



Resumen Ejecutivo

Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa

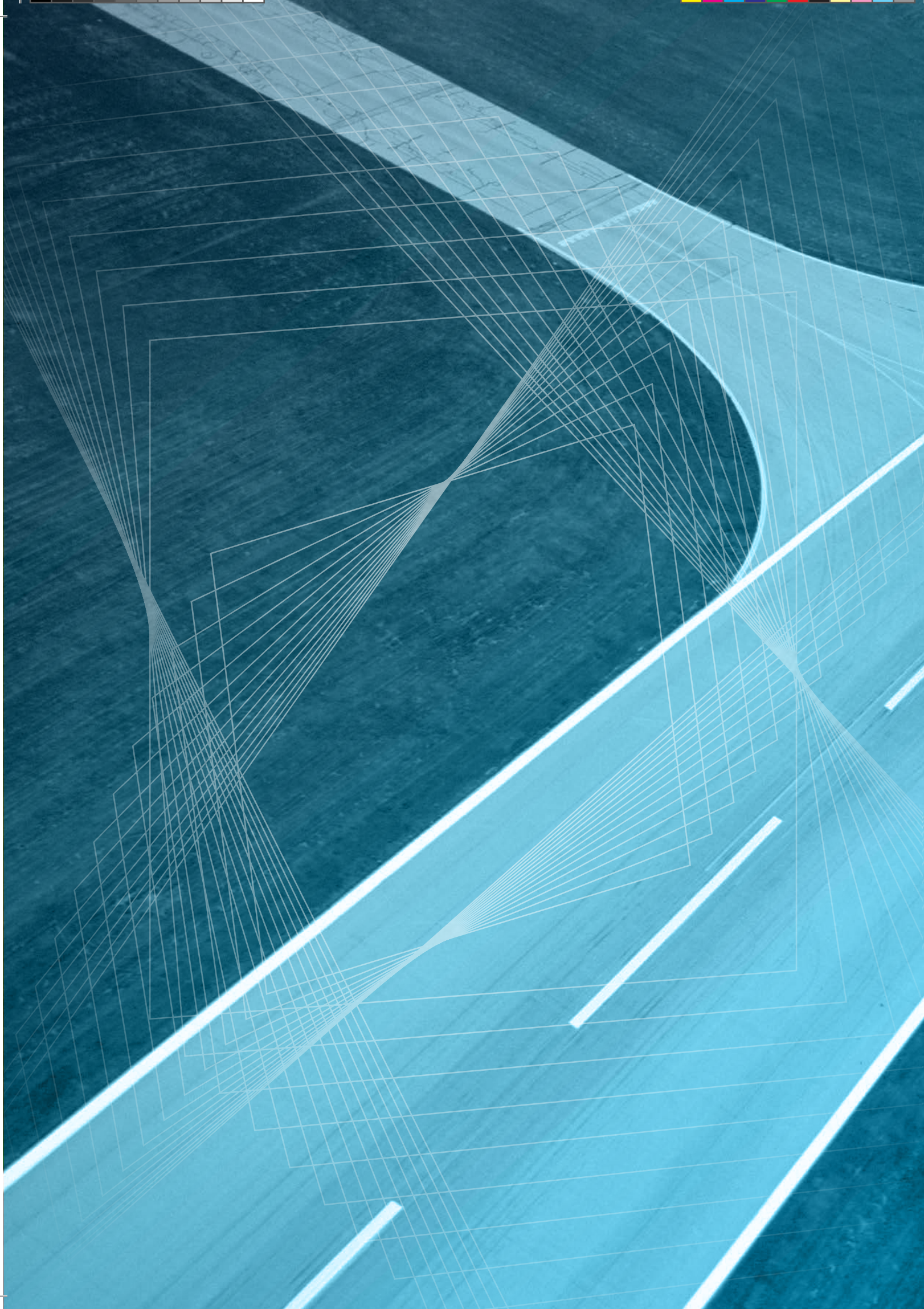
Telefónica en la Argentina

Juntos para transformar
...el desarrollo

2011

Telefónica

Al referirse en este informe a Telefónica en la Argentina, se incluye Telefónica de Argentina S.A. (Telefónica Fija) y Telefónica Móviles Argentina S.A. (Movistar Argentina).
Al referirse en este informe a Telefónica, se entiende Telefónica S.A. (a nivel global).



Índice



1. Cartas de los presidentes
2. Nuestra visión de sostenibilidad
3. Impacto económico
4. Impacto ambiental
5. Impacto social
6. Diálogo con nuestros grupos de interés
7. Indicadores clave
8. Reconocimientos
9. Carta de revisión independiente



Estamos firmemente convencidos de que nuestra compañía puede ser un motor de desarrollo y progreso de las sociedades y países en los que trabajamos.

Nuestro reto es hacerlo cada día un poco mejor.



Carta del Presidente de Telefónica, S.A.



Dentro del ADN de Telefónica está nuestra vocación de convertirnos en un aliado estratégico para el desarrollo tecnológico, económico y social de las sociedades en las que estamos presentes. Estamos convencidos de que nuestro sector está en el centro de la solución de los principales temas del planeta: allí donde hay TIC, se incrementa la productividad, se mejora educación, se reducen los costes sanitarios y de la energía, y se impulsa la inclusión. En otras palabras: allí donde hay TIC, hay desarrollo.

Y en Telefónica, como compañía líder de Telecomunicaciones, queremos contribuir a ese desarrollo con dos líneas de trabajo.

Con la primera, impulsamos la Sostenibilidad Corporativa, entendida como una estrategia basada en la creación de valor a largo plazo mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social (en línea con el concepto definido por el Dow Jones Sustainability Index).

Con la segunda, a través de Fundación Telefónica, promovemos la acción social y cultural en beneficio, especialmente a través de programas educativos para erradicar el trabajo infantil y para facilitar el acceso al conocimiento y la aplicación de las TIC.

En este documento, Ud. encontrará un resumen ejecutivo de nuestra actividad en 2011, resumen que hemos realizado atendiendo a las tres dimensiones básicas de la Sostenibilidad: Dimensión Económica, Dimensión Social y Dimensión Medioambiental.

Estamos firmemente convencidos de que nuestra compañía puede ser un motor de desarrollo y progreso de las sociedades y países en los que trabajamos. Nuestro reto es hacerlo cada día un poco mejor.



César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.

Carta del Presidente de Telefónica Latinoamérica y del Presidente de Telefónica en la Argentina



Queridos amigos:

Una vez más tenemos el agrado de presentar el Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa (*"Juntos para transformar el desarrollo"*). Desde que comenzó a operar el Grupo Telefónica en la República Argentina asumimos un férreo compromiso con la innovación, el desarrollo y el progreso. Prueba de ello, y con una visión constante puesta en el cliente, es que hemos desplegado una amplia gama de servicios y productos vinculados con la telefonía fija, móvil, banda ancha, soluciones de datos, cable submarino, telefonía pública, etc.

Durante el 2011 hemos invertido más de 2.623 millones de pesos en infraestructura lo que nos ha posibilitado acercar el mundo de las comunicaciones y brindar soluciones a todos los segmentos de la comunidad y contar con más de 23,02 millones de accesos a diciembre del 2011.

Durante 2011, continuamos avanzando en nuestro enfoque de sostenibilidad, en línea con la definición del principal índice de inversión responsable, el Dow Jones Sustainability Index (DJSI): *"La sostenibilidad corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social"*.

En este marco, hoy presentamos nuestro Octavo Informe de Sostenibilidad Corporativa en la República Argentina, demostrando una vez más nuestro compromiso con la transparencia, la gestión eficiente y la información.

Contamos con un modelo de sostenibilidad que nos permite administrarla, gestionarla y medirla, focalizando nuestros esfuerzos en tres bloques: gestionar preventiva y proactivamente los impactos que podemos generar con nuestro negocio, potenciar y maximizar las oportunidades y dialogar de manera permanente con nuestros grupos de interés para mejorar nuestra gestión.

La motivación que nos impulsa y la razón de nuestro esfuerzo es el cliente. En nuestro afán de optimizar nuestros procedimientos internos para ser cada vez más ágiles y eficientes, recertificamos los procesos de "Atención a Clientes", "Ventas en los Centros Comerciales" y "Televentas" bajo la norma ISO 9001. Para 2012, nuestra meta es certificar bajo esta misma norma el resto de canales de venta directos e indirectos. Asimismo, continuamos trabajando en la implementación de la norma COPC-2000 en el call center, con miras a certificarla en 2012.

Las denominadas Redes de Nueva Generación (NGN, por sus siglas en inglés) son aquellas que permiten la convergencia de servicios, dado que manejan las señales eléctricas codificadas en pulsos y transportadas en forma de paquetes. La tradicional red de telefonía está migrando gradualmente a esta tecnología. A diciembre de 2011, logramos una cobertura del 40% en tecnología NGN sobre el total de nuestra red de transporte de tráficos vocales.

Dando pasos concretos en nuestro compromiso medioambiental Movistar es la primera operadora móvil del país que ha logrado la certificación ISO 14001 y sus posteriores reválidas, y en contar con un programa de reciclaje de baterías, terminales y un programa integral de Gestión Ambiental.

Asimismo cabe mencionar que nuestro programa bandera "Proniño" cuenta a diciembre de 2011 con más de 13.472 beneficiarios, y seguimos trabajando para contribuir a erradicación del trabajo infantil. Desde hace 12 años el programa de "Voluntarios", sigue creciendo. A la fecha cuenta con 2.714 miembros que han liderado algunos de los proyectos con más repercusiones en el ámbito local. Los 702 proyectos realizados a la fecha han contribuido a mejorar la calidad de vida de 206.548 personas en todo el país.

Seguimos alentando diversos programas de inclusión digital (Aulas Interactivas, Aulas Hospitalarias, Aulas Proniño, Parques Nacionales),



con la debida provisión del servicio, conectividad, equipamiento informático y capacitación. Logramos beneficiar a más de 200.000 alumnos y 800 docentes de 502 escuelas de nuestro país.

Esto ha sido posible gracias a nuestro capital humano. Con el desafío constante de desarrollar una cultura centrada en el cliente y un ambiente de reconocimiento al esfuerzo y dedicación de nuestra gente, llevamos adelante el programa de transformación cultural de la compañía “Vive la Experiencia”, que agrupa todas las iniciativas de la gestión de capital humano bajo ocho experiencias.

El accionar de nuestra gente está guiado por los Principios de Actuación (código ético) del cual se desprenden una serie creciente de normativas internas de control y organización. Dicho marco normativo rigen toda nuestra actividad y el compromiso asumido con la sociedad. Además impulsamos ante nuestros aliados estratégicos de la cadena de valor, lineamientos similares para unificar nuestra visión en pos de maximizar nuestros esfuerzos. Máxime teniendo en cuenta que durante 2011, el volumen de compras alcanzó unos 7.383 millones de pesos, adjudicados a más de 1.282 proveedores. De esta cifra, el 95,3% corresponde a proveedores locales, lo que evidencia nuestro compromiso con la generación de empleo en el país.

Premia nuestro esfuerzo algunos reconocimientos recibidos a lo largo del año 2011. La Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas otorgó a Telefónica una mención especial, en reconocimiento al liderazgo demostrado por la compañía dado que su Comunicación de Progreso 2011 ha alcanzado el status más alto previsto por el Pacto Mundial de la ONU (CoP Avanzada).

Por su parte hemos sido reconocidos como Líderes en reputación. Telefónica lideró en la Argentina el ranking de reputación en el sector de telecomunicaciones.

Asimismo, Telefónica en Argentina es un excelente lugar para trabajar. En 2011, Telefónica de Argentina se ubicó en el puesto 12 en el ranking de las mejores empresas para trabajar con más de mil empleados, realizado por el Great Place to Work Institute. Por su parte, Telefónica Móviles se mantuvo en el puesto 3 en la misma categoría. Además, la empresa fue premiada por su programa de reconocimiento Protagonistas



Por último, queremos despedirnos ratificando el compromiso de Telefónica con la Argentina y toda su gente. Deseamos continuar siendo motor de progreso, contribuyendo al desarrollo de las personas y del país, potenciando valores éticos y de transparencia, brindando un servicio de excelencia que sirva para reducir la brecha digital, facilitando la inserción del mayor número de personas posibles a las tecnologías de la información y la comunicación.

Para esto trabajamos día a día. Para esto nos esforzamos. Para esto va nuestro compromiso renovado con cada uno de ustedes.

