

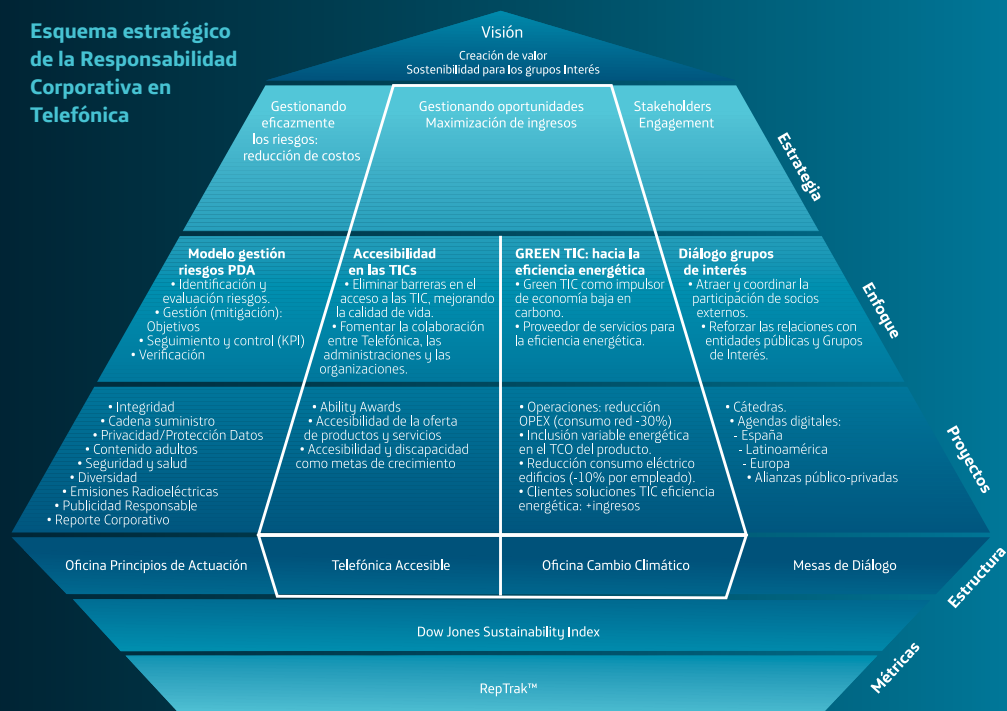
Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad

En Telefónica, entendemos la Responsabilidad Corporativa (RC) como una herramienta para la creación de valor de la compañía. Nuestra estrategia parte de un enfoque sistemático e integral y está ligada a la propia sostenibilidad de la organización.

Nuestra estrategia de RC y sostenibilidad se organiza en tres líneas de trabajo y métricas específicas:

- **La gestión de los riesgos:** temas vinculados a nuestros Principios de Actuación (PdA) y a su impacto en la reputación.
- **La gestión de las oportunidades:** a través de dos líneas de acción claramente diferenciadas: Innovación e inclusión social (accesibilidad TIC) y Green TIC.
- **La vinculación con nuestros grupos de interés** (Stakeholder Engagement)

Esquema estratégico de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica



www.telefonica.com.ar/rc10
www.rcysostenibilidad.telefonica.com
www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/argentina

Telefonica

2010 INFORME ANUAL de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad Telefónica en la Argentina

Telefonica

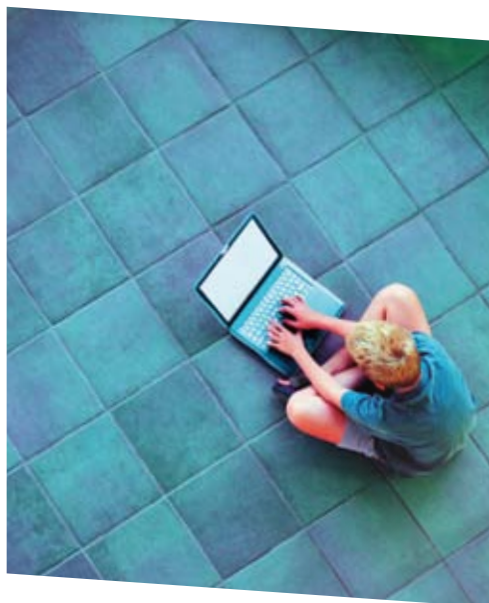
Aplicamos la estrategia a nuestra gestión

Nuestro Código de conducta

Los Principios de Actuación orientan el actuar diario de nuestros empleados y fortalecen el sentimiento de pertenencia a Telefónica, inspiran y guían la manera cómo realizamos nuestras actividades diarias y nos relacionamos con nuestros grupos de interés. A diciembre de 2010 el 91% de los empleados de Movistar Argentina y el 82% de los empleados de Telefónica Fija finalizaron su capacitación en Principios de Actuación.

Calidad en el servicio

Queremos ofrecer a nuestros clientes un servicio integral y satisfactorio, que cumpla sus expectativas de comunicación y resuelva los posibles reclamos o incidencias que se presenten. Para lograrlo, seguimos invirtiendo en mejorar la infraestructura y en desarrollar una oferta comercial de calidad. El índice de Satisfacción de nuestros clientes



Construyendo relaciones sostenibles con nuestros grupos de interés



Con nuestros clientes

Enfocamos nuestras acciones en fortalecer las relaciones con nuestros clientes, transformando la relación comercial que tenemos con ellos a un vínculo emocional basado en la confianza. Trabajamos con un modelo de gestión eficiente para ofrecer los mejores canales de atención y comercialización. En 2010, alcanzamos más de 22,2 millones de accesos, de los cuales más de 16 millones corresponden a telefonía móvil y 4,6 millones al servicio de telefonía fija. Banda Ancha fue el servicio que registró mayor crecimiento en 2010 con un 16%.

