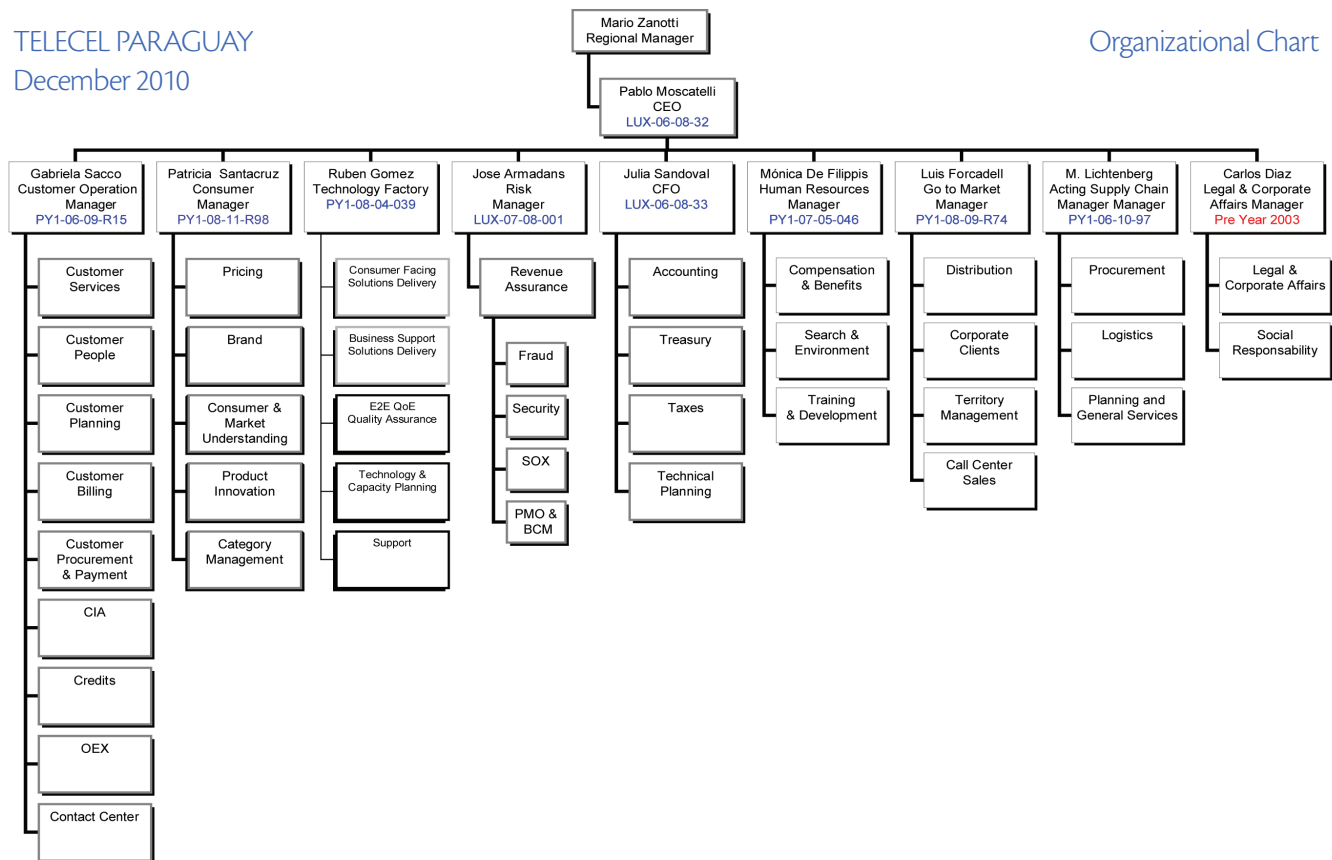
Nuestra empresa ha estructurado una nueva estrategia de trabajo: pasar de ser una empresa enfocada al producto, a un negocio sostenible con foco en el CONSUMIDOR.

Nuestro compromiso de que cada habitante de nuestro país tenga acceso al servicio de las telecomunicaciones, sigue a paso firme... y cada día que pasa, seguimos creciendo y SOÑANDO en que vamos a lograrlo.

# Organigrama

TELECEL PARAGUAY  
December 2010

Organizational Chart



Descripción de las Modificaciones: sin modificaciones.			Pág. 1 de 27
Proyectado por	Aprobado por	Aprobado Por	Aprobado Por
Patricia Ramirez Tigo People Staff	Mónica De Filippis. Tigo People Manager	Pablo Moscatelli CEO	Presidente del Board de Directores





Nuestros proyectos e iniciativas a largo plazo...  
**Nuestra Visión:**

Gente disfrutando del acceso a su mundo. Un mundo donde los servicios móviles son económicos, accesibles y disponibles en todos lados y para todos.



