



Alumna aprendiendo el lenguaje de señas con el kit de Sueñaletas, en la Escuela Especial N° 9 Helen Keller de Corrientes.

**GRUPO
TELECOM**



	Carta del Presidente	05
	Carta del Director de Comunicación y Medios	06
1	1. EL GRUPO TELECOM	07
	1.1. Destacados del año	08
	1.2. Operaciones del Grupo Telecom	09
	1.3. Valores que rigen nuestra gestión	11
	1.4. Principales indicadores del Grupo Telecom	12
	1.5. Marco regulatorio de la industria	14
2	2. GOBIERNO CORPORATIVO	15
	2.1 Composición del gobierno de la empresa	17
	2.2 Compromiso de la Alta Dirección con la sustentabilidad	24
	2.3 Remuneración y evaluación	26
	2.4 Gestión de riesgos	27
3	3. TELECOM Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE	28
	3.1. Contribución de la industria de las telecomunicaciones al desarrollo sostenible	30
	3.2. Evolución del modelo de RSE y Sustentabilidad	31
	3.3. Gobierno de la RSE y la Sustentabilidad	34
	3.4. Diálogo con grupos de interés	35
	3.5. Participación activa en la agenda pública de RSE	42
	3.6. Premios y reconocimientos	43
4	4. DERECHOS HUMANOS	44
	4.1. Diagnóstico de Derechos Humanos	46
	4.2. Prácticas de respeto y promoción de los derechos humanos	48
5	5. NUESTRA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO	50
	5.1. Indicadores de Capital Humano	53
	5.2. Programa Diversidad e Inclusión	57
	5.3. Equilibrio en Acción	59
	5.4. Teletrabajo	61
	5.5. Reclutamiento y selección	63
	5.6. Relaciones laborales	64
	5.7. Capacitación y formación de empleados	65
	5.8. Gestión del Desempeño	69
	5.9. Compensaciones y beneficios	70
	5.10. Comunicación con nuestros empleados	72
	5.11. Salud y seguridad ocupacional	74
	5.12. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO	78
6	6. MEDIO AMBIENTE	80
	6.1. Nuestro compromiso con la gestión ambiental	82
	6.2. Certificación de las normas ISO 9001 y 14001	83
	6.3. Productos y servicios ambientalmente responsables	84
	6.4. Emisiones de gases de efecto invernadero	85

	6.5. Estrategias y acciones para la eficiencia energética	86
	6.6. Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso	88
	6.7. Consumo de materiales y gestión de residuos	89
	6.8. Mantenimiento de estructuras de sostén de antenas	92
	6.9. Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental	93
	6.10. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO	94
7	7. PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN	95
	7.1. Normas y prácticas de anticorrupción	97
	7.2. Prácticas de competencia justa	99
	7.3. Privacidad de la información y manejo de datos	102
	7.4. Relaciones con inversores	104
	7.5. Sociedades que integran el Grupo Telecom y segmentos de negocios	105
	7.6. Contacto permanente y rendición de cuentas	106
	7.7. Trabajo con la cadena de valor	108
	7.8. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO	117
8	8. CLIENTES Y CONSUMIDORES	119
	8.1. Servicios Fijos, Residencial y Negocio	122
	8.2. Servicios Móviles - Telecom Personal	128
	8.3. Internet - Arnet	138
	8.4. Grandes Clientes	139
	8.5. Unidad Wholesale: Nacional, Internacional y Móvil	142
	8.6. Calidad de Servicio al Cliente	146
	8.7. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO	151
9	9. DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	154
	9.1. Matriz de Inversión Social Privada	156
	9.2. EDUCAR: Educación y tecnología	160
	9.3. INCLUIR: Tecnología e inclusión social	163
	9.4. Generación de conocimiento	172
	9.5. Otras acciones con la comunidad	173
	9.6. Conciencia Celular	176
	9.7. Diálogo con la comunidad	177
	9.8. Red de Voluntarios	180
	9.9. Actividades de difusión tecnológica	184
	9.10. Telecom y la cultura	184
	9.11. Telecom y el deporte	189
	9.12. Acciones de Núcleo	190
	9.13. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO	192
10	10. SOBRE ESTE REPORTE	194
	10.1. Análisis de materialidad	195
11	11. TABLA DE INDICADORES GRI	198
12	12. VERIFICACIÓN EXTERNA	206
13	13. SIGAMOS COMUNICADOS	210

CARTA DEL PRESIDENTE



Enrique Garrido

En línea con nuestra Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2012, presentamos el 6° Reporte de Responsabilidad Social Empresaria del Grupo Telecom. El presente documento refleja nuestro empeño por continuar evolucionando hacia una gestión orientada a la sustentabilidad, a través de prácticas e indicadores de desempeño no financiero.

El Reporte refleja nuestro enfoque y es la guía de nuestra responsabilidad social empresaria. Nos permite identificar oportunidades de mejora en materia de derechos humanos, calidad en el empleo, medio ambiente y anti-corrupción, y otros aspectos relevantes para la sustentabilidad de nuestro negocio, para luego propiciar acciones que conduzcan a una mayor contribución del Grupo Telecom en el plano social y ambiental.

Como ejemplos de prácticas sustentables en 2012, incrementamos la base de suscriptores móviles y de accesos a Internet, lanzamos nuevos productos y servicios, extendimos la cantidad de radiobases para sustentar el crecimiento de Internet móvil, trabajamos en la renovación de la certificación ISO 14001 para la industria móvil, seguimos midiendo el consumo de los recursos utilizados, enfatizamos la tarea de recolección de baterías de teléfonos móviles, formamos a más de 2.500 empleados en conciencia ambiental, capacitamos a más de 500 gerentes y a más de 110 empresas proveedoras en cuestiones de sustentabilidad corporativa, y trabajamos enfocados en las prácticas innovadoras para mejorar el nivel de satisfacción y de compromiso de los colaboradores en todo el país.

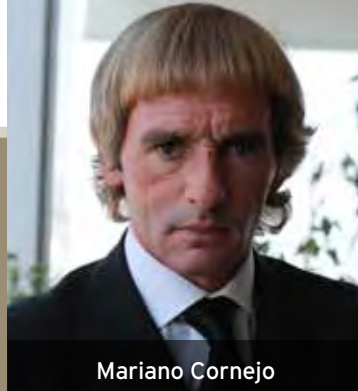
Las empresas, sea cual fuere su tamaño, industria o localización, debemos tomar conciencia del papel que jugamos en el desarrollo continuo de la sociedad en que vivimos, y hemos de orientar nuestro accionar para atender las necesidades de todos nuestros públicos: inversores, clientes, empleados, proveedores, las instituciones y la comunidad en su conjunto.

Sin duda, la lectura de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2012 de Telecom Argentina, junto con el presente Reporte de Responsabilidad Social Empresaria, servirán al lector para actualizar la información acerca de nuestro desempeño en pos de un mayor desarrollo económico, bienestar social y cuidado ambiental en el momento presente y para las generaciones futuras.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Enrique Garrido'.

Enrique Garrido
Presidente

CARTA DEL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS



Mariano Cornejo

Hace seis años definimos una estrategia de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), con un foco inmediato en la inversión social privada y con un planeamiento de largo plazo para construir un modelo de gestión de los impactos sociales y ambientales de nuestra operación.

Haciendo un recorrido por estos últimos años, vemos hoy que, gracias al esfuerzo y trabajo constantes, hemos logrado que el Grupo Telecom internalizara una estrategia corporativa orientada a crear triple valor económico, social y ambiental, que continúa su marcha con grandes perspectivas de crecimiento.

Esta estrategia de sustentabilidad permite a la Compañía, en su conjunto, evaluar su gestión en forma integral y medir riesgos e impactos sociales y ambientales, basándose en el análisis de la relación con cada público, para luego generar iniciativas y aprendizajes que redunden en una mejora del triple desempeño.

El Reporte es, para nosotros, un valioso documento que da cuenta de cómo nos relacionamos con nuestros grupos de interés en un diálogo continuo, y de cómo el desarrollo de la organización transcurre de forma responsable y transparente.

Para su elaboración utilizamos, desde 2008, los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI -por sus siglas en inglés, *Global Reporting Initiative*-), un marco de referencia para la comunicación de indicadores de desempeño económico, social y ambiental que garantizan la calidad de la información presentada, y que establecen un punto de partida para la gestión del año siguiente, de acuerdo con las oportunidades detectadas. Queremos compartir con alegría que este año hemos alcanzado el nivel de aplicación B+.

Otra novedad de esta edición es que adoptamos, por primera vez, los principios y recomendaciones de la Norma ISO 26000:2010 de Responsabilidad Social, para incluirlos en nuestros valores y prácticas, y para estructurar este documento de acuerdo con sus siete materias fundamentales.

Cada año nuestro Reporte se presenta como la Comunicación para el Progreso del Pacto Mundial de Naciones Unidas y expresa el compromiso que asumimos desde 2004 con los 10 principios relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el cuidado del medioambiente y la anticorrupción. Para nosotros ha sido un honor, por otra parte, acercarnos aún más a estos compromisos, a través de la integración a la Comisión Directiva de la Red Argentina de Pacto Mundial.

También celebramos haber obtenido el Premio Ciudadanía Empresaria 2012, otorgado por la Cámara de Comercio de Estados Unidos en Argentina (AmCham). Este premio, en su categoría GES (Gestión Empresaria orientada a la Sustentabilidad), evalúa el grado en que la gestión integral de las empresas está alineada con el concepto de sustentabilidad, incorporando las dimensiones social, ambiental y económica. Telecom obtuvo el séptimo puesto, y esto es un gran primer paso en la evolución alcanzada para orientarnos a la sustentabilidad social y ambiental.

Merecen un agradecimiento especial todos los referentes del Grupo Operativo de RSE, que participan en la elaboración del Reporte y del armado de indicadores clave, porque son ellos quienes hacen posible su mejora continua.

Este camino recorrido nos lleva a desafíos cada vez más exigentes. Con pasión y con convicción, lograremos diseñar, entre todos, las bases para el futuro.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'M. Cornejo'.

Mariano Cornejo
Director de Comunicación y Medios



1 EL GRUPO TELECOM

1. EL GRUPO TELECOM

En Telecom entendemos la sustentabilidad en relación con la esencia del negocio. Nuestros productos y servicios conectan a las personas y promueven el desarrollo en un mundo en constante evolución. Queremos satisfacer a nuestros grupos de interés, convencidos de generar triple valor económico, social y ambiental.

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre las características generales de la Responsabilidad Social? ⁽¹⁾

- Incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones.
- Rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente.
- Tener un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, que cumpla con la legislación aplicable y que sea coherente con la normativa internacional de comportamiento.

(1) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).

1.1. DESTACADOS DEL AÑO

2012 fue un año de crecimiento y de inversión en tecnología, que nos permitió expandirnos para dar más y mejores servicios a nuestros clientes. En materia de gestión orientada a la sustentabilidad, destacamos algunas acciones y logros alcanzados:

- Incrementamos la base de suscriptores móviles y de accesos a Internet.
- Obtuvimos un crecimiento en la utilidad neta del 7% respecto del año anterior y un 20% de las ventas consolidadas.
- Lanzamos nuevos productos y servicios en los diferentes segmentos del negocio.
- Aumentamos la cantidad de radiobases 3G, a fin de mejorar la cobertura, para sustentar la estrategia de crecimiento de Internet Móvil.
- Confirmamos los principios básicos de la RSE como política corporativa, a partir de la presentación a los Directorios de Telecom Argentina y de Telecom Personal.
- Documentamos la estrategia de sustentabilidad ambiental con la presentación del Reporte 2011.
- Implementamos un proceso de gestión integral de riesgos en el Grupo Telecom, con la creación de un Comité de Riesgos.



1.2. OPERACIONES DEL GRUPO TELECOM

Nuestros productos y servicios están divididos en tres segmentos de negocio, considerando la naturaleza de los productos y servicios ofrecidos, y el contexto regulatorio y económico en el que opera cada sociedad. Estos son: Servicios Fijos, Servicios Móviles Personal, y Servicios Móviles Núcleo.

SEGMENTO DEL NEGOCIO	PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS	SOCIEDAD DEL GRUPO TELECOM
Servicios Fijos	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comunicaciones urbanas, interurbanas e internacionales. ■ Servicios suplementarios (llamada en espera, facturación detallada y contestador automático de llamadas, entre otros). ■ Interconexión a otros operadores, transmisión de datos (redes privadas, tránsito dedicado, transporte de señal de radio y TV, entre otros). ■ Servicios de Internet (Banda Ancha y Arnet Móvil). ■ Servicios de tercerización de soluciones informáticas. ■ Venta de equipos de servicios fijos, datos e Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Telecom Argentina S.A. ■ Telecom Argentina USA, Inc. ■ Micro Sistemas S.A. (*)
Servicios Móviles Personal y Servicios Móviles Núcleo	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comunicaciones de voz, servicios de comunicaciones móviles GSM y 3G sobre redes UMTS/HSPA/HSPA+, entre estos: Internet Móvil de alta velocidad, descarga de contenidos y aplicaciones (temas musicales, juegos, imágenes, videos), mensajes multimedia (MMS), streaming, correo electrónico, acceso a redes sociales y servicios de resguardo de contactos. ■ Venta de dispositivos de comunicación móvil (teléfonos celulares, módems 3G, y tablets). 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Telecom Personal S.A. ■ Springville S.A. - Uruguay (*) ■ Núcleo S.A. - Paraguay

(*) Sociedad sin operaciones al 31 de diciembre de 2012.



