

# TELECOM



**Presentación**  
**Comunicación sobre el Progreso 2007**  
**Telecom Argentina S.A.**

**Pacto Mundial**  
**Naciones Unidas**

## ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN .....	4
<b>1.1. Carta del Presidente.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Acerca de este Reporte .....</b>	<b>4</b>
II. PERFIL DE LA EMPRESA.....	7
<b>2.1. El Grupo Telecom.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2. Nuestros Valores .....</b>	<b>8</b>
<b>2.3. Principales magnitudes del Grupo Telecom .....</b>	<b>9</b>
<b>2.4. Segmentos de negocio .....</b>	<b>9</b>
<b>2.5. Gobierno Corporativo .....</b>	<b>10</b>
2.5.1. Organización de la toma de decisiones.....	10
2.5.2. Administración, Finanzas y Control .....	11
2.5.3. Organigrama del Grupo Telecom .....	12
2.5.4. Código de Conducta y Ética Empresaria.....	13
III. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA PARA EL GRUPO TELECOM.....	14
<b>3.1. Renovamos nuestro compromiso con la Responsabilidad Corporativa .....</b>	<b>14</b>
<b>3.2. Aporte del Grupo Telecom al desarrollo.....</b>	<b>14</b>
<b>3.3. Responsabilidad Corporativa en la Comunidad .....</b>	<b>15</b>
IV. DESTACADOS 2007 Y DESAFIOS 2008.....	17
V. ACCIONES CON LOS GRUPOS DE INTERES .....	19
<b>5.1. Definición de nuestros Grupos de Interés.....</b>	<b>19</b>
<b>5.2. Empleados .....</b>	<b>21</b>
5.2.1. Formación y Capacitación .....	21
5.2.2. Desarrollo profesional .....	22
5.2.3. Comunicación con nuestros empleados.....	23
5.2.4. Encuesta de Clima Laboral.....	23
5.2.5. Encuesta de Compensación Total.....	24
5.2.1. Relevamiento de Género .....	24
5.2.7. Beneficios para nuestra gente .....	25
5.2.8. Medicina, Higiene y Seguridad Laboral .....	25
<b>5.3. Inversores .....</b>	<b>26</b>
5.3.1. Comunicación con nuestros inversores.....	26
<b>5.4. Clientes .....</b>	<b>27</b>
5.4.1. Atención al Cliente .....	28
5.4.2. Servicios especiales .....	28
5.4.3. Internet .....	28
5.4.4. Telefonía Movil.....	28
5.4.5. Grandes Clientes .....	29
5.4.6. Wholesale Nacional .....	29
5.4.7. Wholesale Internacional.....	29
<b>5.5. Proveedores.....</b>	<b>30</b>
5.5.1. Selección y Desarrollo de Proveedores.....	30
5.5.2. Canales de Comunicación .....	30
5.5.3. Nuevo modelo de evaluación de proveedores .....	31
5.5.4. Exitosa implementación del producto SAP.....	32
5.5.5. Circuito de liquidación y pago.....	33
<b>5.6. Sociedad .....</b>	<b>33</b>
5.6.1. Educación 2007 .....	33
5.6.2. Capacitación 2007 .....	35
2.6.3. Innovación tecnológica .....	36
2.6.4. Cultura.....	36
2.6.5. Comunidad 2007.....	37
Plan de Acción RSE Telecom 2008: Educar para la Era Digital .....	38

---

<b>5.7. Medio Ambiente.....</b>	<b>40</b>
5.7.1. Reciclaje de Papel .....	40
5.7.2. Empresa libre de humo .....	40
5.7.3. Uso racional de energía.....	41
5.7.4. Las emisiones radioeléctricas, el medio ambiente y nuestra salud .....	41
VI. INDICE DE INDICADORES GRI Y COMUNICACION SOBRE EL PROGRESO DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS .....	42
VII. SIGAMOS COMUNICADOS .....	46

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Carta del Presidente

La industria de las telecomunicaciones tiene el desafío de trabajar en un marco de gran dinamismo y constante evolución. Vivimos en la era digital, donde el acceso al conocimiento es cada vez mayor gracias al avance de la tecnología y demanda constantemente nuevas soluciones e innovaciones creativas.

Es indudable que las telecomunicaciones son parte de nuestra vida cotidiana, con millones de usuarios en todo el mundo. En el Grupo Telecom, prestamos servicios de telefonía fija, móvil e Internet a más de 15 millones de clientes en la Argentina, Paraguay y Estados Unidos.

En este marco de inmenso desafío y crecimiento, creemos que no solo brindar el mejor servicio y promover acciones de desarrollo para nuestra comunidad es parte de nuestro rol como empresa, sino que el uso responsable de la tecnología es la mejor manera de que ésta implique un verdadero beneficio para nuestra sociedad. Parte de nuestra contribución social, es el desarrollo constante de nuevas inversiones, sabiendo que éstas son imprescindibles para el crecimiento y competitividad de la empresa, además de ser de gran valor para el crecimiento del país y del bienestar de los argentinos.

El desarrollo económico derivado de nuestras actividades no es la única finalidad. Nuestra organización trabaja también para agregar valor en la sociedad, realizando acciones directas en educación, cultura y medio ambiente. En este sentido, nuestro enfoque de la Responsabilidad Corporativa se traduce en una estrategia concreta basada en las relaciones constructivas que establecemos con cada uno de nuestros grupos de interés y en los compromisos que asumimos con ellos. En nuestro primer Reporte de Responsabilidad Corporativa que presentamos hoy a ustedes nos permitimos explicar lo actuado por el Grupo Telecom durante el período 2007, que entendemos evidencia el grado de compromiso y la importancia que nuestra empresa asigna a nuestros grupos de interés.

En el aspecto económico, el Grupo Telecom ha tenido en los últimos años una importante expansión de su oferta de servicios, especialmente en Internet y telefonía celular, una favorable evolución de los indicadores financieros y de la generación de fondos y un robusto posicionamiento de sus marcas. Hemos vivido también una profunda reestructuración estratégica, organizativa y funcional llevada adelante para fortalecer la competitividad, expandir y modernizar la gama de servicios, con innovaciones e inversiones asociadas a las modernas tecnologías de la información y comunicaciones, generadoras de valor para los clientes y el mercado.

Otro de los ejes de estos últimos años ha sido el énfasis que hemos puesto en los Valores Corporativos en la vida diaria, para que inspiren y orienten los comportamientos y la gestión de cada uno en todas las actividades de la organización. Así también la transparencia, el control interno, las buenas prácticas con todos nuestros públicos, la resolución equitativa de conflictos de intereses y el respeto de los principios éticos, han sustentado nuestro desempeño y han sido parte integral de los objetivos de nuestro trabajo.

En el marco de la Responsabilidad Corporativa, mantenemos un compromiso constante para mejorar nuestro desempeño y para fortalecer el diálogo con nuestros grupos de interés -clientes, empleados, proveedores, accionistas y la sociedad en general-. Como miembros firmantes del Pacto Global de Naciones Unidas aquí en Argentina, renovamos nuestro compromiso de integrar los 10 Principios que hacen referencia a los derechos humanos, laborales, ambientales y de lucha contra la corrupción, en la conducción y desarrollo de nuestras actividades.

Concientes de los problemas y desafíos que como empresa de telecomunicaciones debemos enfrentar y resolver, estamos persuadidos que con dedicación, trabajo y responsabilidad sustentando nuestros claros objetivos y el aporte de todos los integrantes del Grupo Telecom, el éxito estará a nuestro alcance y premiará nuestros esfuerzos.

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento por todos los logros alcanzados, tanto a nuestra gente por su calidad profesional y compromiso con nuestros valores y objetivos, como a nuestros clientes, accionistas, proveedores y organizaciones de la sociedad civil, todos actores imprescindibles para la existencia y éxito de nuestro negocio.

Enrique Garrido  
**Presidente**

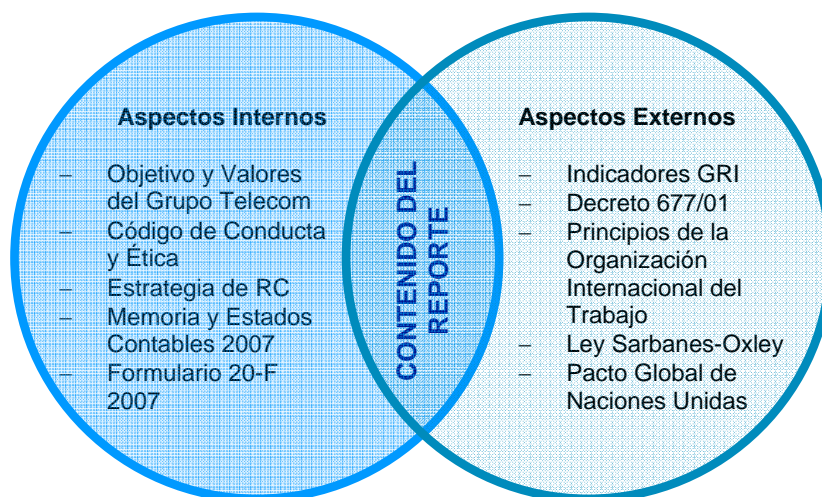
## 1.2. Acerca de este Reporte

Este es el primer Reporte de Responsabilidad Corporativa (RC) del Grupo Telecom, que tiene como propósito brindar información sobre lo que la empresa realiza en el ámbito económico, social y ambiental para construir un futuro mejor.

Con esta publicación informaremos a nuestros grupos de interés (empleados, proveedores, clientes, inversores y la sociedad en su conjunto) sobre las actividades económicas, sociales y medioambientales que desarrollamos en la Argentina y Paraguay durante 2007, comparándolos con los resultados de 2006 y adelantando las actividades realizadas hasta junio de 2008.

Hemos basado la elaboración del Reporte en la nueva Guía G3 propuesta por la Iniciativa de Reporte Global (*Global Reporting Initiative- GRI*). Realizamos el proceso de recolección de indicadores adaptando los protocolos GRI al contexto local, al negocio del Grupo Telecom y a los intereses de nuestros públicos. A su vez, respondiendo a los indicadores sugeridos por GRI para realizar la Comunicación para el Progreso (CoP), expresamos el cumplimiento de nuestro compromiso con los 10 principios propuestos por el Pacto Global de las Naciones Unidas.

Siguiendo los lineamientos de la Guía G3 de GRI y la serie AA1000 (*AccountAbility*), definimos los contenidos de este Reporte sobre la base de las acciones de Responsabilidad Corporativa que consideramos relevantes para difundir entre nuestros grupos de interés. Como una primera aproximación del Estudio de Materialidad<sup>1</sup>, hemos considerado los aspectos de influencia interna y de influencia externa, esperando perfeccionar a futuro este estudio para adaptar a su resultado los contenidos de nuestros próximos Reportes de RC.



Información adicional sobre el Grupo Telecom se encuentra en nuestro sitio Web corporativo ([www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)).

<sup>1</sup> Principio de Materialidad de la Guía 2006 de la Iniciativa de Reporte Global: La información contenida en el Informe deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

## II. PERFIL DE LA EMPRESA

### 2.1. El Grupo Telecom

Somos una de las principales empresas de telecomunicaciones de la República Argentina. Iniciamos nuestras operaciones en el país el 8 de noviembre de 1990, y obtuvimos la licencia mediante licitación pública internacional, a través de la cual se nos adjudicó la prestación del servicio público de telecomunicaciones de la región norte del país.

Actualmente prestamos servicios de telefonía fija, móvil, datos e Internet en la Argentina y Paraguay.

Nuestra licencia para la prestación del servicio de telefonía básica es de plazo ilimitado, e incluye los servicios de telefonía fija urbana y los de larga distancia nacional e internacional. También contamos con licencias para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones tales como transmisión de datos, acceso a Internet y telefonía pública. Hasta la venta de Publicom en abril de 2007, el segmento de edición de guías formó parte de los negocios del Grupo.

A través de nuestras redes, brindamos una variada gama de soluciones de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para grandes clientes, tanto corporativos como de gobierno; y servicios de interconexión a operadores de larga distancia, operadores móviles, operadores locales y cooperativas telefónicas, interconectadas con las redes de tráfico internacional del mundo, principalmente la de Estados Unidos, a través de nuestra filial Telecom Argentina USA Inc.

En lo referente al sector de los servicios celulares, Telecom es uno de los operadores más importantes de la Argentina. Esta actividad se desarrolla a través de su subsidiaria Telecom Personal S.A. ("Personal"), empresa que también controla a Núcleo S.A. ("Núcleo"), quien se ha convertido en poco tiempo en uno de los principales operadores de telefonía móvil del Paraguay.

- Nuestro principal objetivo es ser un proveedor líder en comunicaciones integradas y suministrar una amplia variedad de servicios de telecomunicaciones fijos y móviles.
- Nuestro propósito es ser líder en excelencia operativa, en la provisión de servicios innovadores y en la satisfacción de clientes.
- Nos proponemos la maximización del retorno de nuestros negocios, mediante la fidelización de nuestros clientes a través de la generación de una oferta atractiva y difícil de igualar por los competidores.
- Nos focalizamos en los negocios de Banda Ancha y los servicios móviles, a través del incremento en su penetración, velocidad de acceso y en los servicios de valor agregado, a la vez que valoramos a nuestros clientes del servicio básico telefónico.
- Proyectamos una mayor simplicidad para la adopción y la utilización de los servicios por parte de los clientes y posibilitamos el grado de personalización y control que ellos necesiten.
- A través de la convergencia de servicios, logramos contar con un factor distintivo para posicionar a la empresa y estar a la altura de nuevas exigencias.

- Pusimos en servicio, por primera vez en la Argentina, centrales de nueva generación (NGN), operando bajo IP.
- Instalamos el primer Sistema de Gestión Integral de Emergencias "911" en las ciudades de Salta, Orán y Tartagal.
- Instalamos un servicio de monitoreo urbano *World-class* para la ciudad de Córdoba.
- Hemos sido los primeros en ofrecer al mercado 5 Mbps de velocidad para acceso a Internet por ADSL, la mayor en América Latina en ese momento.
- Renovamos la certificación ISO 9001 en el sistema de calidad de gestión de los servicios corporativos.
- Lanzamos, en conjunto con Banco Santander Río, el primer servicio en la Argentina de *Mobile Banking*.
- Implementamos la mayor aplicación para Blackberry en América Latina, con 4000 usuarios productores de granos.
- Nos consolidamos como el operador local de telefonía móvil con mejor cobertura internacional de *roaming* de datos.
- Personal fue el primer operador en lanzar la nueva generación de telefonía móvil multimedia en la Argentina y América Latina, al presentar los servicios de Tercera Generación (3G), con toda la gama multimedia: *Videocall* e Internet móvil.

#### Premios obtenidos por el Grupo Telecom:

- Premio Carlos Pellegrini de la Unión Industrial Argentina a Telecom Argentina por su Trayectoria.
- Premio de la Fundación Compromiso, por el programa Escuelas por el Cambio.
- Premio Mundial de Blackberry "*Wireless Leadership Award for Innovation in the Private Sector*" (durante el "*Wireless Enterprise Symposium 2007, Florida EEUU*") a Personal y la Compañía Argentina de Granos (CAGSA).
- Premio Fund TV en la categoría Juvenil al Programa de Cuentos Cardinales realizado junto con el Ministerio de Educación.
- Distinción RSC 07. Categoría Empresa. Responsabilidad Social Comunicativa.
- Premio Jerry Goldenberg como Anunciante del año en la categoría Empresa de servicios.