Como ejecutamos nuestros proyectos...  
**Nuestra Misión:**

Proveerserviciosapersonasquequieranmantenerse en contacto con sus comunidades, mantenerse informada y entretenidas, permitiéndoles expresar sus emociones y mejorar sus vidas.

Ofrecemos servicios económicos con una amplia cobertura, fáciles de adquirir y usar. Nos enfocamos constantemente en conocer y exceder las expectativas de nuestros clientes en desarrollar una marca de prestigio social.

## Valores



**Integridad**

- Actuamos con transparencia, honestidad y lealtad.
- Seguimos las reglas.
- Somos responsables de nuestras acciones.
- Estamos comprometidos con la Ética.



**Respeto**

- Valoramos las contribuciones de los demás.
- Tratamos a todos con dignidad.
- No discriminamos.
- Escuchamos.



**Pasión!**

- Somos positivos.
- Estamos comprometidos con la ejecución y los resultados.
- Somos innovadores y creativos.
- Somos entusiastas.
- Somos valientes.



Productos



## Telefonía móvil

En los últimos años hemos ampliado nuestra red de transmisión a nivel nacional, potenciando la capacidad y disponibilidad de los servicios que brindamos, liderando en cobertura nacional, llegando a más de 450 localidades y algunas donde solo Tigo ofrece los servicios de telefonía celular y transmisión de datos, solo por mencionar algunos ejemplos.

Tigo es fuente directa de trabajo para 2.160 personas. El empleo indirecto generado por nuestras operaciones impacta a más de 30.500 Puntos de Ventas en todo el país (equivalente a unas 30.000 familias).

La contribución al desarrollo social también está dada por nuestra presencia en comunidades de menos de 1.000 habitantes en las que el retorno de la inversión es muy lento pero el impacto social es grande. Actualmente estamos presentes en 90 localidades con esas características, generando además empleo o ingresos adicionales a través de más de 950 Puntos de Venta y 19 distribuidores.



## Internet y Transmisión de datos

Tigo ofrece además el servicio de Internet y Transmisión a través de los siguientes productos:

- Wireless y Fibra Óptica para clientes Home y Pymes. A través de los mismos, brindamos servicios On line a Bancos, Financieras y Entidades de Gobierno a nivel país.
- Internet Móvil TIGO

Recientemente hemos facilitado el acceso a Internet a más personas con el lanzamiento de nuestros servicios a través del Blackberry y del Smartphone.

Actualmente, para el servicio de Internet y Transmisión de datos en general tenemos cobertura en 398 localidades de todo el país, con más de 160.000 clientes.



Servicios inclusivos



## Servicios Financieros

En muchos países en desarrollo los servicios financieros tradicionales no son accesibles para una parte importante de la población, especialmente para los que cuentan con pocos recursos, o viven en zonas rurales o poco pobladas. Existen estudios y opiniones de organismos internacionales que afirman que el acceso a los servicios bancarios es necesario para reducir la pobreza y permite a los pobres asegurar un poco más su futuro.

La búsqueda de nuevas formas de realizar estas transacciones que reduzcan su coste y estén disponibles para sus posibles usuarios ha llevado a pensar en los teléfonos móviles, que son dispositivos muy extendidos (incluso en zonas rurales o poco pobladas) y a los que las personas ya están acostumbradas.

La banca móvil se ha comenzado a utilizar en algunos países en desarrollo con gran éxito, como en Filipinas donde hay ya millones de usuarios de servicios financieros basados en los móviles. En Latinoamérica, se prevé que el desarrollo de la banca electrónica por un lado, y la expansión de la telefonía móvil, por otro, evolucione también hacia una progresiva oferta de servicios bancarios vía móvil.

En nuestro país existen 238 distritos, en más de 100 de ellos no existen instituciones Financieras, Bancos o redes de Pagos, muchos de ellos agrupándose incluso en los departamentos de mayor índice de pobreza del país. Tigo se expande hoy a esas zonas a través del desarrollo de servicios financieros como:

### ● Giros Tigo

Este servicio nace con el propósito de satisfacer la demanda de clientes con la necesidad de remitir sumas de bajas denominaciones y varias veces al mes, penetrando por lo tanto no solo el mercado formal sino en gran medida el informal.

Poseemos una red de más de 600 puntos alrededor del país cubriendo más de 170 distritos, muchos de ellos ubicados en zonas remotas con baja o nula penetración bancaria. En corto plazo estaremos abarcando todos los distritos del país.