1.3. VALORES QUE RIGEN NUESTRA GESTIÓN



Presentación del caso de RSE de Telecom a alumnos del Curso Internacional de RSE organizado por Amartya y la Universidad de Oslo, Noruega.

1.4. PRINCIPALES INDICADORES DEL GRUPO TELECOM

PRINCIPALES INDICADORES DEL GRUPO TELECOM	2010	2011	2012
MAGNITUDES DE LA EMPRESA			
Servicios Fijos - Líneas en Servicio ^(a) (en miles)	4.107	4.141	4.128
Internet (en miles)			
Líneas de acceso a Banda Ancha fija	1.380	1.550	1.629
Suscriptores Arnet	1.377	1.540	1.622
Servicios Móviles - Clientes (en miles)			
Personal (Argentina)	16.333	18.193	18.975
Núcleo (Paraguay) ^(b)	1.878	2.149	2.301
Cantidad total de empleados ^(c)	15.647	16.346	16.808
Cantidad total de proveedores ^(d)	2.957	2.339	2.166
Cantidad de líneas fijas en servicio por empleado ^(a)	379	373	371
Clientes de Servicios Móviles Personal por empleado	3.738	3.774	3.612
Clientes de Servicios Móviles Núcleo por empleado ^(e)	4.512	4.944	5.226
DESEMPEÑO ECONÓMICO CONSOLIDADO (en millones de pesos) ^{(f) (g)}			
Ventas y otros ingresos	14.652	18.528	22.196
Costos Operativos (sin amortizaciones)	(9.785)	(12.535)	(15.626)
Utilidad de la explotación antes de las amortizaciones	4.867	5.993	6.570
Amortizaciones de PP&E e intangibles	(1.712)	(2.158)	(2.612)
Resultados por disposición de PP&E	7	22	8
Utilidad de la explotación	3.162	3.857	3.966
Resultados financieros	(137)	80	229
Impuesto a las ganancias	(1.076)	(1.395)	(1.463)
Utilidad Neta	1.949	2.542	2.732
Utilidad Neta por acción	1,97	2,55	2,73
Dividendos pagados acumulados ^(g)	5.414	6.329	7.136
Índices de rentabilidad (%)			
Utilidad Neta sobre Ventas	13,3	13,7	12,4
Rentabilidad operativa sobre activos al inicio (ROA)	29,1	31,3	25,9
Rentabilidad sobre patrimonio neto al inicio (ROE)	34,8	39,0	33,5
Cargas fiscales (en millones de pesos)			
Total Impuestos a las ganancias, ingresos brutos y otros con impacto en resultados	2.330	2.990	3.481
Impuesto a las ganancias	1.076	1.395	1.463
Impuesto sobre los ingresos brutos	657	823	1.045
Otros impuestos, tasas y contribuciones	597	772	973
Inversiones en bienes de uso e intangibles (en millones de pesos)			
Inversiones totales en bienes de uso y activos intangibles	2.493	3.192	3.257
Situación patrimonial (en millones de pesos)			
Activo	12.323	15.319	17.809
Pasivo	5.812	7.154	7.651
Patrimonio Neto	6.511	8.165	10.158
- Patrimonio Neto atribuible a Telecom Argentina	6.404	8.021	9.959
- Patrimonio Neto atribuible a los accionistas no controlantes	107	144	199

	2010	2011	2012
DESEMPEÑO SOCIAL			
Sueldos y cargas sociales sin indemnizaciones (en millones de pesos)	1.884	2.456	3.163
Cantidad de requerimientos recibidos para participar en proyectos sociales	495	502	344
Cantidad de paneles de diálogo realizados con grupos de interés ^(h)	3	1	1
Cantidad de alianzas en proyectos de gestión social	28	30	41
Índice de compromiso (engagement) del personal (%) ⁽ⁱ⁾	56		63
DESEMPEÑO AMBIENTAL			
Baterías de celulares recolectadas y tratadas (unidades)	13.374	16.870	22.609
Consumo directo de energía eléctrica (en Gwh) ^{(j) (k)}		377,49	389,53
Consumo de agua proveniente de suministro público (en m ³) ^{(j) (k)}		1.873.728	1.850.427
Emisiones de CO ₂ (en TnCO ₂ eq) ^{(k) (l)}		16.903,07	16.929,16
Compra de papel FSC (en kg)	0	984	256.125
Total reciclado de papel (en kg) ^(m)	82.204	154.479	57.717

(a) Incluye líneas de clientes, uso propio, telefonía pública y canales DDE e ISDN.

(b) Incluye 10.000, 8.000 y 6.000 clientes de Internet Wimax de Núcleo al 31 de diciembre de 2010, 2011 y 2012 respectivamente.

(c) Considera la dotación efectiva, temporaria y eventual.

(d) El número corresponde a los proveedores con orden de compra adjudicada durante cada ejercicio.

(e) A los efectos del cálculo, no fueron considerados los clientes Wimax de Núcleo.

(f) Para más información, remitirse a la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2012.

(g) Corresponde a los dividendos pagados por la Sociedad desde el inicio de sus operaciones.

(h) En 2011 se realizó una encuesta *multistakeholder* de relevamiento de expectativas. En 2012 se realizó un panel de diálogo sobre Reporte y Estrategia de RSE.

(i) La encuesta de clima interno se realiza cada dos años; es por ello que no se registran datos en 2011.

(j) Incluye Telecom Argentina y Núcleo.

(k) Información no disponible para 2010.

(l) Los valores reportados corresponden sólo al Scope 3.

(m) Alcance: Buenos Aires, Córdoba y Salta.

Nota general: A partir del ejercicio iniciado el 1º de enero de 2012, los estados financieros de Telecom Argentina para fines societarios son preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en cumplimiento de la Resolución General N° 562/09 de la Comisión Nacional de Valores que estableció la aplicación de las NIIF para ciertas entidades incluidas en el régimen de oferta pública, entre las que se encuentran Telecom Argentina y Telecom Personal. Consecuentemente, las cifras económico-financieras contenidas en este Reporte, correspondientes a los años 2010 y 2011 presentadas en Reportes de años anteriores fueron modificadas, con propósitos comparativos, a efectos de incluir la información bajo NIIF.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO (en millones de pesos)

	2010	2011	2012
Ventas consolidadas	14.627	18.498	22.117
Otros ingresos y resultados por venta de PP&E	32	52	87
Resultados financieros generados por activos	192	316	570
Valor económico directo creado (VEC)	14.851	18.866	22.774
Costos operativos	(8.261)	(10.485)	(12.947)
Costos laborales	(1.978)	(2.609)	(3.269)
Proveedores de fondos (incluye dividendos)	(1.382)	(1.151)	(1.171)
Impuesto a las Ganancias, impuestos y tasas y derechos del Ente Regulador	(2.330)	(2.990)	(3.481)
Gastos de RSE	(4)	(4)	(4)
Valor económico distribuido (VED)	(13.955)	(17.239)	(20.872)
Valor económico retenido (VER=VEC-VED)	896	1.627	1.902

Junto a la adopción de las normas internacionales (NIIF), se revisó y consolidó el criterio de cálculo del valor económico distribuido, adoptando cambios con respecto a años anteriores. Dicho proceso concluyó en la reexpresión de los valores 2010 y 2011 de la presente tabla.



1.5. MARCO REGULATORIO DE LA INDUSTRIA

Las actividades de Telecom Argentina y sus controladas nacionales prestadoras de servicios de telecomunicaciones se desarrollan en el contexto de un conjunto de normas que constituyen el marco regulatorio aplicable, y se encuentran sujetas al control de la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), organismo descentralizado dependiente de la Secretaría de Comunicaciones (SC), que a su vez depende del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

La Secretaría de Comunicaciones de la Nación ejerce las funciones de Autoridad de Aplicación del marco normativo que regula la actividad del sector y es la encargada de elaborar las políticas de reglamentos aplicables al sector, aprobar el cuadro de bandas de frecuencias del Espectro Radioeléctrico, aprobar y administrar los planes técnicos fundamentales y asistir al Ministerio antes mencionado en las cuestiones relativas a las tarifas de la Sociedad, entre otras cuestiones.

Por su parte, la sociedad controlada Núcleo, con operaciones en la República de Paraguay, tiene como organismo regulatorio de control la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Paraguay (CONATEL). La sociedad controlada Telecom Argentina USA, con operaciones en los Estados Unidos de América, tiene como organismo regulatorio de control la Federal Communications Commission (FCC).



2 GOBIERNO CORPORATIVO

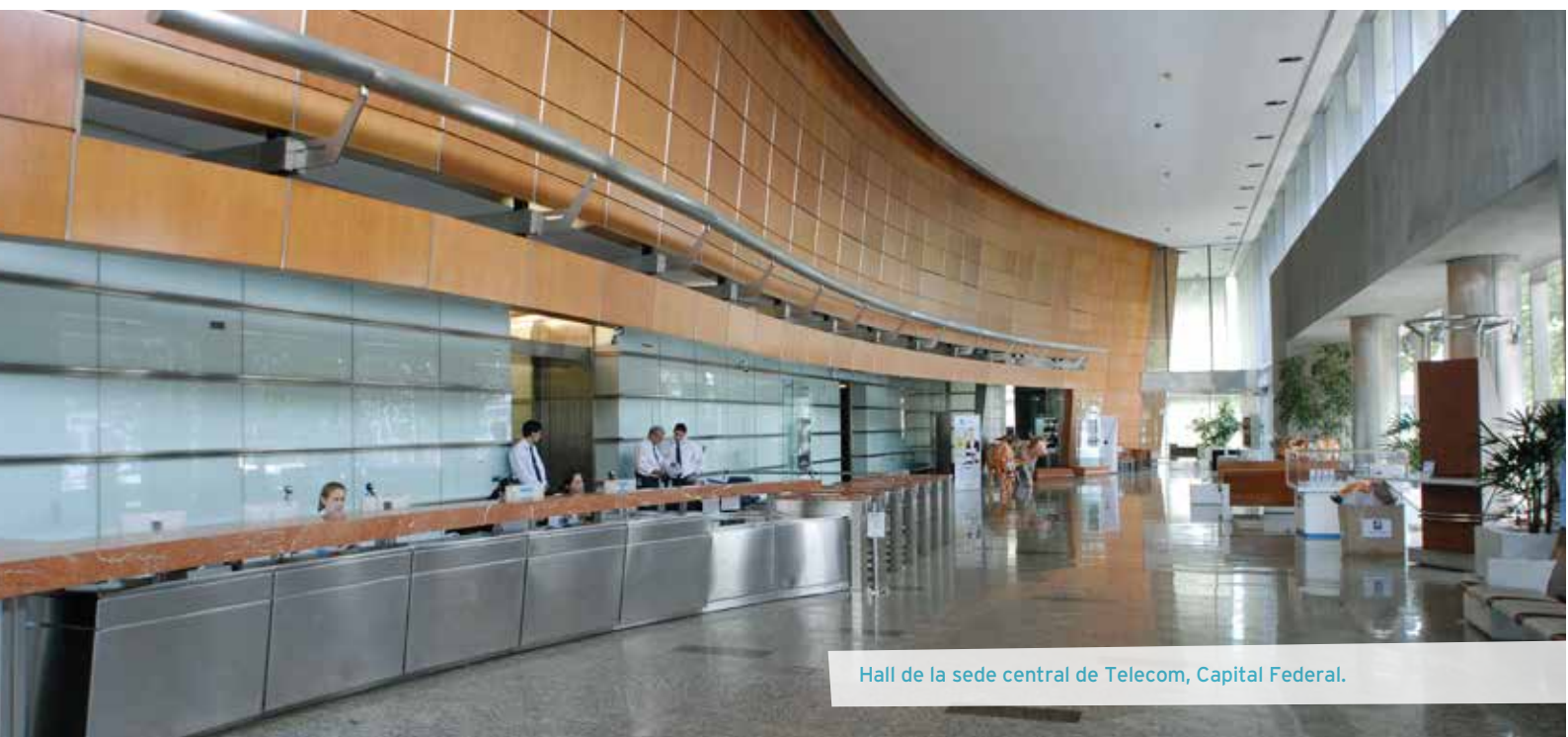
2. GOBIERNO CORPORATIVO

Dentro de Telecom consideramos clave la participación activa del gobierno de la empresa en la toma de decisiones de nuestra estrategia de RSE y de Sustentabilidad. El compromiso de la alta dirección trajo como consecuencia la evolución en nuestro desempeño social y ambiental de 2012. En este marco procuramos que nuestro gobierno corporativo cuente con todas las herramientas y con el conocimiento de la temática para hacer de Telecom una empresa orientada al desarrollo sustentable.

