

COP
2010



tigô



Mensaje del Gerente General

El inicio de nuestro negocio ha marcado una nueva etapa del desarrollo tecnológico y económico de nuestro país. Hemos nacido como una empresa paraguaya 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. Su foco de negocios se ha orientado hacia mercados masivos en los que ofrece liderazgo en precios, amplia cobertura y máxima accesibilidad.

Nuestro esfuerzo y la búsqueda constante de la excelencia nos han posicionado hoy como líderes en el negocio de las telecomunicaciones en el país. Nuestros servicios se caracterizan por la innovación y el valor agregado para nuestros clientes y, constantemente nos esforzamos para materializar el compromiso manifestado en nuestra Visión, crear “Un mundo donde los servicios móviles son económicos, accesibles y están disponibles para todos y en todos lados”.

Este liderazgo nos compromete no sólo con el crecimiento de la competitividad del negocio sino también con el desarrollo social del país. La actuación ética con nuestros públicos de interés: colaboradores, clientes, proveedores y comunidad, así como una adecuada gestión ambiental es lo que consolida las bases de un crecimiento sostenible, agregando valor económico, social y ambiental para la sociedad y para el negocio.

Es por ello que hace muchos años asumimos como Compañía un compromiso profundo y fecundo de ser “Social y Ambientalmente Responsables”, viviendo nuestros valores corporativos integralmente y generando un crecimiento rentable y sostenible para todos, siendo generadores y motores de progreso social, tecnológico y económico. Hemos progresado desde este compromiso de manera contundente, integrando el ejercicio de la Responsabilidad Social en los diferentes procesos de nuestro negocio.

Nos sentimos comprometidos con nuestros colaboradores, con cada uno de nuestros clientes y con la sociedad toda, y como muestra de ello ponemos a disposición de la comunidad los resultados del progreso de nuestras iniciativas y acciones de Responsabilidad Social, teniendo como marco de referencia los diez principios del Pacto Global, reafirmando así nuestra adhesión a principios que hacen a la sostenibilidad del país.

Nuestro compromiso social

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.

Nuestro compromiso con 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.



Nuestros servicios



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.

A la fecha, son más de 3.000.000 de paraguayos y paraguayas que nos eligen como su empresa proveedora del servicio de telecomunicaciones.

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 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

Derechos Humanos

Principio 1:

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

Principio 2:

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

- Promoción y ejercicio de los derechos de la niñez y la adolescencia, por tratarse de un sector de la población que presenta particular riesgo de vulnerabilidad.
- Promoción y ejercicio del derecho a la cultura.
- Promoción y ejercicio del derecho a la recreación, a través de diversas iniciativas deportivas.
- Promoción y ejercicio de la inclusión social

Principio 3:

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

Principio 4:

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.

Principio 5:

Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.

Principio 6:

Apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.



Comprometidos
contigo



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 delinear 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.

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.

Excelencia en las operaciones

Desde el área de “Operational Excellence” se establece, implementa, mantiene y controla un riguroso Sistema de Gestión de Calidad y se desarrollan e implementan acciones necesarias relacionadas al Sistema Administrativo Sarbanes & Oxley (SOX).

Periódicamente todas las áreas pasan por auditorías internas y externas, para mantener el nivel de excelencia deseada.

Asimismo, Tigo fue la primera operadora de telefonía celular en Paraguay en obtener la certificación ISO 9001:2000 para sus procesos de atención al cliente de telefonía celular e Internet, facturación, créditos, cobranzas, almacenamiento y distribución de equipos de telefonía celular.



Adhesión al Pacto Ético Comercial del Paraguay

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.

Adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas

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:



1. Colaboradores:

Clima Laboral:

Uno de nuestros objetivos más importantes es estar entre las mejores empresas para trabajar. Cada año utilizamos al menos dos herramientas para medir el nivel de satisfacción de nuestros colaboradores y realizamos planes de mejora en función a los resultados, en forma participativa con todas las áreas.

Es política de la Compañía proporcionar un ambiente de trabajo libre de intimidación o acoso. El acoso incluye comportamiento, ya sea en persona o por otros medios, incluyendo avances sexuales mal recibidos, comentarios sexistas o racistas, burlas religiosas y chistes étnicos, si tal comportamiento interfiere con el rendimiento de un empleado o crea un ambiente intimidatorio, hostil u ofensivo.

Formación y Desarrollo:

Promovemos y fomentamos el desarrollo profesional de nuestros colaboradores a través de un plan de formación anual a través del cual otorgamos la oportunidad de formación continua en distintas áreas técnicas y de desarrollo personal.

Contamos con un centro de entrenamiento propio Tigo Talent School en el cual se desarrollan actividades de formación durante todo el año. También proveemos financiación de cursos de post grado, 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.

Una apuesta que hace la empresa al desarrollo profesional es la generación de oportunidades de trabajo en distintos países donde opera Millicom.

La apuesta que Tigo Paraguay realiza en la formación de su gente se ve reflejada en el hecho de que hoy es una de las empresas en el país que más profesionales paraguayos ha enviado al extranjero para ocupar posiciones clave en la compañía a nivel mundial.