## 2.2. Nuestros Valores

Destacamos nuestros Valores Corporativos en la vida diaria de la empresa, para inspirar y orientar los comportamientos y la gestión de nuestros empleados, en todos los planos y actividades de la organización.

- Foco en el cliente
- Proactividad
- Innovación
- Dinamismo
- Excelencia profesional
- Integración
- Transparencia
- Responsabilidad



Trabajamos continuamente para mejorar nuestros servicios y que la marca Telecom sea la garantía de un excelente desempeño a nivel tecnológico y un aval para sus marcas comerciales, siendo la puerta de entrada a un mundo cada vez más demandante de servicios de telecomunicaciones.



## 2.3. Principales magnitudes del Grupo Telecom

DATOS RELEVANTES	2006	2007
<b>Financiero</b> (en millones de pesos) (1)		
Capital Social (valor nominal) (2)	984,38	984,38
Ventas Netas (3)	7.372	9.074
Costos Operativos (sin amortizaciones) (3)	5.087	6.022
<b>Utilidad de la explotación antes de las amortizaciones</b> (3)	2.285	3.052
Amortizaciones bienes de uso e intangibles	(1.391)	(1.416)
<b>Utilidad de la explotación</b>	894	1.636
Resultados financieros y por tenencia	(484)	(441)
Utilidad Neta (3)	244	884
Utilidad (pérdida) neta por acción – en pesos (3)	0,25	0,90
Inversiones en bienes de uso y activos intangibles (3)	1.225	1.441
<b>Índices de rentabilidad (%)</b>		
Utilidad neta sobre ventas netas	3,3	9,7
Rentabilidad operativa sobre activos al inicio	10,4	18,8
Rentabilidad sobre patrimonio neto al inicio	13,1	41,5
<b>Clientes</b> (en miles)		
<b>Clientes de Telefonía Fija</b> (Líneas en Servicio)	4.095	4.208
<b>Clientes de Internet</b> (Dial Up + Red Privada Virtual)	95	83
<b>Clientes ADSL</b> (Banda Ancha)	457	783
<b>Clientes en Telefonía Móvil</b>	9.589	12.292
Personal	8.425	10.666
Núcleo	1.164	1.626
<b>Empleados</b>		
<b>Total de Empleados</b>	15.138	15.392
Empleados en Telefonía Fija	11.502	11.473
Empleados en Telefonía Móvil	3.636	3.919
Sueldos y Cargas Sociales (en millones de pesos)	839	990
<b>Cargas fiscales en Argentina</b> (en millones de pesos)		
<b>Impuestos (3)</b>	<b>251</b>	<b>290</b>
Impuesto sobre los ingresos brutos (3)	288	370
(1) Para más información remitirse a la Memoria y Estados Contables 2007. (2) Valor al 31 de diciembre de 2007. (3) Por el ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 2006 y 2007, respectivamente.		

## 2.4. Segmentos de negocio

En el Grupo Telecom, ofrecemos una amplia variedad de servicios de telecomunicaciones a través de actividades que se encuentran distribuidas entre las empresas. Cada sociedad representa un segmento operativo que es agrupado en uno de los dos segmentos de negocio reportados (Voz, Datos e Internet y Telefonía Móvil) y se tiene en consideración la homogeneidad de productos y servicios que comercializamos.

Segmento del negocio	Principales productos y servicios	Empresas del Grupo Telecom
<b>Voz, Datos e Internet (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• telefonía fija urbana,</li> <li>• telefonía de larga distancia nacional e internacional,</li> <li>• provisión de enlaces punto a punto, nacional e internacional,</li> <li>• valor agregado (llamada en espera, facturación detallada y contestador automático, etc.), transmisión de datos, videoconferencia,</li> <li>• interconexión a otros operadores,</li> <li>• acceso a Internet (dial-up, Banda Ancha y alta velocidad),</li> <li>• telefonía pública.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telecom Argentina S.A.</li> <li>• Telecom Argentina USA Inc. – Estados Unidos</li> </ul>
<b>Telefonía móvil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• comunicaciones urbanas,</li> <li>• comunicaciones interurbanas e internacionales,</li> <li>• transmisión de datos,</li> <li>• venta de equipos celulares</li> <li>• servicios de valor agregado (llamada en espera, contestador automático de llamadas, envío de mensajes de texto, multimedia y acceso a Internet).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telecom Personal S.A.</li> <li>• Núcleo S.A. – Paraguay</li> </ul>

(\*) Este segmento está compuesto también por Microsistemas S.A., una sociedad sin operaciones.

En abril de 2007 vendimos la empresa Publicom SA, que constituía el segmento de edición de guías telefónicas.

## 2.5. Gobierno Corporativo

En el Grupo Telecom, valoramos el Buen Gobierno Corporativo como marco imprescindible del desarrollo sustentable de la empresa. La transparencia, el control interno, las buenas prácticas con todos nuestros grupos de interés, y el conjunto de principios éticos, deben ser aliados para que el buen desempeño sea perdurable y socialmente reconocido.

### Exitosa certificación de la sección 404 de la Ley Sarbanes Oxley

Por segundo año consecutivo, se emitió la certificación de la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley. Esto significa que Telecom Argentina S.A. posee un sistema de control interno efectivo para generar la información contable para la publicación de nuestros estados contables al 31 de diciembre de 2007. La experiencia del primer año nos llevó a aplicar un modelo *top down*, focalizado en las áreas de mayor riesgo, disminuyendo la cantidad de controles clave a ser probados sin reducir el alcance de la certificación. Continuaremos con este enfoque a fin de hacer más eficiente el proceso de certificación de los próximos años y seguir asegurando la calidad de la información que emitimos.

### 2.5.1. Organización de la toma de decisiones

- **La Asamblea.** El órgano de gobierno de Telecom Argentina S.A. es la Asamblea de Accionistas en la que cada acción ordinaria confiere derecho a un voto. El quórum y las mayorías en las Asambleas se rigen por los Artículos 243 y 244 de la Ley de Sociedades.
- **Dirección y administración.** La dirección y administración de Telecom Argentina S.A. está a cargo del **Directorio**, que durante 2007 estuvo integrado por seis Directores Titulares y seis Directores Suplentes, designados por la Asamblea. De acuerdo con el Estatuto, el Directorio tiene todas las facultades para administrar la empresa, incluso aquellas para las cuales la ley requiere poderes especiales. El Directorio funciona con la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros y resuelve por mayoría de votos presentes. El Presidente tiene doble voto en caso de empate.  
Por su parte, el **Consejo de Dirección** está integrado por cuatro Directores y funciona como un órgano interno del Directorio, con el objeto de brindar consejo y apoyo en las relaciones con la Gerencia e intervenir en el proceso interno de evaluación de operaciones significativas de acuerdo al régimen de autorizaciones.

<b>Directorio del Grupo Telecom al 31 de diciembre de 2007</b>	
<b>Presidente (1)</b>	Carlos A. Felices
<b>Vicepresidente</b>	Gerardo Werthein (a)
<b>Directores Titulares (2)</b>	Oscar C. Cristianci (a) Enrique Garrido (b) (c) Esteban G. Macek (b) (d) Julio P. Naveyra (b) (d)
<b>Directores Suplentes (2)</b>	Eduardo F. Bauer Jorge A. Firpo (a) Gustavo E. Garrido (c) Pablo A. Gutiérrez (d) Marco Patuano Adrián Werthein (a)
<b>Comisión Fiscalizadora al 31 de diciembre de 2007</b>	
<b>Síndicos Titulares (3)</b>	Jorge Luis Pérez Alati (Presidente) Silvia G. Poratelli Gerardo Prieto
<b>Síndicos Suplentes (3)</b>	Diego Serrano Redonnet Jacqueline Berzon Guillermo Feldberg

(a) Integrante del Consejo de Dirección.

(b) Miembro del Comité de Auditoría.

(c) Director independiente frente a las normas de la Securities and Exchange Commission (SEC).

(d) Director independiente frente a las normas de la Comisión Nacional de Valores (CNV) y de la SEC.

(1) El 29 de abril de 2008 asumió Enrique Garrido en reemplazo del Carlos A. Felices.

(2) A partir del 29 de abril de 2008 los Directores Titulares son Franco Bertone, Jorge Alberto Firpo, Esteban Gabriel Macek y Domingo Jorge Messuti; y los Directores Suplentes son Eduardo Federico Bauer, Gustavo Enrique Garrido, Luis Miguel Incera, Esteban Pedro Villar, Jorge Luis Pérez Alati y Adrián Werthein.

(3) A partir del 29 de abril de 2008 los Síndicos Titulares son Diego Maria Serrano Redonnet, Josefina Hernández Gascón y Gerardo Prieto; y los Síndicos Suplentes son Guillermo Eduardo Quiñoa, Jacqueline Berzón y Guillermo Feldberg.

A su vez, Telecom Argentina cuenta con diferentes comisiones que articulan y controlan los procesos de gestión de la empresa: Comisión Fiscalizadora, Comité de Auditoría y Comisión de Información.

Para mayor información sobre el Comité de Auditoría consultar la sección de Gobierno Corporativo en nuestra página Web: <http://www.telecom.com.ar/inversores/gobierno/index.html>.

## 2.5.2. Administración, Finanzas y Control

A través de nuestro Comité de Auditoría evaluamos y mejoramos la efectividad de los procesos de gestión de riesgos, control y dirección, con el objetivo de agregar valor y mejorar las operaciones de una organización. Este órgano es quien emite su opinión con respecto a la propuesta del Directorio para la designación de los Auditores Externos y evalúa los servicios que presten estos a la empresa.

Otra de sus principales funciones se centra en la supervisión del funcionamiento de los sistemas de control interno, la fiabilidad del sistema administrativo-contable y de la información provista al mercado, que la empresa cuenta con las políticas, normas y procedimientos internos. Para verificar su cumplimiento, contamos con la Dirección de Auditoría Interna que depende de la Presidencia y trabaja con el Comité de Auditoría.

Asimismo, informa al mercado en casos de conflictos de intereses con integrantes de los órganos societarios o accionistas mayoritarios y se ocupa del cumplimiento de las normas de conducta aplicables en la empresa, como

el Código de Conducta y Ética Empresarial del Grupo Telecom. El Comité también debe resolver las denuncias contables y de control interno.

#### Sitio de Denuncias

Todo acto que viole de manera actual o potencial las leyes, normas o reglamentaciones vigentes, así como también todo cuestionamiento sobre temas contables, de control interno o de auditoría, podrá ser denunciado en el sitio de Internet [www.telecom-denuncias.com.ar](http://www.telecom-denuncias.com.ar).

Este sitio está destinado a la recepción de denuncias y garantiza la confidencialidad de la información recibida. A su vez, se puede optar por realizar las denuncias en forma personal o por escrito ante cualquiera de los integrantes del Comité de Auditoría.

### 2.5.3. Organigrama del Grupo Telecom

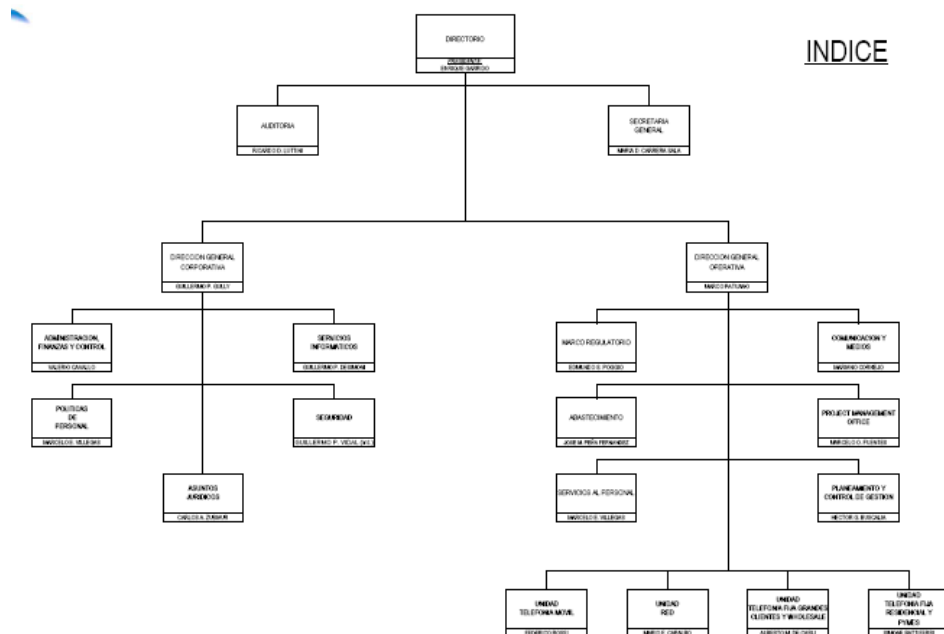
El organigrama representa las principales áreas de la empresa y el modelo organizativo adoptado por el Grupo Telecom. Está compuesto por dos Direcciones Generales que reportan directamente al Directorio: la Dirección General Operativa y la Dirección General Corporativa.

La primera se ocupa de temas de regulación y logística, como abastecimiento de materiales, recursos humanos operativos, comunicaciones y planeamiento, control de gestión operativo y operación de la red y los servicios, coordinando 6 Departamentos y 4 unidades de Negocio; mientras que la segunda trata asuntos administrativos y de estrategia del negocio, como políticas de recursos humanos, asuntos jurídicos, administrativo-contables, informáticas y seguridad, con 5 Departamentos a su cargo.

El cambio más relevante de 2007 fue la conformación de un nuevo modelo organizativo, en el que se destacan la creación de dos Direcciones Generales - Operativo y Corporativo - y luego la supresión de la Dirección General Ejecutiva. Dependiendo de la primera, a su vez, se crearon tres Unidades de Negocio (Clientes Residenciales y PYMES, Grandes Clientes y Wholesale, y Telefonía Móvil) y una cuarta Unidad dedicada a la Gestión Integral de la Red.

#### Constitución de la Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria

A fines de 2007, se creó la Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) con el fin de planificar y articular un plan de trabajo que genere valor social a la gestión de Telecom Argentina, dialogando con las diversas áreas de la empresa y con aliados externos del sector público, privado y organizaciones de la sociedad civil. Actualmente, la Gerencia de RSE está conformada por 6 personas y forma parte de la Dirección de Comunicación y Medios.



Organigrama vigente a diciembre de 2007

#### 2.5.4. Código de Conducta y Ética Empresaria

A través del Código de Conducta y Ética Empresaria, nos comprometemos a observar y hacer observar las leyes vigentes y los principios éticos generalmente aceptados para el manejo de los negocios: transparencia, rectitud y equidad. Su objetivo es fijar las pautas de conducta y el seguimiento en el cumplimiento de tareas, para asegurar que las normas éticas guíen las relaciones internas del negocio y con la comunidad en general.

El Código es aplicable a todos los miembros del Directorio, de la Comisión Fiscalizadora y a todos los empleados del Grupo Telecom. También se hace extensivo a proveedores, contratistas, asesores y consultores de la empresa, quienes reciben una copia.