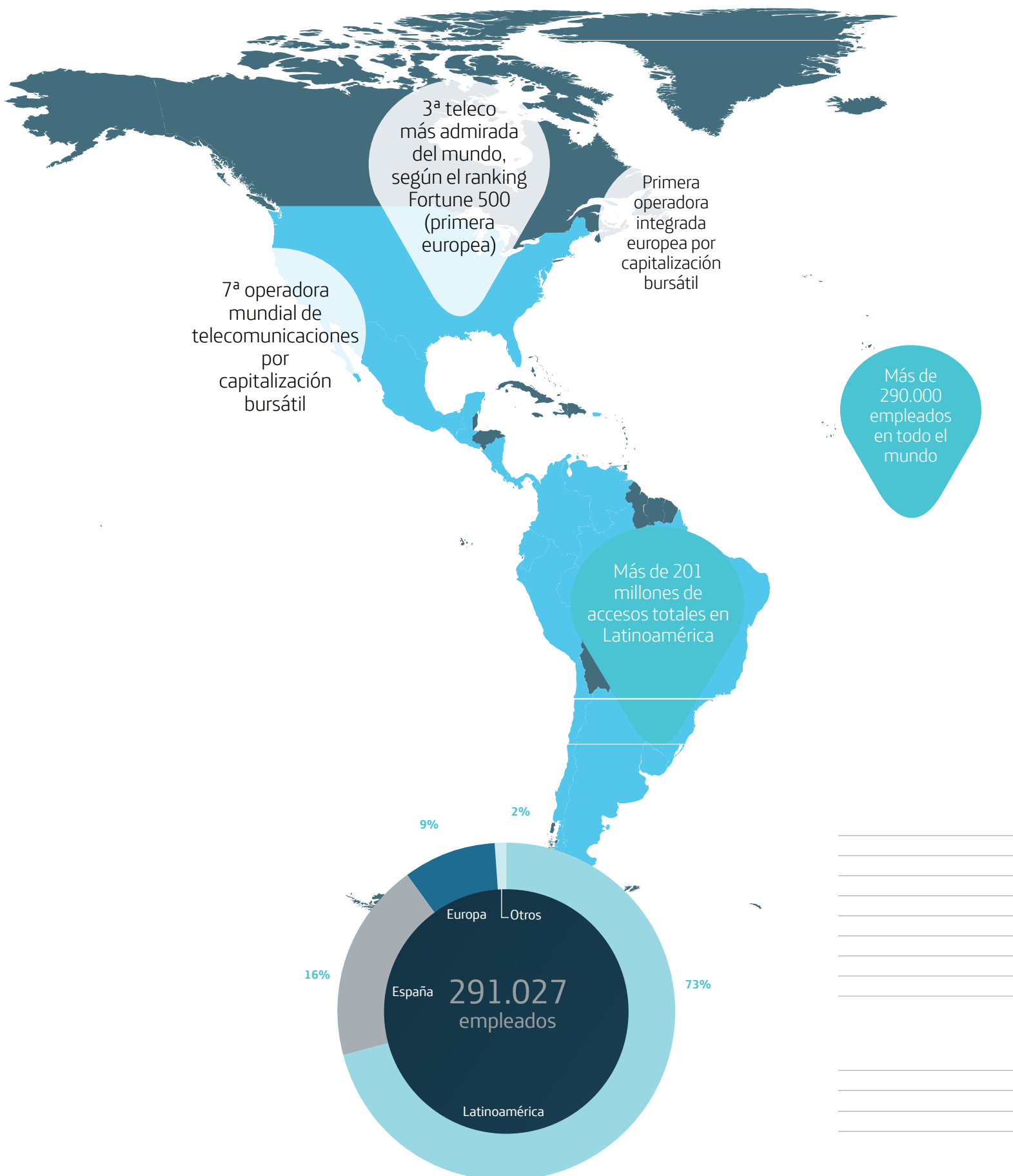
Afectuosamente

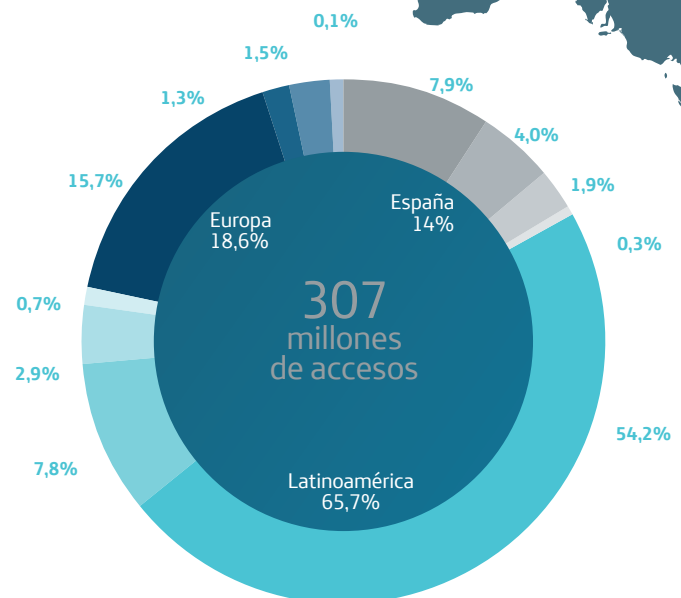
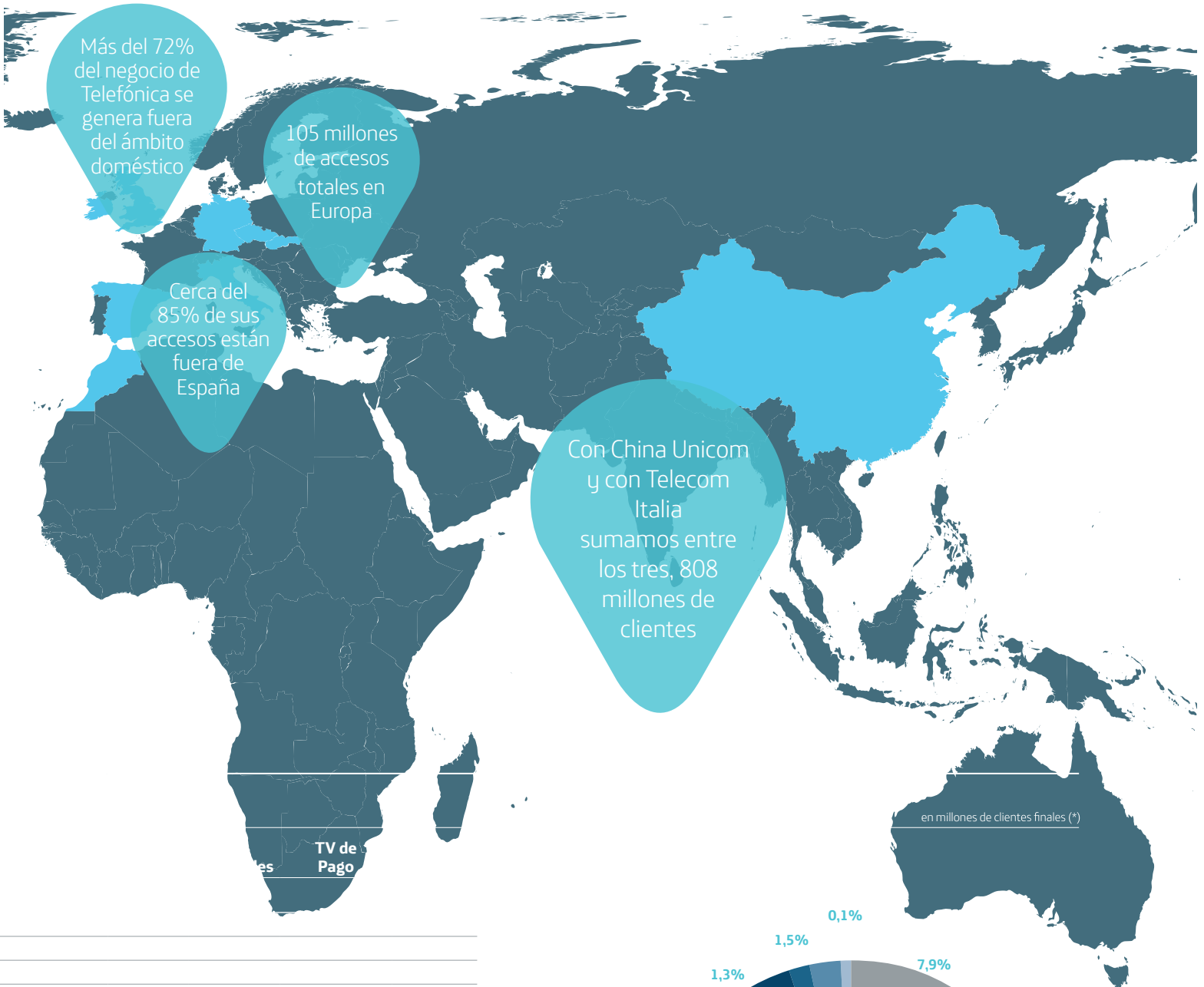
Santiago Fernández Valbuena

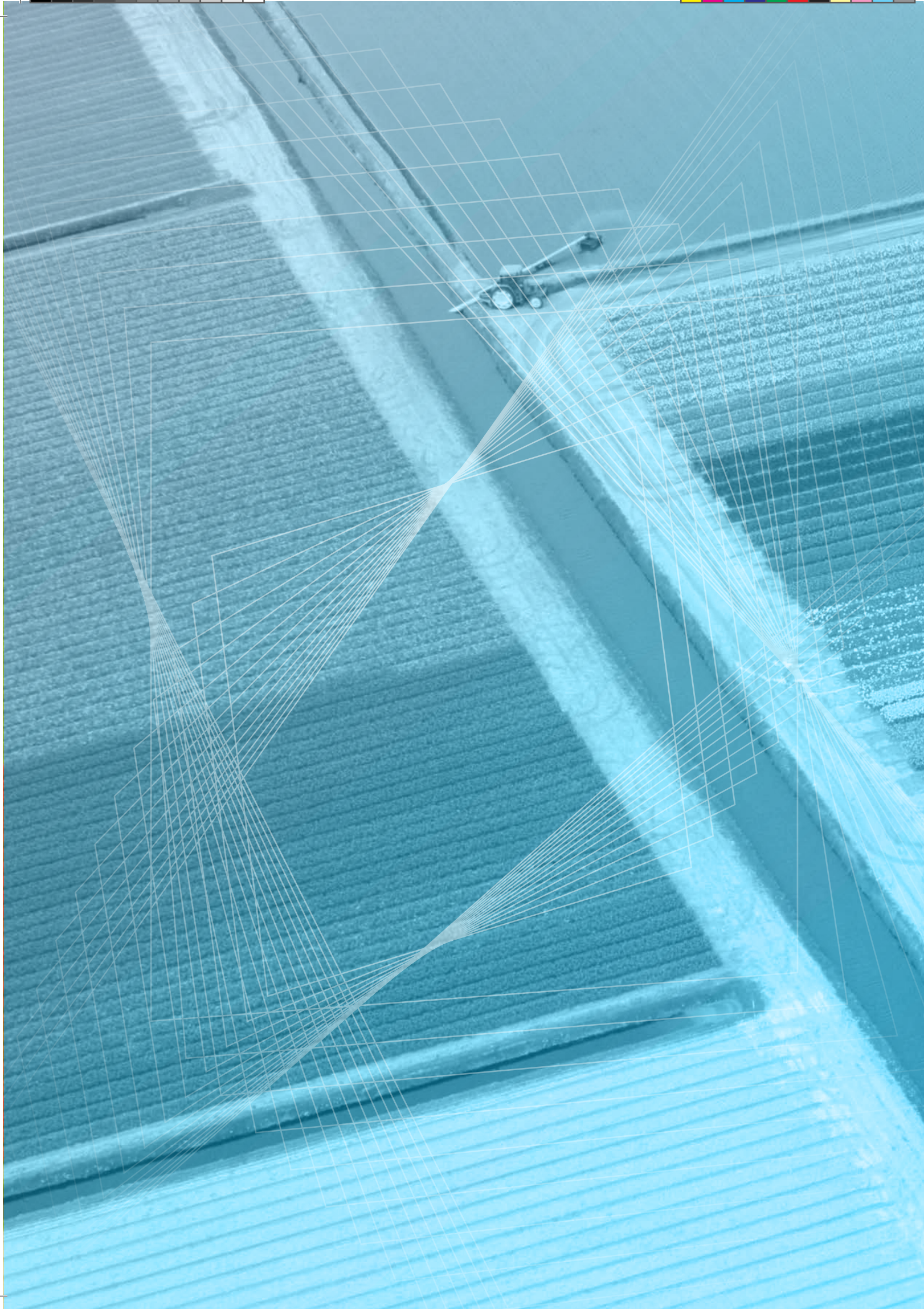
Presidente
Telefónica Latinoamérica

Luis Blasco Bosqued

Presidente
Telefónica de Argentina S.A.
Telefónica Móviles Argentina S.A.









Nuestra visión de sostenibilidad

Nuestra visión de sostenibilidad



Una gestión sostenible nos permite alcanzar nuestra visión de transformar posibilidades en realidad, con el fin de crear valor para todos nuestros grupos de interés.

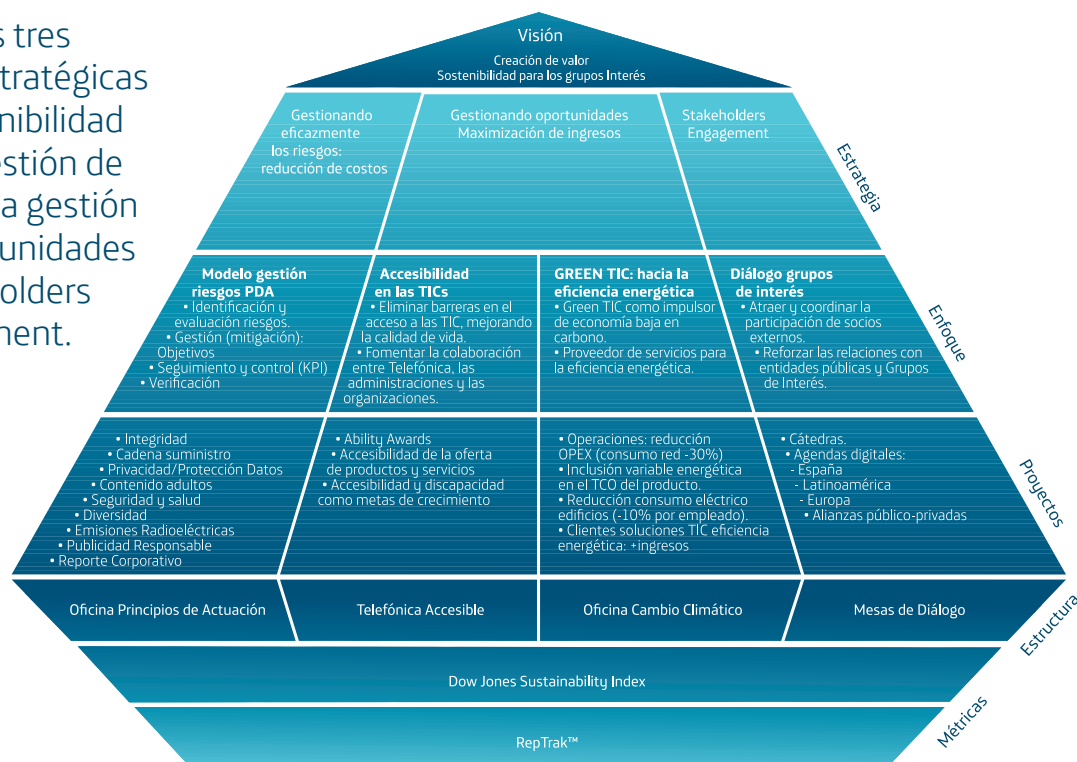
En Telefónica, estamos comprometidos con el desarrollo de las sociedades en donde operamos. La creación de valor para nuestros grupos de interés se produce a través de la transparencia y la competitividad. Por un lado, la transparencia nos permite generar confianza en los mercados y legitimar nuestra contribución al desarrollo, por el otro, la competitividad de la compañía mejora gracias a la optimización de los costos y los ingresos, que se produce mediante la gestión de los riesgos vinculados a nuestro código ético y de las oportunidades de negocios con impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Durante 2011, continuamos avanzando en nuestro enfoque de sostenibilidad, en línea con la definición del principal índice de inversión responsable, el Dow Jones Sustainability Index (DJSI): *"La sostenibilidad corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social"*.

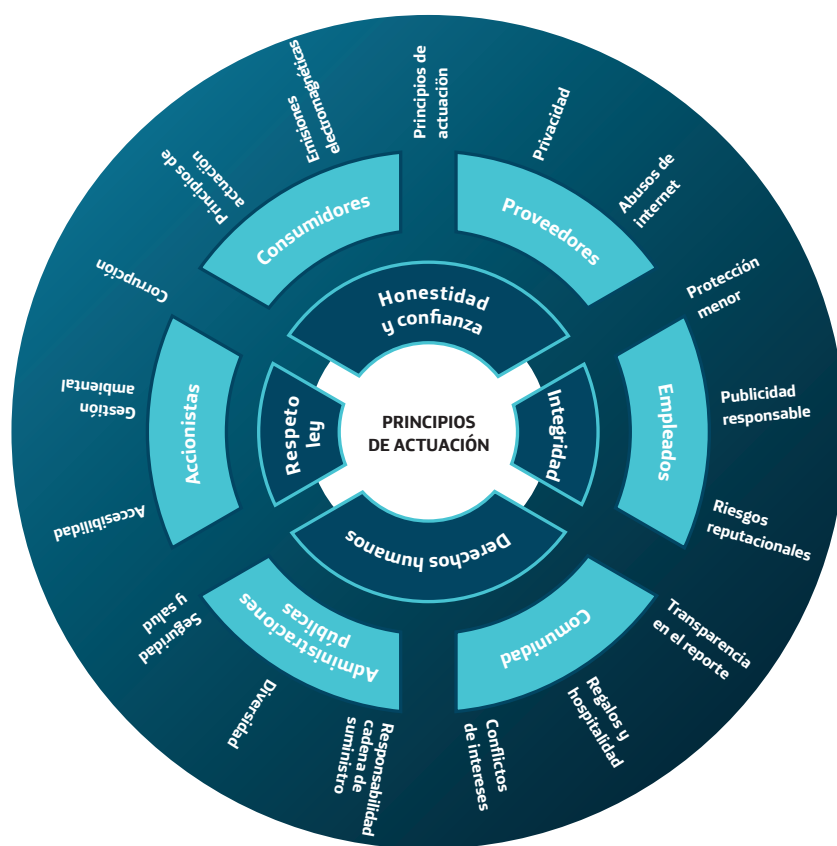
Asimismo, reformulamos nuestro programa estratégico **bravo!**, que hace hincapié en la cultura corporativa como integradora de la diversidad de la compañía y garantía de la confianza con los grupos de interés. Con el nuevo programa **bravo!+**, buscamos convertirnos en la mejor compañía del mundo digital, aprovechando las oportunidades y el crecimiento del sector. Para ello, proponemos cinco líneas de comportamiento que refuerzan las prioridades estratégicas de la compañía.



Nuestras tres líneas estratégicas de sostenibilidad son la gestión de riesgos, la gestión de oportunidades y stakeholders engagement.



Los Principios de Actuación, aprobados en 2006, nos han permitido competir en índices socialmente responsable, como el Dow Jones Sustainability Index.



Estrategia de sostenibilidad

Nuestras tres líneas estratégicas de sostenibilidad son la gestión de riesgos, gestión de oportunidades y *stakeholders engagement*. A partir de ellas, gestionamos una serie de proyectos que contribuyen a conseguir los objetivos que nos hemos planteado.