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre la gobernanza en las organizaciones? ⁽²⁾

- La gobernanza de la organización es el factor más importante para hacer posible que una organización se responsabilice de los impactos de sus decisiones y actividades, y para integrar la responsabilidad social en toda la organización y sus relaciones.
- Todas las organizaciones deberían implementar procesos, sistemas, estructuras u otros mecanismos que permitan aplicar los principios y prácticas de responsabilidad social.
- Los procesos y estructuras para la toma de decisiones de una organización generan un uso eficiente de los recursos financieros, naturales y humanos.
- Un buen sistema de gobernanza permite equilibrar las necesidades de la organización y sus partes interesadas, incluidas las necesidades inmediatas y aquellas de las generaciones futuras.

(2) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).



Hall de la sede central de Telecom, Capital Federal.

2.1 COMPOSICIÓN DEL GOBIERNO DE LA EMPRESA

El órgano de gobierno de la empresa es la Asamblea de Accionistas, y el Directorio está a cargo de la dirección y de la administración. Este último, junto con la Primera Línea Gerencial, son los responsables de gestionar el negocio en todas sus operaciones.

ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y FISCALIZACIÓN INTERNA	FUNCIONES (*)
DIRECTORIO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Administra la Sociedad. ■ Aprueba la Memoria y los Estados Financieros anuales y trimestrales y la documentación complementaria. ■ Convoca a Asambleas. ■ Otorga y renueva poderes. ■ Aprueba operaciones según límites del RAV, las Pautas Financieras, Operaciones relevantes con partes relacionadas y Venta de inmuebles. ■ Realiza funciones delegadas por la Asamblea: fechas de disposición de dividendos, conversión de acciones, fijación de términos y condiciones de emisión de Obligaciones Negociables, distribución de honorarios y anticipos, etc.
CONSEJO DE DIRECCIÓN (INTEGRADO POR MIEMBROS DEL DIRECTORIO)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aprueba el Plan de Negocios, el Presupuesto Anual, la política de remuneraciones, y la designación de los responsables de Marketing y del responsable de la Unidad de Telefonía Fija. ■ Considera las ofertas a ser presentadas en licitaciones públicas que excedan los \$5MM; los planes de marketing y, trimestralmente, el lanzamiento de las ofertas comerciales a clientes, para el cumplimiento de la Ley de Defensa de la Competencia.
COMITÉ DE CUMPLIMIENTO REGULATORIO (INTEGRADO POR MIEMBROS DEL DIRECTORIO)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Audita el cumplimiento de los Requisitos fijados en el Compromiso Telco y el Compromiso TI-W y confecciona informes trimestrales sobre el cumplimiento de esos Requisitos. ■ Monitorea toda la información requerida por Telecom Italia. ■ Aprueba cualquier acuerdo a ser celebrado o modificado entre Telefónica S.A. y/o cualquiera de sus Afiliadas, y Telecom Argentina y/o cualquiera de sus Subsidiarias.

- Confecciona informes anuales sobre el cumplimiento de los Requisitos que serán remitidos al Directorio de Telecom Argentina y Personal, con 10 días de anticipación a su presentación a la CNDC.

COMISIÓN FISCALIZADORA (COMPUESTA DE SÍNDICOS TITULARES Y SUPLENTES)

- Fiscaliza la administración de la Sociedad.
- Vigila que los órganos sociales cumplan la ley, el estatuto y las decisiones asamblearias.

COMITÉ DE AUDITORÍA (INTEGRADO POR MIEMBROS DEL DIRECTORIO)

- Opina y supervisa sobre temas de gestión, control interno, aspectos legales y acciones del Directorio.
- Revisa, supervisa y evalúa los auditores externos.
- Supervisa de manera funcional a los Auditores Internos, con la aprobación de su plan anual de auditorías, así como de su desempeño.
- Proporciona al mercado, a través del Directorio, información completa, respecto de las operaciones de conflicto de intereses.
- Verifica el cumplimiento del Código de Conducta.
- Emite informes previo a la adquisición de acciones propias de la Sociedad y en los casos de retiro voluntario de las acciones de la oferta pública.
- Establece los procedimientos para las denuncias recibidas por la Sociedad con respecto a temas contables, de control interno contable y de auditoría.

COMISIÓN DE INFORMACIÓN

- Controla y evalúa la información relevante objeto de divulgación pública concerniente a la Sociedad y sus controladas en la Memoria y Estados Financieros, la confección del Formulario 20-F que cada año se presenta ante la SEC (Securities and Exchange Commission) y el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria.

(*) Para mayor información sobre el funcionamiento y responsabilidades del Directorio de la Sociedad, ver Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2012. A la fecha de emisión del presente Reporte, se conformó el Comité de Operaciones, que actúa como nivel de autorización intermedio entre el Director General Ejecutivo y el Directorio de cada una de las sociedades, dentro de los límites que el RAV establezca para cada tipo de operación.

PRESIDENTE

Enrique Garrido ^(a)

VICEPRESIDENTE

Gerardo Werthein ^(b)

DIRECTORES TITULARES

Andrea Mangoni

Patrizio Graziani

Nicola Verdicchio ^(b)

Esteban Gabriel Macek ^{(d) (e)}

Norberto Carlos Berner ^(c)

DIRECTORES SUPLENTE

Domingo Jorge Messuti ^(f)

Valerio Giuseppe Giovanni Cavallo

Guglielmo Noya ^(b)

Jorge Luis Pérez Alati

Eduardo Federico Bauer ^(e)

Pablo Alberto Gutiérrez ^(f)

Esteban Santa Cruz ^(f)



(*) Los directores titulares y suplentes no poseen cargos ejecutivos en la Sociedad ni en sociedades controladas de la Sociedad. Los directores son designados por un período de tres ejercicios. La designación de los miembros del actual Directorio fue realizada en el ejercicio 2010, salvo el caso de Patrizio Graziani, quien fue designado en reemplazo de Luca Luciani por la Comisión Fiscalizadora, de conformidad con el artículo 258 segundo párrafo de la Ley N° 19.550. En consecuencia, el mandato de todos los directores concluyó con la celebración de la Asamblea Ordinaria que consideró la documentación del ejercicio social 2012, realizada el 23 de abril de 2013.

PRESIDENTE

Enrique Garrido ^(a)

VICEPRESIDENTE

Gerardo Werthein ^(b)

DIRECTORES TITULARES

Enrique Llerena ^(f)

Andrea Mangoni ^(b)

Patricio Graziani

Piergiorgio Peluso

Francesca Petralia ^(b)

Esteban Gabriel Macek ^{(d) (e)}

Esteban Ariel Santa Cruz ^(f)

Federico Horacio Gosman ^(c)

Mariana Laura Gonzalez ^(f)

DIRECTORES SUPLENTES

Aldo Raúl Bruzoni ^(g)

Eduardo Federico Bauer ^(e)

María Virginia C. Genovés ^(f)

Jorge Luis Pérez Alati

Jorge Alberto Firpo

Lorenzo Canu

Gianfranco Ciccarella

Pablo Alberto Gutiérrez ^(f)

Eduardo Pablo Guillermo Setti ^(f)

Juan Massolo ^(f)

Verónica Daniela Alvarez ^(f)



(a) Director independiente frente a las normas de la SEC e integrante del Comité de Auditoría.

(b) Miembro del Consejo de Dirección. También integra el Consejo de Dirección Adrián Werthein (Telecom Personal).

(c) Miembro del Comité de Auditoría. Director independiente frente a las normas de la CNV y de la SEC.

(d) Presidente del Comité de Auditoría y Experto Financiero en los términos de la sección 407 de la Ley Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos de América. Director independiente frente a las normas de la CNV y de la SEC.

(e) Miembro del Comité de Cumplimiento Regulatorio. Preside este Comité Adrián Werthein (Telecom Personal).

(f) Director independiente frente a las normas de la CNV y de la SEC.

(g) Director independiente frente a las normas de la SEC.

SÍNDICOS TITULARES

Diego María Serrano Redonnet (Presidente)

Adela Alicia Codagnone

Gerardo Prieto

Fernando Saúl Zoppi

Silvia Alejandra Rodríguez

SÍNDICOS SUPLENTE

Cristian Krüger

Pablo Rueda

María G. Grigioni

Guillermo Feldberg

Martín E. Scotto



(**) Los miembros de la Comisión Fiscalizadora son designados por un ejercicio.

NÓMINA DE LA COMISIÓN FISCALIZADORA A LA FECHA DE EMISIÓN DEL PRESENTE REPORTE

SÍNDICOS TITULARES

Evelina Leoní Sarrailh (Presidente)

Gustavo Adrián Enrique Gené

Susana Margarita Chiaramoni

Gerardo Prieto

Raúl Alberto Garré

SÍNDICOS SUPLENTE

Gonzalo F. Oliva Beltrán

Alberto Gustavo González

Jacqueline Berzón

Guillermo Feldberg

Silvia Alejandra Rodríguez



DIRECCIÓN GENERAL EJECUTIVA (DGE)

DIRECTOR GENERAL: Franco Bertone ^(a)

DEPENDIENDO DE LA DGE

ABASTECIMIENTO: Stefano M. Esposizione

ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y CONTROL: Adrián Calaza

ASUNTOS JURÍDICOS: Alejandro D. Quiroga López

CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE: Marcelo O. Fuentes

CAPITAL HUMANO: Marcelo E. Villegas

COMUNICACIÓN Y MEDIOS: Mariano Cornejo

INFORMÁTICA: Eduardo M. Etcheverry

MARCO REGULATORIO: Gonzalo A. Martínez

SEGURIDAD CORPORATIVA: Paolo Chiriotti

UNIDAD FIJA: ^(b)

UNIDAD MÓVIL: Guillermo O. Rivaben

UNIDAD RED: Paolo Perfetti

UNIDAD WHOLESALE: Máximo D. Lema

DEPENDIENDO DE LA PRESIDENCIA

AUDITORÍA INTERNA: Ricardo D. Luttini

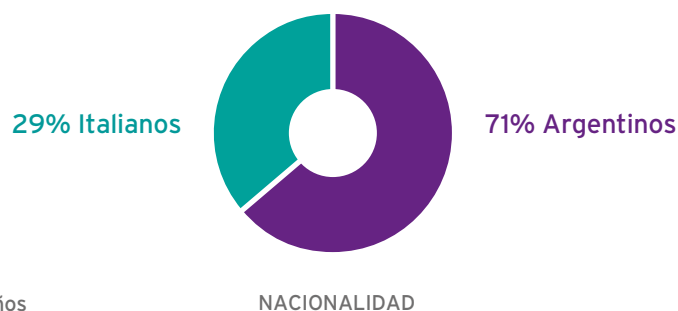
SECRETARÍA GENERAL: María D. Carrera Sala

(**) Sus integrantes se encuentran en relación de dependencia y ejercen la posición de "Directores" pero no son miembros del Directorio de la Sociedad.

(a) Franco Bertone fue Director General Ejecutivo del Grupo Telecom Argentina desde su nombramiento en marzo de 2009 hasta el 27 de febrero de 2013. En esa fecha, informó que Telecom Italia S.p.A. le había solicitado asumir otras responsabilidades dentro del Grupo Telecom Italia. En consecuencia, en la reunión del Directorio de Telecom Argentina del 27 de febrero de 2013, luego de la aprobación de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2012, se nombró al señor **Stefano De Angelis** como Director General Ejecutivo del Grupo Telecom Argentina, en reemplazo del señor Bertone.

(b) Posición vacante al 31 de diciembre de 2012. Se designó al señor **Aníbal Gomez** a cargo de esa posición el 7 de marzo de 2013.

