

La visión de Telefónica:

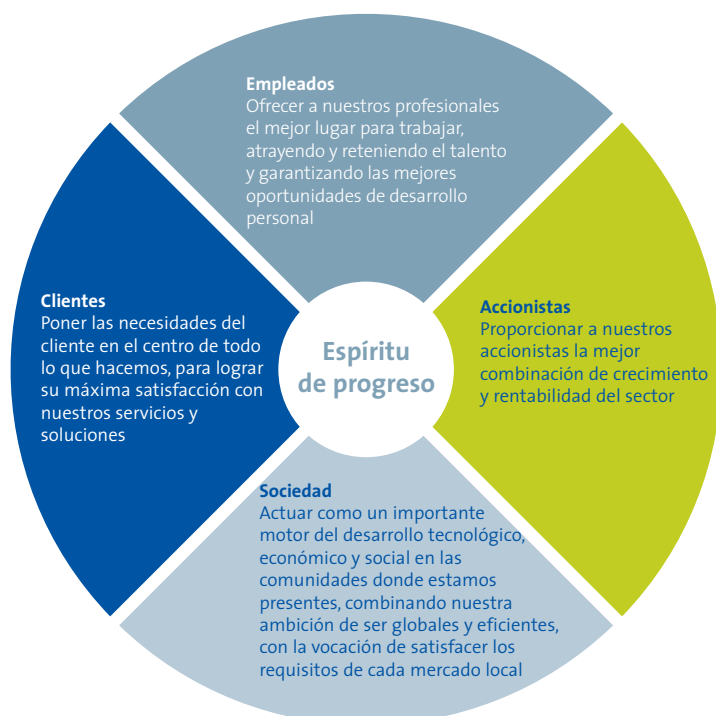
Espíritu de Progreso

“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionando servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y las comunicaciones”

Definir una visión de compañía no es tarea fácil. Por una parte, en lo conceptual, no existe un consenso académico ni empresarial sobre qué es una visión. Por otra, en la práctica de la gestión, no siempre se llega a comprender el alcance y el potencial de contar con una visión.

En Telefónica, tras la adquisición de O2, se inició un complejo proceso interno para redefinir la visión de la Compañía. Ese proceso, que tenía como objetivo encontrar un valor superior con el que Telefónica fuese capaz de instalarse en el imaginario de las personas, partía con los siguientes requisitos de partida:

¿Qué significa la visión para... ?



- que reflejara una verdadera propuesta de valor diferencial de compañía;
- que fuera capaz de “hablar”, o traducirse, y encontrar significados concretos para todos los grupos de interés;
- que fuese capaz de crear una propuesta de valor para toda la tipología de clientes de Telefónica: personas, hogares, autónomos, pequeñas y medianas empresas, grandes empresas e instituciones;
- que tuviera sentido en todos los mercados en los que opera la Compañía: España; Europa y Latinoamérica;
- que situase a la marca Telefónica como la verdadera marca principal del grupo, es decir, aquella que refleja la altura del tercer grupo de telecomunicaciones del mundo;
- que sirviera de soporte para las marcas comerciales de Telefónica (especialmente, Movistar y O2) proporcionando una trasfusión de atributos de solidez, internacionalidad e innovación;
- que fuera capaz de reconocer la diversidad de un grupo, un grupo multidoméstico, multiproducto, multimercado, multimarca y multilingüe;
- que con todo ello se armase una visión aspiracional, creíble, realista y susceptible de ser firmada únicamente por Telefónica.

¿Cuales son nuestro valores?

Telefónica es una compañía...

Innovadora

Traducimos la tecnología en algo fácil de entender y de usar. La innovación es una fuente constante de inspiración para todo lo que hacemos y nos permite anticiparnos al mercado y a las expectativas de nuestros clientes.

Competitiva

La innovación nos ayuda a ser más competitivos. No nos conformamos con lo que ya hemos conseguido. Nuestra obligación es ir más allá en todo lo que hacemos, sin renunciar nunca a nada.

Abierta

Somos competitivos, pero actuamos de forma clara, abierta, transparente y accesible con todos. Somos una compañía que se implica y aprende de las realidades culturales y sociales de las comunidades en las que estamos presentes.

Comprometida

Demostremos nuestro compromiso cuando cumplimos lo que decimos y cuando sabemos que la forma de alcanzar el resultado es tan importante como el resultado en sí mismo. Nuestra meta es ganar la confianza de todos.

Confiable

Confiable es resultado de fiabilidad y confianza. La fiabilidad sería fuente de diferenciación, de competitividad, de liderazgo y de relación con nuestras audiencias a largo plazo. La confianza se gana, o no, por nuestra fiabilidad y por nuestra capacidad de cumplir, o no, los compromisos adquiridos.

Con todos esos requerimientos, surgió la visión que se presenta en estas páginas.

- ¿Qué significa mejorar la vida de las personas?
Pensar en el progreso de todas las personas y en todos los hogares, satisfaciendo todas sus necesidades de comunicación, ofreciendo un amplio conjunto de productos y servicios que mejoren su calidad de vida.
- ¿Qué significa facilitar el desarrollo de los negocios?
Pensar en el progreso de todas las empresas: ofreciendo soluciones integrales de comunicación.
- ¿Qué significa contribuir al progreso de las comunidades?
Contribuir al desarrollo de un país invirtiendo en redes e infraestructuras de comunicación y convertirse, de esta forma, en un socio y aliado de las comunidades para consolidar el sector de las telecomunicaciones.
- ¿Qué significa ofrecer servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación?
Invertir en I+D+i y crear futuro. Significa explorar al máximo las tecnologías de la información y la comunicación y las posibilidades de las comunicaciones fijas y de las comunicaciones móviles... para llevar a todos los rincones de los países voz, datos, sistemas, entretenimiento, soluciones integrales, tele-educación, tele-medicina, tele-seguridad, domótica, etc.

Entendida así, la visión se convierte en un hilo conductor de enorme potencial para integrar y dar sentido a toda actividad de un grupo que, como Telefónica, ya posee una escala global. Y sobre todo, se convierte en un elemento que posibilita, desde ahora, la vertebración de toda la organización, y la integración de las diferentes áreas, unidades y negocios de Telefónica.

**Espíritu de Progreso:
el equilibrio entre el cuerpo (las magnitudes)
y el alma (la forma de ser)**

En función de esta visión, el progreso para Telefónica representa un equilibrio entre sus resultados y su forma de gestionar. El progreso para nosotros es un equilibrio entre nuestras capacidades (potencia financiera, liderazgo, experiencia, innovación, liderazgo internacional...) y nuestra forma de hacer las cosas (cultura, valores, principios, motivaciones...).

El progreso de Telefónica es el progreso de nuestros clientes, de nuestros accionistas, de nuestros empleados y de las sociedades de los países en los que operamos. Y eso es lo que nos hace progresar. A todos.

Por eso decimos que el progreso para Telefónica es el equilibrio entre nuestro cuerpo (nuestras magnitudes) y nuestro alma (nuestra razón de ser).