- **Gestión de riesgos:** asociados a los potenciales incumplimientos de los Principios de Actuación, que son la norma básica de conducta que rige nuestras relaciones con los grupos de interés. Estos proyectos se enfocan en temas sensibles para la compañía.
- **Gestión de oportunidades:** para optimizar beneficios y con un objetivo claro de contribución a la sociedad. En la actualidad, trabajamos en dos ámbitos: fomentar la accesibilidad a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), en especial a las poblaciones más vulnerables o necesitadas, y las Green TIC, o proyectos vinculados a lograr una mayor eficiencia energética a través de las potencialidades del sector y las nuevas tecnologías.
- **Stakeholders engagement:** potenciamos la comunicación transparente y el diálogo efectivo y permanente para así construir relaciones de confianza con los grupos de interés. Este diálogo es constante, ya que las expectativas y demandas de estos grupos cambian con el tiempo.

Este año hemos evolucionado a un modelo de reporte bajo el enfoque de la triple cuenta de resultados –dimensión económica, social y ambiental–, dando respuesta de forma integrada al DJSI y al estándar global de reportes GRI, y verificado externamente bajo el criterio de la AA1000.

Nuestros Principios de Actuación

En Telefónica contamos con un código ético conformado por un conjunto de lineamientos que guían y orientan las relaciones con nuestros grupos de interés, tanto en el trabajo diario como en la toma de decisiones. Esta guía, junto con la visión, los valores y la cultura de la compañía, son los pilares que definen nuestro actuar, fortalecen nuestra integridad y transparencia, y ayudan a cumplir los objetivos que nos hemos planteado.

Los Principios de Actuación, aprobados en 2006, son practicados por todos los empleados del Grupo Telefónica a nivel global y nos han permitido competir en índices socialmente responsable, como el Dow Jones Sustainability Index. Desde luego, estos lineamientos evolucionan para poder hacer frente a preocupaciones y temas sensibles que surjan en el tiempo, como las que trae consigo el nuevo entorno digital.

Nuestro código de conducta está estructurado en los principios generales de honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad



y respeto por los derechos humanos. Para que nuestros empleados interioricen estos principios, contamos con un curso de formación *on line* que debe ser superado por todos, y que además forma parte de los programas de inducción. Durante 2011, continuamos con la formación de nuestros empleados en este tema, logrando que el 78% de nuestra plantilla de Telefónica en la Argentina supere el curso.

Para velar por la implementación y el cumplimiento de los Principios de Actuación, identificar y desarrollar normativas y apoyar a todos los colaboradores, contamos con la Oficina de Principios de Actuación, integrada por las áreas corporativas de Capital Humano, Auditoría Interna, Secretaría General y Jurídica, y Secretaría General Técnica de la Presidencia de Telefónica. En el país, contamos con una Oficina Local, con una composición similar, que contribuye a difundir el código ético.

Asimismo, contamos con una línea confidencial, disponible en la Intranet, para que nuestros empleados, de forma anónima o personal, puedan realizar preguntas, pedir consejos y plantear sus dudas asociadas al incumplimiento de los Principios de Actuación. Nuestros proveedores y otros grupos de interés también cuentan con canales habilitados para presentar sus inquietudes. De esta manera, nos aseguramos de ofrecer los espacios para que se expresen con libertad y hacemos seguimiento a los temas que más les interesan o preocupan.

Ética empresarial

Gestionamos nuestras operaciones con integridad y transparencia para mantener la confianza de todos nuestros grupos de interés.

Durante 2011, se registraron un total de 91 denuncias a nivel global. De las 73 que fueron investigadas, 11 resultaron ser procedentes

y, entre las medidas adoptadas, se incluyeron cinco despidos disciplinarios y dos consejos para los involucrados.

Actuamos con integridad y transparencia

Nuestro código de conducta fomenta un entorno de control adecuado y de rechazo a cualquier forma de corrupción, que implica que nuestros empleados acepten regalos o sobornos de cualquier clase. Asimismo, contempla el principio de neutralidad política, por el cual nos abstenemos de colaborar con cualquier partido político en el país.

Buen gobierno corporativo

Gestionamos nuestro negocio en línea con los estándares internacionales referentes en materia de gobierno corporativo, a fin de generar valor, garantizar el cumplimiento de las obligaciones con cada uno de nuestros accionistas y mantener buenas relaciones con los organismos financieros y de regulación en el mercado.

El Directorio es el actor central del buen gobierno corporativo de la compañía y el órgano de supervisión y control, encargado de controlar la gestión y aprobar las políticas y estrategias generales de la compañía, en coordinación, en aquellas que corresponda, con el Grupo Telefónica a nivel global.

Los principios fundamentales del gobierno corporativo de la compañía están contenidos en los Estatutos Sociales y en el Reglamento de su Directorio, además de, en nuestros Principios de actuación. Estos son:

- La maximización del valor de la compañía en interés de los accionistas.
- El papel esencial del Directorio en la dirección y administración de la sociedad.



Obligaciones de los proveedores

En los contratos que suscriben las empresas de Telefónica en la Argentina con algún proveedor se contemplan cláusulas de protección de datos que estipulan las siguientes obligaciones:

- Utilizar los datos de carácter personal recibidos, única y exclusivamente para el cumplimiento de los fines objeto del contrato.
- Trasladar a aquellos de sus empleados que accedan a datos de carácter personal de cualquier empresa de Telefónica las obligaciones impuestas en materia de protección de datos por dicha empresa.
- Devolver/destruir los datos de carácter personal a los que hayan podido tener acceso para el cumplimiento de los fines del contrato, tan pronto como acabe la prestación objeto del contrato que motivó la comunicación de los mismos.
- Aceptar las inspecciones que la empresa de Telefónica, considere preciso efectuar en los ficheros que contengan datos de carácter personal comunicados para la ejecución del contrato.

- La flexibilidad organizativa.
- La transparencia informativa en las relaciones con los empleados, accionistas, inversores y clientes.

En nuestro sitio web hemos desarrollado una sección específica de gobierno corporativo, en la que brindamos información pública sobre la composición y funciones de los órganos de gobierno, los acuerdos adoptados por estos, el estatuto social, los informes anuales, los hechos relevantes del año, entre otros.

Escuchamos a nuestros accionistas

Nuestro compromiso con la transparencia involucra mantener un diálogo abierto con nuestros accionistas, de manera que puedan hacer llegar sus recomendaciones al máximo órgano de gobierno en base a sus intereses. Es nuestro deber prestar atención a todos estos aportes y tomar decisiones, teniendo siempre en cuenta la búsqueda del beneficio común para todos nuestros accionistas.

Por estas razones, contamos con diferentes herramientas y canales de comunicación para relacionarnos con nuestros accionistas. Asimismo, pueden ejercer su derecho de manifestarse de viva voz en las asambleas, siendo obligatorio que sus mociones, consultas y otros comentarios sean incorporados en el acta de la reunión.

Privacidad de datos y seguridad on line

La sensibilidad de la información de carácter personal y el vertiginoso crecimiento del tráfico en el sector de telecomunicaciones generan la necesidad de aplicar las medidas de seguridad suficientes para proteger los datos de nuestros clientes. En Telefónica, hemos analizado los riesgos relacionados con los

productos y servicios digitales del entorno, a fin de identificar y corregir sus principales causas y velar por el respeto al derecho de privacidad de las personas.

Tenemos una gran responsabilidad al administrar toda esta información, por ello, contamos con una Política corporativa de protección de datos de carácter personal y con normativas internas que garanticen el correcto manejo de estos datos, a la vez que nos aseguramos que nuestros proveedores con acceso a ella también cumplan lo establecido. Si bien las áreas locales de Auditoría Interna y Seguridad de la Información son las encargadas de estos temas, involucramos a todos nuestros empleados y les recordamos la importancia de respetar la privacidad de datos de los clientes a través de la Intranet y otras comunicaciones internas.

Desde 2010, contamos con un Sistema de Gestión de Identidades (OIM de Oracle), que permite administrar la seguridad de los accesos a los diferentes sistemas de información de la compañía. Para ello, hemos establecido procedimientos de solicitudes y autorizaciones, con su debida documentación y control.

Entorno más seguro

Durante el año, continuamos ofreciendo a nuestros clientes productos para proteger su navegación por Internet. Entre ellos, destacan la Suite de seguridad McAfee, que monitorea toda la actividad y protege la computadora contra hackers y posibles virus, y el Nod 32, software que detecta y elimina los virus.

Para nuestros clientes empresas, adquirimos e instalamos en nuestro data center una plataforma para brindar firewall en red, que permitirá la comercialización del servicio de tráfico seguro. Esta nueva prestación busca posicionarnos como referentes en servicios de seguridad de la información.



Tomamos en cuenta el perfil de nuestros clientes para brindarles productos y servicios orientados a la protección de menores.

Estándares internacionales

Como integrantes de la asociación GSMA (Global System for Mobile Communications Association), apoyamos la publicación de sus Mobile Privacy Principles (Principios de Privacidad Móvil) en febrero de 2012. Estos principios, que representan los intereses de todas las empresas del entorno móvil en el mundo, describen la forma en que debe respetarse y protegerse la intimidad de los consumidores cuando usan aplicaciones y servicios móviles, con el objetivo de proporcionar a los usuarios una mejor transparencia.

Del mismo modo en que protegemos la privacidad de nuestros clientes, queremos ofrecerles un entorno confiable y seguro para que realicen sus operaciones con tranquilidad. Así, desde 2009 formamos parte del Antiphishing Working Group (APWG), integrando así una red de organizaciones comprometidas con denunciar y eliminar todo tipo de fraude electrónico, y a su vez intercambiar información respecto a estos temas.

Comunicación en situaciones de emergencia

En Telefónica en la Argentina, trabajamos para mejorar nuestras redes y plataformas, de manera que podamos brindar a nuestros clientes posibilidades de comunicación en situaciones de emergencia.

Para el segmento empresas, durante 2010 invertimos en el robustecimiento de la red a nivel nacional, que incluyó la seguridad de la fibra óptica del sur del país y la seguridad del backbone IP que da soporte a todos los servicios convergentes. En el Data Center, seguimos un plan de contingencia que está enmarcado en la ISO 27001, estándar de seguridad de la información.

Asimismo, cambiamos de topología y de versión del software de back up, con ampliación de capacidad y velocidad. Con esta mejora, se realiza más eficientemente la recuperación de información de los clientes en caso de una contingencia.

Protección al menor

www.telefonica.com.ar/usoresponsabledetics

Para promover un uso seguro y responsable de las TIC por parte de la menores, y evitar el acceso a contenidos indebidos en Internet, en Telefónica en la Argentina ofrecemos productos y servicios, herramientas y recomendaciones para padres e hijos. Desde 2005, contamos con la Normativa para la Provisión de los Contenidos para Adultos, por medio de la cual, ofrecemos contenidos notificando de manera clara y evidente que no son aptos para menores de 18 años, o restringimos el acceso a los mismos bajo petición del cliente.

Tomamos en cuenta el perfil de nuestros clientes para brindarles productos y servicios orientados a la protección de menores. Así, en conjunto con nuestros planes de banda ancha ofrecemos paquetes de seguridad con antivirus, antifraude, seguridad infantil avanzada, filtro de correo, filtros parentales de contenidos, entre otros servicios.

Por otro lado, a fin de continuar sensibilizando a la sociedad en torno a este tema, contamos con un blog que discute diversos temas relacionados al uso seguro de las TIC y mantiene informados a los padres, familias y educadores, acerca de las últimas tendencias en el tema.



La Generación Interactiva en la Argentina

www.generacionesinteractivas.org



En diciembre de 2011, presentamos el libro "La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010. Niños y adolescentes ante las pantallas", elaborado en base al segundo estudio realizado por el Foro Generaciones Interactivas, con la participación de 78.000 escolares de 10 países. En la Argentina, participaron 1.073 alumnos, de entre 6 y 18 años, de 185 escuelas. El documento describe los retos educativos y sociales que plantea el uso intensivo de las nuevas tecnologías, y evidencia la importancia de la formación en un uso adecuado de estas por parte de los menores. Entre los datos más relevantes para el país, destacaron:

- 78% de alumnos entre 10 y 18 años tiene acceso a Internet en su casa, y el 34% de estos posee la computadora en su dormitorio
- 77% de los menores de entre 10 y 18 años asegura navegar en solitario.
- 7 de cada 10 alumnos de entre 10 y 18 años postergan las tareas escolares, la lectura y la televisión para navegar en Internet.
- 83% de alumnos de entre 10 y 18 años reconoce tener actividad en redes sociales, siendo Facebook utilizada por el 99% de los estudiantes.



Aula 365

Este portal brinda apoyo escolar gratuito con contenidos multimedia para toda la familia, que incluyen películas educativas, blogs, wikis, infografías, biografías, galería de imágenes, clases magistrales, entre otros. De esta manera, los estudiantes pueden mejorar su rendimiento escolar con el soporte de un profesor virtual para aclarar sus dudas y preguntas. Todo esto se realiza en un entorno seguro en el que no se permite que los niños aporten datos personales ni fotografías, y siempre moderado para que en ningún caso los menores accedan a contenidos inadecuados.

A partir de este tipo de espacios, se estimula la inteligencia colectiva y colaborativa, la co-construcción de conocimientos y la participación e interacción entre estudiantes con intereses de aprendizaje comunes. Lo más importante de todo, es que se realiza en un espacio atractivo para ellos, donde pueden aprender y divertirse al mismo tiempo.







Impacto económico

Impacto económico



En 2011, Telefónica en la Argentina invirtió más de 2.623 millones de pesos en infraestructura, contribuyendo así al desarrollo económico y social del país.

La confianza depositada por nuestros más de 23 millones de clientes nos permitió generar ingresos por más de 20.275 millones de pesos (99,97% del total de ingresos registrados). De esta cifra, pagamos 7.022 millones de pesos a nuestros proveedores, la mayoría de ellos locales, fomentando así su desarrollo y crecimiento. Asimismo, y

en cumplimiento con las regulaciones locales, contribuimos con más de 5.573 millones de pesos para el pago a las administraciones públicas. Por su parte, nuestros más de 25 mil empleados recibieron más de 2.440 millones de pesos por el cumplimiento de sus responsabilidades.



Datos en millones de pesos

Consolidado Movistar Argentina y Telefónica Fija

Nota: La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja de Telefónica en la Argentina, y contrastada por Ernst&Young. Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados de Telefónica en la Argentina, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

Comprometidos con nuestros clientes



Hemos centrado todos nuestros esfuerzos en mejorar la experiencia de los clientes para incrementar su vínculo emocional con nuestras marcas.



Transformando la experiencia del cliente

A fin de incrementar la satisfacción de nuestros clientes y brindarles los mejores productos y servicios en el mercado enfocados en sus necesidades de comunicación, durante el año lanzamos diferentes propuestas basadas en la innovación y la gestión de la calidad.

Nuestros clientes

En 2011, alcanzamos más de 23 millones de accesos, de los cuales más de 16 millones corresponden a telefonía móvil y 4,6 millones al servicio de telefonía fija. El servicio de Banda Ancha registró el mayor crecimiento en el año con un 10,8%.

Mejoras en la atención

Dado el crecimiento en el uso de las redes sociales, lanzamos nuevos canales de atención on line en Facebook y Twitter. De esta manera, buscamos estar atentos a todas las inquietudes y reclamos de nuestros clientes y brindarles soluciones inmediatas.

En esta misma línea, implementamos mejoras en nuestro portal web, a partir de una nueva estética más amigable, beneficios en la usabilidad del sitio basados en la experiencia de los clientes, mayor visibilidad a los catálogos de productos y servicios y a las promociones vigentes, entre otros. De esta manera, reducimos el tiempo que toma al cliente ubicar las soluciones ofrecidas y el costo asociado por reducción de intervenciones manuales. La iniciativa Factura sin papel es un hito de este canal on line, ya que permite mejorar la capacidad de consulta de clientes respecto a los servicios contratados y reducir errores asociados a la distribución de las facturas y costos operativos.

Asimismo, durante 2011 optimizamos la gestión de cobranzas para incrementar su contribución a los resultados de la compañía. El área encargada fue auditada nuevamente por el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), que dio como resultado la recertificación de sus procesos bajo la norma ISO 9001. Se consiguió también el premio de bronce del Instituto Profesional Argentino para la Calidad y la Excelencia (IPACE), luego de participar con un proyecto asociado al tratamiento de clientes en situación de mora.