DATOS GENERALES DEL DIRECTORIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012



100% Hombres

Edad promedio 53 años

**DATOS GENERALES DE LA PRIMERA LÍNEA GERENCIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012
(DGE, DIRECTORES Y GERENTES DE PRIMERA DEPENDENCIA)**

NACIONALIDAD	CANTIDAD	%
Argentina	169	91%
Estadounidense	1	0,5%
Italiana	9	5%
Mexicana	1	0,5%
Uruguaya	2	1%
Paraguaya	4	2%

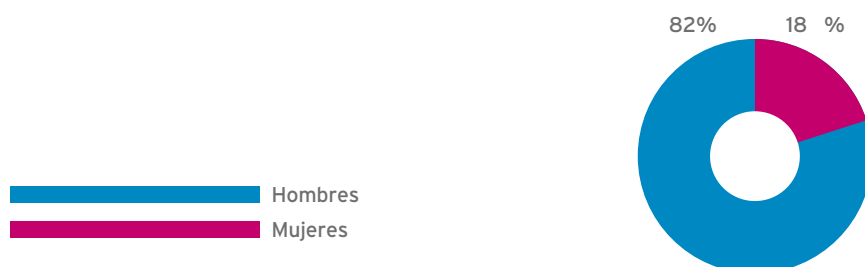
SEXO

Masculino	152	82%
Femenino	34	18%

RANGO DE EDAD

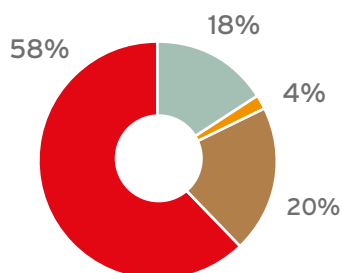
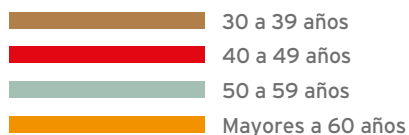
30 a 39 años	37	20%
40 a 49 años	108	58%
50 a 59 años	34	18%
Mayor de 60 años	7	4%

DIRECTORIO Y LÍNEA GERENCIAL

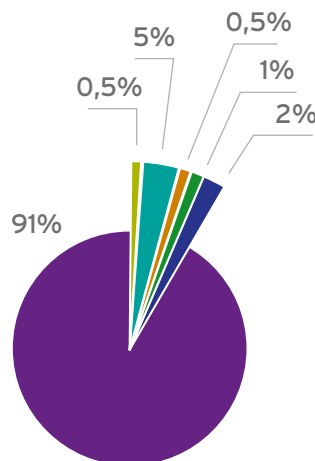


DIRECTORIO Y LÍNEA GERENCIAL POR SEXO

DIRECTORIO Y LÍNEA GERENCIAL POR RANGO DE EDAD



DIRECTORIO Y LÍNEA GERENCIAL POR NACIONALIDAD



2.2. COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN CON LA SUSTENTABILIDAD

En 2012, el Directorio manifestó su compromiso con la RSE con la firma de los principios básicos y alcance de la RSE a los que adhiere el Grupo Telecom. El Directorio aprobó por unanimidad el Reporte RSE del Grupo Telecom correspondiente al 2011, y de este modo dio cuenta de su conocimiento sobre la temática y sobre el interés en el valor social y ambiental que el negocio genera para sus grupos de interés.

“Quienes integramos el Grupo Telecom, somos -ante todo- conscientes del potencial que aportan las tecnologías al desarrollo de las personas. Trabajamos para construir mayor capital humano, social y ambiental, minimizando los impactos negativos y maximizando los efectos positivos de nuestra industria. Basándonos en nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, entendemos la Responsabilidad Social Empresarial y la Sustentabilidad como una estrategia integral del negocio, que convoca a los públicos con los que interactuamos a fin de conectarlos a la era digital, disponer el acceso al conocimiento, brindar soluciones innovadoras, generar conciencia del uso responsable de la tecnología y promover un uso racional de los recursos con los que operamos. La RSE y la Sustentabilidad son un modelo de gestión transversal a la organización, que incorpora las oportunidades de mejora detectadas a través del diálogo con los distintos públicos (empleados, inversores, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente), y las traduce en acciones para un mejor desempeño económico, social y ambiental, para el desarrollo del Grupo y de los países donde operamos”.⁽³⁾

(3) Extracto del Acta de Directorio N° 285, del 30 de julio de 2012.

Por otra parte, la **Primera Línea Gerencial** se mantiene informada sobre aspectos relacionados con la gestión sustentable del negocio y, en particular, con el desempeño de Telecom en materia de RSE, a través de encuentros específicos así como de actividades de actualización. Como evento central de 2012, la Primera Línea Gerencial asistió a la presentación pública del Reporte de RSE, donde se revisaron las últimas novedades en RSE y Sustentabilidad, y donde se describieron ejemplos de prácticas responsables propias del Grupo: voluntariado, recolección de baterías móviles, inclusión digital y proyectos educativos con uso de tecnologías.

Durante 2012, también se atendió a las necesidades de capacitación del **Grupo Operativo de RSE y Mandos Medios**, con capacitación formal y con disertaciones de referentes externos en las temáticas de Reporte, de indicadores de sustentabilidad y de tendencias globales.



2.3. REMUNERACIÓN Y EVALUACIÓN

Los honorarios de los miembros del **Directorio** son aprobados por la Asamblea Anual de Accionistas de la Sociedad⁽⁴⁾, sobre la base de la propuesta que le formula el Directorio, la cual cuenta con la previa opinión del Comité de Auditoría de la Sociedad. Dentro de este proceso se tiene en cuenta el desempeño económico, su participación en los diferentes Comités, la remuneración a directores de empresas similares⁽⁵⁾, y los honorarios de años anteriores.

En relación con la evaluación de desempeño de la **Primera Línea Gerencial**, contamos con un sistema de fijación de objetivos anuales (MBO - por sus siglas en inglés, *Management by Objectives*), que impacta en el sistema de remuneración variable. El sistema tiene en consideración aspectos económicos, sociales y ambientales de la gestión. Algunos de los objetivos que impactan en la totalidad o parte de la línea gerencial son calidad y satisfacción del cliente, certificación SOX sin salvedades, participación de empleados en la encuesta de clima interno, gasto de energía y desarrollo de IT verde, entre otros.

PARTICIPACIÓN DE ACCIONISTAS MINORITARIOS

En materia de gobierno corporativo, Telecom Argentina promueve la asistencia y la participación de accionistas minoritarios en las asambleas mediante una difusión pública intensiva de la convocatoria y de la documentación a considerar, y mediante el asesoramiento a los accionistas sobre los recaudos formales a cumplir para registrarse y participar de estas.

(4) Esta se ajusta a lo dispuesto por el Art. 261 de la Ley de Sociedades Comerciales y a los términos del artículo 2º inc. d) del Capítulo III de las Normas de la Comisión Nacional de Valores, aplicable a Telecom Argentina S.A. como sociedad cotizante.

(5) Fuente: relevamiento en la Autopista de Información Financiera de la Comisión Nacional de Valores.



2.4. GESTIÓN DE RIESGOS

Un hecho de gran relevancia en materia de Gobierno Corporativo fue la aprobación por parte del Directorio de la implementación de un Proceso de Gestión Integral de Riesgos y la creación de un Comité de Riesgos que depende del Director General Ejecutivo y está integrado por miembros de la Primera Línea Gerencial, con la coordinación del Director de Administración, Finanzas y Control.

En este marco, el Comité elaboró una Política de Riesgos, aprobada por el Directorio en 2012. Dicha Política tiene el doble propósito de establecer un marco general de actuación para la identificación, medición y mitigación de los riesgos de cualquier naturaleza que enfrenta o puede enfrentar la Sociedad, y aumentar la conciencia del negocio acerca de la probabilidad de ocurrencia de eventos específicos que pueden condicionar la concreción de los resultados planificados. Esta alcanza el análisis de los riesgos estratégicos, operativos, financieros, y de cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables al Grupo, aplicando los siguientes principios: objetividad, flexibilidad, comprensibilidad, cumplimiento normativo, claridad, integridad, comparabilidad, oportunidad y personalización.

El Comité de Riesgos tiene entre sus funciones evaluar e implementar las políticas, mecanismos y procedimientos de identificación, medición y mitigación de riesgos de Telecom Argentina y Telecom Personal, así como recomendar las medidas o ajustes que considere necesarios para la reducción de su perfil del riesgo.





3 TELECOM Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

3. TELECOM Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Teniendo en cuenta la importancia de la industria de telecomunicaciones y el impacto global de Telecom Argentina en la sociedad argentina, desarrollamos nuestras actividades y operaciones, guiados por los principios de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Trabajamos en una gestión integral de la RSE y buscamos que nuestro aporte a la sustentabilidad y desarrollo del país genere impacto en todos los grupos de interés con los que nos relacionamos.

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre el Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social?⁽⁶⁾

- El objetivo de la Responsabilidad Social es contribuir al desarrollo sostenible.
- Al abordar y poner en práctica la Responsabilidad Social, la meta primordial de una organización es maximizar su contribución al desarrollo sostenible.
- Al poner en práctica la Responsabilidad Social, las organizaciones deberían respetar y abordar los principios de Responsabilidad Social, conjuntamente con los principios específicos de cada materia fundamental.
- Esta norma internacional pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su Responsabilidad Social.
- El desarrollo sostenible se refiere a la integración de las metas de una calidad de vida elevada, salud y prosperidad con justicia social, y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para conservar la vida en toda su diversidad. Estas metas sociales, económicas y ambientales son interdependientes y se refuerzan mutuamente. El desarrollo sostenible puede considerarse como una vía para expresar las más amplias expectativas de la sociedad en su conjunto.

(6) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).

3.1. CONTRIBUCIÓN DE LA INDUSTRIA DE LAS TELECOMUNICACIONES AL DESARROLLO SOSTENIBLE

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y SUSTENTABILIDAD

La industria de las telecomunicaciones opera en un marco de gran dinamismo y evolución. El acceso al conocimiento es cada vez mayor gracias al avance de la tecnología, lo que transforma la cultura de las sociedades actuales y futuras.

Somos conscientes del potencial que tiene esta evolución en el desarrollo personal y profesional de la población. Somos un agente de transformación de la sociedad y trabajamos para construir mayor capital humano, social y ambiental, minimizando los impactos negativos y maximizando los efectos positivos de nuestra industria.

Basándonos en nuestros valores y en nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial, entendemos la Sustentabilidad como una estrategia integral al negocio, que convoca a nuestros públicos para conectarlos a la era digital, disponer el acceso al conocimiento para todos, brindar soluciones innovadoras, generar conciencia del uso responsable de la tecnología y promover un uso racional de los recursos con los que operamos.

Proponemos la Sustentabilidad como un modelo de gestión transversal a la organización, que incorpore las oportunidades de mejora detectadas a través del diálogo con los grupos con los que nos relacionamos, en beneficio de un mejor desempeño económico, social y ambiental, para el desarrollo del Grupo y de las comunidades donde operamos.

Nuestra política está sustentada en el Código de Conducta y Ética Empresarial del Grupo Telecom, y en los diez principios universales del Pacto Mundial de Naciones Unidas que impulsan el compromiso con el respeto de los derechos humanos, la calidad en el empleo, el cuidado ambiental y la lucha contra la corrupción.

NUESTROS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE RSE SON:

- Internalizar la RSE como modelo de gestión, con un aporte genuino al desarrollo sustentable.
- Posicionarnos como referentes de inversión social, colaborando desde nuestro negocio con el desarrollo de las comunidades.
- Incorporar la Sustentabilidad como estrategia integrada al negocio.

3.2. EVOLUCIÓN DEL MODELO DE RSE Y SUSTENTABILIDAD

Contamos con una política y estrategia integradas al negocio, luego de una curva de aprendizaje de 5 años. La gestión de RSE se planifica a partir de la evaluación anual de triple impacto, sobre la base de indicadores medibles y en función de la priorización de grupos de interés y de cuestiones clave de la sustentabilidad. Incorporamos las oportunidades de mejora detectadas para con los empleados, inversores, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente, e impulsamos acciones para un mejor desempeño económico, social y ambiental que repercuta positivamente en el Grupo, la sociedad y su entorno.

LA EVOLUCIÓN DEL MODELO ENTRE 2007 Y 2012 INCLUYE:

- Definición de principios básicos de la RSE para la Compañía.
- Mapeo de públicos (grupos de interés).
- Priorización de temáticas de impacto social y ambiental.
- Evaluación anual de la sustentabilidad social y ambiental a través del ejercicio de Reporte de RSE.
- Consolidación del Grupo Operativo de RSE, compuesto por 40 gerentes del negocio.
- Sensibilización y capacitación principalmente de Alta Gerencia y Mandos Medios.
- Alineamiento con el área de Sustentabilidad de nuestro accionista controlante, Telecom Italia.
- Diálogo con los grupos de interés a través de distintas herramientas y canales.
- Implementación de indicadores de Sustentabilidad a partir de enero de 2011.
- Verificación del Reporte por parte de auditores externos.
- Fijación anual de objetivos cuantitativos de Sustentabilidad.
- Aprobación, a partir del Reporte 2011, por parte del Directorio de Telecom Argentina S.A. y de Telecom Personal S.A., como máximo órgano de administración.
- Desarrollo de una estrategia de sustentabilidad ambiental, que incluye la optimización del uso de los recursos energéticos y de otros recursos naturales, la minimización de impactos negativos, la mejora continua del desempeño ambiental, la adopción de políticas de compra que tomen en consideración las cuestiones ambientales y la concientización de una cultura de prevención de los aspectos ambientales del negocio.
- Primeros pasos en la adopción de principios y recomendaciones de la Norma Internacional ISO 26000 de Responsabilidad Social.

A través de este aprendizaje, buscamos internalizar la RSE en la cultura organizacional, con la RSE como modelo de gestión y con la Sustentabilidad como triple mirada inserta en el planeamiento del negocio.