Con nuestros empleados

Buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros empleados, potenciar su talento y desarrollo, y asegurar su bienestar, a fin de lograr un solo equipo ilusionado y comprometido.

Clima laboral

Como resultado de todas las acciones implementadas, en 2010 hemos logrado que el índice de clima laboral aumente a 80,4, dos puntos porcentuales más que lo registrado en 2009.

Un mejor lugar para trabajar

A partir de una encuesta realizada por el Great Place to Work (GPTW) Institute en la Argentina, Movistar fue elegida, por tercer año consecutivo, como una de las mejores empresas para trabajar en el país. En el ranking de empresas de más de mil empleados ocupó el 3º lugar, y además se posicionó como la mejor en el sector de Telecomunicaciones. Por su parte, Telefónica Fija tuvo en 2010 un 65% de participación, 3 puntos más que en 2009 y 63% de favorabilidad, también 3 puntos más que en 2009.



Con nuestros proveedores

Nuestro compromiso con el país se manifiesta en la contribución que hacemos a la dinamización de la economía local, a partir de la contratación de empresas colaboradoras a nivel nacional. En 2010, trabajamos con 1 431 proveedores, de los cuales 1 328 fueron locales (93% del total). El volumen total de compras adjudicadas ascendió a más de 6 649 millones de pesos, de las cuales más de 5 116 millones de pesos corresponden a compras locales. Promovemos la transparencia en los procesos de negociación, objetividad en la toma de decisiones y la igualdad de oportunidades para todos nuestros proveedores.

aumentó de 7,24 a 7,66 sobre un máximo de 10 puntos en 2010.

Protección al menor

A través de nuestros productos y servicios y en línea con nuestro compromiso de uso responsable de TICs queremos fomentar un entorno seguro para que los menores aprovechen las nuevas tecnologías.

www.telefonica.com.ar/usoresponsabledetics

www.generacionesinteractivas.org

Programa Aliados

Nuestros proveedores juegan un papel fundamental en el crecimiento de la compañía y el cumplimiento de nuestros objetivos de negocio. En 2010 nos enfocamos en la consolidación del Programa Aliados, orientado a garantizar el cumplimiento de estándares sociolaborales, y fomentar el desarrollo en los aspectos de selección, formación, compensación y mejora de clima laboral de las empresas proveedoras.

Con nuestros accionistas

Gestionamos la compañía con los estándares más elevados en materia de gobierno corporativo para garantizar la sostenibilidad y generación de valor.

Con la comunidad

La Fundación Telefónica es la encargada de gestionar las iniciativas de acción social de la compañía:

Proniño

Fundación Telefónica

www.fundacion.telefonica.com.ar/pronino

Con el objetivo de contribuir con la prevención y progresiva erradicación del trabajo infantil en Argentina. Luego de 10 años de crecimiento ininterrumpido y articulado, la labor de Proniño beneficia a niños, niñas y adolescentes que trabajan o están riesgo de ingresar tempranamente al mercado laboral.

EducaRed

Fundación Telefónica

www.educared.org



A través de este programa buscamos proporcionar las herramientas más avanzadas, crear contenidos educativos innovadores y apoyar la formación de profesores, alumnos y padres en el uso de las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje.

Cumplimiento y desempeño ambiental

Desarrollamos nuestro negocio bajo el enfoque de desarrollo sostenible, promoviendo la protección del medio ambiente y gestionando los posibles impactos de nuestras operaciones. Movistar renovó su certificación ISO 14 001 y amplió su programa de reciclado (A diciembre 2010 recicló más de un millón de Kgs. de residuos electrónicos).

Inclusión digital

Promovemos el acceso de más personas a las telecomunicaciones para contribuir a la cohesión social, contamos con los accesos y las infraestructuras, que son la base para el desarrollo de productos y servicios innovadores. Continuamos desarrollando diversos programas como Parques Nacionales, Aulas Interactivas, Aulas Fundación Telefónica en Hospitales, Integrared, entre otros.

Diálogo 2.0

Durante el año, dimos un gran paso hacia las redes sociales para estar cada vez más cerca de nuestros clientes.

Arte y Tecnología

Fundación Telefónica

www.fundacion.telefonica.com.ar/espacio

Desde 2003, el Espacio Fundación Telefónica (EFT) es referente del país y de Latinoamérica contribuyendo al encuentro, la reflexión y el intercambio entre los distintos sectores de la cultura, apoyando la investigación, la producción y la difusión de proyectos culturales que vinculan, la educación, el arte, la ciencia y la tecnología.

Debate y Conocimiento

Fundación Telefónica

El programa está destinado a crear conocimiento, divulgarlo y debatirlo en la sociedad.

Voluntarios Telefónica

Fundación Telefónica

www.fundacion.telefonica.com.ar/voluntarios

Desde hace 10 años, nuestro programa de voluntariado corporativo permite canalizar el interés y el espíritu solidario de todos nuestros empleados. En 2010, se realizaron 74 proyectos de desarrollo social a través del aporte de los más de 1 500 voluntarios que conforman el programa. Estos esfuerzos han mejorado la calidad de vida de 20 769 personas en barrios, asociaciones civiles y escuelas del país.