Gestión de la calidad

En nuestro afán de optimizar nuestros procedimientos internos para ser cada vez más ágiles y eficientes, recertificamos los procesos de

Cientes (datos en miles)	2010	2011
Telefonía fija	4.622	4.611
Telefonía móvil	16.149	16.766,70
Prepago	10.370,4	10.581,3
Contrato	5.778,5	6.185,4
Banda Ancha (ADSL)	1.439	1.595,10
Otros	78,7	49,5
Número accesos	22.289	23.022

Atención a clientes y Ventas en los centros comerciales y Televentas bajo la norma ISO 9001. Para 2012, nuestra meta es certificar bajo esta misma norma el resto de canales de venta directos e indirectos.

Asimismo, continuamos trabajando en la implementación de la norma COPC-2000 en el call center, con miras a certificarla en 2012. La norma representa un modelo de gestión de desempeño integral que facilita el logro de altos niveles de eficiencia, ingresos y satisfacción de los usuarios finales con la aplicación de las mejores prácticas de la industria.

Nuestros productos y servicios

En el mercado de telefonía fija, continuamos avanzando en la paquetización de los ingresos de tráfico local y de larga distancia nacional (tarifa plana y tarifa plana por llamada). Además, a partir de diciembre de 2011 implementamos el servicio de recarga de créditos de teléfonos móviles prepago en la factura de telefonía fija, así como también el envío de mensajes de texto desde teléfonos fijos (dependiendo del equipo), hacia teléfonos móviles y/o fijos con igual funcionalidad.

En cuanto a la telefonía pública, el aumento de los costos fijos y el congelamiento de las tarifas disminuyeron la rentabilidad del negocio en el año. Sin embargo, continuamos incentivando a los clientes a consumir tarjetas prepago con promociones como "Duplicarte", lo que nos permitió incrementar la cuota de mercado. Además, lanzamos el servicio CPP (Calling Party Pays) en cabinas, de manera que los clientes puedan efectuar llamadas a teléfonos celulares sin crédito.

Para el mercado de banda ancha, pusimos especial foco en las intenciones de baja, la retención de clientes y el desarrollo de una propuesta de valor atractiva para los clientes, dotando a los paquetes de mayor contenido y valor relacionado al entretenimiento. Las principales acciones comerciales desarrolladas en el año fueron la

aceleración del despliegue de nuevas tecnologías para adaptar la oferta a los nuevos usos y presencia de dispositivos en el hogar, inversiones en red de transporte y acceso, lanzamiento de la nueva propuesta de valor en función a los segmentos de mercado y presencia de competidores reforzada por comunicaciones de alto impacto, optimización de la capilaridad de los canales de ventas y desarrollo de canales no tradicionales.

Durante el año, trabajamos en la activación de clientes en las aplicaciones digitales contratadas, como Aula 365, servicio interactivo de apoyo escolar para chicos, docentes y padres; Dr. Speedy, servicio de asistencia técnica de la PC; Terabox, servicio que permite almacenar y compartir contenidos en la web con la posibilidad de acceder de forma remota; Sonora, servicio que permite la reproducción de archivos de música sin previa descarga; y servicios antivirus. Así, logramos pasar de 424 clientes en 2010 a 771 mil a diciembre de 2011.

Asimismo, en setiembre lanzamos una oferta dirigida para clientes de nivel socio-económico medio y medio bajo que valoran el control de sus gastos. El servicio, "Speedy Hora", consiste en la posibilidad de navegar una cantidad limitada de horas por un precio fijo mensual, con la opción de realizar recargas.

Entre otros avances en el año, la penetración de clientes Dúo (Internet más llamadas locales internacionales) y Trío (Internet más llamadas locales internacionales más servicio de TV satelital comercializado por DirecTV) sobre la planta de Speedy alcanzó el 82% a diciembre de 2011, en comparación con el 80,3% de diciembre de 2010.

Uno de los principales lanzamientos en 2010 fue "On Video", servicio de entretenimiento para el hogar que permite alquilar películas, series, videos y otros contenidos para TV y PC a través de la banda ancha. Durante 2011, trabajamos en darle mayor difusión y comunicar los atributos para cada cliente. Además, logramos nuevos acuerdos con los proveedores de contenido y simplificamos los procesos de comercialización, instalación y atención, a fin de optimizar la experiencia de uso. Todas estas mejoras permitieron que el servicio alcance los 31.200 clientes a diciembre de 2011.

Oferta para pymes

En el segmento Negocios, especializado en pequeñas y medianas empresas, profundizamos en la comercialización de productos de voz sobre Protocolo de Internet (VOIP), que permitió tener nuevas alternativas tecnológicas para brindar servicios de telefonía básica. Así, logramos alcanzar un nivel de venta del 29% de los accesos de telefonía básica por esta vía.



Oferta para empresas

En 2011, nuestra oferta para grandes empresas y organismos de la administración pública consistió en la convergencia de servicios de telecomunicaciones fijas y tecnologías de la información, logrando un crecimiento del 19% en ingresos. Destacan nuestras soluciones de valor agregado para los sectores de gobierno, salud, seguridad, servicios financieros, petróleo y energía.

Los principales productos lanzados en el año son:

Cloud storage

Servicio de almacenamiento de información desde la nube en un escenario de alta disponibilidad para mantener las mismas políticas de seguridad de la empresa. Es una alternativa a la clásica implementación de discos compartidos en file servers.

M2M

Solución orientada a procesos que obliga a mantener la cadena de frío principalmente en alimentos y vacunas. El control se logra mediante el monitoreo online de la temperatura y la generación automática de alarmas en caso de que esta descienda o supere los rangos establecidos.



La evolución de la red también está modificándose para lograr una mayor vinculación con los clientes

Inversión en nuevas redes

Las denominadas Redes de Nueva Generación (NGN, por sus siglas en inglés) son aquellas que permiten la convergencia de servicios, dado que manejan las señales eléctricas codificadas en pulsos y transportadas en forma de paquetes. Así, permiten que en una misma red se transporte telefonía, Internet, datos y servicios de valor agregado.

La tradicional red de telefonía está migrando gradualmente a esta tecnología. A diciembre de 2011, logramos una cobertura del 40% en tecnología NGN sobre el total de nuestra red de transporte

de tráfico vocal. Para el caso de la red de acceso, ya se han reemplazado aproximadamente 50.000 líneas. Respecto a la prestación del servicio de VoIP (servicio de telefonía totalmente paquetizado), ya se han alcanzado casi los 40.000 clientes de las unidades de Negocios y Empresas.

La evolución de la red también está modificándose para lograr una mejor vinculación con los clientes. En 2011, finalizamos el vuelco de las 2.900 posiciones de operadoras de los servicios 112, 114, Speedy y Negocios hacia una solución totalmente paquetizada, donde será posible brindar una atención absolutamente renovada y actualizada.

Hosting 2.0 versión local

Servicio de IaaS (*Infrastructure as a Service*) que brinda recursos de Data Center, como capacidades de cómputo, memoria, almacenamiento, software y conectividad a través de una plataforma flexible y de alto desempeño. Los principales beneficios del servicio son su rápida implementación, la flexibilidad para escalar recursos bajo demanda, la posibilidad para el cliente de alinear sus costos con sus necesidades de negocio y el acceso seguro desde la red que provee Telefónica.



Gestión responsable de la cadena de suministro



Queremos impulsar mejores condiciones de vida y de trabajo para las personas, por ello, incluimos entre nuestros criterios de compra aspectos sociales, laborales y medioambientales.

	2010	2011
Proveedores adjudicatarios (unidades)	1.431	1.282
Proveedores adjudicatarios locales (unidades)	1.328	1.222
Volumen de compras adjudicado localmente (porcentaje)	77	88

Los Principios de Actuación constituyen el marco de referencia en la relación con nuestros proveedores y en el compromiso asumido con la gestión responsable de la cadena de suministro. Somos conscientes del impacto que generamos dada la magnitud de nuestras operaciones, por lo que requerimos que nuestra cadena desarrolle su negocio en cumplimiento de la ley y regulación vigente, además de seguir principios similares a los nuestros.

En 2011, el volumen de compras alcanzó unos 7.383 millones de pesos, adjudicados a más de 1.282 proveedores. De esta cifra, el 95,3% corresponde a proveedores locales, lo que evidencia nuestro compromiso con la generación de empleo en el país. El trabajo de todos ellos es muy importante para el negocio, sobre todo en las labores de atención y soporte, ya que tienen un contacto directo con nuestros clientes.

Políticas y normativas

Nuestro compromiso con la sostenibilidad en la cadena de suministro se concreta en dos niveles:

- Interno: contamos con la Norma de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro, que establece una serie de estándares laborales, de seguridad y salud y medioambientales para fomentar una conducta ética entre los proveedores.
- Externo: contamos con la Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro, que detalla la actitud y estándares que esperamos de los proveedores. Además, es una herramienta de sensibilización, que nos ayuda a fomentar comportamientos sostenibles.

Norma de Extensión de los Principios de Actuación (PdA) a la Cadena de Suministro

Requisitos mínimos:

- No se permitirá trabajo infantil
- No se aceptará el trabajo forzado
- No se permitirán condiciones laborales de riesgo para la vida de los trabajadores ni el trato inhumano en el trabajo
- Se exigirá el cumplimiento de la ley en materia medioambiental

Contamos además con el Manual de Gestión de Terceros y un tríptico asociado que resumen el modelo de excelencia en la gestión de proveedores. Todos los empleados de estas empresas fueron alcanzados por el plan de comunicación y la difusión de las políticas.

Transparencia e igualdad de oportunidades

Nuestro proceso de compras contempla brindar oportunidades equitativas para todos los interesados y asegura la objetividad en la toma de decisiones al respecto. Para ello, las relaciones comerciales se organizan a través de la mesa de compras y las herramientas de comercio electrónico, que además aumenta la eficacia de los procesos. En todo momento mantenemos informados a los postulantes del estado del proceso y los resultados del mismo.

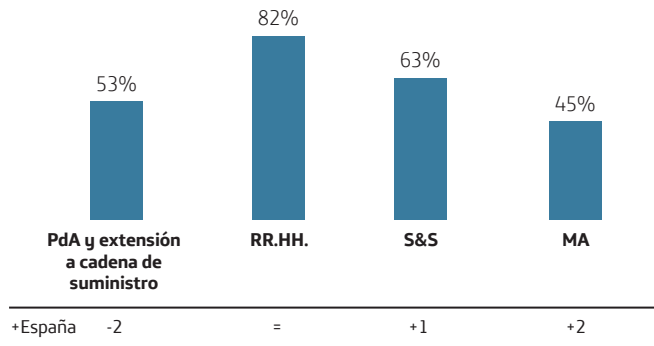
Durante el año, el 95% del volumen total de compras se negoció a través de la plataforma de comercio electrónico.

Identificación de riesgos

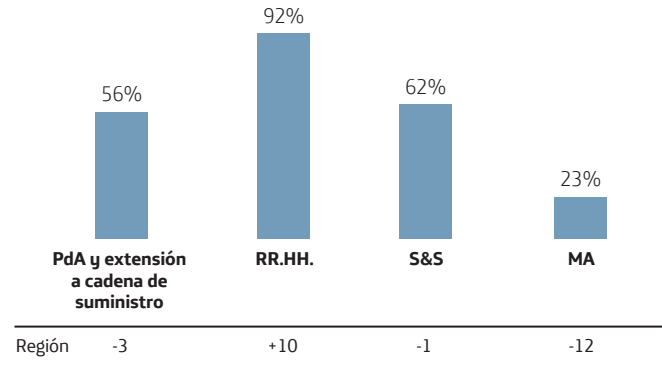


Con el objetivo de monitorear el cumplimiento de buenas prácticas, realizamos periódicamente evaluaciones del nivel de riesgo de nuestros proveedores. A partir de los resultados encontrados, determinamos los puntos críticos y trabajamos en una estrategia acorde a lo encontrado.

Cumplimiento (regional)



Cumplimiento - Argentina



A nivel de todo el Grupo, la compañía avanzó en el uso del checklist global, herramienta que permite comparar el desempeño de proveedores en base a los mismos criterios. En la Argentina, participaron 5 proveedores de la compañía.

Asimismo, realizamos 700 auditorías administrativas por mes y 5 auditorías a proveedores críticos en temas de responsabilidad social. El porcentaje de inconformidades detectadas en las auditorías fue del 17%.

Programa Aliados

Hemos consolidado el programa como una de las mejores prácticas en el Grupo en materia de gestión de proveedores. En este marco, desarrollamos acciones de formación y comunicación con nuestra cadena. Todos los contratos de servicio de mano de obra intensiva exigen un plan de formación impartido por el proveedor, sobre el que existen controles de cumplimiento. En muchos casos, estos son sistematizados por el proveedor, siguiendo métodos de calidad como ser ISO, COPC, PNC y otros particulares. En 2011 se impartieron un promedio de 385.000 horas de capacitación.

El proceso de control de gestión de aliados contempla acciones en las distintas etapas de la vida de la relación con los proveedores:

- Controles sobre la actividad a tercerizar.
- Controles que garanticen la solidez del proveedor.
- Plan de comunicación que establezca claramente los requisitos en su relación con las empresas del Grupo Telefónica.
- Aceptación formal, controles preventivos y asesoramiento

de los requisitos estructurales: Principios de Actuación, normas de control laboral y exigencias de seguridad y salud y medioambiente.

- Proceso de control y seguimiento de las distintas variables que afectan la relación contractual.

Estas acciones permiten detectar desvíos, plantear ajustes y dar soporte para el desarrollo de una visión integrada de las responsabilidades y obligaciones establecidas como estándares de calidad en Telefónica.

Principios éticos en la cadena de suministros

Las auditorías corporativas realizadas en 2011 sobre la inclusión de los PdA en la cadena de suministro, demostraron el alto nivel de consenso de aplicación de principios similares o equivalentes que definen el actuar de nuestros proveedores frente a todos los actores de la sociedad.

Clima laboral

Se formalizó un acuerdo de colaboración con la CAME (Cámara Argentina de la Mediana Empresa) y un grupo de empresas orientadas a la venta de productos y servicios, que permitió implementar herramientas de medición y gestión de la mejora de clima laboral en las empresas del sector, con resultados destacados. Entre los planes futuros, queremos extender esta práctica en otras actividades core del negocio.





Impacto ambiental

Impacto ambiental



Las nuevas tecnologías son clave para hacer un uso eficiente de los recursos naturales y reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones.



En 2011, Telefónica Móviles (Movistar) recibió la recertificación ISO 14001



Nuestro compromiso con la sostenibilidad involucra la mitigación de los impactos ambientales que generan nuestras actividades, sobre todo aquellas asociadas al despliegue de red, la generación de residuos y el consumo de recursos. Contamos con procesos homogéneos para todas nuestras operaciones, y difundimos los beneficios de las TIC, como herramientas que pueden optimizar procesos y volverlos más eficientes.

Todas las directrices y prácticas de prevención y control ambiental están articuladas en nuestro Sistema de Gestión Ambiental. En 2011, Telefónica Móviles (Movistar) recibió la recertificación ISO 14001, que evidencia la implementación de un sistema eficaz de gestión ambiental y ratifica su compromiso con la preservación del entorno.

Consumo de recursos

Como parte de nuestras operaciones y el trabajo a nivel de oficinas, desarrollamos iniciativas para controlar el consumo de agua, energía y papel. A estos impactos, se suman aquellos generados en los centros de atención al cliente, tiendas y call centers de la compañía, por lo que es importante que fomentemos una cultura ambiental entre nuestros usuarios.

Gestión de residuos

La tipología de residuos generados por nuestras actividades es variada, pero nos preocupamos por gestionarlos de acuerdo a su peligrosidad. Los más relevantes son los procedentes de equipos eléctricos y electrónicos de la red y de oficinas (9,2 toneladas), y los peligrosos, en nuestro caso fundamentalmente de baterías (2 toneladas). Así, en Telefónica Móviles las carcasas plásticas o metálicas, cargadores, cables, transistores y circuitos impresos e integrados son tratados

mediante un programa de gestión de residuos electrónicos. Durante 2011, reutilizamos más de 375 mil equipos electrónicos.