Las premisas fundamentales que sustentan el Código son las siguientes:

- Rechazar toda conducta ilegal e impropia para alcanzar los objetivos del negocio.
- Adoptar soluciones organizativas que sirvan para prevenir la violación de los principios de legalidad, transparencia, rectitud y equidad.
- Asegurar la plena transparencia de las acciones y de la información reportada.
- Promover la competencia justa.
- Mantener relaciones con las autoridades públicas basadas en la cooperación y transparencia.
- Proveer servicios de alta calidad a sus clientes, a fin de satisfacer sus necesidades.
- Brindar servicios eficientes y tecnológicamente avanzados.
- Considerar a la investigación y a la innovación como condiciones prioritarias para el crecimiento y el éxito.
- Tener en cuenta la importancia social de los servicios de telecomunicaciones.
- Apoyar las iniciativas sociales, culturales y educativas, orientadas al desarrollo de la persona y al mejoramiento de la calidad de vida.
- Tutelar y valorizar los recursos humanos en un contexto de equidad y confianza mutua.
- Respetar el medio ambiente y los derechos de las generaciones futuras.

El Código de Conducta y Ética Empresaria del Grupo Telecom se encuentra en la Intranet y en la página Web corporativa, [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar), para que pueda ser consultado en cualquier momento por el personal, los inversores, proveedores, clientes y cualquier interesado. Asimismo, la versión impresa de este Código se encuentra disponible, en forma gratuita, en la sede social (Av. Alicia Moreau de Justo 50, piso 13°, 1107 - Buenos Aires, Argentina).

## III. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA PARA EL GRUPO TELECOM

Desde Telecom Argentina, somos conscientes del potencial que tienen las telecomunicaciones en el desarrollo personal y profesional de las personas, por lo que asumimos que nuestro negocio tiene, en todo momento, una marcada influencia en la sociedad.

Practicamos la Responsabilidad Corporativa de forma transversal en todas las áreas de la empresa, incorporando oportunidades de mejora a través del diálogo con los grupos de interés en beneficio del desempeño económico, social y ambiental de nuestros públicos y la empresa.

### 3.1. Renovamos nuestro compromiso con la Responsabilidad Corporativa

Como parte del proceso continuo de mejora de nuestra gestión, en 2008 realizamos la Declaración de Responsabilidad Corporativa de Telecom Argentina, con el fin de contar con un enfoque único desde donde desarrollar todas nuestras actividades.

Manifestamos que la Responsabilidad Corporativa se basa en los valores de la empresa y constituye una estrategia integral para que a través de la educación:

- todos nuestros grupos de interés estén conectados en la era digital,
- el acceso al conocimiento esté disponible para todos,
- podamos brindar soluciones innovadoras para futuras generaciones, y
- generemos conciencia del uso responsable de la tecnología.

Trabajamos para construir y generar mayor capital social, minimizando los impactos negativos y maximizando los efectos positivos de nuestra industria.

### 3.2. Aporte del Grupo Telecom al desarrollo

Uno de nuestros principales compromisos es realizar inversiones para el desarrollo y actualización tecnológica de la red de telefonía. De esta forma, no sólo crece la empresa y el negocio, sino que también satisfacemos a nuestros clientes buscando el mejoramiento permanente del servicio; y, a la vez, se sostiene una fuente de empleo que permite el desarrollo de toda la sociedad.

Durante 2007, nuestras inversiones alcanzaron los 1.441 millones de pesos (18% más que en 2006), las cuales se componen de 642 millones de pesos en el negocio de Telefonía móvil y 799 millones de pesos en el negocio de Voz, Datos e Internet.

En 2008, continuamos implementando una importante reconversión de la red para el desarrollo de servicios de nueva generación. Las inversiones previstas en 2008 son sensiblemente superiores a las realizadas en 2007 y están focalizadas principalmente en:

- aumentar la oferta de servicios de Banda Ancha,
- mejorar la oferta de TIC,
- renovar la red de telefonía básica y continuar con la migración a *New Generation Network* (NGN),
- mejorar la cobertura en telefonía móvil,
- desarrollar la nueva red 3G que permite agregar al servicio móvil de voz un servicio de transmisión de datos de velocidad superior.

### 3.3. Responsabilidad Corporativa en la Comunidad

Durante 2007, las acciones comunitarias que realizamos en el marco de nuestro programa de Responsabilidad Corporativa se centraron en el fortalecimiento de la educación, el conocimiento, el desarrollo humano, el arte y la cultura.

Nuestro propósito durante 2007 ha sido contribuir a:

- Generar capital intelectual para el país.
- Potenciar la capacidad creativa de los jóvenes.
- Apoyar la investigación, el desarrollo y la innovación.
- Impulsar mayores oportunidades de acceso a la información y al conocimiento.
- Aportar capacidad de gestión empresarial, recursos humanos y logística a las acciones solidarias.
- Promover la capacitación y el acceso a herramientas que faciliten la autosustentabilidad de las organizaciones de la sociedad civil.

Durante el año que pasó, fortalecimos alianzas con las siguientes instituciones:

#### Educación

- Asociación de Padrinos de Alumnos de Escuelas Rurales (APAER)
- Fundación Pescar Argentina
- Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Asociación Empresaria Argentina
- Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación
- Centro de Implementaciones de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC)
- Universidad de San Andrés (UdeSA), Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad de Belgrano (UB), Universidad Torcuato Di Tella, Universidad del Salvador (USAL)
- Universidad Tecnológica Nacional (UTN) – Facultad Regional Buenos Aires
- Fundación Compromiso
- Asociación Polo de Desarrollo Educativo Renovador (P.O.D.E.R)

#### Innovación tecnológica

- Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (SECyT)
- Instituto Tecnológico Buenos Aires (ITBA)

#### Cultura

- Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación
- Secretaría de Cultura de la Provincia de Salta
- Fundación Alegría
- Fundación ArteBA
- Museo Arqueológico de Alta Montaña de Salta (MAAM)
- Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA)
- Museo de Arte Contemporáneo de Salta (MAC)

#### Comunidad

- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social – CONAETI
- Asociación Conciencia
- Programa Alerta Vial
- Caritas Argentina

#### Medio ambiente

- Fundación Garrahan: Programa Reciclaje de Papel
- Fundación Familia: Programa Reciclado de Papel

#### **Pacto Global de Naciones Unidas**

Desde el año 2004, estamos adheridos a esta iniciativa de Responsabilidad Corporativa de las Naciones Unidas y comprometidos al desarrollo de acciones vinculadas al respeto por los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

#### **Declaración Contra el Trabajo Infantil, Organización Internacional del Trabajo (OIT)**

Su finalidad es transmitir el rechazo empresarial al uso de mano de obra infantil y así promover la educación, la salud, y la recreación de los niños. A través de nuestra adhesión, declaramos no vincularnos laboralmente con personas por debajo de la edad mínima de admisión al empleo. Asimismo, concientizamos a nuestros proveedores, clientes, distribuidores, agentes, subcontratistas, etc., para que no tengan vínculos laborales con personas por debajo de la edad mínima de admisión al empleo.



## IV. DESTACADOS 2007 Y DESAFÍOS 2008

Grupos de Interés	DESTACADOS 2007	DESAFÍOS 2008
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña de reposicionamiento de la marca Telecom para hacerla más cercana a la gente.</li> <li>- Se duplicó el ancho de banda de los clientes del interior.</li> <li>- Campaña de Fidelización de clientes de Personal basada en los ejes de calidad, transparencia e innovación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionar la Marca Telecom Grandes Clientes dentro de sus segmentos verticales (industrias, servicios y Gobierno).</li> <li>- Mejorar la experiencia del usuario a través de una estrategia proactiva de educación y facilidad de acceso a los nuevos servicios.</li> </ul>
<b>Inversores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificación exitosa de la Sección 404 de la ley Sarbanes-Oxley.</li> <li>- Crecimiento de clientes, ingresos y rentabilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener el liderazgo en innovación tecnológica en el mercado argentino en Banda Ancha y telefonía móvil.</li> <li>- Mantener el buen desempeño de la compañía</li> <li>- Lanzamiento de nuevos productos y servicios.</li> </ul>
<b>Empleados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación en 146.517 horas/alumno a 16.503 participantes en cursos presenciales y 3.416 en cursos por <i>e-learning</i>.</li> <li>- Relevamiento de la situación de género en Telecom como punto de partida para instalar el concepto de diversidad en la compañía.</li> <li>- Se continuó con la campaña denominada "Todos somos Telecom" para fortalecer los vínculos entre los empleados de las diferentes empresas del Grupo.</li> <li>- Se desarrolló una nueva Intranet con mayores contenidos, un formato más accesible y actualización permanente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lanzar espacios específicos de Responsabilidad Corporativa dentro de la Radio interna de la empresa.</li> <li>- Lanzar el sitio interno de RC dentro de la Intranet con actualización constante de novedades.</li> <li>- Realizar una Campaña interna de seguridad, higiene y mejora de la calidad de vida.</li> <li>- Realizar dos encuestas salariales, poniendo foco en la identificación de puestos claves y de alta criticidad para el negocio.</li> </ul>
<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se rediseñó e implementó un plan de trabajo asociado a la evaluación de proveedores: Procesos y Herramienta (<i>Vendor Rate</i>) que culminó en el último trimestre. Se realizó un plan de inducción a la alta Dirección y las Gerencias de esta herramienta presentando: Beneficios, Alcance, nuevo proceso, roles, normativa, etc.</li> <li>- Se reemplazó el <i>Enterprise Resource Planning</i> por el sistema de planificación y control SAP.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primer semestre: Implementar Prueba piloto para definir ajustes en la nueva herramienta e inducción a las áreas participantes.</li> <li>- Segundo Semestre: Realizar la versión definitiva con la incorporación de un nuevo cluster: RSC (RS y MA) y la aparición de la dirección de Capital Humano como evaluador, con las Gerencias de Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente y Control de Prestadores.</li> <li>- Implementar <i>e-Procurement</i> con el objetivo de reflejar los procesos internos/ externos asociados a proveedores, que potenciarán la comunicación y la gestión de Compras.</li> </ul>
<b>Sociedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se trabajó en la promoción de las iniciativas culturales, sociales y educativas que contribuyen con el desarrollo de las comunidades en las que opera la compañía.</li> <li>- Se recibieron y evaluaron los requerimientos de la sociedad provenientes de los sectores: público, privado y organizaciones de la sociedad civil. A su vez, se dio respuesta a las necesidades locales y nacionales, a través de programas y proyectos en alianza con todos los sectores.</li> <li>- Se benefició a jóvenes y adultos a través de las acciones de vínculo con la comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajar activamente con la Comunidad, poniendo foco en crear puentes hacia la era digital.</li> <li>- Enfocar la educación para la era digital en el segmento de niños y jóvenes de 10 a 18 años.</li> <li>- Integrar social y laboralmente a través de la educación y la tecnología.</li> <li>- Brindar a las escuelas y a la comunidad las herramientas del conocimiento, a través de programas educativos.</li> <li>- Dar respuesta a todas las inquietudes y pedidos de todos los sectores.</li> </ul>

---

Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se llegó a un total acumulado desde el año 1999 de 61,7 toneladas de papel reciclado para la Fundación Garrahan.</li><li>- Se obtuvieron nuevas certificaciones de edificios de la compañía ante el Ministerio de Salud y Medio Ambiente de la Nación por ser espacios Libre de Humo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Certificar nuevos edificios en el interior del país y obtener la recertificación de los edificios que ya la poseen.</li></ul>
----------------	---	---

---

## V. ACCIONES CON LOS GRUPOS DE INTERES

### 5.1. Definición de nuestros Grupos de Interés

Desde el Grupo Telecom, consideramos que una de las claves para ser una empresa líder en servicios es saber quiénes son nuestros grupos de interés (*stakeholders*) y – a través del diálogo y la comprensión mutua – consolidar una estrecha relación con ellos.

Grupos de Interés	¿Quiénes son?	¿Cómo nos relacionamos?
<b>Clientes</b>	Individuos, empresas pequeñas medianas y grandes, gobiernos nacional, provinciales y municipales, y otros operadores, nacionales e internacionales.	Individuos: Servicio de Atención al Cliente, información que acompaña a las facturas, envíos especiales y el sitio web <a href="http://www.telecom.com.ar">www.telecom.com.ar</a> Grandes Clientes (empresas y Gobierno): equipos interdisciplinarios de atención de cuentas, servicio de atención de grandes clientes, eventos, <i>workshops</i> , reuniones periódicas, a través del Portal de Grandes Clientes en el sitio web del Grupo y de la revista destinada a Grandes Clientes. Operadores Nacionales: a través de reuniones con clientes, y del Portal de Wholesale Nacional, en el sitio web del Grupo. Operadores Internacionales: a través de reuniones con clientes y del Portal de Telecom Argentina USA: <a href="http://www.tecousa.com">www.tecousa.com</a>
<b>Inversores</b>	Nortel Inversora S.A., Inversores minoritarios y accionistas a través del Programa de Propiedad Participada.	Centramos nuestra relación con los accionistas en la Gerencia de Relaciones con Inversores. Asimismo, la página Web corporativa cuenta con un espacio para los inversores. ( <a href="http://www.telecom.com.ar/inversores">www.telecom.com.ar/inversores</a> )
<b>Empleados</b>	15.392 empleados en el Grupo, entre telefonía fija y móvil (dotación a diciembre 2007).	Las principales vías de comunicación son las Comunicaciones Internas por correo electrónico, la Intranet (Neoportal), la Revista Telecom en tu Vida, la radio ECO; el <i>help desk</i> 6500, la Encuesta de Clima Laboral y las actividades de integración entre el personal.
<b>Proveedores</b>	Fabricantes, diseñadores y proveedores de tecnología <i>benchmark</i> a nivel mundial. Empresas multinacionales, PyMES y profesionales independientes que nos proveen de productos y servicios.	Contamos con diversos canales de comunicación que nos permiten mejorar la fluidez del diálogo e incrementar la eficiencia en la gestión de Compras. Algunos de ellos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• A través del sitio “Véndale a Telecom”</li> <li>• Mediante el <i>Vendor Rate</i>, con talleres de mejora donde participan las Áreas Requirientes, Compras y el Proveedor.</li> <li>• <i>e-Procurement</i> (a implementarse en el segundo semestre del 2008)</li> <li>• Compre Trabajo Argentino</li> <li>• Registro de Aspirantes a Proveedores.</li> </ul>

<b>Sociedad</b>	Todas las comunidades argentinas cercanas a la empresa y la comunidad argentina residente en los Estados Unidos. Sector público, organizaciones de la sociedad civil, sector privado, medios de comunicación.	Desarrollamos programas y proyectos enfocados a temas de educación, arte, cultura, capacitación y comunidad. Dialogamos con ellos en eventos, grupos de trabajo, difusión masiva, <i>research</i> y las acciones realizadas.
<b>Medio Ambiente</b>	El entorno en el cual la actividad de la empresa produce un impacto significativo.	Protegemos el medio mediante programas de reciclado de papel, iniciativa contra el tabaco, huertas rurales, iniciativas de reciclado de materiales. Tratamiento y disposición final de baterías y residuos peligrosos.