CAPACITACIÓN DE RSE PARA LA ALTA GERENCIA

En 2012 se dictó el Módulo de RSE y Sustentabilidad en el Programa a Mandos Medios de la Universidad Corporativa Telecom. El módulo, de media jornada, incluyó, entre otros temas, un análisis del concepto de RSE y Sustentabilidad; la RSE en Telecom, su evolución y estrategia; la relación con los grupos de interés; la gestión y medición de la RSE; el Proceso del Reporte de RSE; y los desafíos futuros.

El módulo se dictó en Buenos Aires, Córdoba, Salta, Tucumán y Rosario, donde se concentraron **517** mandos medios de todo el país. En estos encuentros buscamos que cada uno pueda analizar cómo - desde su gestión - puede contribuir a maximizar el valor económico, social y ambiental.



Mariano Cornejo, Director de Comunicación y Medios, y Enrique Garrido, Presidente de Telecom, durante la presentación del Reporte de RSE 2011.

6

Reportes de RSE y
Sustentabilidad

40

Integrantes del Grupo Operativo
RSE

517

Mandos medios formados en RSE
y Sustentabilidad en 2012

2.355

Asistentes al curso
de Conciencia Ambiental

201

Proveedores encuestados sobre
su gestión de Sustentabilidad

OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2012

A partir de 2012, establecimos 5 objetivos cuantitativos de mejora social y ambiental. En cada capítulo, presentamos los resultados de nuestro trabajo para alcanzar las metas propuestas.

OBJETIVO

Managers formados
en Sustentabilidad

UNIDAD DE
MEDIDA

Nº

OBJETIVO
2012

500

REAL 2012

517

Cumplimos y superamos el objetivo establecido, con 517 managers que participaron del Módulo de RSE y Sustentabilidad en el Programa a Mandos Medios de la Universidad Corporativa Telecom, que se dictó en Buenos Aires, Córdoba, Salta, Tucumán y Rosario.

Por 8 años consecutivos, reforzamos nuestro compromiso ante el Pacto Mundial de Naciones Unidas, promoviendo y adoptando prácticas de cumplimiento y mejora de los 10 principios propuestos por esta iniciativa internacional de amplio alcance, basados en el respeto por los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la Corrupción.



Durante 2012 realizamos variadas actividades de sensibilización, difusión y capacitación, para motivar e influir a nuestro público interno y a organizaciones aliadas. En nuestro taller de Mandos Medios, debatimos sobre la relación de la empresa con los derechos humanos, la calidad del empleo, la protección del medio ambiente y la transparencia. En la capacitación a proveedores, se hizo mención expresa de los principios de Pacto Mundial.

3.3. GOBIERNO DE LA RSE Y LA SUSTENTABILIDAD

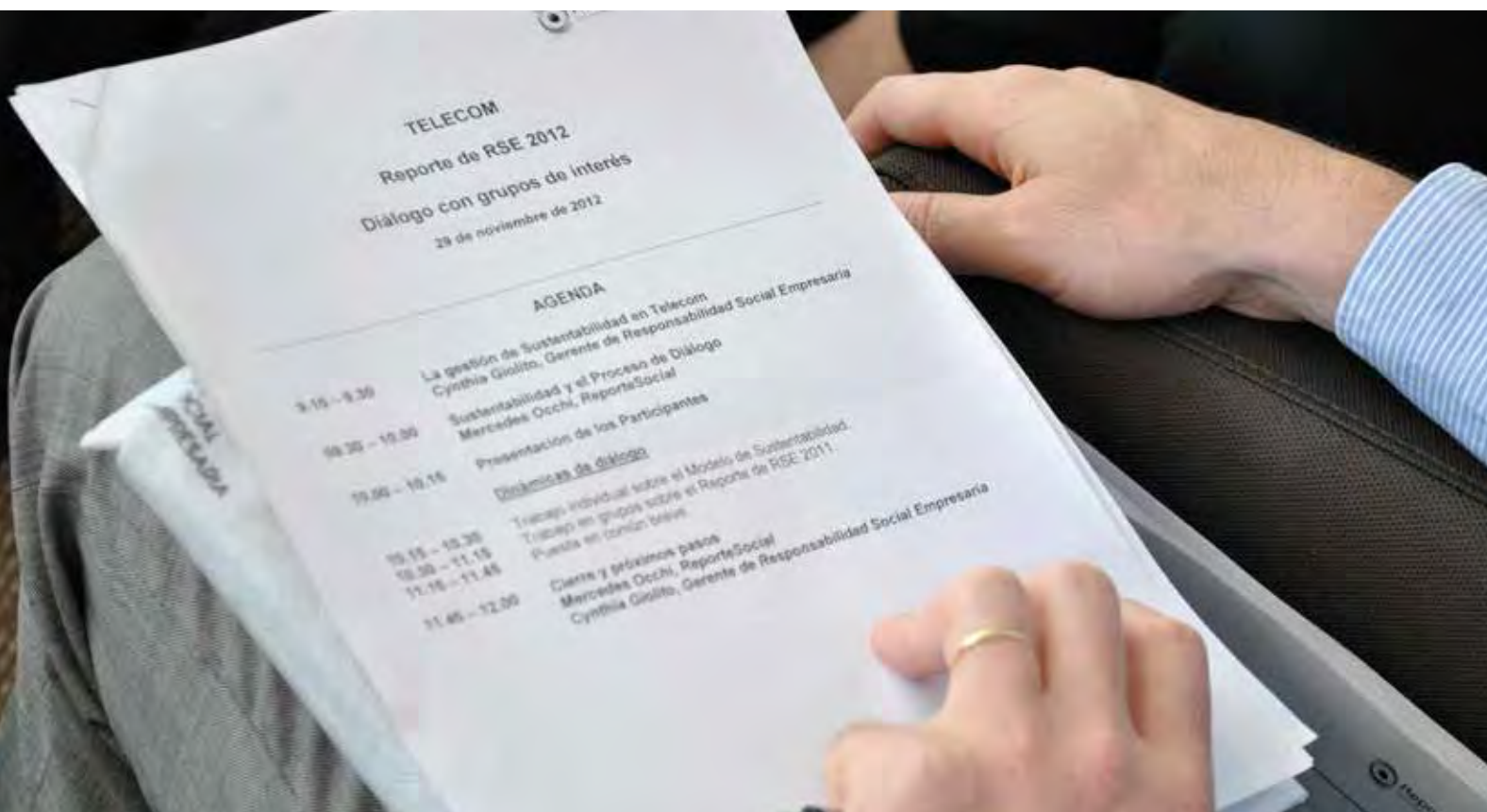
La **Gerencia de RSE** planifica y da seguimiento a las acciones en esta materia, y facilita el Modelo de Sustentabilidad e Inversión Social para todo el Grupo Telecom, en diálogo con todas las áreas internas y externas.

El **Grupo Operativo de RSE**, coordinado por la Gerencia de RSE, está compuesto por 40 representantes internos de la empresa⁽⁷⁾, entre los que se encuentran directores, gerentes y analistas del negocio de todas las áreas internas. Este comité participa activamente en la elaboración del Reporte de RSE y en el armado de los indicadores de Sustentabilidad y, gracias al trabajo transversal con todas las áreas operativas de la Compañía, se impulsa una transformación en la operación del negocio orientada a la sustentabilidad social y ambiental.

El Directorio, a través de la Gerencia de RSE, supervisa el desempeño en sustentabilidad, en el marco de los principios de RSE aprobados, y dada la presentación anual del Reporte de RSE a los Directorios.

El Reporte de RSE es presentado a la **Comisión de Información** para verificar que en el proceso de elaboración se hayan seguido procedimientos y controles adecuados para la generación de información que se hace pública. Luego es presentado al Comité de Auditoría y a los Directorios de Telecom Argentina y Telecom Personal, para su conocimiento y aprobación.

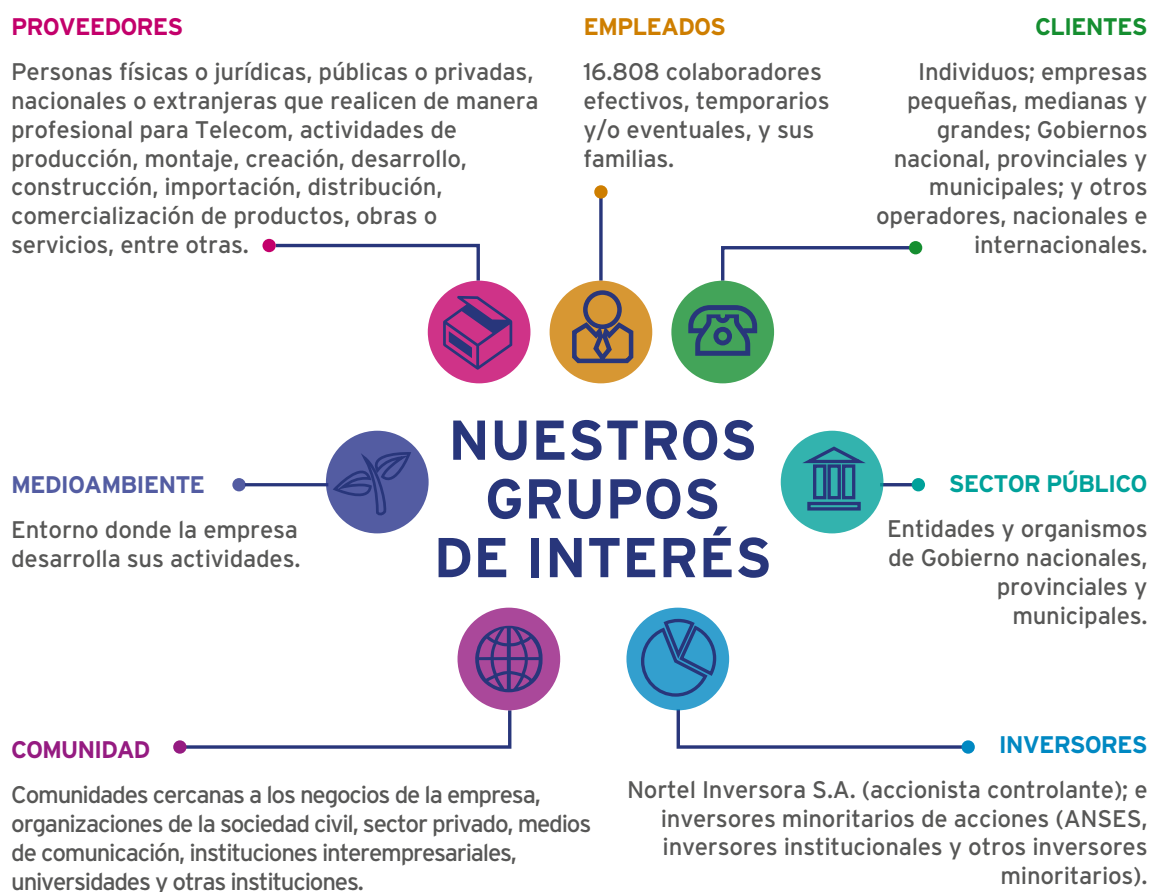
(7) Miembros integrantes al momento de emisión de este Reporte. El Grupo incluye referentes de todas las áreas para evaluar y gestionar la RSE con una perspectiva transversal. El listado de nombres y cargos está a disposición en la Gerencia RSE.



3.4. DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

Creemos que el entendimiento de nuestros grupos de interés retroalimenta la planificación de la RSE y nos ayuda a identificar oportunidades de mejora. Contamos con diversas herramientas de comunicación adaptadas a cada grupo de interés: encuestas, paneles de diálogo, entrevistas en profundidad, comunicaciones escritas, talleres internos, etc.

EL MAPA DE NUESTROS PÚBLICOS INCLUYE: inversores, empleados y sus familias, clientes y consumidores, proveedores, sector público, la comunidad y el medioambiente. Cada grupo entabla un vínculo diferente con la empresa en función de la naturaleza de la relación, la temática que nos vincula, la cercanía y otras variables que analizamos en este mapeo. Nuestro desafío es escuchar, entender sus expectativas y ponerlas en equilibrio con los intereses del negocio.



MODALIDADES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

EMPLEADOS	Encuesta de clima - Focus groups - Comités - Investigaciones - Convenciones - Panel de diálogo - Canales de comunicación interna
PROVEEDORES	Canales presenciales y web - Auditorías - Inspecciones - Encuentros Encuestas - Capacitaciones - Reuniones contractuales y de evaluación de desempeño
INVERSORES	Conferencias - Web - Gerencia Relaciones con Inversores
CLIENTES	Canales de comunicación web y presenciales - Investigaciones - Encuestas - Relación con órganos de defensa del consumidor
COMUNIDAD	Relación con instituciones empresarias, académicas, de la sociedad civil - Recepción y respuesta a requerimientos de la sociedad civil - Diálogos formales - Encuestas - Análisis del caso RSE en universidades
SECTOR PÚBLICO	Vínculo con entidades y organismos de Gobierno nacionales, provinciales y municipales ⁽⁸⁾
MEDIO AMBIENTE	Relación con el sector público, instituciones interempresariales, universidades y otras instituciones - Diálogo de Reporte RSE - Encuesta de materialidad

(8) Comunicación a través de Cámaras, en lo que respecta tanto a acciones regulatorias como a políticas públicas. Además, la empresa mantiene una posición apartidaria aunque construye y fortalece vínculos con autoridades locales, provinciales y nacionales, participando de los espacios generados por el sector público, siguiendo la normativa establecida en el Código de Conducta y Ética.