## ● Tigo Cash

Tigo Cash nace con el fin de brindar a nuestros clientes la posibilidad de realizar pagos de servicios y/o productos a través del celular. Utilizando la tecnología USSD los comercios a través de teléfonos incluso de baja gama pueden cobrar a sus clientes quienes a su vez pueden almacenar su saldo electrónico en una billetera independiente al saldo para hacer llamadas al cual se accede desde el celular con el PIN correspondiente.

El servicio no genera dinero, sino que es una forma de pago, una herramienta que facilita y desplaza la necesidad del manejo del dinero en efectivo, por la opción de saldo electrónico de manera fácil y segura. El menú ofrece además la posibilidad de realizar pagos remotos de servicios básicos un valor agregado que sin lugar a dudas será uno de los servicios más utilizados a futuro con un proceso de educación y afianzamiento adecuado.



*“En Paraguay solo un 20% de la población tiene una cuenta bancaria, los principales valores percibidos por nuestros clientes son el ahorro y la inmediatez. Se han generado además nichos de personas quienes antes no realizaban Giros de dinero, hoy reconocen que el costo del traslado y el tiempo pueden valer mucho más que el costo de nuestro servicio.”* **Rafael Cabral – Finance Business Unit Manager.**

## ● Banca Móvil

Este servicio permite a los clientes bancarios acceder a todos los servicios en forma remota y segura desde cualquier lugar del país las 24 hs. del día, a un bajísimo costo. Además de consultas varias sobre sus cuentas, se pueden realizar las siguientes transacciones:

- Pago de servicios
- Pago de cuotas de préstamo.
- Pago de tarjeta de crédito.
- Compra de saldo



Nuestro compromiso  
con la construcción  
de valores.



# Código de Ética

Ser una empresa ética es uno de los pilares estratégicos del Grupo MIC. La Compañía practica un Código de Ética como herramienta para las personas y empresas de modo a integrar en su actuar diario y dentro de la visión de negocios, los principios de la empresa, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Integrando así los valores y principios corporativos que delinean los principios básicos de ética comercial y ciertos requisitos legales, con respecto a sus grupos de interés, aplicados a todos los empleados y directores de MIC.

Tigo en su código de ética establece el derecho a la libertad de expresión, la no discriminación por diferencias de color, religión u otro factor.

Internamente el mismo es ampliamente comunicado y socializado, de manera tal que los empleados y directores estén suficientemente familiarizados y comprometidos con el mismo y apliquen estos principios y políticas, en la ejecución de sus deberes diarios.

El mismo se encuentra comunicado internamente a través de intranet y el link de acceso es: <http://svr-tigo172/centrodedocumentacion/Manuales1/Forms/AllItems.aspx?RootFolder=%2Fcentrodedocumentacion%2FManuales1%2FTigo%20People%2FManual%20del%20empleado%20%28politicas%20locales%29%2FC%C3%B3digo%20de%20Etica&FolderCTID=0x012000187A6B039FDF8C49A6C03F47D3DBD428&View={6ED9D430-DB2C-414A-BBC4-776293E910F8}>

Así Tigo promueve estas prácticas de modo a garantizar un comportamiento ético y responsable en el desarrollo de su actividad, más allá incluso del obligado cumplimiento de la ley, guiando la conducta de la compañía y de las personas que la integran.

## Pacto Ético Comercial:

Telecel S.A. para su marca Tigo, es una de las empresas pioneras en la adhesión al Pacto Ético Comercial (PEC), iniciativa privada que promueve la incorporación de un Programa de Ética.

Con la elaboración, desarrollo e implementación de este programa la empresa aprende cómo influir dentro de su contexto pertinente constructivamente, desarrollar su cultura organizativa, mejorar su rendimiento comercial, contribuir al capital social de su comunidad y trabajar con los líderes de la comunidad para fomentar el desarrollo de un marco legal orientado hacia el mercado y las instituciones judiciales seguras.

Con el reconocimiento y promoción de principios y valores éticos en las relaciones comerciales, y compromete a las empresas adheridas a trabajar en una propuesta integral de ética empresarial, creando una transformación cultural y contribuyendo de esa manera a la formalización del sector privado.



## Red Pacto Global:

En Paraguay, Tigo se encuentra adherido al Pacto Global de las Naciones Unidas, apoyando y llevando a la práctica en nuestros ámbitos de influencia, valores fundamentales en Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

Nuestro compromiso con el respeto a los Derechos Humanos se proyecta en nuestra relación con nuestros distintos públicos de interés.

*En nuestro afán de ir mejorando continuamente como empresa, hemos asumido diferentes compromisos e implementado nuevas acciones las cuales reflejaremos a continuación enmarcándolas en los diez principios del Pacto Global.*



### PRINCIPIO N° 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

### PRINCIPIO N° 2

Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.