### Presencia Institucional 2007

- Desarrollamos una activa participación pública en congresos, seminarios, foros y eventos por parte del personal profesional y de dirección. Algunos de ellos fueron: Coloquio de IDEA, XXX Aniversario Fundación Mediterránea, 83° Aniversario de la Cámara Argentina de Comercio (CAC), Centro para la Estabilidad Financiera (CEF), Usuaría, 13° Conferencia de la Unión Industrial Argentina (UIA); XXXVI Jornadas Tributarias; Congreso Anual de la Asociación de Recursos Humanos de la Argentina (ADRHA).
- Estuvimos en varias ferias y exposiciones representativas del universo de clientes de Telecom y sus empresas. Algunas de ellas fueron: Expoagro, Agroactiva y la 121° Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional.
- Participamos activamente en las cámaras empresarias, tanto en las comisiones de trabajo como en los cuerpos directivos, tales como AEA, CAC, CICOMRA, IDEA, UIA entre otras.
- Realizamos un aporte a fondos de becas de algunos cursos y posgrados, como: la Maestría en Periodismo organizado en conjunto por el Grupo Clarín y la Universidad de San Andrés (UdeSA), el Master en Periodismo que organizan el diario La Nación y la Universidad Torcuato Di Tella, el curso de Economía para Periodistas que lleva a acabo la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL).
- Brindamos charlas de actualización sobre telecomunicaciones en diferentes universidades y centros tecnológicos entre ellos: la UTN, UdeSA, UBA, UB, Asociación ORT Argentina y la Asociación del Derecho de las Telecomunicaciones.
- Participamos en conferencias desarrolladas en universidades, centradas en la temática: gobierno electrónico, *e-communities*, ciudades digitales, soluciones de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para el Gobierno, entre otras.

## 5.2. Empleados

Al 31 de diciembre de 2007, 15.392 personas formaban parte del Grupo Telecom: 75% en Telefonía Fija, 25% en Telefonía Móvil.

En la empresa, “*Todos somos Telecom*”. Aspiramos, bajo ese lema a estar motivados y a gusto con la actividad que realizamos en la compañía, y a lograr la satisfacción personal de cada empleado y el buen funcionamiento del negocio.

Las principales acciones que definen la relación con nuestra gente son la formación y desarrollo profesional para crecer dentro de la empresa y la comunicación constante que generan un buen clima laboral.

EMPLEADOS	2006	2007
<b>TOTAL*</b>	<b>15.138</b>	<b>15.392</b>
<b>TELEFONÍA FIJA</b>	<b>11.502</b>	<b>11.473</b>
Telecom Argentina	11.499	11.470
Telecom Argentina USA	3	3
<b>TELEFONÍA MÓVIL</b>	<b>3.636</b>	<b>3.919</b>
Personal	3.237	3.497
Núcleo	399	422

\* En 2006 se incluyen 202 empleados efectivos, correspondiente a Publicom S.A., sociedad vendida en abril de 2007.

### 5.2.1. Formación y Capacitación

Realizamos cursos presenciales y de *e-learning*, para formar e integrar a los empleados de todo el país. Estas actividades estuvieron basadas en las necesidades y prioridades que demandaron nuestros empleados y luego fueron definidas por la alta Dirección.

Durante 2007, capacitamos a 16.503 participantes en cursos presenciales y a 3.416 en cursos por *e-learning*. Dictamos 146.517 horas/alumno, de las cuales un 70% estuvo representado por actividades funcionales (nuevas tecnologías, actualización de IT, ADSL, gestión por proyecto, entre otras) y el 30% restante se basó en actividades de desarrollo profesional orientadas a la incorporación de herramientas de gestión que requieren todos los perfiles del Grupo.

Asimismo, realizamos programas de formación orientados a las especialidades consideradas clave para el negocio junto con la Universidad de San Andrés, Instituto Tecnológico de Buenos Aires, Universidad Torcuato Di Tella y Universidad del Salvador.

#### CEO 2020

En 2007, lanzamos el proyecto CEO 2020, una iniciativa que profundiza el vínculo entre el mundo académico y el de las organizaciones. Promueve un contexto de aprendizaje y práctica que contribuye con la formación de los futuros dirigentes de empresas.

En esta primera ocasión, compitieron más de 150 participantes agrupados en 24 equipos conformados por estudiantes avanzados de las carreras de tecnología de la Universidad Austral y del ITBA, y nuestros empleados de igual formación académica y alto desempeño. Los equipos vivieron la experiencia de dirigir en forma virtual su empresa en condiciones reales de mercado.

### Cursos de capacitación:

- Formación en Gestión
  - Programa de Negociación
  - Programa de Metodología de Dirección de Proyectos
  - Programa de Evaluación de Proyectos de Inversión
  - Programa de Herramientas para la Gestión Diaria
- Formación en Negocios
  - Programa de Nuevas Tecnologías
- Formación en Herramientas Pedagógicas
  - Programa de Formación de Formadores
  - Programa de Formador de Tutores
- Formación Funcional Especializada
  - Programa de Venta Preactiva en Oficinas Comerciales y Pymes
  - Programa Comercial de Habilidades de Supervisión y *Coaching*
- Formación Gerencial
  - Talleres para Líderes
  - Programa de Conducción Funcional
- Actividades Especiales
  - Cursos Externos
  - Idiomas y Posgrados Funcionales

### 5.2.2. Desarrollo profesional

Una política de desarrollo es efectiva cuando se encuadra dentro de lineamientos que aseguren el crecimiento e impulsen la innovación permanente, brinden un modelo eficiente de gestión de personas que permita lograr la cobertura interna de posiciones de conducción (cuadros de reemplazo) y alcancen el máximo nivel de desempeño de las capacidades potenciales de cada colaborador.

Este proceso incluye acciones de corto, mediano y largo plazo, y hacerlo operativo supone la implementación de distintas herramientas diseñadas para tal fin: *Knowledge Review* (KR), *Management Review* (MR), *Assessment*, y Evaluación de Desempeño, las cuales involucran a actores de las áreas de Políticas y Servicios al Personal y de la línea, y de esta manera se garantiza la coherencia en el funcionamiento del sistema en toda la compañía.

**Management Review:** dirigido a la población gerencial y directores de la empresa.

En 2007 su implementación se extendió a todas las áreas principales del negocio, finalizándose durante el último trimestre de 2007 con el área comercial y de sistemas corporativos, logrando así abarcar a toda la población gerencial de dichas áreas.

**Knowledge Review:** destinado a los profesionales y especialistas de la empresa que no ocupan cargos gerenciales.

El proceso de implementación comenzó en enero de 2007 y se extendió durante el transcurso del año. Actualmente es usada como una herramienta confiable cuando se analizan los pedidos de nombramientos, promociones y acciones de crecimiento vertical u horizontal de los profesionales, como así también para acciones de capacitación.

En 2007, realizamos nuevas iniciativas y optimizamos nuestras herramientas para ofrecer a nuestra gente mejores posibilidades de desarrollarse en sus carreras profesionales dentro de la empresa. En el marco del programa "Todos somos Telecom" se profundizaron las actividades tendientes a fortalecer el proceso de identidad corporativo de los empleados. Básicamente se trabajó en dos aspectos: procesos de inducción, y eventos o jornadas de integración.

- **Sistema de Búsquedas Internas (*Job Posting*).** Este sistema es uno de los pilares en el desarrollo de los recursos humanos del Grupo Telecom. En 2007, cubrimos más de 1000 vacantes de personal por medio del proceso de búsqueda interna y se trabajó en el afianzamiento del proceso de *e-recruiting* como herramienta alternativa en el proceso de búsqueda y selección de personal.
- **Análisis del desempeño del personal.** Mejoramos esta herramienta con respecto a dos aspectos: a) Nuevo modelo de competencias, b) Planificación de objetivos para el ejercicio 2007.
- **Assessment.** Por el éxito en años anteriores, seguimos utilizando esta herramienta para nombramientos de Gerentes y Responsables.
- Evaluamos a Responsables y Supervisores del área Técnica con el objetivo de fortalecer áreas de mejora y poseer un diagnóstico efectivo al momento de realizar la asignación de tareas.

### 5.2.3. Comunicación con nuestros empleados

- **NeoPortal.** Tenemos una plataforma ágil y dinámica que permite conectar a "todos con todos" en forma *online* y que se ha transformado en un espacio ideal para la comunicación interna. Cuenta con espacios de comunicación como los Portales por área (Recursos Humanos, Calidad, Logística y Servicios, etc.), además de módulos de apoyo a las actividades (gestión de compras, ayuda informática y pases de salida para los equipos microinformáticos).
- **Portal Solidario.** Durante 2007, este espacio estuvo destinado a favorecer la tarea solidaria que nuestros empleados realizan con su comunidad. A través de esta iniciativa, ellos pueden difundir las actividades que realizan y las instituciones con las cuales colaboran, intercambiar experiencias y sumar contribuciones.
- **Reuniones virtuales.** Continuamos con las reuniones virtuales, utilizando el *chat* como lugar de encuentro, lo que permite acortar distancias entre el interior y la Capital, con salas visibles sólo para los participantes que lo requieran.
- **Telecom Digital.** Es nuestra revista interna en formato digital de la intranet. Cuenta con notas de interés sobre las actividades del Grupo, proyectos laborales e iniciativas personales y grupales, contados directamente por sus protagonistas.
- **Telecom al Día.** Es un diario electrónico que reúne un resumen de las noticias vinculadas con el mundo de las telecomunicaciones que fueron publicadas en los medios nacionales y extranjeros. Este medio de prensa es de acceso masivo e irrestricto. Cada empleado puede personalizar su diario de acuerdo a sus intereses particulares.
- **Salud Interactiva.** Es un sitio con información desarrollada por nuestro equipo de Salud Ocupacional con información básica para la prevención y el cuidado del cuerpo y la salud.
- **Radio NeoPortal:** música funcional para nuestros empleados.
- **Espacio Comunidad:** espacio donde nuestros empleados pueden publicar clasificados de sus viviendas, autos; además hay un sitio especial para dadores de sangre.
- **6500.** Es un canal de atención creado para poder responder consultas vinculadas a la gestión de Recursos Humanos. Las consultas pueden realizarse por correo electrónico al [6500@ta.telecom.com.ar](mailto:6500@ta.telecom.com.ar). Desempeñamos esta tarea conjuntamente con el grupo de Servicios al Personal y de *Payroll*.
- **Telecom en tu vida.** Es la revista interna, llega a todos los empleados de la compañía. Con una tirada de 16.000 ejemplares, es la herramienta de comunicación interna por excelencia, por el alcance y llegada de la misma. Contiene información sobre los distintos proyectos y sus protagonistas: nuestros empleados.
- **Carteleras:** Ubicadas en todos los edificios del país y reúnen información sobre las distintas campañas en curso.
- **Mailing de Comunicación interna:** llega a todos los empleados que utilizan PC o a determinados grupos *target* de información clave, *just in time*.

### 5.2.4. Encuesta de Clima Laboral

Todos los años realizamos una encuesta de Clima Laboral a nivel masivo y por segmentos poblacionales: directores, gerentes y empleados, para conocer las opiniones y sugerencias de todos los que hacemos Telecom.

- Es una herramienta clave de gestión para definir acciones y proyectos.
- Es una oportunidad única para canalizar las percepciones de todos los empleados y poder accionar en esa dirección.



- Es una herramienta de la organización que administra Recursos Humanos, pero es responsabilidad de todos. La opinión de todos cuenta.

Los datos de 2006 se obtuvieron a través de una muestra aleatoria. Alcanzó un 65% de participación, y un resultado de 86% en relación a la satisfacción general. Estos números nos indican que debemos seguir trabajando para lograr elevar los niveles de participación, poniendo foco en los planes de acción post encuesta.

El relevamiento correspondiente a 2007 se realizó entre el 31 de marzo y el 12 de abril de 2008, alcanzando a todo el Grupo.

- Población Objetivo: 15.381 colaboradores
  - 14.943 empleados en la Argentina
  - 438 empleados en Paraguay
- Modalidad:
  - Electrónica: 10.038
  - Formulario en papel: 5.343

### 5.2.5. Encuesta de Compensación Total

Realizamos la encuesta de Compensación Total con el fin de analizar la competitividad externa de nuestros niveles salariales. Teniendo en cuenta la dinámica que presenta el mercado laboral argentino, en 2007 realizamos dos encuestas, en marzo y octubre, se tomó una muestra de 16 empresas de primera línea.

Los resultados permitieron ajustar las escalas salariales del personal fuera de convenio y realizar acciones concretas para mantener la competitividad de los salarios de la empresa.

- Aumento masivo del 12% para todas las categorías de empleados de menor nivel salarial.
- Incremento, a partir del mes de septiembre, del valor diario de vales de almuerzo.
- Asignación de una partida destinada específicamente a ajustes de salario por mérito para todo el personal fuera de convenio.

Completando el proceso y con los datos de la encuesta de octubre 2007, a partir de enero de 2008, lanzamos una nueva política de ajuste para el personal no convencionado del orden del 12%, que fue asignada en forma mixta: una parte en forma general para la población de nivel jerárquico menor y el resto en forma de mérito.

#### Relaciones laborales

Durante julio y agosto de 2007, se firmaron acuerdos con todas las organizaciones gremiales: los sindicatos alineados en la FATEL (Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Chaco, Luján y Tucumán), FOEESITRA, FOPSTTA y UPJET, y se cerraron las negociaciones con las organizaciones sindicales que habían comenzado a principio de año. La aplicación de los acuerdos es gradual y su impacto se da parte en 2007 y parte en 2008 y comprende un mix de incrementos remunerativos y no remunerativos. La vigencia de estos es hasta el 30 de junio de 2008.

Con respecto a la firma del convenio de actividad y por ramas, avanzamos en la conformación del bloque empleador (Telecom, Telefónica y Cooperativas) y realizamos gestiones para lograr la participación de otras empresas, que a la fecha se encuentran por fuera de la normativa convencional aplicable a la mayor parte de la actividad de telecomunicaciones.

### 5.2.1. Relevamiento de Género

*Somos una empresa diversa y multicultural, con la particularidad de una elevada dispersión geográfica.*

Desde noviembre de 2007 hasta marzo de 2008, realizamos un relevamiento cuantitativo (protocolo a gerentes y datos duros) y cualitativo (entrevistas y *focus groups*) sobre la situación de la empresa con respecto a la Igualdad de Oportunidades en el Ámbito Laboral a empleados de todo el país. Tuvimos en cuenta las particularidades de



la mujer y del hombre en el trabajo, así como las características que toman las diversas interacciones que se dan entre unas y otros.

La recolección de información estuvo enfocada a las complejidades de la diversidad y su impacto en la gestión, las estrategias y acciones del negocio, el clima laboral y las relaciones interpersonales. Relevamos información que sirva para definir planes de acción y seguimiento concretos, para conocer las expectativas y opiniones del personal respecto de la igualdad de oportunidades en la empresa; y para identificar eventuales situaciones de desigualdad.

### 5.2.7. Beneficios para nuestra gente

- **Plan Empleado Grupo Telecom:** Se han puesto al alcance de los empleados planes especiales para los servicios que comercializan las empresas del grupo. Estos son actualizados con la misma dinámica de las novedades comerciales.
- **Colonia de verano.** Durante los meses de enero y febrero, para los hijos de 6 a 14 años inclusive.
- **Descuentos.** Convenios con comercios en todo el país para obtener descuentos en productos de hogar, recreación, restaurantes, salud, servicios y capacitación.
- **Feriatos Flexibles.** Los feriatos nacionales que no estén sujetos a traslados de acuerdo con la legislación vigente y coincidan con un sábado o domingo, podrán trasladarse a un día hábil (previa aprobación de la compañía y con dos por año de vigencia).
- **Espectáculos.** Sorteos de entradas para espectáculos auspiciados por el Grupo Telecom.

### 5.2.8. Medicina, Higiene y Seguridad Laboral

Contamos con un programa de Salud Ocupacional del Grupo Telecom, que brinda atención primaria de salud a todos nuestros empleados, a través de sus consultorios internos en edificios propios. El equipo médico de enfermería es especializado en Medicina Laboral y sus funciones comprenden:

- La prevención y la promoción de la salud;
- La realización de controles de salud;
- Ingresos, egresos, cambios de tareas (posterior a licencias prolongadas) y controles periódicos.