Diálogo sobre el Reporte de RSE 2011 con empleados y referentes de RSE y de la comunidad.

3.4.1. DIÁLOGO SOBRE EL REPORTE DE RSE 2011

En noviembre de 2012, realizamos una consulta presencial a empleados, referentes de RSE y comunidad, y a grandes clientes, para dialogar sobre la estrategia de Responsabilidad Social de Telecom Argentina y sobre el Reporte de RSE 2011. Participaron 24 invitados entre representantes externos y colaboradores.

La consulta estuvo desarrollada de acuerdo con los principios del estándar AA1000SES de la organización AccountAbility.⁽⁹⁾

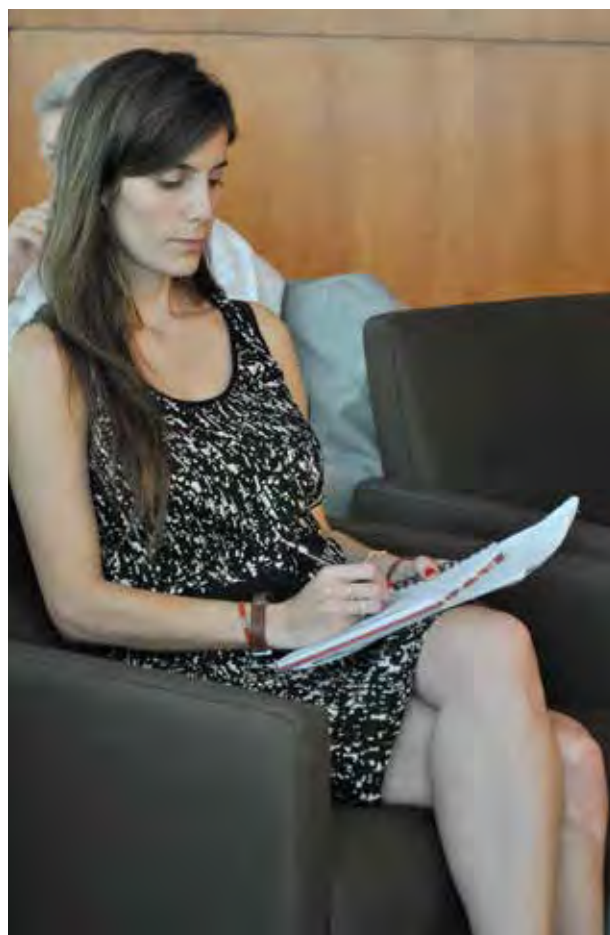
Los resultados del diálogo con los grupos de interés deben ser comunicados al Directorio y a la primera línea gerencial de la empresa. El diálogo permite desarrollar el proceso de elaboración del Reporte de RSE y la estrategia de rendición de cuentas.

"...A través del diálogo con las partes interesadas, una organización se puede beneficiar de recibir e intercambiar información directa sobre las perspectivas de aquellas. Una organización debería impulsar el diálogo con las partes interesadas para evaluar la idoneidad y eficacia del contenido, medio, frecuencia y alcance de la comunicación, de modo que pueda mejorarla si fuese necesario;..." Extracto ISO 26000:2010, sección 7.5.4.

(9) www.accountability.org



FORTALEZAS DEL REPORTE DE RSE 2011 DE TELECOM SEGÚN LOS GRUPOS DE INTERÉS

- **CLARIDAD Y LENGUAJE:** El Reporte es claro, informativo, integral. El lenguaje utilizado es correcto. El índice es claro. Es muy completo. La lectura es simple.
- **CREDIBILIDAD:** El Reporte es creíble. La revisión externa es una fortaleza; se realiza un trabajo desde adentro con los KPI (indicadores de desempeño). Es bueno mostrar los desafíos y logros, así como también algunas oportunidades de mejora.
- **SECCIONES VALORADAS:** Se destacaron el cuadro de indicadores principales y lo que se realiza con Equilibrio en Acción.
- **DISEÑO:** Ilustraciones de las portadas relacionados con los temas de cada capítulo.





Este cuadro presenta las expectativas que surgieron en relación con el Reporte 2011, y la respuesta de la empresa:

¿QUÉ NOS PIDIERON LOS GRUPOS DE INTERÉS?	¿QUÉ HICIMOS?	ESTADO DE AVANCE ►
CONTENIDOS		
Profundizar los objetivos del negocio, identificando KPI clave de RSE, y seguir su evolución.	A partir de 2011, establecimos un sistema de indicadores clave de desempeño (KPI o <i>Key Performance Indicators</i>) de sustentabilidad del Grupo Telecom, como tablero de comando de una gestión orientada al triple desempeño. Se realizó un trabajo integral con todas las áreas de la Compañía, para la sistematización y seguimiento de los indicadores. En 2012 hemos mejorado la consistencia, precisión y alcance de la información relevada.	►
Establecer nuevos objetivos, más ambiciosos a futuro, que sean no solo cualitativos sino también cuantitativos.	En 2012, por primera vez, fijamos 5 objetivos cuantitativos que apuntan a la mejora de impacto social y ambiental. En este Reporte se informan los avances obtenidos no solo en cuanto a los desafíos cualitativos sino también a los cuantitativos.	►
Incorporar información relevante sobre temas de interés público: destino final de equipos celulares, servicio de atención al cliente, etc.	En este Reporte de RSE se incluye información relacionada con el reciclado de baterías de celulares en desuso y nuestra estructura de servicio y atención al cliente. Trabajaremos para brindar en próximos Reportes otra información de interés público relacionada con nuestra industria.	►
Públicos de interés: revisar si hay otros públicos de interés en la comunidad, agregar algunos grupos críticos, separar los grupos que abarcan públicos distintos y críticos.	En el mapa de <i>Stakeholders</i> (públicos), se van desglosando grupos y subgrupos (tales como familias de empleados, instituciones del sector público). Se evaluará qué herramienta metodológica puede ser apropiada para actualizar el mapa de públicos del Grupo Telecom.	►
Incorporar temas de contexto de la industria y país donde se opera.	Se incluye síntesis del marco regulatorio, con mayor detalle en la Memoria y Estados Financieros de Telecom Argentina al 31 de diciembre de 2012, y formulario 20-F de 2012.	►
Identificar inversión de Telecom en RSE y cuantificar.	Se incluye dentro del capítulo de Desarrollo de la Comunidad, desglosado por las categorías de inversión social.	►
CREDIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN		
No expresar como fortalezas, aquellos puntos que son mejorables.	Seguiremos trabajando para mejorar nuestra rendición de cuentas en todas las cuestiones de responsabilidad social y ambiental.	►

Completar los indicadores de calidad de servicio.	La información disponible se incluye en el capítulo de Clientes y Consumidores.	
Publicar la encuesta de clima y sus resultados.	Resultados de encuesta de satisfacción y compromiso interno, incluidos en el capítulo de Capital Humano.	


LENGUAJE

Agregar un glosario de palabras técnicas y siglas, con su respectivo significado.	Al final del Reporte 2012, se incluye un glosario de términos técnicos.	
Reducir la utilización de palabras en inglés.	Se realizó una reducción del uso del inglés en todos aquellos conceptos que tuvieran una palabra alternativa en castellano.	


EXTENSIÓN




Reducir su extensión, para hacerlo más sintético.	En este Reporte de RSE buscaremos sintetizar la información presentando un Resumen Ejecutivo. Estamos analizando la viabilidad de un resumen del Reporte de RSE 2012 en versión digital.	
Realizar una versión resumida del Reporte.		

DISEÑO

Mejorar el diseño con mayor impacto gráfico y dinamismo, incluyendo infografías, gráficos.	Estamos trabajando con la Gerencia Comunicación Institucional para lograr una comunicación a medida de cada público, sin desmedro de la calidad de la información y de la rendición de cuentas. Se está trabajando en una nueva línea de diseño que incluye diferentes recursos para mostrar la información. Estamos considerando la posibilidad de preparar una versión digital para que la lectura sea más amigable y efectiva.	
Buscar un mayor equilibrio entre texto y gráfico.		
Incorporar fotos.		
Mejorar la versión digital ya que es poco amigable para su lectura.		
Armar un sitio web con utilización de multimedia, con menú desplegable por grupos de interés, o incluir el formato e-book.		

FORMATO Y DISTRIBUCIÓN

Ampliar la difusión del Reporte, tanto interna como externamente.	Entre las acciones realizadas este año para lograr una mayor difusión de nuestro Reporte de RSE se encuentra la divulgación masiva en nuestra página web y en dispositivos móviles. Se realizó difusión a través de capacitaciones a empleados y a la cadena de valor, y se buscará utilizar más los canales internos como son la TV y la radio.	
---	--	---

-  Expectativa que ya fue resuelta y se cumple con la presentación de este Reporte.
-  Expectativa cumplida parcialmente, para completar y documentar en próximos Reportes de RSE.
-  Expectativa pendiente de cumplir, un desafío a futuro de Telecom.

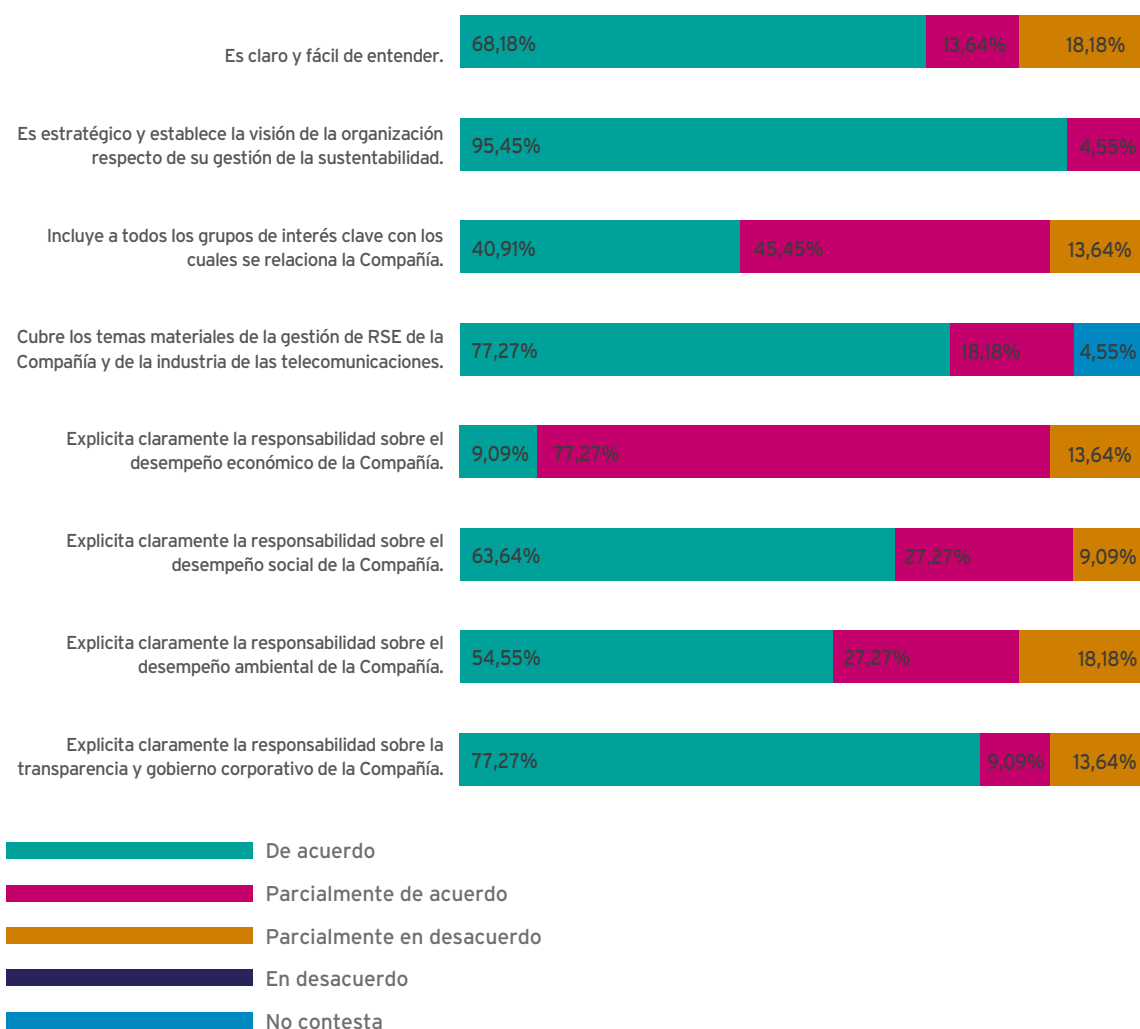
3.4.2. RECOMENDACIONES AL MODELO DE RSE Y SUSTENTABILIDAD DE TELECOM

Con el objetivo de realizar una consulta sobre el modelo de Sustentabilidad de Telecom (secciones 3.1 y 3.2), durante el Diálogo realizamos una encuesta para escuchar las opiniones de nuestros grupos de interés.