Para brindar una solución ecológica a los residuos generados por nuestros clientes y comprometerlos con el cuidado del medio ambiente, hemos implementado en nuestros edificios y oficinas comerciales buzones especialmente diseñados, donde pueden depositar sus equipos y baterías sin usar. Desde el lanzamiento de esta iniciativa, hemos recolectado más de 45 toneladas. Todo lo recolectado es enviado a un proveedor especializado en su procesamiento y luego es exportado.

Campos electromagnéticos

En Telefónica, somos conscientes de las inquietudes existentes en la sociedad en torno a la instalación de infraestructuras de telefonía móvil, las emisiones de campos electromagnéticos y sus posibles impactos en temas de salud. Al respecto, mantenemos una postura transparente y compartimos en todo momento la información que puedan requerir algunas comunidades de vecinos, municipios, clientes o cualquier otra organización interesada en el tema. Además, suscribimos códigos voluntarios de buenas prácticas y lideramos acciones en torno a este tema.

Todas nuestras estaciones base en funcionamiento han sido instaladas cumpliendo los criterios establecidos por el Ministerio de Salud de la Nación en la Res. N° 202 MSyAS/95 y de la Comisión Internacional de Protección contra las Radiaciones no Ionizantes (ICNIRP), organismo asesor de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Entre estos criterios, se incluyen límites para la exposición de los campos electromagnéticos que garantizan que no haya ningún riesgo para la salud, los cuales cumplimos estrictamente en todas las sociedades donde operamos.

Unidad de medida		2010	2011
Estudios de impacto ambiental	Unidades	18	272
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	1.342	1.093
Gastos en estudios de impacto ambiental para el despliegue de la red	Pesos	34.090	860.629
Gastos de mantenimiento ambiental	Pesos	354.496	643.971
Otros gastos de gestión ambiental	Pesos	32.759	454.427

Agua

El consumo de este recurso está principalmente ligado al trabajo en oficinas. Nuestras acciones en este campo se centran en impulsar buenas prácticas en su consumo y la instalación de dispositivos de ahorro. En el año, reducimos el consumo de agua en un 2,9%.

Energía

Durante 2011 continuamos gestionando nuestra energía y gases de efecto invernadero a través de la Oficina de Cambio Climático del Grupo. Para reducir el consumo del recurso fomentamos herramientas de colaboración remota como la video conferencia o la telepresencia.

Combustible

Para optimizar el consumo de este recurso continuamos realizando informes de verificación técnica de los vehículos para reparar los motores en forma anticipada y lograr con ello reducir tanto el consumo de combustible como la emisión de gases contaminantes.

Papel

A través de iniciativas como *Oficina sin papeles*, promovemos el uso racional del papel y el reciclaje, además de contribuir con kits escolares para beneficiarios del programa Proniño. En 2011, el consumo de papel en oficinas fue de 280 toneladas, un 14% menos que el año anterior.

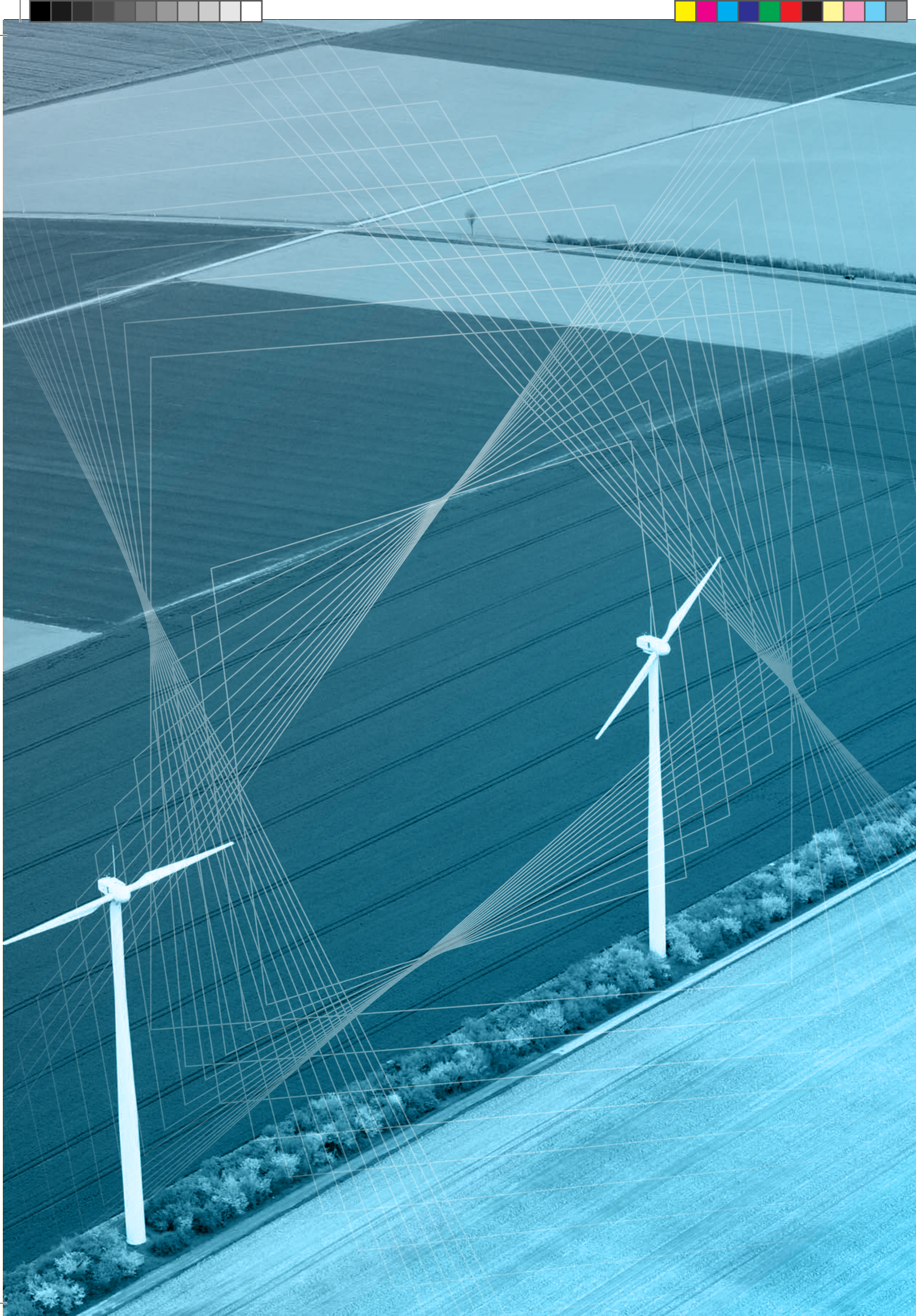


Como parte de nuestro Sistema de Gestión Ambiental, realizamos mediciones periódicas de las estaciones base y luego confirmamos el cumplimiento de los niveles máximos establecidos en la normativa vigente a través de auditorías. Asimismo, cumplimos con los requisitos regulatorios que en el país nos exige la inspección anual de las emisiones de nuestras estaciones base, garantizando así los niveles de exposición en los que operamos.

Nos hemos comprometido también a apoyar la difusión de las investigaciones científicas sobre este tema, siempre que sean de alta calidad y estén reconocidas por la OMS. De esta manera, contribuimos a poner al alcance de las sociedades información sobre los impactos reales de los campos electromagnéticos.

Factura sin papel

Como parte de las iniciativas de sensibilización ambiental que realizamos, fomentamos la afiliación de nuestros clientes a la factura digital, iniciativa que nos permite hacer un uso racional del papel. Este servicio no solo permite que nuestros clientes revisen su factura on line, sino también la descarguen, programen alarmas de vencimiento en el correo electrónico o celular, consulten el saldo de su cuenta y los medios de pago más cercanos a su domicilio, e impriman el recibo o lo paguen vía web con tarjeta de crédito, en cuenta bancaria o cajero automático. A diciembre de 2011, contamos con 4.523.471 clientes adheridos a la factura sin papel.





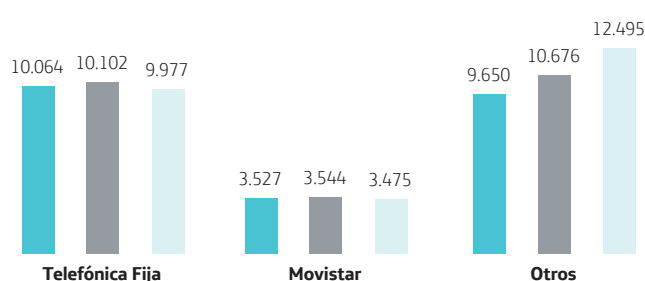
Impacto social

Nuestro capital humano



Queremos que nuestros colaboradores estén motivados y comprometidos, por ello buscamos ofrecerles las mejores condiciones para convertir nuestra compañía en el mejor lugar para trabajar.

Plantilla física del Grupo
■ 2009 ■ 2010 ■ 2011



Somos conscientes de que los logros que hemos alcanzado son producto del esfuerzo y compromiso de nuestros empleados

Nuestros profesionales

Somos conscientes de que los logros que hemos alcanzado a la fecha son producto del esfuerzo y compromiso de nuestros empleados, quienes conforman la principal palanca de transformación de la compañía. Por ello, nos esforzamos por consolidar un grupo humano capaz de asumir nuevos retos y aportar soluciones, que trabaje en equipo en un ambiente de relaciones cordiales y de respeto, y en el que cada uno de ellos se sienta valorado y reconocido por el trabajo que realiza.

En Telefónica, valoramos la diversidad como un activo importante, porque las diferentes formas de pensar nos permiten satisfacer las expectativas de unos clientes también diversos. Asimismo, promovemos la igualdad de oportunidades para todos, independientemente de la raza, género, religión u otro tipo de características de las personas.

Nuestro equipo está conformado por más de 25 mil empleados (25.947), de los cuales el 45% son mujeres. Un empleado tiene en promedio 39 años y una antigüedad de 14 años en la compañía.

Organización

En 2011, en Telefónica consolidamos el modelo organizacional a fin de brindar criterios comunes de diseño de estructura organizacional que faciliten la ejecución de la estrategia del negocio. Para ello, realizamos una serie de encuentros con los directivos de la compañía para identificar las oportunidades de mejora. El resultado fue una estructura más plana, que nos permitirá tener mayor proximidad con los clientes y rapidez en la toma de decisiones.

En lo referente a compensaciones y beneficios laborales, fomentamos un ambiente de equidad interna en todas nuestras empresas y aseguramos la competitividad externa de nuestros profesionales. Algunos de los principales avances en estos temas durante el año fueron:

- Realizamos cuatro instancias de ajuste salarial anual, de acuerdo a variaciones en el mercado y a la coyuntura del país.
- Patrocinamos tres encuestas de mercado para garantizar la competitividad salarial de nuestros profesionales respecto al mercado.
- Lanzamos el plan de descripción y evaluación de puestos para Telefónica.
- Iniciamos un plan de integración y centralización de la administración de los esquemas de incentivos.
- Implementamos el software SAP para el proceso de fijación y evaluación de objetivos de todos los empleados.

Durante el año trabajamos en la consolidación del Modelo de Atención, diseñando e implementando un servicio que procure la satisfacción de los empleados y aporte el asesoramiento estratégico en temas de recursos humanos al negocio. Este modelo se lleva a cabo a través de la gestión eficiente e integrada de tres canales de atención: la Mesa de ayuda de Capital Humano (on line y servicio telefónico), los portales del sistema SAP (on line) y los Consultores de Capital Humano.

A través de los canales telefónicos y on line, se gestionan todas las operaciones transaccionales de recursos humanos y las consultas de navegabilidad del sistema SAP. Por su parte, los Consultores de Capital Humano administran una cartera de clientes segmentada por áreas dentro de las empresas del Grupo, y aseguran la implementación de las políticas de recursos humanos.



Basamos nuestras relaciones en la comunicación y diálogo constante

Relaciones laborales y gremiales

Unidad de medida		2010	2011
Empleados con convenio negociado	Unidad	18.926	20.026
% total de la plantilla	Porcentaje	78%	77%

En Telefónica respetamos la libertad que tienen nuestros profesionales de afiliarse a cualquier organización sindical, tal y como lo indican nuestros Principios de Actuación. Basamos nuestras relaciones en la comunicación y el diálogo constante, pues permiten encontrar soluciones comunes que contribuyen a armonizar las expectativas y cubrir las necesidades de todos los involucrados.

Durante el año, se lograron acuerdos sindicales para implementar un programa de reconocimiento y promoción de los empleados. Asimismo, se produjeron mejoras en el relacionamiento con las organizaciones sindicales a partir de la incorporación de nuevos interlocutores, canales de comunicación y mesas de conversación de los distintos temas en agenda.

Seguridad y salud en el trabajo

Nuestro entorno y condiciones laborales aseguran el bienestar de nuestros empleados y les permiten realizar sus actividades sin poner en riesgo su integridad. Además de contar con políticas y normativas de seguridad y salud laboral, nos enfocamos en promover una cultura de seguridad y salud en el trabajo, como elemento clave para evitar enfermedades o accidentes.

Unidad de medida		2010	2011
Tasa de accidentes	Unidades	3	3
Tasa de enfermedades profesionales	Unidades	0	0
Tasa de días perdidos	Unidades	122	114
Tasa de absentismo	Unidades	7.589	1.153
Número de víctimas mortales	Unidades	0	0

A partir de la premisa "Seguros en todo", en 2011 nuestro trabajo priorizó la generación de una cultura de prevención. Así, algunas acciones realizadas fueron el uso del sistema de invitación vía web para los cursos de capacitación y la renovación de la plantilla de prestadores médicos. Estas iniciativas realizadas permitieron lograr:

- El 90% de cumplimiento de los Planes de evacuación de edificios CABA (Ley 1346), movilizando a más de 13.000 personas en todo el país.
- El 87% de cumplimiento del Plan de capacitación en seguridad y prevención, que comprende 516 cursos en total.
- Una mayor capilaridad en los distintos niveles de la organización y empresas contratistas a través de charlas de concientización y auditorías de campo.
- La organización del proceso de auditoría médica.
- La disminución de 2,25% a 1,87% en el índice de ausentismo en Telefónica de Argentina.

Asimismo, nuestros Comités paritarios de seguridad y salud continuaron apoyando la promoción de las mejores condiciones laborales y el bienestar físico, mental y social de todos.

Cultura de servicio

Creemos que solo el mejor equipo es capaz de crear la mejor compañía, por lo que buscamos mantener a nuestros profesionales motivados y plantearles nuevos desafíos. Para continuar con la transformación cultural de la compañía, desarrollamos el programa Vive la Experiencia, que agrupa todas las iniciativas de la gestión de capital humano bajo ocho experiencias.

El programa es difundido a través de la Intranet corporativa, donde se comparten diferentes experiencias, videos y programas.



Definimos los lineamientos culturales para orientar la relación con nuestros clientes, de manera que ellos se encuentren en el centro de todo lo que hacemos

Programa Embajador Telefónica

Desarrollamos esta iniciativa para que los empleados de Telefónica Móviles descubran cómo pueden aportar para construir un vínculo emocional con el cliente. El taller consta de dos módulos: "Taller de vínculo", dirigido a todas las personas que tienen contacto directo con el cliente, y "Sentite Cliente", para quienes no tienen trato directo con el cliente. En total, el programa se desarrolló durante seis meses, con un total de 94 talleres que certificaron a 820 embajadores.

Liderazgo

Uno de nuestros pilares es la gestión del talento humano, porque creemos que un equipo comprometido es el motor que nos permitirá alcanzar nuestros objetivos y transformar la compañía. En esta línea, el fortalecimiento del liderazgo es un elemento clave, ya que permite profundizar aspectos de conducción de equipos y trabajo colaborativo.

Para ello, contamos con el programa Lidera, que desde su implementación ha contribuido a construir el rol del líder de 1.600 personas en base a seis comportamientos básicos. Durante 2011, impulsamos esta iniciativa para los mandos recientemente nombrados, alcanzando la participación de 93 personas. Los contenidos fueron definidos en base a los intereses, inquietudes y necesidades de los propios participantes y se utilizaron herramientas colaborativas 2.0 para compartirlos.

Además, en el año definimos los lineamientos culturales para orientar la relación con nuestros clientes, de manera que ellos se encuentren en el centro de todo lo que hacemos. Para difundirlos, implementamos el programa Inspira, que desarrolló acciones para mejorar sustancialmente la experiencia de nuestros clientes y construir un vínculo emocional con ellos en base a experiencias memorables.