**Salud Interactiva.** Es un sitio en Intranet que forma parte del programa de Salud Ocupacional y tiene como objetivo difundir información médica, prevenir y lograr un estilo de vida activo y saludable para todos nuestros empleados. En el portal se desarrollan temas como accidentes y emergencias, asma y alergia, colesterol, tensión arterial, diabetes, gripe, estrés, fiebre amarilla, entre otros.

**Seguridad en el trabajo.** Realizamos campañas para concientizar y difundir información sobre:

- la importancia de las normas de seguridad,
- el conocimiento de los elementos de protección personal,
- la evacuación de edificios con pautas para el desalojo ordenado de edificios en caso de emergencia,
- la prevención en el tránsito.

#### Mejorar el ambiente de trabajo: la "Gran Limpieza"

Por iniciativa de la Dirección se realizó el día de la "Gran limpieza" con el objetivo de mejorar nuestros puestos de trabajo. Se llevó a cabo una selección de archivos en papel que no era de utilidad y aquellos que eran necesarios guardar fueron trasladados al archivo general. También fueron trasladados a microinformática monitores, teclados, CPUs y otros elementos similares fuera de uso. De esta forma, se han liberado espacios útiles y se detectaron oportunidades de mejora con respecto a la distribución y a las instalaciones telefónicas, informáticas y de energía eléctrica.

## 5.3. Inversores

El capital accionario de Telecom Argentina, al 31 de diciembre de 2007, está compuesto por las siguientes participaciones:

- El accionista controlante es Nortel Inversora S.A quien posee el **54,74%** de las acciones de Telecom Argentina.
- El **41,05%** de las acciones cotizan y se negocian en el panel de empresas líderes de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, en el *New York Stock Exchange* y en la Bolsa Mexicana de Valores.
- El **4,21%** se encuentra afectado al Programa de Propiedad Participada (P.P.P.) creado por la ley N° 23.696.

Las estrategias y políticas de las distintas sociedades del Grupo están alineadas de manera de generar sinergias comerciales, tecnológicas y de funciones soporte (tales como Administración y Finanzas, Recursos Humanos, Abastecimiento y Logística, Asesoramiento Legal, Auditoría Interna, etc.).

Las tenencias aproximadas por tipo de inversor al 31 de diciembre de 2007 son las siguientes:

NUESTROS INVERSORES	Participación
<b>Controlante</b>	
Nortel Inversora S.A	54,74%
<b>Accionistas minoritarios</b>	
Administradoras de Fondos y Pensiones en la Argentina	19,16%
Otros Inversores institucionales	15,86%
Otros Inversores minoristas	6,03%
PPP	4,21%

El valor que el mercado financiero asignó a los activos del Grupo Telecom, al 31 de diciembre de 2007, fueron 5.000 millones de dólares equivalentes, 2% menos que un año antes, mientras que el valor de las acciones de Telecom Argentina S.A. creció 11% según la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE).

Para más información ver la Memoria y Estados Contables 2007

### 5.3.1. Comunicación con nuestros inversores

- **Gerencia de Relaciones con Inversores.** La relación con nuestros inversores se centraliza en esta Gerencia que se encarga de mantener una comunicación constante con ellos, brindándoles información de la empresa y un canal de diálogo fluido. La Gerencia se encuentra en la Sede Central de la empresa y todos los inversores pueden dirigirse personalmente o comunicarse por correo electrónico a [relinver@ta.telecom.com.ar](mailto:relinver@ta.telecom.com.ar) o telefónicamente al 54-11-4968-3628.
- **Memoria y Estados Contables 2007.** Contiene información operacional, financiera y económica de la empresa como así también los informes de auditoría y de la Comisión Fiscalizadora.
- **Internet.** Contamos con un sitio especial en nuestra página Web corporativa ([www.telecom.com.ar/inversores](http://www.telecom.com.ar/inversores)) que contiene:
  - Los resultados de la empresa actualizados trimestralmente
  - Noticias sobre reestructuraciones y cambios al control interno del Grupo Telecom
  - Información sobre las Reuniones de la Asamblea
  - Pago de Dividendos
  - Información sobre el Gobierno Corporativo
  - Comunicados sobre Obligaciones Negociables
  - Acceso directo a las páginas Web de los Organismos Reguladores

- Comunicaciones periódicas sobre hechos relevantes a la Comisión Nacional de Valores (CNV) y *Securities and Exchange Commission* (SEC). Al momento de la publicación se deja una copia impresa en la sede social para que los inversores puedan tener pleno acceso.

## 5.4. Clientes

Podemos clasificar nuestros clientes en cuatro grandes grupos:

- **Clientes individuos**
- **PyMEs**
- **Grandes clientes** (corporativos y de Gobierno)
- **Wholesale - Clientes mayoristas** (operadores nacionales e internacionales)

Nuestro segmento más relevante es el de los grandes clientes y está conformado por empresas líderes del mercado argentino así como por organismos de gobierno tanto nacionales, como provinciales y municipales.

Estos clientes demandan soluciones de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) integrales, de alta tecnología y valor agregado, de voz fija y móvil, de datos y de Internet, que respondan a las necesidades generales de su segmento de actividad y que se adecuen, además, a sus necesidades particulares.

El segmento de *wholesale* - clientes mayoristas - nacional comprende a todos los operadores fijos y móviles, prestadores de servicios (Internet, datos, servicios de valor agregado, etc.), cooperativas telefónicas, canales y productoras de radio y TV, licenciarios de telefonía pública, con presencia en el país. El segmento internacional está conformado por operadores internacionales de primer nivel, quienes demandan soluciones *carrier-class* en materia de servicios de telefonía, datos e Internet.

En 2007 prestamos servicios a:

- 4.239.000 de líneas de telefonía fija,
- 866.000 usuarios de Internet,
- 12.292.000 clientes de telefonía móvil,

NUESTROS USUARIOS	2006	2007
<b>TELEFONÍA FIJA</b>		
Líneas instaladas (en miles) (1)	3.897	4.239
Líneas de clientes (en miles)	3.750	3.849
Líneas en servicio (en miles)	4.095	4.208
<b>INTERNET</b>		
Clientes Dial Up + Red Privada Virtual (en miles)	95	83
Clientes ADSL - Banda Ancha (en miles)	457	783
<b>TELEFONÍA MÓVIL</b>		
Usuarios totales (en miles)	9.589	12.292
Usuarios Persona I(en miles)	8.425	10.666
Usuarios Núcleo (en miles)	1.164	1.626
(1) Incluye líneas NGN (New Generation Network)		

El mayor objetivo que tenemos es la satisfacción de los clientes, por eso uno de nuestros valores se centra en el "Foco en el cliente". Esta línea de acción nos ayuda a reafirmar nuestro compromiso de esforzarnos, día a día, para que los clientes tengan la certeza de que "siempre hay alguien del otro lado".

### 5.4.1. Atención al Cliente

Como empresa de servicios, realizamos diferentes actividades para ofrecer a nuestros clientes la mejor atención.

- **Línea 112.** A través de este servicio gratuito de atención comercial, nuestros clientes individuos y PYMES pueden: conocer el estado de sus cuentas, efectuar gestiones de pagos, suscribirse a promociones, informarse de nuevos productos y servicios y realizar otras gestiones de línea de telefónica, Arnet u otro servicio.
- **0800-555-7247 (PAIS).** Contamos con un Centro de Atención a Grandes Clientes donde nuestros clientes corporativos pueden consultar sobre todos los servicios de la empresa. También se pueden realizar consultas por correo electrónico a la dirección [0800555pais@ta.telecom.com.ar](mailto:0800555pais@ta.telecom.com.ar).
- **Internet.** A través de nuestra página Web corporativa ([www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)) brindamos información sobre la empresa, un espacio para realizar trámites online, la posibilidad de realizar reclamos sobre el servicio, información sobre las modalidades de pagos, novedades de los servicios y números de teléfonos útiles entre otras cosas.
- **0800 555-OPER.** Es el Centro de Atención para Operadores y Prestadores Nacionales e Internacionales, a través del cual se gestionan las consultas y reclamos correspondientes a los servicios ofrecidos. Este centro de atención de reclamos funciona los 365 días del año, durante las 24 horas, y tiene una dirección de correo electrónico como vía alternativa de contacto: [cao\\_telecom@ta.telecom.com.ar](mailto:cao_telecom@ta.telecom.com.ar).

### 5.4.2. Servicios especiales

- **0800-777-PAGOS (72467).** Nuestros clientes tienen la opción de pagar sus cuentas telefónicamente con tarjeta de crédito, desde su domicilio. Si se encuentran en una zona distinta a Telecom, pueden hacerlo llamando al 112 o al 0800-888-0112.
- **Sistema de Gestión Integral de Emergencias 911.** Telecom trabaja permanentemente para concebir, integrar y ofrecer soluciones de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) convergentes para Gobierno, sustentadas en su potente red de comunicaciones, destinadas a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y a optimizar y transparentar la gestión pública.  
Para ello, se evalúan las tendencias y los proveedores tecnológicos a nivel mundial y se generan alianzas estratégicas con aquellos que identifica como *benchmark* en su rama de actividad. Ejemplo de esto es la puesta en marcha del primer Sistema de Gestión Integral de Emergencias 911 realizado en la ciudad de Salta, Orán y Tartagal, y del Sistema Integral de Monitoreo Urbano que se implementó en la ciudad de Córdoba.

### 5.4.3. Internet

**Club Arnet.** En 2007, lanzamos el “Club Arnet” con el objetivo de acercarnos a nuestros clientes y reforzar la pertenencia a la marca. El “Club Arnet” se basa en un conjunto de beneficios directos vinculados con estilo de vida de nuestros clientes que abarca los rubros de entretenimiento, espectáculos y eventos exclusivos.

**Aumento del ancho de banda.** En septiembre de 2007, duplicamos el ancho de banda de nuestros clientes del interior, igualando la cartera de productos a nivel nacional. Asimismo, en el orden nacional incrementamos la velocidad de clientes del producto de mayor parque, el cual fue elevado de una velocidad de 640kbps a 1Mb, lo que representa, esta última, la mínima velocidad del portfolio.

### 5.4.4. Telefonía Movil

En 2007, pusimos especial foco en trabajar en la fidelización y retención de nuestros clientes de Personal, buscando establecer una diferenciación en el mercado. Esto se basó en dos ejes de acción:

- **Recambio tecnológico.** Desarrollamos una estrategia de recambio tecnológico de TDMA x GSM, haciendo que el cliente pueda acceder al cambio de su equipo, manteniendo sus condiciones vigentes del plan y mismo número.
- **Club Personal.** Es el programa de beneficios y puntos que Personal desarrolló para premiar a sus clientes en función a su consumo, el cual alcanza a más de 2,25 millones de socios activos. En 2007 realizamos el relanzamiento y la renovación integral de las condiciones generales del programa, a través de una nueva plataforma, que permitió una nueva forma de acumulación de puntos y lanzamiento de un nuevo catálogo de premios, para canjear los puntos, tanto por productos y servicios de Personal como por otras categorías relacionadas con el eje entretenimiento.

**Puntos de venta Personal.** Seguimos ampliando el número de oficinas en todo el país con el fin de mejorar la atención a nuestros clientes. También trabajamos para mantenernos y consolidarnos en la región Norte, incrementando puntos de venta y mejorando la cobertura en las localidades consideradas clave. Adicionalmente, inauguramos nuevas oficinas comerciales, reforzando la presencia institucional en todo el país. Como resultado de esto, mejoramos los tiempos de espera en esos salones de ventas y atención, e incrementamos el nivel de satisfacción de los clientes. Actualmente contamos con una Red Comercial de 1.019 puntos de venta, 1.000 de *retails* y 45 oficinas comerciales.

#### 5.4.5. Grandes Clientes

##### Certificación ISO 9001:2000 - Un compromiso de todos

En 2001, certificamos por primera vez la calidad de nuestros Procesos de Grandes Clientes bajo la norma ISO 9001:2000 y desde entonces hemos obtenido las re-certificaciones periódicas, hasta la última del 1º de julio de 2008.

Esta certificación abarca no sólo a las gerencias específicas de Grandes Clientes sino también a todas aquellas áreas involucradas en el proceso de Grandes Clientes. En junio de este año, realizamos exitosamente la nueva certificación.

#### 5.4.6. Wholesale Nacional

En 2005, certificamos por primera vez la calidad de los procesos de facturación del segmento de Wholesale nacional, bajo las normas ISO 9001:2000. En mayo de 2008, obtuvimos la re-certificación cuya validez se extiende hasta junio de 2011. El proceso de facturación de wholesale nacional incluye la tasación, pre-facturación, facturación, ensobrado y distribución de las facturas del servicio de telefonía de Telecom Argentina en el ámbito nacional.

#### 5.4.7. Wholesale Internacional

Durante 2007, incrementamos 15% la interconexión con operadores internacionales de telecomunicaciones para mejorar la calidad y cantidad de los servicios que cruzan la frontera del país. Además, concretamos importantes convenios con los operadores ANTEL de Uruguay y COPACO de Paraguay, para proveer conectividad de Internet a estos países.

En el marco de nuestro compromiso con los valores de la compañía, continuamos realizando nuestra Encuesta Anual de Satisfacción de los operadores internacionales, respecto al servicio de Telecom Argentina (con el soporte de la consultora CEOP). Los últimos resultados fueron positivos en temas relevantes tales como opinión general sobre la empresa; conformidad con la relación comercial mantenida con los *carrier managers*; y calidad de servicio brindado, entre otras.

Desde julio de 2001, nuestra filial Telecom Argentina USA Inc. está presente en Miami, con el valor estratégico de operar el nodo de datos, el Backbone IP para Telecom Argentina, y la posibilidad de desarrollar nuevas interconexiones en un mercado internacional altamente competitivo.

## 5.5. Proveedores

Entendemos a nuestros proveedores como aliados estratégicos que nos permiten alcanzar nuestros objetivos de crecimiento. Es por eso que tenemos como principio mantener una relación transparente y de beneficio mutuo con cada uno de ellos.

Necesitamos contar con prestaciones, materiales y contratar servicios acordes a la calidad y plazos requeridos, con precios competitivos dentro de un marco de condiciones acordadas. Compramos productos, equipos y servicios a las mejores empresas nacionales e internacionales, lo cual nos diferencia en nuestro liderazgo tecnológico en servicios de telecomunicaciones.

Nuestra Dirección de Abastecimiento es la única facultada para negociar con nuestros proveedores. Ellos son responsables de implementar un proceso de compra transparente y de la toma de decisiones sobre la elección y adjudicación de proveedores.

### 5.5.1. Selección y Desarrollo de Proveedores

En la Dirección de Abastecimiento, utilizamos una metodología de trabajo que nos permite detectar y clasificar prestaciones, servicios y proveedores en función de una matriz estratégica. Dicha matriz se constituye como *input* para determinar la situación del mapa actual de proveedores de la compañía y las áreas de oportunidad para fomentar la selección y desarrollo de proveedores:

- La matriz estratégica (Matriz de Kraljic) está dividida en dos ejes (Complejidad vs. Volumen de Compras) conformando 4 cuadrantes (Estratégicos, Cuello de botella, *Commodities* y *Key Commodities*) según los cuales se trabajan con estrategias diferenciadas para cada grupo.



- El proceso de alta de proveedores incluye un minucioso análisis y controles de solvencia, lo cual permite analizar y confirmar la solidez del nuevo proveedor.
- Realizamos evaluaciones de proveedores de donde surgen planes de acciones preventivos y correctivos. Se realizan reuniones trimestrales de *feedback* y evolución de lo consensuado.