PUNTOS A DESTACAR DEL MODELO DE RSE Y SUSTENTABILIDAD:

- Es estratégico y establece la mirada de la organización acerca de la Sustentabilidad. Los invitados valoraron que existiera una declaración de este tipo.
- Cubre los temas materiales de la Compañía e industria en la que opera.
- La estrategia de inversión social privada fue una de las secciones mejor puntuadas.
- “Códigos, valores y principios” es una sección clara y con buena puntuación.

EL MODELO DE SUSTENTABILIDAD DE TELECOM



De la lectura del gráfico, se destaca positivamente el análisis de las cuestiones más relevantes que Telecom Argentina enfoca en pos de mejorar su triple desempeño (77,27%) así como la explicitación clara sobre la transparencia y el gobierno corporativo (77,27%). La explicitación clara acerca de la responsabilidad económica en el nivel 9,09% hace suponer que es importante brindar al lector la posibilidad de contar, en forma simultánea, con la Memoria y Estados Financieros junto al Reporte de RSE, de modo que se pueda apreciar en forma conjunta el desempeño económico, social y ambiental del Grupo Telecom.

“... Hay varias formas mediante las que una organización establece su credibilidad. Una de ellas es el involucramiento con las partes interesadas, que implica el diálogo con ellas, y que constituye un medio importante para aumentar la confianza en que se han comprendido los intereses e intenciones de todos los participantes. Este diálogo puede crear confianza y aumentar la credibilidad. El involucramiento con las partes interesadas puede ser la base para implicarlas en la verificación de las declaraciones que la organización haga concernientes a su desempeño. La organización y las partes interesadas pueden adoptar las medidas necesarias para que sean estas quienes revisen periódicamente, o hagan el seguimiento de aspectos del desempeño de la organización...” Extracto ISO 26000:2010, sección 7.6.1.



3.5. PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA AGENDA PÚBLICA DE RSE

CON EL FIN DE PROMOVER LA RSE Y COMPARTIR EL APRENDIZAJE EN LA MATERIA, PRESENTAMOS EL CASO DE RSE EN TELECOM EN ÁMBITOS ACADÉMICOS, ENTRE ESTOS:

- Curso internacional de RSE (Amartya y Universidad de Oslo).
- MBA de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE).
- Licenciatura en Administración, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (UBA).
- Programa Internacional para alumnos MBA de la Universidad de Marymount (EEUU), invitados por The Austral Group.
- Ecole Supérieure de Commerce de Paris (ESCP Europe), en seminario organizado por la Universidad de San Andrés.

PARTICIPAMOS ACTIVAMENTE EN:

- Cámara Argentina de Comercio - *Participación en el Consejo Directivo*
- Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA) - *Integrantes de la Comisión Directiva*
- Cámara de Sociedades Anónimas - *Participación en la Junta Ejecutiva*
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA)
- Fundación Sadosky, de Investigación y Desarrollo en TIC - *Integrantes del Consejo de Administración*
- Grupo de Fundaciones y Empresas (GDPE) - *Integrantes de la Comisión Directiva y del Consejo Estratégico Consultivo*
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina (AmCham)
- Ministerio de Industria de la Nación - *Aporte de conectividad a Internet al Programa Mi PC*
- Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas
- Red de Empresas contra el Trabajo Infantil (CONAETI)
- Red de Teletrabajo, del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social



3.6. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- Telecom Argentina ha obtenido el 7° puesto en el Premio Ciudadanía Empresaria 2012 en la modalidad **Gestión Empresaria Orientada a la Sustentabilidad (GES)**, otorgado por la Cámara de Comercio de Estados Unidos en Argentina (AmCham Argentina).
- Telecom ha sido reconocida con el premio **"Hacia una Empresa Familiarmente Responsable"** otorgado por la Fundación Proyecto Padres por el Programa Equilibrio en Acción.
- Reconocimiento de la Asociación de Padrinos y Alumnos de Escuelas Rurales (APAER) por la "colaboración desinteresada al servicio de las escuelas rurales" por parte de Telecom.
- Reconocimiento de IARSE por el apoyo continuo de Telecom.
- Premio COAS a la Solidaridad, otorgado por COAS, por el apoyo permanente de Telecom.



7° puesto en el Premio Ciudadanía Empresaria 2012 en la modalidad Gestión Empresaria Orientada a la Sustentabilidad (GES).



4 DERECHOS HUMANOS

4. DERECHOS HUMANOS

¿Cómo informamos la gestión de asuntos clave sobre Derechos Humanos según la ISO 26.000?

ASUNTOS		ACCIONES INFORMADAS	PÁGINA
Asunto 1	Debida diligencia	Inicio del ejercicio de evaluación del estado de los Derechos Humanos en Telecom	46-47
Asunto 2	Situaciones de riesgo para los derechos humanos	Inicio del ejercicio de evaluación del estado de los Derechos Humanos en Telecom	46-47
Asunto 3	Evitar la complicidad	Código de Conducta - Condiciones de Contrataciones - Auditorías - Canal de denuncias online - Auditorías a proveedores	48, 97-98, 111-112
Asunto 4	Resolución de reclamaciones	Código de Conducta -Canal de denuncias online.	97-98
Asunto 5	Discriminación y Grupos vulnerables	Productos y Servicios para grupos vulnerables - Programa Diversidad e Inclusión	48, 57-59, 123, 128
Asunto 6	Derechos Civiles y Políticos	Diálogos - Encuestas - Respeto por la libertad de expresión - Difusión pública de la RSE - Alianzas con organizaciones	33, 35, 42, 47, 48, 146-150
Asunto 7	Derechos Económicos, Sociales y Culturales	Promoción de la Educación - Prácticas laborales justas y respetuosas de las personas - Programa Diversidad e Inclusión	57-63, 160-162
Asunto 8	Principios y Derechos fundamentales en el trabajo	Igualdad de Oportunidades - reclutamiento y selección - Relaciones Laborales - Compensaciones y Beneficios - Salud y Seguridad Ocupacional - Lucha contra el Trabajo Infantil.	42, 48, 63-65, 70-71, 74-76

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre la contribución de las prácticas laborales a la Responsabilidad Social?⁽¹⁰⁾

- Los derechos humanos son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho de serlo.
- Los derechos civiles y políticos incluyen derechos tales como el derecho a la vida y a la libertad, la igualdad ante la ley y la libertad de expresión.
- Los derechos económicos, sociales y culturales incluyen el derecho al trabajo, el derecho a la alimentación, el derecho al máximo nivel alcanzable de salud, el derecho a la educación y el derecho a la seguridad social.
- Una organización tiene la responsabilidad de respetar los derechos humanos, incluso dentro de su esfera de influencia.
- Las oportunidades de una organización de apoyar los derechos humanos suelen ser mayores en sus propias operaciones y entre sus empleados.
- Una organización tendrá oportunidades de trabajar con sus proveedores, organizaciones pares u otros organizadores y la sociedad en general.

(10) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).

4.1. DIAGNÓSTICO DE DERECHOS HUMANOS

A fin de 2012, dimos inicio a un ejercicio de **evaluación de capacidades organizativas en relación con derechos humanos** con el fin de identificar, prevenir y abordar aquellos impactos reales o potenciales sobre los derechos humanos que resultan de nuestras actividades.

Este ejercicio nos permitirá conocer la dimensión real y el estado de situación de los derechos humanos en relación con nuestro negocio, lo que permitirá sentar las bases para futuros planes de acción.

Hemos utilizado una herramienta que se denomina OCAI –*Organizational Capacity Assessment Instrument* (Instrumento de evaluación de capacidades organizacionales) – que fue desarrollada por la Red Alemana de Pacto Global de Naciones Unidas. ⁽¹¹⁾

El diagnóstico resultante provee un marco para la implementación y avance de los dos principios de Pacto Mundial relacionados:

- Nº 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
- Nº 2. No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.

Algunos de los beneficios de utilizar este cuestionario como guía de auto-evaluación son los siguientes:

- Sirve como base para comenzar a conversar sobre las cuestiones de derechos humanos en el plano interno de la organización.
- Brinda un análisis de cómo la empresa se prepara para gestionar los impactos en materia de derechos humanos, y sirve de guía al siguiente nivel, para diseñar o mejorar políticas y sistemas, comprometer a grupos de interés relevantes, generar conciencia y conocimiento, mejorar la comunicación, etc.
- Permite establecer prioridades, metas y aspiraciones en la gestión de los derechos humanos, y en el desempeño acorde a la industria, tamaño, alcance geográfico y otros factores de riesgo.
- Provee una evaluación de cómo la empresa está preparada para cumplir su responsabilidad corporativa de respeto a los derechos humanos, según lo descrito en los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresa y Derechos Humanos.

Al completar el cuestionario, la Compañía constata en qué nivel de cumplimiento se encuentra desde el nivel básico hasta el nivel de promotor de los derechos humanos:



(11) Herramienta recomendada por el área de Sustentabilidad de Telecom Italia.

En Telecom Argentina, el ejercicio fue realizado por un equipo interno multidisciplinario⁽¹²⁾, que dio análisis y respuesta al cuestionario, tomando en perspectiva la relación con empleados, clientes, proveedores y la comunidad, respecto de lo siguiente:

- Derechos básicos de los empleados
- Derechos en salud y seguridad
- Derechos de privacidad de empleados y clientes
- Derechos laborales
- Derechos de acceso a servicios de telecomunicaciones
- Derechos en relación con la prestación de servicios de valor agregado y libertad de expresión
- Derecho a la no discriminación

Estimamos, a futuro, realizar un análisis comparativo con la industria a nivel global y determinar las prioridades para establecer iniciativas de mejora futuras. Los avances de este ejercicio serán comunicados en el Reporte de RSE y Sustentabilidad 2013.


(12) Cultura Organizacional, Relaciones Industriales, Abastecimiento, Asuntos Jurídicos, Unidades de Negocio, RSE.



4.2. PRÁCTICAS DE RESPETO Y PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

A modo de ejemplo, estas son algunas de las prácticas existentes hoy en el Grupo Telecom, en las que se contempla el respeto por los derechos humanos.

- **DERECHOS DE LOS EMPLEADOS.** Apoyamos y promovemos los derechos fundamentales en el trabajo (según la Organización Internacional del Trabajo -OIT-) como la libertad de asociación y la negociación colectiva; la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio; la abolición eficaz del trabajo infantil, y la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación. Impulsamos la igualdad de oportunidades sin generar ninguna clase de discriminación y capacitando en aspectos de Diversidad e Inclusión. Trabajamos junto a la CONAETI (Comisión Nacional de Erradicación del Trabajo Infantil del Ministerio de Trabajo de la Nación) en la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil. Respetamos y promovemos los derechos laborales y sindicales de los colaboradores. *Para más información ver Capítulo 5: Nuestra gestión del Capital Humano.*
- **DERECHOS HUMANOS DE LOS CLIENTES Y SOCIEDAD.** Respetamos y promovemos la libertad de expresión. Queremos escuchar y entender las expectativas de nuestros clientes y de la sociedad. Disponemos de canales de comunicación públicos, realizamos grupos focales para dialogar, y rendimos cuentas de estas consultas en nuestro Reporte de RSE y Sustentabilidad. Respetamos la privacidad de la información de las personas, haciendo un manejo responsable de los datos de nuestros clientes. Generamos concientización sobre nuestra gestión orientada a la sustentabilidad lo que incluye el respeto por los derechos humanos en el ámbito propio y en nuestra cadena de valor. A la vez, trabajamos para ofrecer productos y servicios a todos los segmentos, con el fin de incluir específicamente aquellos productos para personas con discapacidad auditiva, jubilados y grupos vulnerables. *Para más información ver Capítulo 3: Telecom y el Desarrollo Sostenible; Capítulo 8: Clientes y Consumidores y Capítulo 9: Desarrollo de la comunidad.*
- **DERECHOS HUMANOS EN LA CADENA DE VALOR.** Respetamos y promovemos la igualdad de oportunidades al momento de seleccionar a nuestros proveedores, a fin de generar oportunidades para todos. Impulsamos la toma de conciencia de aspectos de RSE con nuestra cadena de valor, siguiendo los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas que impulsan el respeto por los derechos humanos, laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Realizamos auditorías de empresas proveedoras en materia de salud, seguridad y medio ambiente como parte de nuestra gestión de sustentabilidad en la cadena de valor. Organizamos espacios de sensibilización y formación para proveedores. *Para más información ver Capítulo 7: Prácticas Justas de Operación, Sección 7.7. Trabajo con la cadena de valor.*



En diciembre de 2012, firmamos la Declaración de "Empresas comprometidas en la respuesta al VIH/SIDA" impulsada por Fundación Huésped en conjunto con ONUSIDA Argentina y con GBCHealth de los Estados Unidos. A partir de allí, se elaboró un Manual sobre VIH en el ámbito laboral para divulgación interna a los colaboradores.