## Compromiso

TIGO se ha caracterizado por el respeto a los derechos humanos de los trabajadores, desarrollando sus actividades no sólo dentro de los parámetros de la ley y el respeto a la justicia, sino generando acciones que signifiquen un valor agregado a sus colaboradores. Nuestra empresa cumple con las requisiciones legales de seguridad social, normas laborales y derechos de los trabajadores, a fin de ofrecer un espacio profesional digno y sustentable para el 100% de nuestros colaboradores.

## Acciones

- Contamos con un **Código de Ética** vigente desde el 2005, el cual está sujeto a un plan específico de difusión y formación que incluye al 100% de los colaboradores de TELECEL, en todas sus sucursales y a través de todos los medios disponibles.
- Dentro del Código de Ética, en la sección **“Responsabilidades en el lugar de trabajo”**, está claramente expresado la política de la empresa en lo que respecta a un ambiente libre de intimidación y acoso; se especifican los tipos de acoso y/o discriminación entre las personas, los medios, las sanciones a aplicar y el modo de proceder en caso de ser víctima.
- Contamos con un centro de entrenamiento propio denominado **Tigo Talent School** creado en el año 2008 a instancias de MILLICOM, como una respuesta a las distintas necesidades identificadas entre los colaboradores fijos y temporales de la empresa. En el mismo se desarrollan actividades de formación durante todo el año, en temas como: habilidades técnicas específicas para el cargo y competencias blandas para el desarrollo del colaborador.
- En cuanto al **crecimiento profesional** dentro de nuestra corporación, existe una *Evaluación de Desempeño anual* para todos los empleados y un sistema de *Capacitación anual* el cual se registra formalmente. También cuentan con un *Plan de Carrera* lo que permite que cualquier funcionario acceda a una promoción profesional y también pueda aplicar a puestos internacionales dentro de la compañía Millicom.
- Ofrecemos **Jornadas de Salud** a través de programas de capacitación con información recibida del Ministerio de Salud y profesionales médicos que vienen a la entidad (temas como influenza, dengue, toma de presión, glicemia y peso corporal, etc.). Esto se realiza en forma parcial con el objetivo de a corto plazo llegar al 100% de los funcionarios.
- Conscientes de las necesidades derivadas de cada puesto de trabajo, aseguramos la plena seguridad y disposición de insumos necesarios para ejercer las funciones de cada colaborador. Tenemos implementados **sistemas de salubridad y seguridad** en lo referente a prevención de incendios, espacios físicos y ergonomía (muebles y espacios). Según el puesto de trabajo, otorgamos a todos los funcionarios los elementos necesarios para desarrollar sus actividades laborales con seguridad y bienestar (ej: en depósito cuentan con guantes y cascos protectores; en el call-center por el tipo de trabajo, hay limitación de horas en el uso de auriculares y se estipulan horarios de descanso).
- Además, en cada piso de las oficinas contamos con un **“Brigadista”** capacitado y entrenado para responder a las emergencias dentro del lugar de trabajo. Para su rápida identificación, cuenta con un chaleco distintivo en su silla de trabajo.

- La inclusión es un factor prioritario para nuestra empresa, por lo que contamos con instalaciones adecuadas para personas con discapacidad: accesos a la estructura edilicia, accesos a los baños, señaléticas en sistema braille, entre otros. También como política interna en las oficinas, hemos determinado que **mujeres embarazadas y personas con discapacidades**, tendrán sus puestos de trabajo en la planta baja del recinto, a fin de facilitar su desempeño y brindarles un espacio óptimo de trabajo acorde a sus necesidades.
- Con respecto a las **políticas de maternidad**, la empresa obsequia por maternidad, paternidad o adopción, la suma de U\$ 100 por cada hijo/a además de un regalo para el bebé. El permiso de paternidad es de 5 días hábiles (2 días más de lo establecido por ley), y el permiso de maternidad es de 90 días corridos (45 días más de lo establecido por ley). En periodo de permiso de maternidad IPS establece que los trabajadores cobrarán sólo 50% de su sueldo, sin embargo en Tigo pagamos el 100% y en IPS se gestiona el 50% como un pago extra, es decir, se goza del 150% del sueldo.
- En el periodo de amamantamiento, las mujeres cuentan con 2 horas diarias de permiso hasta los 6 meses del recién nacido (1 hora diaria más de lo que establece la ley). Las mismas pueden ser utilizadas conforme a su criterio. Además ofrecemos un servicio de enfermería para embarazadas.
- En caso de **fallecimiento** de padres, conyuges, hijo y hermanos, la empresa da una ayuda social de U\$ 100 y 5 días hábiles de permiso (2 más de lo que establece la ley).
- Con respecto al **seguro médico** para colaboradores, la empresa abona el 55% del servicio médico familiar privado.
- Por **casamiento**, la empresa regala U\$ 200 a sus colaboradores, 5 días hábiles de permiso (2 días más de lo establecido por ley) y un regalo.