### 5.5.2. Canales de Comunicación

- **Registro de Aspirantes a Proveedor.** Contamos con una base de aspirantes a proveedor donde las empresas interesadas pueden registrarse y quedar habilitadas para presentar propuestas en los pedidos de cotización del Grupo Telecom.

- **Véndale a Telecom.** Desde la página Web corporativa ([www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)), nuestros proveedores tienen un espacio con toda la información necesaria para establecer contacto con la empresa y hacer negocios. Dentro de los servicios que ofrecemos a nuestros proveedores en este sitio Web, destacamos los siguientes:
- **Rubros y subrubros.** Informamos sobre todos los rubros y subrubros con los que clasificamos los productos y servicios para nuestro abastecimiento.
- **Proveedores Actuales.** Incluimos el listado de todos los proveedores que han recibido al menos una orden de compra o nota de pedido emitida durante los dos últimos años.
- **Pedidos de Cotización.** Damos la posibilidad de consultar los productos y servicios que estamos interesados en adquirir en la cartelera de pedidos de cotización.
- Ofrecemos todos los documentos que utilizamos como marco de la relación con nuestros proveedores:
  - Instrucciones Generales para la Presentación de Propuestas
  - Condiciones Generales de Contratación
  - Pliego Unificado de Contratación.

#### **Compre Trabajo Argentino**

Conforme a la ley 25.551, nuestra empresa ha configurado sus procesos licitatorios de forma tal de incentivar, priorizar y asegurar la participación de proveedores locales, en caso de que existan, o impulsar el desarrollo local cuando no existiera.

### **5.5.3. Nuevo modelo de evaluación de proveedores**

Este año renovamos nuestro modelo de evaluación de proveedores, que persigue los siguientes objetivos:

- Generar un servicio con valor diferencial a nuestros clientes internos.
- Contar con una herramienta alineada al negocio.
- Facilitar la toma de decisiones.
- Detectar acciones de mejora continua a partir de los resultados obtenidos a través de las evaluaciones.
- Potenciar la transparencia.

Paulatinamente, todos nuestros proveedores serán evaluados bajo este modelo, por eso iremos incrementando su alcance. En la actualidad, establecimos como condición indispensable analizar a aquellos que tengan impacto en el Sistema de Gestión de Calidad (en adelante SGC) ISO 9001-2000 y a los proveedores definidos como estratégicos.

En la evaluación participan los siguientes actores coordinados por el área de *Strategic Sourcing*, que lleva a cabo la implementación de este modelo:

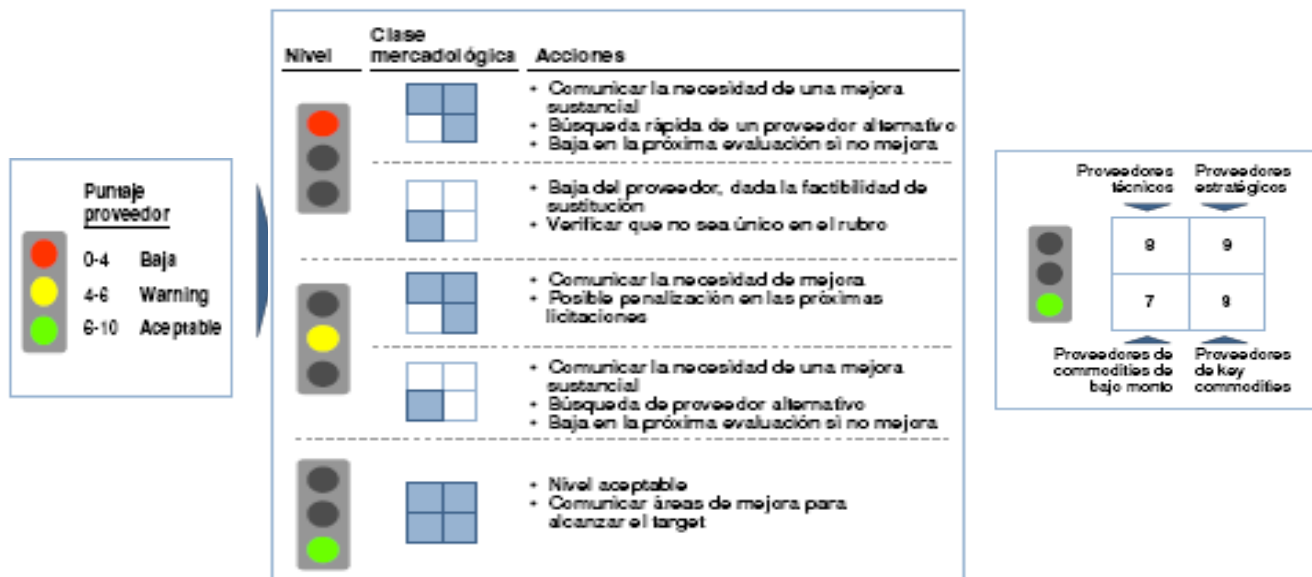
- Empresa proveedora
- El área de Compras
- Cuentas a pagar
- Logística
- El sector que solicita el producto o servicio
- Próximamente Capital Humano

La evaluación se realiza en forma mensual, analizando inicialmente los siguientes atributos: Precio, Calidad, Nivel de Servicio, Facturación y Pago; y esperando poder incorporar factores sociales y ambientales en el corto plazo.

Como complemento de este análisis, realizamos visitas y auditorías a las empresas proveedoras que se encuentran en cualquier etapa del proceso: selección, licitación o ya contratadas. En ellas se califica la forma de trabajo, el trato a los empleados, los sistemas de seguridad, entre otros factores.

El resultado de la evaluación se realiza mediante una Regla Única de Medición, que se aplica indistintamente a todos los proveedores.





Cada dirección impactada en el proceso de evaluación cuenta con la figura de un visualizador, capacitado por *Strategic Sourcing*, que es el responsable de:

- Velar por el cumplimiento por parte de los evaluadores
- Analizar la consistencia de la performance evaluada
- Sugerir las acciones preventivas a aplicar
- Dar entrenamiento y soporte a los evaluadores que forman parte de su Dirección

Dichos visualizadores están coordinados bajo la figura del Visualizador Central, correspondiente a la Gerencia de *Strategic Sourcing* que comparte las responsabilidades y ejerce la función principal de asesor (*coach*).

Una vez que se obtienen los resultados, estos son comunicados trimestralmente o anualmente al proveedor en forma conjunta entre los sectores evaluadores de Compras y requirentes. De esta manera, se analizan los resultados y la forma de proceder según sea el caso.

#### Beneficios

- Minimización de la subjetividad, ya que la evaluación se lleva a cabo con una mirada 180° que permite obtener un resultado más objetivo en el desempeño de los proveedores.
- Mayor alcance a una porción representativa de proveedores definidos como "ESTRATÉGICOS", tanto para el negocio como para la operación.
- Compromiso de la Gerencia respecto a:
  - Análisis de los resultados
  - Detección y comunicación de áreas de mejora.
  - Asesoramiento a los distintos sectores en cuanto al desarrollo de acciones para la optimización en el desempeño analizado.
  - Proactividad sobre el potencial desarrollo de nuevos proveedores.

#### 5.5.4. Exitosa implementación del producto SAP

En enero de 2007, y como resultado de un ambicioso proyecto, implementamos exitosamente el nuevo *Enterprise Resource Planning* (ERP), conocido como Sistemas, Aplicaciones y Productos (SAP). Esto permitió reemplazar el ERP anterior y otros sistemas de planificación y control de obras por una única pieza de *software* multicompañía, totalmente integrada y de probado éxito en empresas de telecomunicaciones de nivel mundial.



Los procesos alcanzados por la implementación incluyeron contabilidad, cuentas a pagar, tesorería, obras en curso, logística, activos fijos y gestión de materiales y proyectos.

### 5.5.5. Circuito de liquidación y pago

En nuestra página Web, detallamos los pasos del circuito de compra, desde la emisión de nuestra Nota de Pedido hasta que los proveedores reciben el cheque de pago. Además, introducimos a nuestros proveedores en el lenguaje y códigos internos de la empresa para facilitar el diálogo.

Nuestros proveedores pueden consultar vía Internet el estado de sus facturas a través del título Estado de Facturas de Proveedores.

Para mayor información consultar en: [www.telecom.com.ar/institucionales/proveedores](http://www.telecom.com.ar/institucionales/proveedores)

## 5.6. Sociedad

En el Grupo Telecom desarrollamos el programa de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) conscientes del impacto que los servicios de telecomunicaciones poseen en la sociedad y la influencia natural de la Compañía en la comunidad argentina.

El programa de RSE se encuadra dentro del Código de Ética y los Valores Corporativos de la Compañía, y promueve iniciativas sociales, culturales y educativas orientadas al desarrollo de la persona y al mejoramiento de la calidad de vida de la población. En calidad de miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2004, desarrollamos acciones en todo el país, regidas por los principios referentes a derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Gracias a la colaboración de todos los que formamos el Grupo Telecom y a las alianzas con distintas organizaciones de la sociedad civil, sector público y privado, tuvimos la oportunidad de ser partícipes activos en diversos proyectos con comunidades de todo nuestro país, enfocados al desarrollo humano.

Durante 2007, nuestros campos de acción se concentraron en: Educación, Innovación Tecnológica, Cultura y Comunidad.

### 5.6.1. Educación 2007

#### I. Huertas Rurales, Enseñar a Producir

*Objetivo final: mejorar la calidad de vida de la comunidad educativa en las áreas rurales de nuestro país.*

El Programa “HUERTAS RURALES, Enseñar a Producir” está orientado a la mejora de la calidad de vida de los alumnos que cuentan con un reducido acceso a posibilidades didácticas. El Programa brinda a los alumnos una mejora en la alimentación, proveyendo a los educadores rurales la posibilidad de generar emprendimientos educativos-laborales que proporcionen herramientas productivas. Posibilitó que 345 escuelas rurales apadrinadas por APAER, tuvieran acceso a producir su propia huerta, un invernadero, un criadero de ave, un taller de cocina y una panadería, llegando a un total de 467 proyectos realizados. Desde 1997, Telecom y APAER han beneficiado a 21.800 niños de entre 6 y 13 años de edad de 20 provincias argentinas.

**Entre 1997 y 2007:**

- 467 escuelas desarrollaron huertas
- 66 escuelas realizaron invernaderos
- Se construyó un nuevo edificio para una escuela del paraje El Bronso (Santiago del Estero) y un Jardín de Infantes de Quitilipi (Chaco)
- Se realizaron microemprendimientos comunitarios como consecuencia del programa

## **II. Escuela Taller – Casco Histórico**

*Objetivo final: hacer un aporte a la formación y salida laboral de la comunidad porteña*

Con el objetivo de articular capacitación y empleo, participamos, mediante la incorporación de insumos y herramientas, en cursos de formación de mano de obra idónea para la recuperación del patrimonio edilicio del Casco Histórico de la Ciudad de Buenos Aires. La Escuela Taller, organizada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, está destinada a personas en condiciones de desempleo, subempleo y vulnerabilidad social. Anualmente participan alrededor de 200 personas, de diversos niveles de formación, inclusive arquitectos, que asisten a talleres en forma modular y flexible. Durante 2007, se realizaron 17 talleres y asistieron 200 alumnos.

## **III. Vinculación Empresa Escuela**

*Objetivo final: poner a disposición de la educación los conocimientos técnicos de nuestro personal.*

Los técnicos del Grupo Telecom realizaron demostraciones prácticas sobre la fusión de fibra óptica con el equipamiento que utiliza la empresa. Esta actividad se desarrolló junto con la Asociación Empresaria Argentina. Los alumnos pudieron conocer los alcances de utilización de la fibra óptica en distintas actividades de comunicaciones, visitar una central telefónica de Telecom y presenciar charlas técnicas realizadas por ingenieros de la empresa. Esta actividad se desarrolló con el IPEM 66 de Córdoba desde 2005.

## **IV. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación**

### **• Programa Escuela y Medios - Escuela, cámara... acción (2004/7)**

*Objetivo final: auspiciar un espacio de creatividad y expresión para la juventud argentina.*

Este programa propuso escribir cuentos a escuelas medias de todo el país, para competir en el ámbito nacional. Las historias ganadoras se convirtieron en guiones de cortos cinematográficos que luego fueron filmados por profesionales y exhibidos en salas de cine. Cada año fueron convocadas 4.500 escuelas y se involucraron alrededor de 1.000.000 de alumnos de todo el país. En cada edición se presentaron más de 1.100 cuentos. Desde 2006, la productora "100 Bares", del director Juan José Campanella, es la encargada de filmar los cortos. En 2007, resultaron ganadoras escuelas de Misiones, Mendoza y Provincia de Buenos Aires.

Telecom, además de ser el sponsor exclusivo de este Certamen, se encargó de armar actividades y trasladar a los alumnos y docentes de los tres distritos para presenciar el preestreno de los cortos. Asimismo, desarrolló actividades para fomentar el intercambio entre los chicos. Las actividades realizadas y los cortos fueron registrados por Arnet y pueden verse en la sección Cultura del sitio, <http://www.arnet.com.ar/contenidos/s1142/u9629/subseccion.do>.

### **• Programa Escuela y Medios - Documental "Cuentos Cardinales" - 2007**

*Objetivo final: ampliar la difusión del certamen realizado, como aporte de Telecom.*

Telecom auspició "Cuentos Cardinales", que narraba las historias de vida de adolescentes de entre 14 y 18 años de la Ciudad de Buenos Aires, La Rioja, Misiones y Tierra del Fuego. Enmarcado en la realización del Certamen "Historias de Adolescentes" propuesto por el Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación, el programa contó cómo viven, piensan y sienten los chicos; además de mostrar cómo se desenvuelven con su entorno y los problemas típicos de la etapa que atraviesan. La productora "100 Bares" a cargo de Juan Campanella fue la encargada de la realización del Documental cuyo preestreno se realizó en el Complejo Village del Abasto y que luego se emitió por el canal abierto Telefe y por el canal Encuentro, del Ministerio de Educación. Telecom, además de auspiciar el documental, se encargó del traslado de los chicos de La Rioja y Misiones hacia Buenos Aires para presenciar el preestreno del programa. Además, organizó actividades junto con los alumnos

de Ciudad de Buenos Aires y Tierra del Fuego, para fomentar el intercambio entre los chicos que viven realidades tan diferentes y a la vez, tan comunes.

## V. Programa Pescar

*Objetivo final: facilitar a jóvenes egresados de escuelas técnicas su pasaje al mundo del trabajo, transmitiendo valores y habilidades que amplíen sus oportunidades de crecimiento.*

La Escuela Telecom-Pescar es un modo de fortalecer las escuelas técnicas con programas que vinculen el sistema educativo y el mundo del trabajo. Jóvenes de entre 16 y 18 años, con gran iniciativa y escasas oportunidades económicas, mejoran su formación personal y profesional, en horario extra escolar, por un período de nueve meses.

Esta formación integral consiste de 3 módulos que abarcan aspectos técnico-profesionales, actitudinales y de ética ciudadana; y se brinda en un aula (Escuela Pescar Telecom) preparada especialmente por Telecom y guiada por un Orientador profesional y referentes internos de la empresa.