Como complemento a este programa, en el año lanzamos Lidera en Acción, orientado a líderes operativos de Telefónica de Argentina para que desarrollen habilidades de ejecución. Alrededor de 282 personas participaron en la iniciativa, de los cuales 251 lo finalizaron. Asimismo, a través de Líderes en Carrera, hemos identificado, entre 389 postulantes de todas las empresas del Grupo en la Argentina, a 20 personas con potencial de liderazgo para ocupar posiciones de supervisión que la Dirección de

Operaciones Técnicas requerirá en el corto plazo. Desde luego, se acompañará la formación de estas personas a través de un plan de desarrollo a medida.

Entre otras iniciativas realizadas, desarrollamos el programa Explora, a fin de generar identidad en el rol gerencial y trabajo entre áreas de los 150 gerentes que participaron. Además, a través de la iniciativa Mentoring, impulsamos la carrera de los gerentes a través de la transmisión de experiencias y guía de directores. En 2011, 34 directores participaron como mentores de 33 gerentes. Complementariamente, se registró la participación de 60 mentores de niveles de analistas senior y jefes, que acompañaron el desarrollo de los Jóvenes Desafío.

Desarrollo

En Telefónica, promovemos que nuestros empleados sean responsables de su propio desarrollo a través de programas de formación, experiencias de aprendizaje, oportunidades laborales dentro de la compañía y herramientas de valoración y auto-conocimiento.

Cuando surgen oportunidades laborales en la compañía, realizamos los procesos con total transparencia y priorizamos la convocatoria interna. Hemos implementado un blog de empleo que pone el foco en las búsquedas on line. Durante 2011, hemos publicado

Unidad de medida		2010	2011
Número total de horas de formación	Horas	810.937	371.363
Total de gastos de formación	Miles de pesos	23.057	25.019



256 búsquedas internas y promovido a más de 1.000 personas a posiciones de mayor desafío.

A fin de ampliar nuestro semillero de jóvenes con talento, contamos con el programa Desafío, que identifica candidatos internos y externos. En la última edición, ingresaron 40 jóvenes profesionales para las diversas áreas de la compañía. Asimismo, en el año llevamos a cabo el programa Desarrolláte, con la participación de 400 analistas, con el objetivo de poner foco en sus fortalezas y potencial.

Entre otras oportunidades para nuestros empleados, otorgamos 35 becas de posgrado y masters, 3 becas de Fundación Carolina para estudiar en universidades de España y 7 becas terciarias en tecnologías de la información. Impulsamos también el programa de Rotaciones locales, por el que 7 personas trabajaron en un proyecto en otra área de la compañía, y el de Rotaciones internacionales, que permitió que 14 empleados realicen una experiencia laboral en otro país.

En cuanto a la gestión del desempeño, este proceso comenzó a realizarse cada cuatro meses y se adecuó al modelo de competencias corporativo.

Bienestar

Queremos que nuestros empleados disfruten de su entorno laboral y de las condiciones que les ofrecemos para dedicar tiempo a su desarrollo personal y profesional. Nuestro programa emblemático, Tiempo para vos, permite fomentar el trabajo flexible, la camaradería y hábitos saludables para nuestros empleados y sus familias. Dentro de los beneficios de la iniciativa están: acordar la jornada de entrada y salida, reducción de la jornada durante el primer año de vida de los hijos, 2 días al año para tiempo personal, teletrabajo, viernes por la tarde libres, licencia por estudios, etc.

En el año, impulsamos la participación de nuestros empleados en maratones y caminatas, con el objetivo de que se involucren en actividades saludables. Así, estuvimos presentes en más de 15 eventos de este tipo. Además, participamos en diversos torneos deportivos entre empresas, que permitieron reforzar nuestro espíritu de equipo.

Entre algunas otras actividades realizadas durante 2011, entregamos 17.372 cajas navideñas en Telefónica en la Argentina y 12.820 kits escolares para los hijos de nuestros empleados.

Comunicación

Una comunicación fluida y directa es fundamental para que todos nuestros empleados estén alineados y los procesos sean más eficientes. En el año, continuamos realizando eventos de comunicación de los planes de negocio, avances del cumplimiento de objetivos y resultado al cierre del año para la totalidad de líderes y colaboradores. Se realizaron reuniones donde participaron los principales directivos de la compañía junto con personal de diferentes niveles jerárquicos y especialidades, logrando cercanía, recibiendo inquietudes y brindando feedback.

En abril de 2011, lanzamos ADN, la red social colaborativa de la compañía. La dinámica consiste en que cada empleado cargue su perfil y participe activamente de foros, blogs, salas de chat privadas, videoconferencias, entre otros, a fin de mantenerse informado. Los facilitadores de esta red social son una comunidad voluntaria de empleados de todas las regiones, que colaboran activamente con las campañas y comunicaciones que se llevan adelante desde el área de Recursos Humanos.

Reconocimiento

Recompensar el esfuerzo, el compromiso y los aportes de nuestros empleados es un factor clave para involucrarlos en el futuro de la compañía y alcanzar los objetivos que nos hemos planteado como equipo. Desde 2010, contamos con el programa Nuevos protagonistas, que busca valorar, motivar y reconocer el trabajo destacado de nuestros colaboradores, tanto en lo individual como en equipo. En el año, entregamos 8.237 reconocimientos del día, 1.561 reconocimientos destacados y 273 reconocimientos en equipo. Además, durante las jornadas masivas también reconocemos a equipos interdisciplinarios, que alcanzaron importantes hitos con su gestión.

En todos los países donde Telefónica está presente, contamos con un Plan Global de Compras de Acciones para empleados, que nos permitirá entregarles en setiembre de 2012 una acción por cada una que hayan adquirido y mantenido durante un año. De este modo, les damos la oportunidad de participar en el crecimiento de la compañía.

Innovación social



Buscamos aportar a la reducción de las brechas sociales y la inclusión tecnológica de las personas

Un excelente lugar para trabajar

En 2011, ingresamos nuevamente en el ranking de las mejores empresas para trabajar de la Argentina, según el estudio realizado por el Great Place to Work Institute. Telefónica de Argentina se ubicó en el puesto 12 en el ranking de empresas con más de mil empleados. Por su parte, Telefónica Móviles se mantuvo en el puesto 3 en la misma categoría. Además, la empresa fue premiada por su programa de reconocimiento Protagonistas.



Como compañía comprometida con el desarrollo del país, buscamos aportar a la reducción de las brechas sociales y la inclusión tecnológica de las personas. Creemos que donde hay TIC, pueden surgir nuevas oportunidades de desarrollo, por ello, nuestra estrategia de innovación social busca idear nuevos productos, servicios y modelos que, en base a sinergias con agentes e instituciones del sector público, privado y sociedad civil, permitan facilitar el acceso de determinados grupos sociales a las nuevas tecnologías.

Contribución al Servicio Universal

El Servicio Universal busca establecer los mecanismos de financiación adecuados para desarrollar proyectos de despliegue de infraestructura y así proveer de servicios de telecomunicaciones de calidad y asequibles a toda la población, en especial a aquellas en zonas alejadas o con escasos recursos. En 2011, nuestro aporte a este fondo ascendió a 84.763 miles de pesos.

Parques Nacionales

Este programa tiene como fin el defender y poner en valor el patrimonio cultural y natural del país. Mediante el uso de las TIC, vinculamos a docentes, alumnos, guardaparques, investigadores de Parques Nacionales y escuelas aledañas para la consecución de los objetivos. Trabajamos en alianza estratégica con Microsoft, Fundación Bajo la Cruz del Sur y Parques Nacionales (organismo gubernamental nacional dependiente del Ministerio de Turismo).

Como parte de las actividades, otorgamos a cada una de las instituciones participantes un aula informática y conectividad gratuita de banda ancha. Además, los docentes de las escuelas y los guardaparques reciben una capacitación en el uso de las TIC.

Aulas interactivas

A través del programa Aulas Interactivas, proveemos de acceso a Internet de Banda Ancha a escuelas públicas nacionales, provinciales y municipales, priorizando a escuelas de escaso o nulo acceso a Internet. Como parte de esta iniciativa, también contemplamos la capacitación virtual de alumnos y docentes a través del portal Educared, que ofrece herramientas y contenidos educativos a docentes, estudiantes y padres. Asimismo, los Voluntarios Telefónica acuden a las escuelas para capacitar a docentes y alumnos en el uso responsable de estas herramientas.

Desde la implementación del programa en 2001, hemos beneficiado a más de 192.000 alumnos y 800 docentes de 502 escuelas en 125 localidades de 14 provincias del país más la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Unidad de medida		2010	2011
Brecha geográfica			
Cobertura poblacional servicio móvil	Porcentaje	91	92,58
Brecha económica			
Clientes prepago fija	Miles	781,3	705,8
Clientes prepago móvil	Miles	10.370	10.581



Wayra: aceleradora de startups tecnológicas

www.ar.wayra.org / @WayraAr

En Telefónica estamos convencidos de que las oportunidades de crecimiento vienen de las ideas y de que Latinoamérica es un enorme generador de ideas y de talento. Para aprovechar todo este potencial, consideramos importante brindar el apoyo necesario para que estas iniciativas no se pierdan, puedan desarrollarse y competir en igualdad de condiciones con otras a nivel global. Wayra es una iniciativa que tiene como principal objetivo identificar talentos en el campo de las TIC e impulsarlos en su desarrollo a través de un apoyo integral, dotando a los emprendedores de las herramientas tecnológicas, mentores calificados, un espacio de trabajo de vanguardia y el financiamiento necesario para acelerar su crecimiento.

Más que financiación

Wayra realiza dos convocatorias de proyectos al año y selecciona en cada una diez startups para acelerar. Las aceleradas ingresarán y recibirán durante los seis primeros meses una financiación de US\$50.000, en función de la valoración del proyecto en términos de su nivel de maduración y necesidad. Por su parte, Wayra tendrá participaciones minoritarias en los proyectos seleccionados, por el 10% en el capital de la sociedad, y un derecho preferente, pero no exclusivo, para adquirir los productos y servicios desarrollados. Después de esta primera etapa, Wayra colabora con las propuestas, ayudándolas a acceder a financiación privada (rondas de financiación) o pública (ayudas, subvenciones) a través de nuestra red de mentores y partners.

Modelo win-win

Para Telefónica, Wayra es una oportunidad de integrar el nuevo ecosistema, desarrollar nuevos modelos de negocio y conocer las nuevas formas de relacionarse, además de contribuir y enfatizar los conceptos de competitividad e innovación en nuestra marca.

Para los emprendedores argentinos con iniciativas innovadoras, Wayra es la oportunidad de convertir sus proyectos en realidad a través de las fortalezas de una compañía como Telefónica: amplio conocimiento técnico, sólida presencia en mercados internacionales, amplias redes de distribución de productos y servicios, importantes sumas de inversión y redes de networking, entre otras cosas. En Argentina, Wayra recibió 897 postulaciones en la edición 2011. Los 10 proyectos seleccionados para conformar la primera generación de startups fueron:

Quolaw: Herramienta legal online (SaaS) para que abogados y su staff manejen la práctica legal de forma más eficiente desde cualquier lugar y en forma segura.

Cvgram.me: Sitio web que permite crear una representación visual del CV y resaltar todo lo que un empleador necesita saber.



Apoyo integral

- Espacio de coworking
- Financiamiento; seed capital
- Gestión administrativa en el día a día del negocio.
- Asesoría legal y técnica, incluyendo la necesaria para la obtención de patentes y protección de la propiedad intelectual del diseño.
- Encuentros con expertos en temas estratégicos: Finanzas, Marketing, Ventas, Comunicación, Gestión de Marca, Legales, User Experience, Idiomas.
- Vinculación con la red de espacios Wayra en el mundo y posibilidad de relacionamiento con toda la comunidad emprendedora.

Epicrisis: Solución para los profesionales de la salud que permite acceder a la historia clínica de los pacientes desarrollada en base a estándares internacionales de informática médica y nuevas tecnologías.

Liibook: Red de autopublicación que integra en un único espacio al autor y el lector, dejando atrás al sistema editorial anterior.

Joincube: Red social privada para Pymes en mercados emergentes que permite implementar herramientas colaborativas, unificar las comunicaciones y aumentar la productividad.

Codealike: Plataforma para desarrolladores que permite descubrir la asignación de tiempos por tarea y oportunidades.

Resermap: Guía online de restaurants que permite realizar reservas, acceder a descuentos, beneficios y compartir su experiencia

Shopear: Plataforma de Social Shopping que facilita el descubrimiento e intercambio de marcas y productos.

Polisofia: Comunidad de innovación abierta para solucionar desafíos en el ámbito social, privado y público.

Familysum: Red social privada para el grupo familiar.

Acción social y estratégica



Promovemos la inclusión social a través del acceso a las nuevas tecnologías y el desarrollo de iniciativas de alto impacto enfocadas en reducir las brechas sociales existentes.

La estrategia se sustenta en tres líneas de actuación fundamentales:

Acceso a la educación

Impulsamos el acceso a la educación y al conocimiento para fomentar la inclusión social, contribuir a la erradicación del trabajo infantil y promover la igualdad de oportunidades.

Mejora de calidad educativa

Colaboramos con las sociedades en las que estamos presentes, mejorando la calidad de la educación a través de la innovación de los modelos pedagógicos y el uso de las nuevas tecnologías.

Divulgación del conocimiento

Creamos, difundimos y compartimos el conocimiento cultural y tecnológico generado a partir de los usos, formatos y contenidos digitales.

En Telefónica, hemos asumido el compromiso de promover el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades donde operamos a través del acceso a las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías. Desde la Fundación Telefónica, contribuimos a que más personas puedan acceder al conocimiento, para mejorar la sociedad de la que forma parte, desarrollando proyectos de innovación, propios o en alianzas, con los niños y los jóvenes como principales beneficiarios. www.fundacion.telefonica.com.ar

EducaRed

www.educared.org

EducaRed es una red social educativa, multicultural, centrada en la innovación aplicada, de naturaleza abierta y colaborativa que ofrece oportunidades para construir aprendizajes significativos y propuestas que promuevan el uso pedagógico de las TIC.

A través de una red de comunidades de aprendizaje y de práctica colaborativa, generamos nuevos enfoques de enseñanza y modelos innovadores que marquen diferencias sustanciales en los procesos educativos. A su vez, construimos conocimiento socialmente relevante al potenciar el rol de la escuela como motor de innovación tecnológica y pedagógica.

Para ello, EducaRed trabaja sobre tres ejes centrales:

- Educación
- Innovación
- Colaboración

Asimismo, EducaRed se articula con el Programa de Arte, y Debate y Conocimiento de Fundación Telefónica, que promueve la investigación sobre sociedad de la información y TICs con especial énfasis en la educación.

Premio Internacional Educared 2011

Se llevó a cabo la 12ª edición del Premio Internacional Educared, que fomenta el trabajo en equipo y el uso de las TIC en el aula. En total, participaron casi 3.000 profesores y 10.000 alumnos de 29 países distintos. Cerca de 4.000 iniciativas de profesores y alumnos de toda Iberoamérica fueron presentadas en las distintas categorías, y Argentina se hizo ganadora de cinco reconocimientos. El Premio Internacional EducaRed de Fundación Telefónica busca promover el uso pedagógico de las TIC, concienciar a la comunidad educativa del valor potencial de estas tecnologías, poner a su alcance iniciativas y actividades relacionadas con estos objetivos y reconocer el esfuerzo del profesorado por introducir las TIC en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Encuentro Internacional Educared

En el año, se realizó el VI Encuentro Internacional Educared, en el que participaron 5.653 educadores de más de 30 países de Iberoamérica. Se trató de un punto de encuentro –virtual y presencial– para quienes buscan transformar la educación utilizando, entre otras herramientas, las TIC. En esta nueva edición, y bajo el lema “Actitud 2.0 Aprender es compartir”, el programa se segmentó en bloques según los perfiles, intereses y necesidades de los asistentes, de manera que ellos pudieron decidir su propio itinerario dentro del evento.