## Mediciones

Con el objetivo de que nuestros colaboradores tengan un crecimiento profesional acorde al esfuerzo y a los logros alcanzados en sus gestiones, en el año 2009 y 2010 se realizaron ascensos y promociones internas, como se detalla a continuación:

### Cantidad de ascensos y promociones en la empresa

2009: 65
2010: 90
Total: 155

### Los índices de rotación del año fue el siguiente:

Índice de rotación
Promedio 2009: 17,9 %
Promedio 2010: 10,4 %

**Jornadas de Salud:** en el año 2010 se desarrollaron alrededor de 10 Jornadas de Salud en diferentes departamentos de manera aleatoria, impactando a un 40% de la organización. Se incluyeron charlas de prevención por calificados profesionales de la Salud.

**Tigo Talent School:** hasta la fecha se han entrenado a más de 4.000 colaboradores. La apuesta que TIGO Paraguay realiza en la formación de sus colaboradores se ve reflejada en el hecho de que hasta el 2010 suman más de 30 personas las que han salido fuera del país para ocupar posiciones claves en distintos países donde opera Millicom. Convirtiéndose así en una de las empresas paraguayas que más profesionales ha enviado al extranjero.



### PRINCIPIO N° 3

Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

## Compromiso

Las personas son el activo más importante de nuestra empresa, por lo que es nuestra prioridad generar espacios de coparticipación no sólo a nivel interno con nuestros colaboradores sino también con nuestros clientes.

## Acciones

- Nuestra empresa realiza periódicamente “**REUNIONES DE LÍNEA**” con los Gerentes, y en ella participan los empleados para expresar sus opiniones, sentimientos y comentarios hacia todos los aspectos de la empresa en general. Se toman los correctivos para las mejoras del ambiente de trabajo.
- Se presta especial atención a los funcionarios del Call Center y Atención al Cliente, donde los Supervisores están abocados a generar **programas de motivación** para ellos, de modo a asegurar una excelente atención a los clientes.
- No cuentan con un sindicato, pero si con una **Asociación de empleados** cuyo beneficio se basa principalmente en la financiación de productos tigo (remeras, kepi, bolsos, etc.). Así también en caso de que tengan problemas de salud personal o familiar u de otra índole, existe una ayuda solidaria por parte de los miembros.

## Mediciones

En el año 2010, se realizaron 8 reuniones de línea con colaboradores de 5 Departamentos:

- Legal & Corporate Affairs: 5 colaboradores
- Marketing: 30 colaboradores
- Costumer Service: 40 colaboradores
- Information & Tecnology: 15 colaboradores
- Tecnical Operation: 20 colaboradores

En lo que respecta al Call Center todos los viernes se realizan actividades que involucran a 250 colaboradores como: traer a alguien famoso; decoraciones alusivas a fecha importantes (partidos de la albirroja, clásicos de clubes, día del niño, día de los enamorados, día de las peladas) y competencias de talentos.



#### PRINCIPIO N° 4

Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.

#### PRINCIPIO N° 5

Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.



## Compromiso

Respetamos las normas laborales estipuladas por Ley y complementamos con beneficios para nuestro recurso humano a fin de lograr una excelente calidad laboral.

En la empresa está prohibido realizar contrataciones a menores de edad, por lo tanto este elemento es fundamental en el momento de reclutamiento de un candidato.

## Acciones

- TELECEL maneja para cada empresa el **reglamento interno de trabajo** que regula las jornadas y los horarios laborales, basándose en el Código Laboral de la República del Paraguay. Se estipulan todos los horarios posibles para que los supervisores puedan organizar sus departamentos cumpliendo las regulaciones de la ley.
- Las **horas extras y los recargos de jornadas** extraordinarias debidamente autorizadas son **remuneradas**.
- Todos los años se hace la **programación anual de vacaciones**, de manera que los colaboradores tengan su descanso obligatorio. El pago y la acumulación de las vacaciones esta estrictamente prohibido.
- Se cuentan con **programas regulares de información y comunicación del Código de Ética**, que alcanza al 100% de los funcionarios directos e indirectos.
- Se cuenta con un **Código de Conducta con los Proveedores** donde está claramente especificado la prohibición de contratar a niños para el trabajo.
- La empresa Tigo realiza anualmente la encuesta **Great Place to Work® Model©** la cual evalúa si la corporación cuenta con las condiciones necesarias para obtener el reconocimiento de ser una de “las mejores empresas para trabajar” en el Paraguay.