La propuesta va más allá del hecho de aprender para ejercer una profesión en distintos sectores de la industria, del comercio, y de prestaciones de servicios. Busca promover el desarrollo integral de los jóvenes, estimulándolos a adoptar nuevos hábitos, actitudes de convivencia y de ciudadanía. La primera experiencia de Telecom fue en Campana, con 20 egresados de esa zona. Desde 2006, funciona una Escuela Pescar en la ciudad de Salta y en noviembre de 2007 se inauguró la primera Escuela Pescar en Corrientes.

## VI. Programa Nexos

*Objetivo final: realizar un aporte activo al planeamiento de las políticas educativas*

Apoyamos este proyecto del Centro de Implementaciones de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), que busca crear un espacio institucional dedicado a promover un diálogo que sea capaz de aportar fundamentos para las discusiones y definiciones de la planificación educativa provincial. Una vez generados los contenidos, el proyecto continúa con las instancias de difusión y participación provincial señaladas entre las actividades. Junto con otras empresas y fundaciones, integramos un consorcio que apoya los primeros dos años de desarrollo y se ha confirmado el apoyo al tercer año del programa.

### 5.6.2. Capacitación 2007

#### I. Escuelas por el Cambio

*Objetivo final: promover el acceso a herramientas que mejoran la capacidad de gestión de las escuelas.*

Durante 2007, apoyamos a la Fundación Compromiso con el objetivo de orientar a directivos y docentes de escuelas públicas técnicas para que definan la misión, metas, objetivos y resultados que deseen alcanzar en la comunidad donde están radicadas. Trabajamos con este programa sobre escuelas técnicas del interior del país (Chaco, Córdoba, Corrientes, Mendoza, Salta, San Juan, Santiago del Estero y Tucumán) y realizamos Jornadas de Intercambio en Salta (3 escuelas) y otra en Misiones (5 escuelas). Además, se realizaron encuentros de Consolidación del Cambio en la provincia de Corrientes y Tucumán. Desde 2004 a 2007, 38 escuelas se vieron favorecidas por este programa.

#### II. Programa de formación integral en Gestión, Control y Valores, con el Polo de Desarrollo Educativo Renovador (P.O.D.E.R.)

*Objetivo final: mejorar, a través de la capacitación y la formación, la capacidad de gestión de las ONG's aliadas con Telecom.*

Colaboramos con el Programa de la Asociación P.O.D.E.R., otorgando becas que están destinadas a integrantes de Organizaciones Sin Fines de Lucro que tengan el convencimiento de que la formación y la capacitación son imprescindibles para la gestión eficiente y profesional. A su vez, busca crear una nueva generación de dirigentes forjados en conocimientos, habilidades, valores, controles y conductas, desde un punto de vista eminentemente práctico. Desde 2005 hasta la fecha han sido becadas 31 personas de diversas organizaciones.

#### III. Telecom – Profesores para el Futuro

*Objetivo final: ofrecer herramientas tecnológicas que promuevan el desarrollo de nuevas estrategias educativas.*

Este programa provee a los profesores de ciencias básicas de escuelas medias, profesorados y universidades la capacidad para crear estrategias innovadoras, complementarias de las convencionales, en el proceso de enseñanza y aprendizaje, mediante el uso de simuladores digitales.

Dentro del Programa:

- Realizamos un convenio con la UTN-Facultad Regional Buenos Aires para brindar capacitación en forma gratuita a docentes.
- Brindamos talleres de actualización y profundización de contenidos a los profesores que aprobaron el Curso inicial.
- Desarrollamos una página Web para todos los participantes del programa dentro del sitio del Departamento de Aprendizaje Visual de la UTN-FRBA, <http://www.dav.sceu.frba.utn.edu.ar/homovidens/telecomppf/introduccion.htm>
- En 2007, implementamos la modalidad virtual-presencial para llegar a mayor cantidad de docentes y se incrementó la exigencia del curso para generar trabajos de mayor valor y calidad. Se incorporaron como sedes Mendoza y Entre Ríos.
- Más de un 60% de los profesores que culminaron su capacitación en 2007, aprobaron el trabajo final y lograron la certificación de la UTN-FRBA y Telecom.
- Los beneficios de Profesores para el Futuro hacia la comunidad educativa continúan en 2008, con mayor alcance, innovación y oportunidades.

TELECOM-Profesores para el Futuro		
	Alcance	N° Docentes
2004/2005	Buenos Aires Córdoba	121
2006	Buenos Aires Córdoba Rosario	129
2007	Buenos Aires Córdoba Rosario Mendoza Paraná	105*
TOTAL 2004-2007		355
* 371 docentes capacitados en la fase virtual, de los cuales 105 realizaron el trabajo final que les permite acceder a la siguiente presencia.		

## 2.6.3. Innovación tecnológica

### I. INNOVAR 2007

*Objetivo final: auspiciar un evento que comunica la vocación por el desarrollo y la innovación.*

Con el fin de contribuir con la innovación, la investigación y el desarrollo, apoyamos una iniciativa de la Secretaría de Ciencia y Tecnología (SECyT) que consiste en la convocatoria a la presentación de prototipos de productos innovadores en todas las ramas de la tecnología. En la edición 2007, se registraron 1.680 propuestas y fueron evaluadas 980, de las cuales 310 fueron exhibidas en el mes de octubre, en el Centro Cultural Borges.

### II. Feria Electrónica

*Objetivo final: promover un espacio de expresión de nuevos desarrollos, especialmente en materia de comunicaciones.*

Participamos de la Feria del Instituto Tecnológico Buenos Aires (ITBA), que tiene como objetivo exponer los proyectos de investigación desarrollados por los alumnos de la carrera de Ingeniería Electrónica del Instituto.

## 2.6.4. Cultura

### I. Cardones con Alma

Apoyamos este programa llevado a cabo por la Secretaría de Cultura de la Provincia de Salta a beneficio de la Fundación Alegría, que consistió en una convocatoria para que los artistas plasmen, de forma solidaria, sus obras en cardones de fibra de vidrio, para luego exponerlos en distintos espacios. Las obras fueron subastadas y los fondos recaudados fueron donados a la Fundación Alegría para colaborar con la obra que realiza en la asistencia médica primaria gratuita a niños, jóvenes y madres de bajos recursos del barrio La Loma.

### II. Concurso Nacional de Música de Cámara

Organizamos junto con la Secretaría de Cultura de Presidencia de la Nación un concurso de música con el objetivo de contribuir con el desarrollo de la música clásica e impulsar la carrera de jóvenes intérpretes. Ya participaron del certamen más de 53 conjuntos de todo el país. Como parte de los premios que reciben los

grupos ganadores, participan de conciertos en las ciudades de Buenos Aires, Paraná, y en Llao Llao. Durante 2007, concursaron 23 grupos, resultando ganadores dos cuartetos, uno de guitarras y otro de saxofones.

### III. Promoción del Museo de Arqueología de Alta Montaña (MAAM)

Proveímos el servicio de acceso a Internet en su modalidad WI-FI en forma gratuita para los visitantes al Museo Arqueológico de Alta Montaña ubicado en la ciudad de Salta. Por otra parte, pusimos a disposición una Visita Guiada Virtual al museo, creada y desarrollada para recorrer la muestra desde cualquier computadora que se encuentre conectada a Internet. Además de alojar la página del museo en el *Data Center* de Telecom, la empresa proveyó veinte unidades con tecnología MP4, que son utilizadas como audioguías por los visitantes.

### IV. Digitalización del Centro de Documentación e información sobre el Judaísmo Argentino

Mediante un acuerdo con la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) proveímos los recursos tecnológicos para la recuperación, mantenimiento y digitalización del acervo histórico del Centro de Documentación e Información sobre Judaísmo Argentino "Marc Turkow". Dicho centro se ocupa de buscar, clasificar, difundir y exponer aquellos elementos que permiten conocer y dar testimonio de la historia y presencia del pueblo judío en la Argentina, como así también las corrientes migratorias que poblaron nuestro país.

### V. La Usina del MAC

Colaboramos con el taller de arte contemporáneo destinado a niños de 6 a 11 años que funciona en el Museo de Arte Contemporáneo de la ciudad de Salta, aportando los materiales para el trabajo que se realiza a lo largo del año. El objetivo del programa se centra en estimular la educación del lenguaje del arte contemporáneo.

### VI. Feria de Arte Contemporáneo

Desde 2004, apoyamos la Feria de Arte Contemporáneo de la Fundación ArteBA, el acontecimiento local de arte de mayor trascendencia internacional.

## 2.6.5. Comunidad 2007

### I. Conciencia Celular

Telecom Personal toma como responsabilidad propia el propender las buenas prácticas en el uso del servicio que pone a disposición de la comunidad. Es por ello que desarrolla una campaña tendiente a promover la convivencia social armónica en el uso de las nuevas tecnologías. Con la consigna "Que la Comunicación no nos incomunique" nace en 2006 la campaña Conciencia Celular. El proyecto incluye una acción de comunicación 360° para que todos los públicos de telefonía celular puedan tomar conciencia sobre la temática. El espíritu de la campaña se apoyó en una vocación fuertemente democrática y pluralista, por lo cual la compañía no indica al usuario cómo actuar, sino que recoge iniciativas y patrones de conducta propuestos por la misma sociedad, en función de su experimentación del servicio, y los reúne a través de una "Guía de buenas costumbres" para generar una motivación a ser concientes en el uso del teléfono celular. "Conciencia Celular" propone repensar valores como la educación, la solidaridad, el respeto y la consideración por el otro, aún más allá del uso específico del teléfono móvil.

### II. Programa Porvenir

Nos sumamos a este programa de la Asociación Conciencia, en el que se trabaja durante los meses de verano con niños de Salta y Jujuy, para brindarles actividades pedagógicas, recreativas, deportivas y artísticas, procurando evitar su trabajo en la cosecha del tabaco. Durante 2007, se trabajó en Salta con 700 niños y en Jujuy con 699 niños, todos ellos de entre 9 y 14 años.

### III. Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil

En 2007, nos sumamos a la Red de Empresas Contra el trabajo Infantil. La Red funciona en el marco institucional de la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI), articula los sectores público y privado. El objetivo de la red es promover y apoyar programas contra el trabajo infantil, problemática social muy compleja que afecta a menores de 18 años. El trabajo infantil vulnera los derechos de los niños y genera un desgaste físico y psíquico. En algunos casos los expone a accidentes que afectan su salud y su integridad, coartando su posibilidad de ir a la escuela y de recibir formación profesional.



#### IV. Jornadas Argentinas del Sector Social

Auspiciamos las Jornadas Argentinas del Sector Social de la Fundación Compromiso en sus cuatro ediciones para apoyar las iniciativas de emprendedores solidarios, capacitando mediante casos testigo, realizando talleres y trabajos prácticos, rondas de intercambios y abriendo espacios de reflexión y capacitación para integrantes de ONG's. Anualmente participan más de 1.000 líderes de ONG's de Comodoro Rivadavia, Paraná, Tucumán y Buenos Aires.

#### V. Programa Alerta Vial (2005-2007)

Desde el último trimestre de 2005, con un grupo de empresas y organizaciones civiles decidimos apoyar la implementación de un programa nacional de seguridad y aprendizaje vial a largo plazo para disminuir el número de accidentes de tránsito y sus muertes y lesiones. En particular Telecom aportó fondos destinados a campañas de difusión destinadas a llamar la atención sobre el tema a la opinión pública.

#### VI. Donación de útiles escolares

Por sugerencia de algunos empleados, implementamos una colecta interna y voluntaria para recaudar fondos para aplicarlos a la compra de útiles escolares para Cáritas Argentina. La empresa duplicó lo recaudado por nuestro personal. En 2006, con lo recaudado pudimos comprar 3.340 kits de útiles escolares, que fueron repartidos en los primeros meses de 2007.

#### VII. Tecnología para capacitar

El objetivo es proveer a la comunidad del equipamiento informático que recambia nuestra Compañía y que está en condiciones de ser utilizado con fines académicos y de gestión.

En el transcurso de 2004-2007, se donaron más de 2.300 computadoras a escuelas y diversas organizaciones de todo el país. Además, se entregaron más de 3.000 unidades de material informático en desuso a instituciones y escuelas técnicas para ser utilizadas en el aprendizaje de sus alumnos y para la creación de talleres de capacitación. Entre las organizaciones receptoras del material, se encuentra la Asociación María de las Cárces, que trabaja con internos del Servicio Penitenciario, quienes reparan las máquinas y luego las donan a escuelas carenciadas; la Fundación Equidad, donde se capacita a personas de bajos recursos en la reparación y armado de computadoras; y la Asociación Va de Vuelta, cuyo Programa Gestión de Residuos Electrónicos promueve el uso más eficiente de los recursos, previene una mayor contaminación de nuestro medio ambiente y contribuye a la generación de empleos en los sectores más postergados.

Asimismo, el programa contempla la donación de diversos elementos como muebles o bienes en desuso, destinado a organizaciones sin fines de lucro.

### Plan de Acción RSE Telecom 2008: Educar para la Era Digital

A partir del primer semestre de 2008, el Programa de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom se enfoca en la educación y la tecnología, brindando instancias concretas de formación en la era digital. Nuestro objetivo central es **formar a la población para acortar la brecha digital**. Nuestro Plan de "Educar para la Era Digital" incluye los siguientes programas:

#### Sentidos Conectados

Su objetivo principal es favorecer la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con los contenidos escolares y disminuir, de esta manera, la brecha digital que existe entre el aprendizaje sistemático y la realidad extraescolar de los jóvenes.

El Proyecto educativo de carácter totalmente gratuito para las Escuelas que deseen participar está dirigido a alumnos de 10 a 15 años. Este se apoya en materiales didácticos clave para relacionar la comunicación con diferentes campos del conocimiento (la lengua y la literatura, las artes, la ética y la ciudadanía, la mediación y la resolución de conflictos) y consta de un kit educativo de alto contenido pedagógico, favoreciendo la aplicación de las nuevas tecnologías en el aula, desde una perspectiva que contempla valores de responsabilidad, transparencia, dinamismo, integración e innovación.

La implementación incluye la entrega gratuita de 11.000 kits en Ciudad y Provincia de Buenos Aires, Provincia de Tucumán, Ciudad de Rosario y Santa Fe. Esta es la base para el trabajo en el aula, y se complementa con acompañamiento pedagógico a lo largo del año, un centro de consultas (Centro Coordinador telefónico), un

website que contiene las herramientas y recursos del proyecto educativo, capacitaciones presenciales y virtuales, y la promoción de un concurso para docentes y alumnos. Hasta el momento, se realizaron cuatro capacitaciones presenciales en instalaciones de Telecom para docentes de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, sobre “Cómo abordar los conflictos a través de la comunicación”, “Herramientas eficaces de la comunicación” y sobre “Uso pedagógico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación”.

#### **Telecom - Profesores para el futuro - Edición 2008 -**

En 2008 desarrollamos un programa educativo integral que parte de la formación docente a la aplicación concreta de las herramientas en el aula.

**Misión:** Promover el uso de la tecnología a través de herramientas multimediales e interactivas que les permita a los docentes desarrollar y disponer de nuevas y motivadoras estrategias educativas.

**Visión:** Dotar a los profesores de la habilidad de “pensar digitalmente”.

Este año creamos la página web: [www.profesoresparaelfuturo.com](http://www.profesoresparaelfuturo.com) y diseñamos dos cursos: curso básico virtual-presencial para la Creación de Material Educativo Multimedia que se dictará en las provincias de Santa Fe, Córdoba, Entre Ríos; Mendoza y Santiago del Estero; y el curso *e-learning* para docentes, destinado a los profesores que ya han aprobado el curso básico y que aprenderán a implementar “aulas virtuales”. De esta manera, tanto el docente como el alumno podrán utilizar la tecnología en el proceso educativo de una manera interactiva y motivadora. El volumen de profesores que se beneficiarán se estima en más de 1.000 para todo el año.