Aulas Hospitalarias

Asimismo, continuamos trabajando en el programa Aulas Hospitalarias, espacios que cuentan con equipos informáticos básicos y que permiten que los niños y niñas no interrumpan su educación, a pesar de las dificultades que atraviesan al estar internados en instituciones de salud pública. El proyecto propone favorecer la integración de las TIC en las escuelas hospitalarias con el propósito de enriquecer las prácticas de la enseñanza y garantizar la igualdad de oportunidades de los niños y los jóvenes en situación de enfermedad, promoviendo el trabajo en red y colaborativo, la



discusión y el intercambio entre pares, la autonomía de los alumnos y el rol del docente como orientador y facilitador del trabajo.

Ciclo de Conferencias de Educación y Tecnología

Durante este año, tres especialistas, Diego Leal, Cristobal Cobo y Divina Frau Meigs, disertaron y exploraron los nuevos entornos de aprendizaje en el aula.

En su ponencia, Diego Leal instaló la idea de que la tecnología es sólo un medio para desarrollar la capacidad de creación y de aprendizaje colectivo, que a su vez pone en juego diversas perspectivas y enfoques conceptuales contemporáneos que enfatizan la importancia de las redes en el proceso de aprendizaje individual.

Por su parte Cristobal Cobo habló sobre las "Perspectivas de innovación: el desafío de la inclusión de las TIC en la escuela", y el cual abrió el diálogo entre docentes y especialistas del campo de la didáctica, la tecnología educativa y la comunicación para analizar el impacto de las TIC en las prácticas docentes.

Divina Frau Meigs debatió con los docentes sobre el rol clave que desempeña la escuela en la alfabetización mediática de niños y adolescentes, ciudadanos del espacio global y constructores de las democracias del siglo XXI.

Proniño

Contribuimos a prevenir y erradicar progresivamente el trabajo infantil por medio de una educación de calidad, sostenida y sostenible.

Desde el nacimiento del programa en el año 2000 nos enfocamos en atender a niños, niñas y adolescentes y en trabajar en red con la familia, la escuela y la comunidad. Promovemos el acceso y la permanencia en el sistema educativo (escolarización, satisfacción de necesidades

básicas, educación complementaria) y favorecemos un entorno alternativo al trabajo infantil en los centros, las escuelas y la comunidad.

Para que el retiro sea sostenible es preciso trabajar, no solamente con el emergente que presenta la situación del trabajo infantil, sino poder enmarcar la acción dentro de un contexto más amplio: por eso es que promovemos una intervención enfocada desde la elaboración de un proyecto de vida.

Con el desarrollo de estas estrategias integrales es que esperamos que haya niños protegidos, formados y preparados para la vida. Hablamos de estrategias integrales no solo por las áreas que se abordan sino también los actores que participan. Este año, hemos beneficiado directamente a 13.472 niños, niñas adolescentes en 496 escuelas en 11 regiones del país.

A comienzos de 2011, el Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC) de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Fundación Telefónica pusieron en marcha un proceso de estudio y consultas en 10 países de América Latina, con expertos en educación e interlocutores sociales, como primera etapa de un proceso cuya finalidad es elaborar y validar una "Guía con orientaciones para el diseño de políticas educativas y de normas técnicas eficaces para la prevención y erradicación del trabajo infantil". Un primer informe sobre el tema fue compartido con los principales actores del sistema educativo, con el objetivo de brindarles instrumentos para pensar las políticas, formular los planes educativos y desarrollar documentos técnico-normativos teniendo en cuenta la existencia y la realidad del trabajo infantil como competidor del sistema educativo.

Sensibilización a la sociedad

Entre algunas acciones para sensibilizar a la sociedad en torno al tema del trabajo infantil, en abril de 2011 presentamos el libro "La hora del recreo" en la 37ª Feria del Libro de Buenos Aires. Este



material fue hecho por cinco reconocidos fotógrafos internacionales, quienes retrataron la rutina de niños y niñas trabajadores en diferentes puntos de Latinoamérica. Con el material obtenido, reconocidos escritores escribieron un cuento sobre cada niño, a partir de lo que sugerían las fotografías y sus historias personales. Es así que a través del recurso de la imagen y el poder de la palabra, se buscó generar conciencia en torno al tema.

Por otro lado, el 5 y 6 de mayo de 2011, realizamos talleres de capacitación para dinamizadores de las instituciones Proniño que participan del proyecto Aula Fundación Telefónica, que busca favorecer el acceso a las nuevas tecnologías en las escuelas, a fin de mejorar la enseñanza y el aprendizaje.

Asimismo, en el año realizamos una campaña contra el trabajo infantil protagonizada por la estrella de fútbol Gonzalo Higuaín, quien participó en dos spots audiovisuales que se transmitieron durante trece semanas en las salas de cine de Buenos Aires y las principales ciudades del interior del país. En una segunda etapa, esta misma campaña se emitió por televisión por cable.

Por el día mundial contra el trabajo infantil, celebrado el 12 de junio, se organizó un evento con la participación de reconocidos futbolistas, donde los niños beneficiarios del programa disfrutaron de juegos en grupos y de clases de fútbol que dieron los deportistas invitados.

Debate y conocimiento

Este programa está destinado a la investigación global avanzada, creación, análisis y difusión de información sobre las TIC y su impacto social. A través de la generación y divulgación del conocimiento, creamos, difundimos y compartimos el conocimiento cultural y tecnológico generado a partir de los usos, formatos y contenidos digitales.

Encuentro Educación, cultura y medios, reinventados

Las nuevas tecnologías están más allá del gadget y del sitio de moda, son prácticas culturales. No usamos simplemente a las herramientas, sino que al hacerlo nos estamos reinventando a nosotros mismos. El seminario buscó reflexionar si las nuevas tecnologías están cambiando y cómo a la educación, la cultura y los medios... ¿Qué sucede con Wikileaks, Twitter, Facebook o Wikipedia? ¿Cuánto hay de ruptura y cuánto de continuidad en sus usos y apropiaciones culturales?

Organizado conjuntamente con la Embajada de Francia, el simposio contó con la presencia de disertantes invitados como Frédéric Martel (Francia), Cristóbal Cobo (Chile), Divina Frau-Meigs (Francia), Alejandro Piscitelli (Argentina), Roberto Igarza (Argentina), Gonzalo Frasca (Uruguay) y Carolina Gruffat (Argentina).

Coloquio Internacional sobre TV

El coloquio convocó a destacados pensadores para analizar un estado de situación de la TV considerando su predominio durante el último medio siglo, y sus variables ya iniciada la segunda década del tercer milenio, teniendo en cuenta que el advenimiento del audiovisual informático hibridiza la antigua especificidad electrónica y es determinante en la producción televisual.

Pensar la televisión en su aparato, historia y forma fue un desafío que el coloquio presentó en un momento de significativos cambios tecnológicos y políticos. Las temáticas del programa propusieron un amplio panorama de análisis y discusión sobre la TV, su ontología como aparato ideológico y sus variables de calidad en los programas, tecnologías de transmisión y consumo, y abarcaron desde las formas discursivas corporativas hasta la práctica artística independiente.

Presentación del libro "Nomadismos tecnológicos"

Los catedráticos Jorge La Ferla, Mariela Yeregui, Alejandro Artopoulos y André Lemos integraron una mesa de debate, con motivo de



la presentación de la publicación que recogió los testimonios y disertaciones del simposio sobre "Nomadismos Tecnológicos", realizado en el Espacio Fundación Telefónica en 2010. La compilación realizada propone un recorrido intelectual y crítico, que brinda un panorama de análisis conceptual sobre este aspecto crucial de las relaciones entre los medios de comunicación y las variables de creación artística con dispositivos tecnológicos.

Arte y tecnología

En el Espacio Fundación Telefónica (EFT) organizamos investigaciones, conferencias y congresos con autores internacionales consolidados como referentes. Asimismo, impulsamos la creación artística contemporánea relacionada con la tecnología y el conocimiento, acercando las exposiciones a los diferentes públicos con fines educativos. Nuestro equipo mantiene un relacionamiento interinstitucional con las más prestigiosas entidades culturales y académicas de América y de Europa, así como con creadores emergentes, para lograr que lleguen al país algunas de las exhibiciones más impactantes.

Trabajamos con un fuerte foco en la generación de proyectos innovadores en el campo del arte, la educación y la tecnología, divulgando conocimiento, apoyando la investigación, la producción artística y la difusión de proyectos culturales en esta línea.

A lo largo de los años, el Espacio se ha convertido en un lugar referente para la formación de estudiantes, artistas, investigadores y el público en general. Trabajamos en alianza y en red con otras instituciones locales e internacionales.

En 2011, realizamos distintas actividades innovadoras, como un taller de arte y robótica para familias; talleres de capacitación en el uso de nuevas tecnologías aplicadas al aula para docentes de Córdoba; un festival de performances; un programa de especialización estética, curaduría y montaje para obras de arte tecnológico; entre otros. Además de estas actividades destacadas, continuamos con las visitas guiadas para escuelas primarias, secundarias, institutos terciarios, así como para público en general. También desarrollamos visitas guiadas virtuales de cada muestra, organizamos el premio MAMBA para promover y difundir expresiones artísticas innovadoras, y dictamos talleres de fotografía y videoarte.

Exposiciones 2011

Infinito Paisaje. Proyectos de Katia Maciel y André Parente

La muestra, compuesta por siete instalaciones interactivas y cuatro video proyecciones concebidas entre 2001 y 2010 por los



artistas brasileños Katia Maciel y André Parente. La exhibición, trato principalmente, sobre los paisajes cariocas, las relaciones amorosas, y sus clichés, utilizando tanto el lenguaje del cine como el del video y los medios tecnológicos. La exhibición se llevó a cabo mediante una alianza con el Museo de Imagen y Sonido de São Paulo (MIS), con quien el EFT desarrolla un programa de intercambio.

Tiempo estático. Jim Campbell: 20 años de arte electrónico

Por primera vez pudieron verse en Buenos Aires las obras más representativas del artista estadounidense Jim Campbell, pionero en el uso artístico de la tecnología lumínica de los LEDs y considerado entre los más vanguardistas del Siglo XXI. La muestra estuvo compuesta por 20 obras e incluyó, además, la reconocida serie "Memory Works", que reflexiona sobre el olvido y la memoria a partir de representaciones digitales de recuerdos, tanto personales como colectivos.

Martín Bonadeo. Bellico

Las obras que exhibieron fueron el resultado de las investigaciones que el artista desarrolló durante los últimos años en relación a la integración del arte con la tecnología. Se vinculan con inventos del siglo XIX y sus consecuencias en la vida de hoy. El título de la exhibición está conformado por el apellido del inventor del teléfono y la palabra "bélico", o sea, relativo a la guerra; no porque las obras del artista aludan a estos conflictos, sino porque muchos de los adelantos tecnológicos han sido impulsados por la industria bélica, como -por ejemplo- el "walkie talkie", el GPS y la Internet.

Extensión Cultural. Hechos destacados

Laboratorio abierto de interactivos

Los participantes de la edición 2010 del programa-taller Interactivos pudieron exhibir sus obras terminadas o "Work in Progress" en el Espacio Fundación Telefónica, durante cuatro intensas jornadas. Los jóvenes artistas contaron con todo el apoyo y asesoramiento del



Los jóvenes artistas contaron con todo el apoyo y asesoramiento del equipo del EFT para mostrar y montar sus creaciones

equipo de profesionales del EFT para mostrar y montar sus creaciones, que incluyeron performances en vivo de VJs y DJs, y contaron con una gran afluencia de público. ¿El resultado? Una muestra a la altura de las presentadas por el EFT en su calendario oficial.

Panorámica

Se realizó en el Espacio la tercera edición de Panorámica, festival de performances, talleres y presentación de proyectos relacionados con el arte sonoro y el arte visual en tiempo real.

Durante tres jornadas, diseñadores gráficos, artistas visuales, músicos, programadores, DJs, VJs y hasta profesionales provenientes de la escena del cine y el teatro, se dieron cita en el Espacio para acceder a las últimas tendencias tecnológicas y estéticas vinculadas con el video, el sonido y la composición en vivo.

Tec-en arte III: un derrotero de conjeturas

Presentamos la exposición "Un derrotero de conjeturas", que reunió proyectos seleccionados del Programa Tec en Arte III, que coordinó Patricia Hakim desde hace tres años como parte de las actividades de extensión cultural del EFT. El programa, del que participan jóvenes artistas y estudiantes, propone reflexionar sobre la tecnología en relación al campo de las artes visuales.

Interactivos 2011. Programa de especialización estética, curaduría y montaje para obras de arte tecnológico

En 2011, después de 6 años de iniciado el taller, nos propusimos -junto a sus coordinadores, el curador Rodrigo Alonso y el artista Mariano Sardón- crear a través de "Interactivos" una plataforma de artistas especializados en arte tecnológico, ajustando el programa y apelando a una consolidación en el campo de la formación teórica, la curaduría y el montaje.

Con esto como objetivo, se le imprimió a la currícula un abordaje integral que permitió a los artistas comprender todo el proceso que implica pensar una obra de arte tecnológico: desde su concepción, investigación y producción, hasta el diálogo con un curador y, finalmente, la posibilidad real de su montaje y funcionamiento en el marco de una exhibición.

Performance cinematográfica "HACHAZOS"

"Hachazos" fue un proyecto multidisciplinario -que incluyó una performance, una película y un libro- concebido por el reconocido documentalista Andrés Di Tella y el cineasta Claudio Caldini. En nuestro Espacio se realizó una performance, que comprendió materiales filmicos, textuales y musicales de ambos artistas; proyecciones en súper-8, 35mm y video digital, fotografías, imágenes nuevas y de archivo, música electroacústica, grabaciones magnéticas, lecturas de viva voz.

Taller de desarrollo de objetos móviles

Mediante este taller -y a lo largo de ocho clases- se abordaron los principios analógicos y conceptos digitales de la electrónica para introducir a los participantes en el diseño de circuitos básicos, el desarrollo de programación de micro controladores para el control de objetos móviles y el uso de sensores, actuadores y motores, con el fin de experimentar sobre la comunicación entre objeto/computadora y objeto/objeto. Los asistentes debieron trabajar sobre un proyecto que luego fue presentado en una muestra final.

Seminario de Ismail Xavier sobre el discurso cinematográfico

Organizado conjuntamente con Editorial Manantial, con la colaboración de la Embajada de Brasil en Argentina y la Sala Leopoldo Lugones del Complejo Teatral de Buenos Aires, desarrollamos, el seminario "Las aventuras del dispositivo, las nuevas relaciones entre la imagen, la escena y lo real", a cargo del teórico y crítico audiovisual brasileño Ismail Xavier y bajo la coordinación del especialista Gerardo Yoel.

Museos y cultura participativa. Nuevas estrategias digitales en el diseño de exposiciones

En la era de las nuevas tecnologías sociales los usuarios crean, eligen, juzgan, se conectan y comparten contenidos. No se comportan como simples receptores pasivos que sólo consumen información generada por otros, sino que participan activamente en el proceso de construcción. A su vez, esta tendencia a la participación activa no se circunscribe únicamente al ámbito de las web sino que propone un cambio de paradigma que se expande a todas las esferas de la sociedad.

¿Cómo se posicionan los museos en este nuevo contexto? ¿De qué estrategias disponen para adaptarse a las nuevas formas de gestión de la información? ¿Cómo diseñan sus propuestas de exhibición? ¿Qué diálogo establecen con su público?

Con el objetivo de instalar el debate, proporcionar nuevas herramientas y contribuir a la implementación de estrategias de diseño de exposiciones y comunicación innovadoras para los museos, la Fundación TyPA y la Fundación Telefónica organizamos dos jornadas de conferencias en las que participaron destacados especialistas

Voluntarios Telefónica

Nuestro equipo de empleados desarrolla iniciativas de acción social, en el marco de los programas de la Fundación Telefónica como también en colaboración con otras instituciones. Desde hace 11 años, sus 2.714 miembros han liderado algunos de los proyectos



con más repercusiones en el ámbito local, que van desde campañas solidarias hasta la mejora de infraestructura en instituciones educativas. Los 702 proyectos realizados a la fecha han contribuido a mejorar la calidad de vida de 206.548 personas en todo el país.