## Mediciones

- Nuestra empresa valora el trabajo y esfuerzo de sus funcionarios, respetando el cumplimiento de remuneración por las horas extras trabajadas.
- En concepto de horas extras en el periodo 2009-2010 se pago Gs. 47.239.121.
- Todas las vacaciones fueron usufructuadas por los colaboradores, por lo que no se registran pagos en conceptos de vacaciones conforme a la política de la Empresa.
- En el personal de nuestra empresa no existen empleados menores de edad.

**BENEFICIOS EXTRAS PARA COLABORADORES:** como valor agregado a nuestras políticas laborales, hemos creado una serie de beneficios que contribuyan al clima organizacional.

- En lo que respecta a la **formación académica de nuestros colaboradores**, los que se encuentran realizando estudios técnicos y/o universitarios, cuentan con 3 días de permiso anualmente sin perjudicar su remuneración mensual.
- También proveemos **financiación en educación** para cursos de post grado (sin cobro de interés en cuotas hasta 24 meses). Tenemos convenios con universidades como la Universidad Americana, Universidad del Pacifico, MAE-UCA, Ingeniería UNA entre otros, así como la subvención parcial de cursos de idiomas. Esta inversión pretende potenciar la eficiencia y productividad de la organización a fin de lograr ventajas competitivas con colaboradores mejor formados.
- **Subsidio alimenticio:** la empresa provee una bonificación de Gs. 144.000 al mes aplicado a todos los colaboradores (excepto Gerentes y Subgerentes), para cubrir los gastos de alimentación durante los días de trabajo. También se cuenta con un espacio adecuadamente acondicionado para el almuerzo.
- **Gastos escolares:** Todos los colaboradores (excepto los Gerentes y Subgerentes) gozan de un beneficio de Gs. 120.000 por hijo en edad escolar (entre 5 y 18 años) a través del sistema Tigo Cash para la compra de los útiles escolares en el mes de febrero.
- Uno de los aspectos que la empresa atiende a través de su departamento de Recursos Humanos es el equilibrio entre la vida personal y el trabajo. En el año 2010 se han implementado iniciativas como las **Jornadas Flexibles**. Una vez al mes cada colaborador puede retirarse a partir del mediodía, coordinándolo previamente con su supervisor. Además, se han establecido acuerdos internos de no marcar reuniones

más tarde que las 16:30 hs. como también de no enviar mails después de las 20hs. Estas Jornadas Flexibles han impactado positivamente en todos los colaboradores lo cual permitió obtener una medición cualitativa ya que mejoro el “life balance” y la percepción del Departamento de RRHH (Tigo People Department); no contamos con mediciones cuantitativas aún.

- Todos los colaboradores cuentan con 1 día libre para la fecha de su **cumpleaños**, además de un regalo por parte de la empresa.
- También se han realizado actividades de ejercicios en las oficinas y **promoción para adoptar hábitos alimenticios saludables**. Parte del esfuerzo para promover una vida sana constituyen los **torneos deportivos** que se realizan cada año, con una gran participación de los colaboradores. Esta actividad también favorece la integración y el mayor acercamiento entre compañeros. Aproximadamente 1.040 personas han participado en el torneo deportivo 2010. Las modalidades fueron fútbol masculino y femenino y ping pong, conformándose así 25 equipos de mujeres y 38 equipos de hombres.
- **Promociones de ahorro:** la empresa ofrece a sus colaboradores descuentos especiales tanto para la compra de teléfonos celulares como para la adquisición de servicios. Además, puedes adquirir líneas celulares “plan familia” con precios especiales.
- En **fechas especiales** se realizan concursos cuyos premios son cenas, regalos, etc. además de compartir comidas en acontecimientos puntuales como productos típicas en Semana Santa, San Juan, entre otros. Para el día del padre y la madre, los colaboradores envían fotos de sus hijos al Tigo People Department para hacerles un homenaje. Para el día del niño, la empresa invitó a todas las familias a una función gratuita del Circo Rodas, y para el aniversario de la empresa han organizados brindis para el 100% de los colaboradores como así también para la fiesta de despedida del año donde además sortean premios importantes.
- Otro beneficio a destacar es la posibilidad de **vestir ropa informal de verano** (bermudas y zapatillas) los viernes del mes de Enero.
- **Masajes:** algunos viernes del año, la empresa ofrece servicios de masajes relajantes a sus colaboradores sin costo alguno.





## PRINCIPIO N° 6

Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.



## Compromiso

Somos una corporación inclusiva en todos los aspectos apuntando al crecimiento profesional de nuestros colaboradores.

## Acciones

- Todos nuestros colaboradores cumplen con el debido proceso de selección de personal establecido por la empresa. Dicha selección se basa en aspectos académicos y en los méritos que cada individuo posee acorde al perfil de la vacante que se ofrece.
- Las posiciones vacantes se publican llegando al 100% de colaboradores internos directos e indirectos, y mensualmente se tiene un registro de movimiento interno de los colaboradores en diferentes posiciones.
- El sistema salarial se basa en un sistema de méritos y la escala salarial existente está enmarcada según las posiciones y funciones.
- Se practican evaluaciones anuales a todos los colaboradores internos directos, donde se identifican sus metas profesionales.