Equilibrio y Vida Sana

Uno de los aspectos que la empresa atiende a través de su departamento de Recursos Humanos (Tigo People Department) 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.

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.

Bonificación por alimentación

La empresa provee una bonificación a todos los colaboradores, destinada a cubrir los gastos de alimentación durante los días de trabajo. También se cuenta con un espacio adecuadamente acondicionado para el almuerzo.

Seguro Médico

Todos nuestros colaboradores cuentan con un seguro médico integral que es cubierto en un 50% por la empresa.

Voluntariado Corporativo

La empresa promueve el involucramiento de sus colaboradores en actividades de apoyo social que favorezcan a la formación humana de los mismos, y a su vez generen valor al trabajo en equipo de su día a día.

“Trabajo en Tigo hace varios años, lo que me ha ayudado a crecer profesionalmente de manera invaluable, ya que al ser una de las mejores empresas del país y con negocios bastante dinámicos y actuales. Pero en Tigo no solamente enriquecemos nuestros conocimientos; también enriquecemos nuestro valor como individuos de una sociedad que se extiende más allá de nuestras puertas; no solo brindamos el servicio que, como empresa, estamos comprometidos a hacerlo; sino que damos un valor agregado a nuestro trabajo haciendo que estas mismas personas se sientan bien en otros ámbitos de sus vidas.

Poder ayudar a muchos a estudiar llevando útiles escolares, ir a embellecer escuelas u hogares de niños, poder ayudar a recaudar fondos para entidades de beneficencia, construir un techo para una familia!, son actividades que quizás yo solita como persona no hubiera podido hacerlas, pero al estar en una empresa que genera oportunidades como estas, que nos motiva a que nos hagamos parte de todo eso, sin dudas tiene un valor humano inmenso; ya que, si bien la camiseta que llevo puesta en estas actividades es de Tigo, la persona que la viste soy yo, y el corazón que recibe y guarda los reconfortantes “gracias” es el mío.

Y los empleados-voluntarios somos muchos, así que al tener tantos corazones reconfortados, la actividad laboral se hace más ligera, el ambiente y hasta el ritmo de trabajo mejora totalmente, ya que todos nos sentimos más personas, más gente, más prójimo; y esto nos enriquece en todos los ámbitos de la vida; y hace que la empresa también vea los beneficios de todo esto” **Mia Quintana – colaboradora y voluntaria Tigo.**



2. Comunidad

Inversión Social

En lo que respecta al beneficio invertido en la comunidad en la que operamos, la mejora en la **educación** es uno de nuestros principales focos, pues entendemos que niños y jóvenes capacitados son el motor de un mejor país. Debido a este compromiso, hemos apoyado a programas educativos de distintas y renombradas organizaciones, y a su vez hemos firmado una alianza con el Ministerio de Educación y Cultura a fin de desarrollar proyectos que favorezcan íntegramente a comunidades de todo el país, y pueda la gestión educativa mejorar a través de la utilización del celular.

Los otros dos pilares importantes en la gestión de Responsabilidad Social Tigo, son la **Inclusión Social** y el **Uso Responsable de nuestros productos y servicios**. Hoy día nuestra empresa cuenta con la incorporación de dos personas con discapacidad visual en el Servicio de Atención telefónica al Cliente, hemos realizado las adecuaciones necesarias en la infraestructura de nuestras oficinas administrativas e iniciado un taller de sensibilización a nuestros colaboradores. En el 2010 hemos creado el Comité Tigo Inclusivo, que busca generar mejoras para construir una empresa accesible e inclusiva para todos y para todas.

Por otro lado, como empresa socialmente responsable sin perder de vista el rubro del negocio, hemos decidido contribuir en el desarrollo de nuestro país con productos y servicios seguros, que verdaderamente aporten a la calidad de vida de nuestra gente.

En el marco de nuestro programa basado en estos tres ejes, llevamos adelante proyectos de gran impacto logrando resultados diferenciales y de gran valor para toda la sociedad.

Prevención de Robos de Teléfonos Celulares

Para combatir el robo de teléfonos celulares, desde el mes de enero de 2008 está en funcionamiento el Reglamento de Conatel N° 1310/2007, para la prevención del uso de celulares robados o extraviados.

Tigo se adhiere a esta medida, informando constantemente a sus usuarios sobre el procedimiento a seguir para inhabilitar el uso del teléfono celular robado o extraviado.

Publicidad transparente

“Cuando desarrollamos una publicidad verificamos que no se coloque a los niños, adolescentes, representantes de minorías étnicas, mujeres o cualquier individuo en una situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo. Eso es Responsabilidad Social en nuestra comunicación comercial” Inna Nikitina - Brand Manager Tigo.