Capacitación

En 2011, se continuó con la estrategia de impulsar la idea de un voluntariado transformador a través de múltiples instancias de capacitación: presencial, por videoconferencia y por e-learning. Esta última fue totalmente replanteada para una mejor absorción de los conocimientos por parte de los asistentes, en función de los aprendizajes realizados durante su edición inaugural en 2010. La Universidad Nacional de San Martín fue la elegida para diseñar, adaptar cada formato y dictar los contenidos de los cursos. A través de este formato, se capacitaron 29 voluntarios y se formularon cinco proyectos que permitirán beneficiar a distintas instituciones del país.

Acciones solidarias

Por noveno año consecutivo, los voluntarios repartieron mochilas con útiles escolares a niños y niñas de jardines de infantes y escuelas de enseñanza primaria de áreas rurales y de zonas de bajos recursos. Gracias a esta iniciativa, 5.500 niños y niñas de 128 instituciones educativas recibieron kits escolares.

Tras la erupción del volcán Puyehuen-Cordón Caulle, el programa desarrolló una campaña para colaborar con los habitantes de las provincias de Río Negro y Neuquén. Como resultado de la colecta que se llevó a cabo en 28 edificios y oficinas comerciales de la compañía, se reunieron más de 5.400 pañales, 3.660 prendas de abrigo, 16 mantas, 390 pares de guantes y medias y más de 100 velas.

Por el día del niño, 21 edificios comerciales y 46 voluntarios participaron de la campaña de recolección de juguetes, logrando juntar 3.254 que fueron destinados a alumnos de la provincia de Buenos Aires. A esto, se sumaron distintas acciones

desarrolladas por los voluntarios en Catamarca, Bahía Blanca, Mendoza, Bariloche, Tucumán, Entre Ríos, Córdoba, La Pampa y Chubut.

Como antesala a las fiestas navideñas, el programa recolectó alimentos, adornos y tarjetas de buenos deseos de los empleados de la compañía, para repartirlos a más de 60 familias. A su vez, el programa también participa activamente de las iniciativas globales de Voluntarios Telefónica como:

- *Escuelas Amigas*: con el objeto de promover la adquisición de valores de cooperación y multiculturalidad, se llevó a cabo una nueva edición del programa de intercambio virtual y presencial con la participación de alumnos de 10 a 12 años de edad pertenecientes a cinco escuelas argentinas y cinco españolas.
- *Vacaciones Solidarias*: cuatro voluntarios del programa fueron seleccionados para viajar a las localidades de Juan del Pasto en Colombia, Boquete en Panamá, y Ataco en El Salvador para concretar una ludoteca y una huerta orgánica. En la Argentina, siete voluntarios realizaron actividades educativas y recreativas en organizaciones Proniño de la ciudad de Mar del Plata.
- *Día Internacional del Voluntario Telefónica*: en el marco de las celebraciones que se llevaron a cabo en todo el mundo, 276 integrantes del programa celebraron su día llevando a cabo actividades de voluntariado en cuatro ONG asociadas a Proniño.

Presupuesto participativo

La experiencia de presupuesto participativo busca dotar de mayor autonomía a los voluntarios y atender con un mayor grado de pertinencia las necesidades de las organizaciones de la sociedad civil y establecimientos educativos de nivel inicial, primario y secundario de cada localidad. Comenzó a implementarse en 2008 en Bahía Blanca, para luego extenderse a Mar del Plata y Cuyo. En 2011, dos nodos más se sumaron a la iniciativa: Noroeste, integrado por las provincias de Salta, Jujuy, La Rioja y Catamarca; y Río Negro.

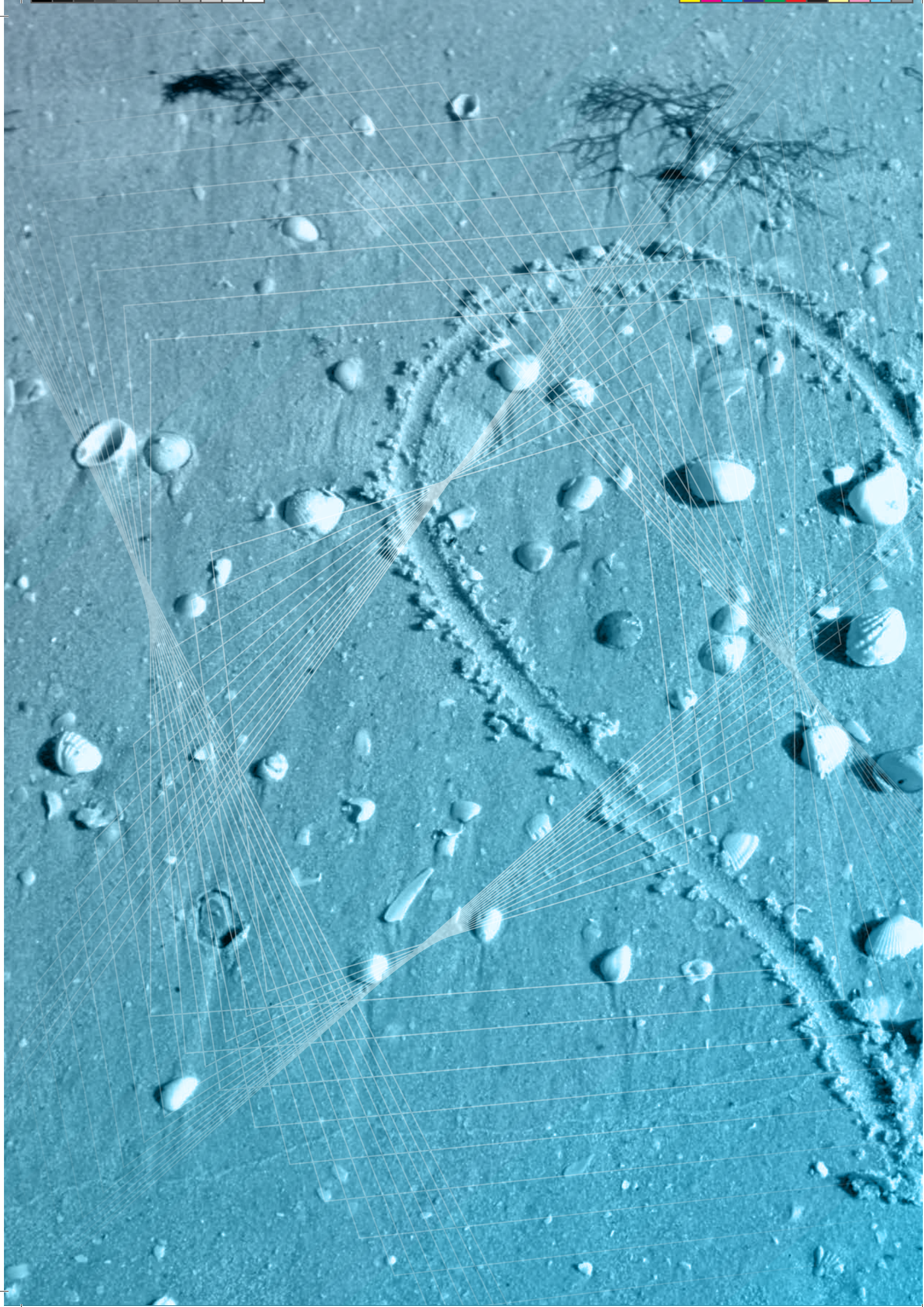
Concurso Nacional de Proyectos

Esta categoría de proyectos distribuye la mayor financiación para la ejecución de un proyecto social. Tras una intensa deliberación, el Comité de evaluación externo eligió 15 iniciativas en 2011, que recibirán hasta \$16.000 pesos cada una para su ejecución.

Voluntarios por naturaleza

Este año, el programa inauguró una línea de actuación que buscará prevenir, concientizar y tomar acción en torno a temas de la agenda ambiental. Con este objetivo –y alineando visiones con otras áreas de la compañía relacionadas–, el programa comenzó a formular propuestas de intervención relacionadas con la protección de bosques y especies amenazadas, cambio climático, contaminación, reciclaje, reducción de impacto y prevención de accidentes ambientales, entre otras temáticas.

Durante 2011, se llevaron a cabo dos acciones. La primera tuvo lugar en la Reserva Ecológica de la Costanera Sur de Buenos Aires, donde se organizó un safari fotográfico. La segunda consistió en la limpieza de las playas del parque Costero Sur, a fin de contribuir a preservar el entorno paisajístico y prevenir la mortandad de las tortugas marinas.





Diálogo con nuestros
grupos de interés

Indicadores clave

Reconocimientos

Carta de revisión independiente

Diálogo con nuestros grupos de interés



Entre nuestros grupos de interés se encuentran todas aquellas personas, asociaciones e instituciones que o bien afectan la actividad social de Telefónica o son afectadas por ella

Nuestras actividades diarias demandan un relacionamiento continuo con nuestros grupos de interés. Por ello, el diálogo, en cualquiera de sus formas, es un elemento clave para gestionar las demandas y expectativas de estos grupos, a la vez que nos permite afianzar vínculos con estos grupos y formar alianzas para llevar a cabo proyectos en conjunto.

Desde luego, estas relaciones se basan en la transparencia, pilar de nuestra estrategia y elemento que permite aportar valor al negocio. Los informes de Responsabilidad Corporativa son un buen ejemplo de este compromiso, ya que compartimos con la sociedad nuestra gestión sostenible y las iniciativas de alto impacto que realizamos para contribuir al desarrollo del país.

Conversamos sobre nuestro Informe de RC

En septiembre de 2011, en Telefónica en la Argentina presentamos nuestro séptimo Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad en un encuentro con expertos del ámbito académico y empresarial. Este evento sirvió además para iniciar el diálogo 2.0 a través del canal en Twitter @RCySost_ar, y de un blog sobre estos temas.

El evento incluyó un panel de debate en el que participaron Jorge Etkin, miembro del Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social, y director de la carrera de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires; y Sebastián Bigorito, director ejecutivo del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS).

Diálogo 2.0

Los medios sociales permiten potenciar el diálogo con los grupos de interés, ya que la conversación puede ser inmediata, continua, sin límites; la audiencia amplísima; y las posibilidades de escuchar, aprender y compartir, infinitas. Así, a través de nuestros canales en las principales redes sociales (Twitter y Facebook) así como desde otros espacios en los medios sociales, interactuamos con nuestros clientes, nos relacionamos con líderes digitales, difundimos temas de interés para la compañía y recibimos los comentarios de los usuarios.

Contamos además con la plataforma de blogs corporativos Planeta Telefónica, donde áreas del Grupo como Fundación Telefónica, Innovación y Gestión publican en sus respectivos blogs contenidos dirigidos a sus públicos específicos y establecen conversaciones con ellos. Por añadidura, desde el blog temático Tendencias Digitales

en el que compartimos desde febrero de 2007 las últimas noticias sobre TICs, empresas y sociedad en la era de los medios sociales. En esta iniciativa están involucrados empleados de la compañía que colaboran voluntariamente como redactores. <http://planetatelefonica.com.ar>

Atentos a nuestros accionistas

En Telefónica en la Argentina, velamos por los intereses de nuestros accionistas y estamos abiertos a cualquier tipo de comunicación con ellos. Contamos con diferentes herramientas y canales para garantizar los principios de transparencia e igualdad en nuestras relaciones con ellos y que estos, a su vez, brinden recomendaciones al máximo órgano de gobierno.

Todos nuestros accionistas pueden manifestarse de viva voz en las asambleas, siendo obligatorio que sus mociones, consultas y comentarios sean resumidas en el acta de la reunión.

Existe un área específica de atención denominada Relaciones con Inversores. Además contamos con una página web donde se les brinda toda la información que necesitan: www.telefonica.com.ar/inversor. Desde este sitio, ellos pueden acceder a la información financiera de la compañía, descargar las memorias y balances anuales, revisar los estatutos y códigos de ética, presentar alguna duda o consulta, entre otras acciones.

Red de Cátedras Telefónica

La Red de Cátedras Telefónica es un instrumento que facilita y potencia la comunicación y el trabajo conjunto entre algunas de las mejores universidades y Telefónica. El foco común del trabajo desarrollado por cada una de las Cátedras es analizar la situación actual e identificar las tendencias sobre el impacto de la tecnología en la sociedad.

Esta iniciativa llegó a Latinoamérica en 2011, en concreto a Argentina. La primera Cátedra se constituyó con la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), la segunda universidad más grande del país. Con esta incorporación, la Red ya cuenta con 25 Cátedras en 20 universidades. www.ead.unlp.edu.ar/blog

La Cátedra se centrará en la educación y las TIC para contribuir así a la mejora del sistema educativo como pieza fundamental del desarrollo. Además, la iniciativa busca facilitar y potenciar la comunicación y el trabajo conjunto entre las mejores universidades españolas, la UNLP y Telefónica.

Indicadores clave



Impacto económico		2010	2011
Ingresos Grupo Telefónica	(millones de pesos)	16.637	19.304
Inversión en innovación tecnológica	(millones de pesos)	86	154
Pagos a administraciones públicas	(miles de pesos)	5.557	5.940
Pagos a empleados	(millones de pesos)	2.963	3.590
Inversión en infraestructuras	(millones de pesos)	2.062	2.623
Volumen compras adjudicadas	(millones de pesos)	6.650*	7.383

Empleo		2010	2011
Total de empleados		24.322	25.947
% de mujeres en la compañía		42%	45%
% de mujeres en puestos directivos		11%	7%
Tasa de accidentes		3	3
Víctimas mortales		0	0

Clientes		2010	2011
Total de clientes	(en miles)	22.289	23.022
Cuota de mercado en telefonía fija	(porcentaje)	47	45,9
Cuota de mercado en telefonía móvil	(porcentaje)	31	30
Clientes prepago fijo	(en miles)	781	706
Clientes prepago móvil	(en miles)	10.370,40	10.581

Medio ambiente y despliegue de redes		2010	2011
Residuos de equipos electrónicos	(en toneladas)	489	9,2
Emisiones de CO ₂	(en toneladas)	152.735	S/D
Consumo eléctrico	(MWh)	438.637	389.158
Mediciones de campos electromagnéticos	(unidades)	1.340	1.093

Proveedores		2010	2011
Proveedores adjudicatarios	(unidades)	1.431	1.282
Proveedores adjudicatarios locales	(unidades)	1.328	1.222
Volumen de compras adjudicado localmente	(porcentaje)	77	88

*Volumen de compras actualizado en el presente Informe de Sostenibilidad

Reconocimientos



Responsabilidad Corporativa

Reconocimiento a nuestro Informe de RC

La Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas otorgó a Telefónica una mención especial, en reconocimiento al liderazgo demostrado por la compañía dado que su Comunicación de Progreso 2011 ha alcanzado el status más alto previsto por el Pacto Mundial de la ONU (CoP Avanzada).

Líderes en reputación

Telefónica lideró en la Argentina el ranking de reputación en el sector de telecomunicaciones Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), investigación realizada por la consultora Villafañe y Asociados. Nos ubicamos en el puesto 48 entre las empresas de todos los sectores, siendo la número 1 del sector de telecomunicaciones por segundo año consecutivo.

Eficiencia

Mejoras en los procesos internos

Telefónica de Argentina y Movistar ganaron los premios Oro y Bronce en la ASQ International Team Excellence Award Competition, que reconoce los proyectos más relevantes de mejora y eficiencia nivel mundial.

Mejor empresa administrada

Telefónica de Argentina fue reconocida como la "Mejor Empresa Administrada" en Latinoamérica en el sector de telecomunicaciones, según la revista Euromoney.

Empleados

Un excelente lugar para trabajar

En 2011, Telefónica de Argentina se ubicó en el puesto 12 en el ranking de las mejores empresas para trabajar con más de mil empleados, realizado por el Great Place to Work Institute. Por su parte, Telefónica Móviles se mantuvo en el puesto 3 en la misma categoría. Además, la empresa fue premiada por su programa de reconocimiento Protagonistas.

Sociedad

Compromiso con el adulto mayor

El Ministerio de Desarrollo Social de la ciudad de Buenos Aires premió a Telefónica y a su Fundación por su compromiso en proyectos de fortalecimiento de población vulnerable. Esta distinción se debió a la iniciativa "Centros de Inclusión Digital", realizada a través del programa Voluntarios Telefónica, cuyo fin es capacitar a adultos mayores en el uso de herramientas informáticas e Internet.