#### **Telecom – Pescar**

Pescar sigue creciendo durante 2008, con un marcado fortalecimiento y expansión de la alianza entre Telecom y la Fundación. Contamos con dos Escuelas Telecom-Pescar (Salta y Corrientes) y estamos organizando la apertura de una tercera escuela en la Provincia de Mendoza, para septiembre de 2008. Además, la Gerencia de RSE participa del Comité Asesor de la Fundación, para colaborar en la planificación del crecimiento del programa.

#### **Campaña Internet en Familia - Ministerio de Educación de la Nación**

Acompañamos la iniciativa del Programa Escuela y Medios del Ministerio, a través de una campaña de difusión y concientización sobre el uso responsable de Internet. En junio se lanzó “Internet en Familia: cómo orientar a los chicos cuando navegan por Internet” que incluyó: un cuadernillo en la Revista Viva del diario Clarín del domingo 15 de junio y dos cortos televisados en canales abiertos y de cable, en cine, video e Internet. La temática, que posee gran actualidad, se orienta a fomentar el diálogo entre padres e hijos.

En la *home* de Telecom, se puede acceder a los contenidos de esta campaña, desde [http://www.telecom.com.ar/institucionales/internet\\_en\\_familia.html](http://www.telecom.com.ar/institucionales/internet_en_familia.html)

#### **Arte en las Escuelas**

A partir de 2008, brindamos apoyo activo a este programa, cuyo objeto es mejorar la calidad de la educación y disminuir los porcentajes de abandono y repitencia escolar, a través de la articulación de la práctica artística con los espacios curriculares de cada escuela.

En alianza con el Standard Bank, la Fundación Loma Negra, la Fundación Jean Navajas y Bosch, este programa está destinado a introducir el arte en la enseñanza escolar para que los alumnos encuentren distintas alternativas de aprendizaje. La importancia de la vinculación con el campo artístico se basa en la posibilidad que da el arte, como discurso abierto y práctica creativa, de incrementar y fortalecer la capacidad de análisis.

En junio finalizó la etapa de selección de las 5 escuelas que se suman a las 13 existentes en el programa. Las seleccionadas son: una del partido de San Martín (Provincia de Bs. As.), una de Corrientes capital, una de Jujuy Capital, y dos de Santiago del Estero, quienes presentaron proyectos educativos integrales para participar del programa.

#### **INNOVAR 2008**

Participamos en el lanzamiento de la edición 2008, desde el auditorio de Telecom, y se colaboramos con la difusión para incentivar la participación en el certamen. Desde Telecom, también convocamos a universidades para invitar a profesores y estudiantes a presentar proyectos con orientación a aplicaciones móviles. A su vez, Personal participó como evaluador de proyectos que pudieran convertirse en soluciones móviles.

### **Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social - CONAETI**

Como parte de la colaboración en la Red Contra el Trabajo Infantil, desde Telecom integramos la Subcomisión de Sensibilización y Difusión en la temática. Durante la primera mitad de 2008, nos concentramos en potenciar la comunicación interna en cada empresa miembro de la Red. Para ello aportamos el material creativo utilizado en la campaña interna.

### **Acciones solidarias**

Durante el primer semestre de 2008, hemos brindado apoyando a instituciones como: AMIA, Fundación Compromiso, Fundación Nordelta, Fundación EMA (Leaton), Fundación Emmanuel, Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo, Fundación HOPE de Salta, Fundación Mano Amiga, Fundación Mariquita Sanchez de Thompson, Fundamind, Hospital de Niños Ricardo Gutierrez, Maternidad Ramón Sardá, UNICEF Argentina (Carrera por la Educación), entre muchas otras.

En Telecom Argentina, la Responsabilidad Social Empresaria es un compromiso activo, que se pone en marcha con el diálogo y la interacción con todas las áreas internas, puertas adentro de la empresa; y que de cara a la comunidad, se articula con los sectores público, privado y organizaciones de la sociedad civil, para aportar activamente a construir un futuro mejor.

## **5.7. Medio Ambiente**

En Telecom asumimos la protección del medio ambiente como una responsabilidad que compromete a las generaciones actuales y futuras. Por ello, y como parte de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa, buscamos prevenir el impacto ambiental a través de iniciativas que involucran a nuestro personal y a la comunidad.

### **5.7.1. Reciclaje de Papel**

Desde 1999, contamos con un programa interno de "Reciclaje de Papel", que busca concientizar a todos nuestros empleados sobre la importancia del uso racional del papel y su posterior reciclado.

En el ámbito de Buenos Aires y Gran Buenos Aires reciclamos 61.755 kilos de papel en 2007, alcanzando un total 366 toneladas de papel desde 1999, el equivalente a más de 3.730 árboles. Los recursos económicos obtenidos con la venta del papel a una empresa recicladora se destinan a la Fundación Hospital de Pediatría "Profesor Dr. Juan Garrahan".

A partir de 2003, lanzamos el programa en la provincia de Córdoba. En colaboración con las 60 entidades que reúne la Fundación Familia, llevamos recolectadas más de 27.000 kilos. En 2007 juntamos 10.388 kilos de papel.

### **5.7.2. Empresa libre de humo**

Como parte de la política corporativa de Recursos Humanos y con el propósito de proteger la salud de nuestros empleados y clientes, en 2004 pusimos en marcha un programa para convertir los ambientes de la empresa en espacios libres de humo.

Nuestro edificio central, ubicado en Alicia Moreau de Justo 50 de Puerto Madero, es 100% libre de humo de tabaco. Somos una de las primeras empresas que obtuvo la certificación del Ministerio de Salud de la Nación, beneficiando a 2.000 empleados. A su vez, otros edificios están en proceso de ser libres de humo en su totalidad, a fin de cumplir con nuestra meta de alcanzar a toda la compañía. El último certificado lo obtuvimos para nuestra sede Iberá de Personal.

Para obtener mayor información sobre este registro y sobre las actividades del Programa Nacional de Control del Tabaco puede visitar el sitio: [www.msal.gov.ar/tabaco](http://www.msal.gov.ar/tabaco)



### 5.7.3. Uso racional de energía

En 2007 comenzamos con una campaña interna de uso racional de energía. Para ello se realizaron reformas edilicias, instalaciones de canillas automáticas y de luces de bajo consumo, y se concientizó a nuestros empleados sobre la importancia de la protección del medioambiente y el uso correcto de las computadoras.

### 5.7.4. Las emisiones radioeléctricas, el medio ambiente y nuestra salud

El marco normativo argentino, referido a los niveles de las emisiones radioeléctricas de las telecomunicaciones, está basado en las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Este organismo es el encargado de orientar y coordinar los estudios científicos, estadísticos y epidemiológicos sobre todo lo que concierne a la protección de la salud y el medio ambiente, generados por principales centros de investigación e instituciones científicas en el mundo, para luego realizar las recomendaciones pertinentes.

Hasta la actualidad, dentro de los límites recomendados por la OMS, no existen evidencias científicas que permitan afirmar fehacientemente que las emisiones radioeléctricas produzcan efectos adversos sobre la salud de la población.

Debido a que los límites máximos permitidos por el Ministerio de Salud Pública de la Nación son similares, o levemente más exigentes en algunas bandas importantes, podemos afirmar que la normativa vigente en nuestro país sobre la exposición de la población a las ondas electromagnéticas es similar a la recomendada por los estándares internacionales, y de cumplimiento efectivo por parte de la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC).

## VI. INDICE DE INDICADORES GRI Y COMUNICACION SOBRE EL PROGRESO DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS



La siguiente tabla informa sobre el cumplimiento de los indicadores de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (*Global Reporting Initiative*) y en cada una de las secciones de este Reporte.

A su vez, se indica en **negrita** los indicadores GRI relacionados con los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. De esta forma, a través de este Reporte presentamos la Comunicación sobre el Progreso (COP) para el año 2007.

Para más información: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org), [www.pactoglobal.org.ar](http://www.pactoglobal.org.ar)

1. Visión y estrategia		Sección
1.1	Declaración del máximo responsable	1.1
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	
2. Perfil		
2.1	Nombre de la organización	2.1
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	2.4
2.3	Estructura operativa	2.5.3, 5.3
2.4	Localización de la sede principal	(1)
2.5	Países en los que opera	2.1
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	5.3
2.7	Mercados servidos	2.4
2.8	Dimensiones de la organización informante	2.3
2.9	Cambios significativos del periodo	(2)
2.10	Premios y distinciones recibidos	2.1
3. Parámetros de la Memoria		
3.1	Periodo cubierto por la información	1.2
3.2	Fecha de la Memoria anterior más reciente	1.2
3.3	Ciclo de presentación de memorias	1.2
3.4	Punto de contacto para cuestiones de la memoria	7
3.5	Proceso de definición del contenido	1.2
3.6	Cobertura de la Memoria	1.2
3.7	Existencia de limitaciones de alcance	1.2
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa	(2)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores	1.2
3.10	Efectos de las correcciones de información de informes anteriores	N/A
3.11	Cambios significativos respecto a períodos anteriores sobre alcance y cobertura	N/A
3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web	6
3.13	Política y práctica sobre verificación externa	N/A
4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés		

4.1	Estructura de gobierno	2.5.1
4.2	Características de la presidencia del Consejo	2.5.1
4.3	Consejeros independientes o no ejecutivos	2.5.1
4.4	Comunicación entre accionistas y empleados, y el máximo órgano de gobierno	2.5.1, 2.5.2, 5.3.1
4.5	Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización	N/D
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	2.5.4
4.7	Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad	N/D
4.8	Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	2.2, 2.5.4
4.9	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo	N/D
4.10	Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad	N/D
4.11	Principio de precaución	N/D
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad	3.2, 5.6, 5.7
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación	3.3, 5.6
4.14	Relación de grupos de interés de la organización	5.1
4.15	Procedimiento para la definición de los grupos de interés	5.1
4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés	N/D
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés	N/D

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1 (P)	Principales magnitudes económicas	2.3
EC2 (P)	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	N/D
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	2.3
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	N/D
EC5 (A)	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	N/D, (3)
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales	N/D
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales	N/D
EC8 (P)	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público	N/D
EC9 (A)	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos	3.2

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE

LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región	5.2
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	N/D
LA3 (A)	Beneficios sociales para empleados con jornada completa	5.2.7
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	N/D, (3)
LA5 (P)	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	N/D
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud	5.2.8
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales	N/D
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves	5.2.1
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	N/D
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	5.2.1
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores	5.2.1, 5.2.2
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	5.2.2
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría	N/D
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional	N/D

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS

HR1 (P)	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos	N/D
HR2 (P)	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas	N/D
HR3 (A)	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos	N/D

HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	N/D
HR5 (P)	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras	2.5.4, 3.3
HR6 (P)	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras	3.3
HR7 (P)	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras	N/D
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos	N/D
HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	N/A

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

SO1 (P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades	5.6
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción	N/D
SO3 (P)	Porcentaje empleados formados en anti-corrupción	N/D
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	N/D
SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i>	N/D
SO6 (A)	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas	N/D
SO7 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	N/D
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones, multas y nº total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes	N/D

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes	N/D
PR2 (A)	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios	N/D
PR3 (P)	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios	N/D
PR4 (A)	Nº total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios	N/D
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	5.4.1
PR6 (P)	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing	N/D
PR7 (A)	Nº total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing	N/D
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	N/D
PR9 (P)	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y el uso de productos y servicios	N/D

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen	N/D
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	5.7.1
EN3 (P)	Consumo directo de energía por fuentes primarias	N/D
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias	N/D
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	N/D
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía	N/D
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	5.7.3
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes	N/D
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	N/A
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	N/A
EN11 (P)	Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas	N/D
EN12 (P)	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alto biodiversidad	N/D
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados	N/D
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	N/D
EN15 (A)	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	N/D
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	N/D
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	N/D
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	N/D
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	N/D
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	N/D
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	N/A
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	N/D
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos	N/A
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	N/D
EN25 (A)	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización	N/A

<b>EN26 (P)</b>	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	N/D
<b>EN27 (P)</b>	Porcentaje de productos vendidos que son reclamados al final de su vida útil	N/D
<b>EN28 (P)</b>	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	N/D
<b>EN29 (A)</b>	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados	N/D
<b>EN30 (A)</b>	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	N/D

(1) Buenos Aires, Argentina.

(2) Publicom SA, empresa del segmento de edición de guías telefónicas, fue vendida en abril de 2007.

(3) En relación a las compensaciones y convenios colectivos de trabajo ver sección 5.2.5.

**N/D:** Significa no disponible durante el período de elaboración de este Informe. Se pondrán en marcha los mecanismos necesarios para que esta información aparezca reflejada en próximos informes.

**N/A:** Significa que no aplica a las actividades de la empresa.

#### Declaración de Independencia, imparcialidad y competencia de ReporteSocial.com

ReporteSocial.com es un emprendimiento independiente de profesionales especializados en Responsabilidad Corporativa, cuya misión es promover e impulsar la responsabilidad en la gestión integral de las empresas. El equipo de trabajo tiene conocimientos teóricos y experiencia práctica en el desarrollo de Sistemas de Gestión de Responsabilidad Corporativa, Comunicación Interna y Externa en temas relacionados, Desarrollo de Capacitaciones en Responsabilidad Corporativa, Definición de Estrategias de Sustentabilidad Empresaria, Diálogos con los Grupos de Interés y Elaboración de Reportes Sociales, entre otros temas.

ReporteSocial.com ha elaborado el primer Reporte de Responsabilidad Corporativa del Grupo Telecom y la aproximación al Informe de Materialidad. Se nos ha suministrado la información solicitada para cumplir con los lineamientos de la Guía G3 de la *Global Reporting Initiative*, sin que esto haya incluido la verificación de la misma por nuestra parte.

Nuestro equipo de profesionales no está involucrado, ni lo ha estado, en otros proyectos comerciales con dicha empresa o sus grupos de interés, que pueda implicar un conflicto de interés. Por lo tanto, se considera que este trabajo ha sido realizado por un ente independiente e imparcial.

Más información sobre ReporteSocial.com en [www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

Para contactar al equipo de ReporteSocial.com escribir a [info@reportesocial.com](mailto:info@reportesocial.com)

## VII. SIGAMOS COMUNICADOS

Queremos conocer sus opiniones y sugerencias sobre este Reporte de Responsabilidad Corporativa y la forma de mejorarlo. Nos interesa estar comunicado con Usted y seguir avanzando en adecuar los contenidos de esta publicación a sus expectativas.

Si desea transmitirnos sus comentarios, puede hacerlo enviando su sugerencia a las siguientes direcciones de y de correo electrónico:

TELECOM ARGENTINA S.A.  
DIRECCION DE COMUNICACION Y MEDIOS  
Av. Alicia Moreau de Justo 50  
CP. (C1107AAB) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
República Argentina

Email: [rse@ta.telecom.com.ar](mailto:rse@ta.telecom.com.ar)

**Proceso de Elaboración del Reporte de Responsabilidad Corporativa**

**Coordinación General:** Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria  
Dirección de Comunicación y Medios  
Telecom Argentina  
[www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)

**Facilitadores Externos:** ReporteSocial.com  
[www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

**Diseño e impresión:**  
ADV Vazquez  
[www.advvazquez.com](http://www.advvazquez.com)