3. Clientes

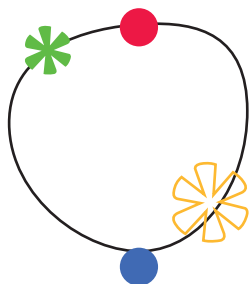
Atención al Cliente

Somos la empresa de telefonía celular con más puntos de venta de saldo (más de 30.000 puntos en todo lo ancho y largo del país), así como con la mayor variedad de plataformas destinadas para este fin (cajeros automáticos, cajas de supermercados, Internet, redes sociales, etc.) En el 2010 inauguramos un nuevo canal en nuestra web: "Hable con el Gerente", un nuevo canal de contacto disponible para el cliente, que está programado para que se escriba directamente a los gerentes responsables de las áreas de Gerencia General, Gerencia de Operaciones con Clientes, Gerencia de Marketing, Gerencia de Relaciones Institucionales.



"Nuestro objetivo principal es la máxima satisfacción del cliente. Es por ello que dedicamos especial esfuerzo a nuestro servicio de Atención al Cliente. Cada vez habilitamos canales más accesibles para nuestros Clientes, de manera tal que el cliente encuentre soluciones de la manera más cómoda y sencilla." **Gabriela Sacco – Customer Manager**

Productos y servicios innovadores



"En Tigo nos mantenemos atentos a las necesidades de nuestros clientes. Esa es la razón por la cual, continuamente, estamos lanzando innovadores productos y servicios adaptados a las diferentes necesidades y a los diversos perfiles de nuestros clientes, con el objetivo de mantener el más alto nivel de satisfacción de aquellos que eligen Tigo como su empresa de telecomunicaciones." **Victor Servin – Innovation Dpt.**

Planes de Precios

El precio de los productos y servicios es uno de los principales atributos que ofrecemos a nuestros clientes. Atendiendo a esto, Tigo ofrece constantemente planes de precios más convenientes para sus clientes, adaptados a todo tipo de necesidades y realidades donde clientes de distintos tipos de consumo y/o comportamiento puedan adquirir el plan que mas les convenga.



Cobertura y Calidad de Red

Seguimos creciendo vertiginosamente en cobertura, llegando incluso a las localidades de más difícil acceso de nuestro país. Somos la empresa de telefonía celular con mayor cobertura, cubriendo 442 localidades.

Para garantizar la calidad de red realizamos un monitoreo constante, analizando las medidas y estableciendo acciones de mejora que redundan en una red robusta y confiable, para la mayor satisfacción de nuestros clientes.

Marketing responsable, imagen y atributos de la marca

Tigo se define como una marca fresca, joven, auténtica, espontánea y vivaz. Transmitimos un espíritu ingenioso y confiable en nuestras comunicaciones, somos una marca energética, innovadora, cercana, entusiasta, amigable, inclusiva y disponible.

En Tigo nos aseguramos de que nuestras comunicaciones sean transparentes, honestas, precisas, veraces y legales, dando riguroso cumplimiento a las normas de carácter general que regulan la actividad publicitaria y velando por los derechos del consumidor, así como por los valores y principios emanados de la Constitución Nacional.

Protección de datos

En referencia a la protección de datos de nuestros clientes, toda la información con la que se cuenta se mantiene en estricta confidencialidad. En Tigo reconocemos nuestra responsabilidad de salvaguardar los datos de nuestros clientes confiados a nuestra Compañía, dándose además fiel cumplimiento a todas las regulaciones relacionadas con la privacidad del consumidor y la protección de datos.



4. Medioambiente

Prácticas amigables con el medioambiente

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.

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, desde el 2009 con la participación de los clientes, la empresa ha aportado mas 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.

5. Proveedores

Código de Conducta para proveedores

Tigo cuenta con el Código de Conducta para proveedores el cual establece los criterios que esperamos sean cumplidos por los mismos. Está basado en el Código de Ética de la Compañía, y en normas internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Principios laborales de la Organización Internacional del Trabajo y la Declaración sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas.

Talleres de RSE con nuestros proveedores

Con el fin de capacitar a nuestros proveedores en prácticas de RSE se han impartido charlas a integrantes de nuestra cadena de valor, de manera tal a que se concienten de la importancia de ser una empresa socialmente responsable e inicien el camino hacia un plan de RSE.

Además, hemos incorporado iniciativas en las que nuestros proveedores comparten y aportan en las alianzas que hoy tenemos como empresa para con las Fundaciones y Organizaciones con las que trabajamos, generando de esta manera una sinergia única que da valor agregado a cada uno de los proyectos en los que trabajamos.



"Contamos con un Código de Conductas éticas para Proveedores, que busca que en nuestra cadena de valor se respeten y protejan los derechos de los trabajadores y se prohíba el trabajo infantil. Eso es Responsabilidad Social con los proveedores." **Michael Lichtenberg – Supply Chain Manager**

Memoria Anual

La siguiente memoria fue elaborada describiendo las acciones realizadas por público de interés y de acuerdo a los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, a fin de recabar datos que nos impulsen a una mejora continua en nuestra gestión empresarial dentro del marco de responsabilidad social. La misma fue realizada basándose en el periodo 2009 – 2010 / Tigo Paraguay.

Para cualquier información referente al contenido mencionado, el contacto es la Encargada de Responsabilidad Social,
Mariana Flecha; 0981 619754 /mariana.flecha@tigo.net.py



tigô