## Mediciones

- N° de personas con discapacidad en la empresa: 2 (discapacidad visual; trabajan en atención telefónica al cliente).
- Salario promedio mensual de personas con discapacidad: Gs. 1.600.000
- Porcentaje de personas con edad superior a 45 años: 4%
- Porcentaje de mujeres en relación al total de empleados: 31,73%
- Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles: 23,72%
- Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles: 3,96%
- Salario promedio mensual de mujeres en cargos ejecutivos: Gs. 7.372.994
- Salario promedio mensual de hombres en cargos ejecutivos: Gs. 7.372.994

- Salario promedio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura: Gs. 7.244.250
- Salario promedio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura: Gs. 7.372.994.
- Cantidad de ascensos y promociones en la empresa: Total 2009: 65 / Total 2010: 90
- Porcentaje de trabajadores tercerizados en relación al total de trabajadores de la empresa: 28,81%

#### DEL UNIVERSO DE ESTOS TRABAJADORES TERCERIZADOS (2010)

- Porcentaje de mujeres en relación total de trabajadores tercerizados: 38,80%
- Porcentaje de personas con discapacidad: 0%
- Porcentaje de personas mayores de 45 años: 0%

#### EN ESTE UNIVERSO DE TRABAJADORES TERCERIZADOS (2010)

- Remuneración media mensual de las mujeres: Gs. 1.856.000
- Remuneración media mensual de los hombres: Gs. 1.825.000

NUMERO DE COLABORADORES TERCERIZADOS QUE PASARON A FORMAR PARTE DEL PLANTEL TELECEL S.A.: 39 colaboradores de 81 ingresos.



#### PRINCIPIO N° 7

Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.

#### PRINCIPIO N° 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

#### PRINCIPIO N° 9

Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.



## Compromiso

Tigo se ha tomado muy en serio el cuidado del medioambiente a nivel interno, a través de la construcción de negocios sustentables, incorporando en sus procesos prácticas amigables con el medioambiente.

## Acciones

- Los aspectos medioambientales más significativos están relacionados con el **consumo de energía** durante la operación de la red, donde a través de un plan de gestión ambiental, se han tomado medidas e incorporado nuevas tecnologías para reducir el consumo de energía eléctrica.
- Asimismo, iniciamos el **proyecto de reciclaje de residuos de oficina**, que incluye un programa fundamental: formar y sensibilizar a los colaboradores sobre el impacto de estas iniciativas y promover el cuidado del medioambiente en cada responsabilidad y en cada actividad realizada dentro del proceso del negocio.
- El área de IT (Information Technology) ha implementado un datacenter siguiendo los delineamientos del concepto "**Green Datacenter**", que permite una reducción de más del 30% del consumo de energía de los equipos informáticos, mediante la incorporación de tecnología de última generación y la optimización de la infraestructura ya montada.
- **Eco Factura:** Otra iniciativa novedosa, ha sido la implementación de la Eco Factura, donde el cliente tiene la posibilidad de visualizar su factura en la web de Tigo, propiciando así el ahorro de papel. Los clientes que así lo deseen, pueden adherirse a la Eco Factura a través del \*611 o en las Oficinas de Atención al Cliente de Tigo.

- **Día Verde Tigo:** De gran conocimiento público ha sido la iniciativa de Tigo a favor del medioambiente, con su campaña ecológica “Día Verde Tigo”, a partir de la cual con la participación de los clientes, la empresa ha aportado más de 250.000 árboles a la **Campaña “A todo Pulmón”**, cuyo objetivo es reforestar la región Oriental de Paraguay.
- **Hermoseamiento de plazas y espacios públicos:** Tigo hermosea plazas y espacios públicos, equipándolos con basureros, parques infantiles y bancos, para el disfrute de las comunidades. A las plazas y escuelas principales de cada ciudad apoyada, la empresa contribuye con la conexión al servicio de Internet y en algunos casos, inclusive con computadoras para los alumnos y docentes.
- **Talleres de educación medioambiental para niños y jóvenes:** Realizamos permanentemente talleres de educación medioambiental con nuestros colaboradores, niños y jóvenes, con el fin de fomentar y concienciar sobre el cuidado de nuestro planeta y así lograr sostener uno de los pilares más importantes de nuestro negocio.
- **Comité Tigo Verde:** En este año hemos conformado el Comité Tigo Verde, compuesto por nuestros propios empleados. Este Comité busca proponer e impulsar iniciativas que redunden en mejoras desde el punto de vista medioambiental en los diferentes procesos de nuestro negocio.
- Llevamos un **registro mensual** de la cantidad de energía eléctrica, agua, y del combustible de la flota y de la gasolina por funcionario que viaja, para optimizar la utilización de dichos recursos.
- Contamos con un **Programa de manejo de residuos sólidos**.

## Mediciones

- Realizamos un monitoreo de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a nuestro servicio.
- El 17,3% de nuestra flota propia es mayor a 5 años de uso. Con el mantenimiento preventivo de los vehículos cada 5.000 km (tal como recomiendan el representante) y en talleres oficiales nos aseguramos que estén en condiciones óptimas. Esto solo es aplicado a vehículos de la empresa. No tenemos métodos de estado y mantenimiento de terceros que prestan servicios a Telecel.
- Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental: Gs. 150.000.000



#### PRINCIPIO N° 10

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.



## Compromiso

Basamos nuestra conducta en una filosofía de valores y ética. Rechazamos cualquier tipo de prácticas que viole la ley y los Códigos Internos Corporativos.

## Acciones

- La empresa posee políticas y/o procedimientos de **control de sanción** ante posibles prácticas corruptas, adecuadas a la ley laboral vigente del país y al Código de Ética de la empresa.
- Si algún colaborador no obedece el Código o cualquier ley o regulación aplicable, estará sujeto a **acciones disciplinarias** que pueden incluir su despido. Las medidas disciplinarias dependen de las circunstancias de tal violación. Contamos con un Departamento de fraudes - RRHH, riesgos y legales (entre ellos se realiza la investigación correspondiente).
- Nuestra corporación patrocina y realiza **campañas de medios** exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público.
- Promovemos **legislación o iniciativas** que favorezcan el desarrollo del país, mercado, empresariado y sociedad.
- Contamos con un **Programa Anual de Comunicación y Capacitación** continua sobre el Código de Ética a través de Intranet con un alcance del 100% de nuestros colaboradores. Esto nos permite alinear nuestros criterios de actuación principalmente en lo que respecta a Ética Profesional, Conflictos de Intereses, Aceptación de obsequios y Confidencialidad.
- Contamos con un **Canal de Denuncias** abierto a todos los colaboradores, permitiendo así que cualquiera pueda denunciar el incumplimiento de nuestras normas.

# Nuestros desafíos para el 2011

Como corporación estamos enfocados a seguir consolidándonos como una empresa de servicios y soluciones móviles y de negocios de telecomunicaciones. Apuntamos a seguir creciendo preferentemente en cobertura y calidad de atención al cliente, y para ello cada unidad de negocio que tenemos en TIGO, trabajará en forma especializada, en base a una planificación y a la vez armónicamente y en conjunto.

En lo que respecta a la EDUCACIÓN, consideramos clave generar alianzas con el Ministerio de Educación y con entidades educativas para profundizar sobre el uso responsable de las TICs.

En cuanto al MEDIOAMBIENTE, buscamos optimizar ciertas acciones como la Ecofactura, el Día Verde, el reciclaje de residuos y el apoyo a la campaña “A todo Pulmón”.

Priorizando la importancia de la INCLUSION, por un lado nos abocaremos a mejorar nuestras instalaciones a nivel país con la construcción de rampas. Seguiremos apoyando a la Fundación Teletón a través de un programa inclusivo con más de 2.500 jóvenes. Y por otra parte, trabajaremos con la Fundación Sarakí con el objeto de incorporar personas discapacitadas a nuestro plantel de colaboradores.

Más allá de mantener ciertos compromisos y acciones con nuestros COLABORADORES, consideramos de suma importancia no sólo evaluar el impacto de los mismos en nuestro recurso humano, sino también estructurar nuevas políticas de crecimiento. Prioritariamente buscamos reforzar las acciones que tengan que ver con nuestro plan de “Life Balance”.

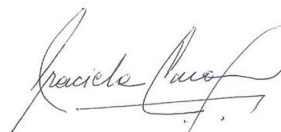
Con respecto a nuestros CLIENTES, como estrategia nos enfocaremos en “Business Units” (Unidades de Negocios): Mobile; Corporate; Home; Mobile Financial Services. Además de fortalecer los Servicios Financieros ofrecidos y lograr la incorporación al mercado de Tigo TV.

Finalmente, como EMPRESA buscamos la consolidación de una cultura organizacional basada en valores, por lo que nuestro gran compromiso es obtener la CERTIFICACION DEL PEC (Pacto Ético Comercial).

Informe CoP TIGO 2010 elaborado por ARPA:



Lic. Alejandra Arréllaga  
Directora



Lic. Graciela Garay  
Gestión Sustentable



tigô