4.2.1. DOCUMENTOS DE USO INTERNO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS DE DERECHOS HUMANOS

PORCENTAJE DE EMPLEADOS FORMADOS EN DERECHOS HUMANOS EN 2012:

3,16%

por Talleres de RSE y Sustentabilidad para Mandos Medios

1,97%

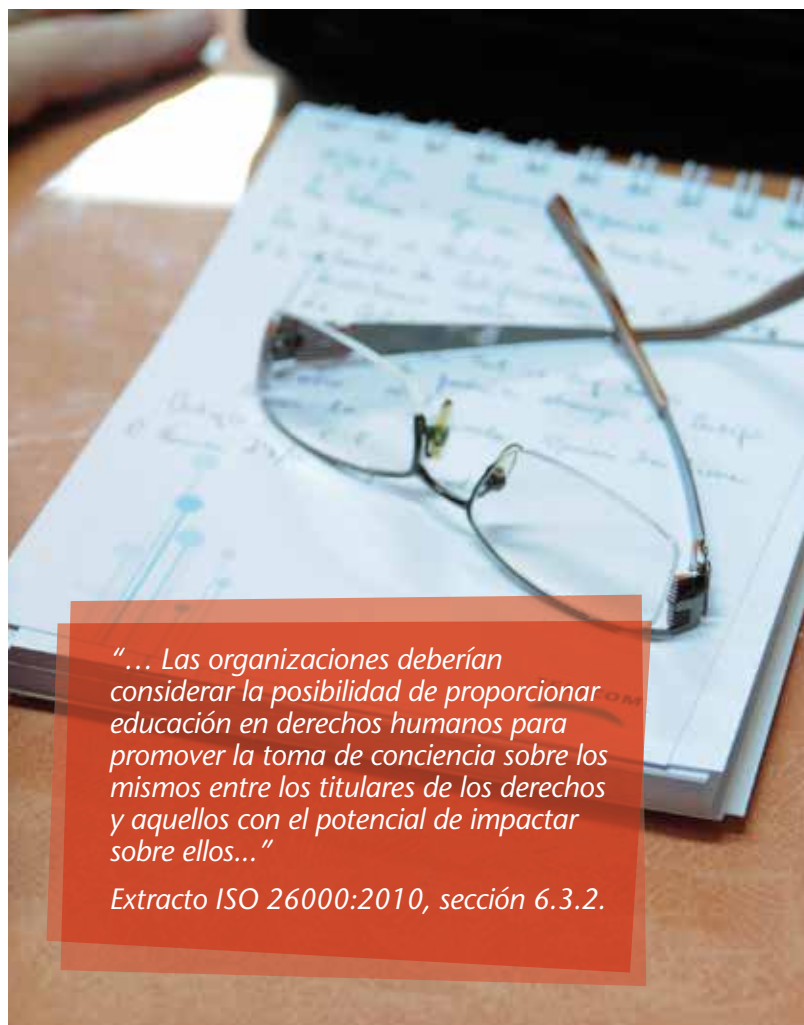
por Talleres de Diversidad e Inclusión

0,59%

por Gestión de la Diversidad

Algunos de los documentos que se utilizaron durante el ejercicio de auto-evaluación son:

- Comunicación para el Progreso del Pacto Mundial de Naciones Unidas
- Cláusulas en Condiciones Generales de Contratación (clientes y proveedores)
- Código de Ética y Conducta Empresarial
- Estándar nacional e internacional de derecho a la privacidad (clientes)
- Documentos resultantes de paneles de diálogo con los grupos de interés
- Análisis de Materialidad (temas relevantes de la industria y de Telecom)
- Contenidos de capacitaciones de RSE, y de Diversidad e Inclusión



"... Las organizaciones deberían considerar la posibilidad de proporcionar educación en derechos humanos para promover la toma de conciencia sobre los mismos entre los titulares de los derechos y aquellos con el potencial de impactar sobre ellos..."

Extracto ISO 26000:2010, sección 6.3.2.

A close-up photograph of a worker wearing a white hard hat, yellow safety glasses, and clear face shields. The worker is focused on a complex electrical panel with numerous wires and components. They are holding a blue-handled tool, possibly a pliers or wire cutters, near the bottom of the panel. The panel is red and blue, with various electrical components and wiring visible. The background is slightly blurred, showing more of the panel and some cables. The overall scene is industrial and technical.

5 NUESTRA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

5. NUESTRA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

¿Cómo informamos la gestión de asuntos clave sobre prácticas laborales según la ISO 26.000?

ASUNTOS		ACCIONES INFORMADAS	PÁGINA
Asunto 1	Trabajo y relaciones laborales	Programa Diversidad e Inclusión Reclutamiento y selección	57-59, 63
Asunto 2	Condiciones de trabajo y protección social	Equilibrio en Acción Teletrabajo Relaciones laborales Compensaciones y beneficios	59-65, 70-71
Asunto 3	Diálogo social	Comunicación con nuestros empleados Diálogo con grupos de interés	35-41, 72-73, 106-107, 109, 113, 124, 130-131, 138, 140, 142-143, 145, 146-150, 177-178
Asunto 4	Salud y seguridad ocupacional	Salud y seguridad ocupacional	74-76
Asunto 5	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	Capacitación y formación de empleados Gestión del Desempeño	65-69

Creemos que existe una clara correlación entre las acciones de responsabilidad social empresarial y el sentido de pertenencia y compromiso de nuestros colaboradores. Esa relación, a su vez, contribuye a los resultados del negocio.

Nuestra gestión del capital humano procura construir una relación sólida y confiable con nuestros clientes internos, para ofrecer prácticas alineadas a la agenda del negocio; fomentar una cultura de alto desempeño basada en un modelo de liderazgo servicial; y renovar así el compromiso, las capacidades y la cultura para ser sustentables en el siglo XXI.

Desarrollamos programas y prácticas que buscan crear un clima laboral inclusivo, diverso e innovador; atender las necesidades de los diferentes perfiles de empleados; mejorar el equilibrio vida familiar / laboral; acompañar y guiar a nuestros empleados en su desarrollo; y capacitar y evaluar en sus competencias y puestos de trabajo para incentivar su crecimiento.

En Telecom, invitamos a una gestión que incluye:

- Practicar la diversidad y la inclusión.
- Vivir con equilibrio la vida laboral y familiar.
- Generar espacios de comunicación y diálogo.
- Asegurar el reconocimiento de la representación y participación de las organizaciones de trabajadores.
- Desarrollar acciones e iniciativas a favor de la salud y seguridad de los empleados.
- Promover la formación en el lugar de trabajo y contribuir al desarrollo personal y profesional.

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre la contribución de las prácticas laborales a la Responsabilidad Social?⁽¹³⁾

- ❑ La creación de puestos de trabajo se encuentra entre las contribuciones sociales y económicas más importantes de una organización.
- ❑ El trabajo enriquecedor y productivo es un elemento esencial en el desarrollo humano.
- ❑ Los niveles de vida mejoran gracias al pleno empleo y al empleo seguro.
- ❑ Las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz.
- ❑ Esforzarse por aumentar el empleo, desarrollo profesional, promoción y progreso de los ciudadanos del país.
- ❑ Asegurar que las condiciones de trabajo cumplen las leyes y regulaciones nacionales.

(13) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).



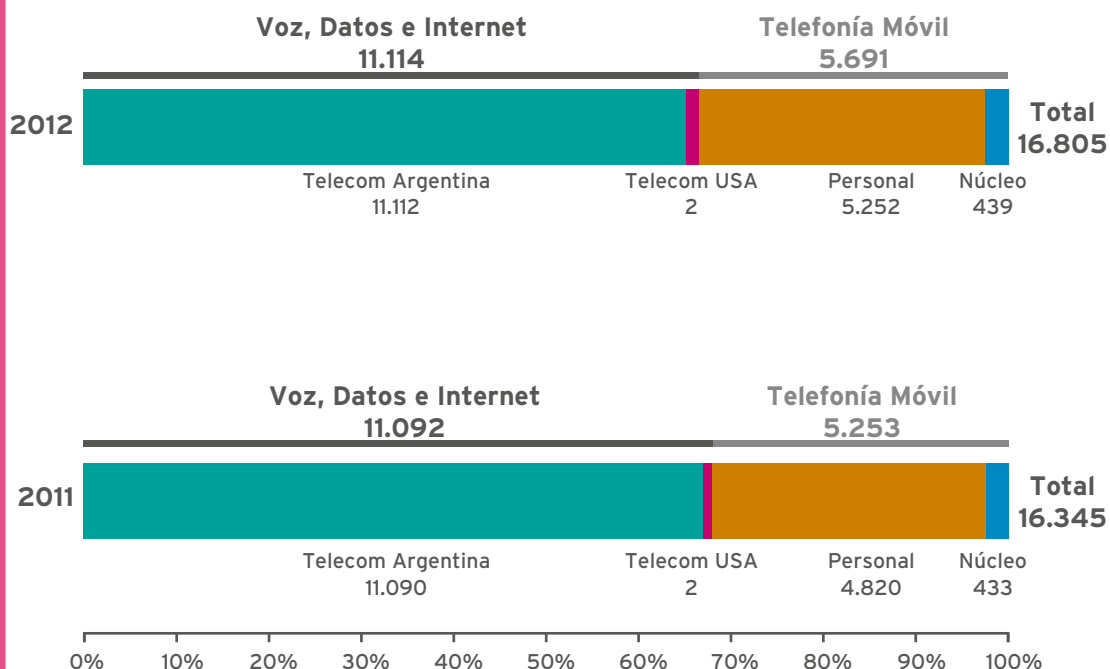
Guillermo Sachetto, empleado de Telecom, en su jornada de trabajo.

5.1. INDICADORES DE CAPITAL HUMANO

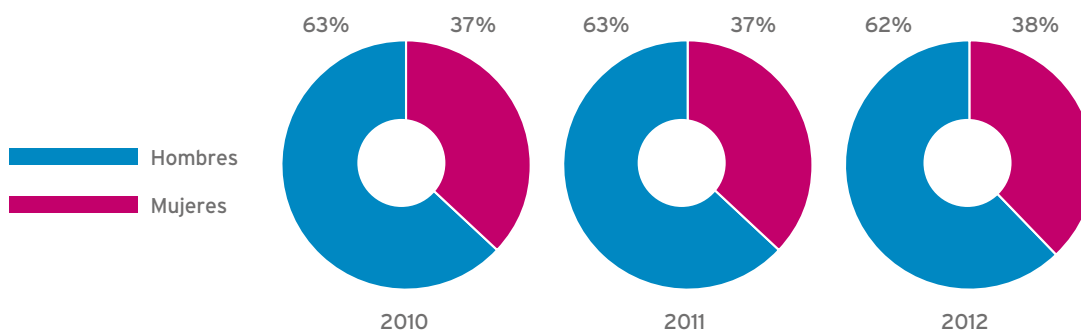
EMPLEADOS	2010	2011	2012
DATOS GENERALES			
DOTACIÓN EFECTIVA	15.629	16.345	16.805
POR TIPO DE CONTRATO			
Fuera de Convenio	5.359	5.615	3.940
Analista	3.570	3.824	2.358
Empleado	576	457	324
Especialista	212	226	224
Pasante	0	0	0
Jefe	59	36	45
Responsable	196	201	157
Secretaria	92	94	95
Supervisor	27	83	59
Otros	54	67	82
Macroestructura			
Director	32	45	42
Gerente	541	582	554
Dentro de Convenio	10.270	10.730	12.865
OTROS INDICADORES			
Cantidad de empleados incorporados	1.209	1.755	1.269
Empleados con capacidades diferentes	18	36	28



POR SEGMENTOS Y SOCIEDADES DEL GRUPO TELECOM

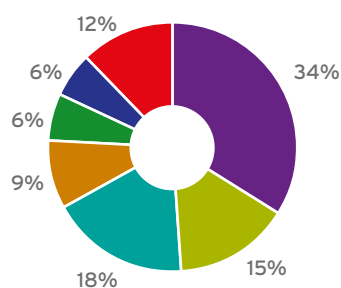


POR GÉNERO



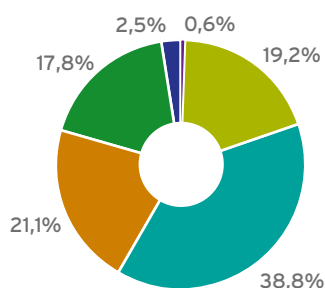
Por Género	2010	2011	2012
Mujeres	37%	37%	38%
Hombres	63%	63%	62%

POR ANTIGÜEDAD



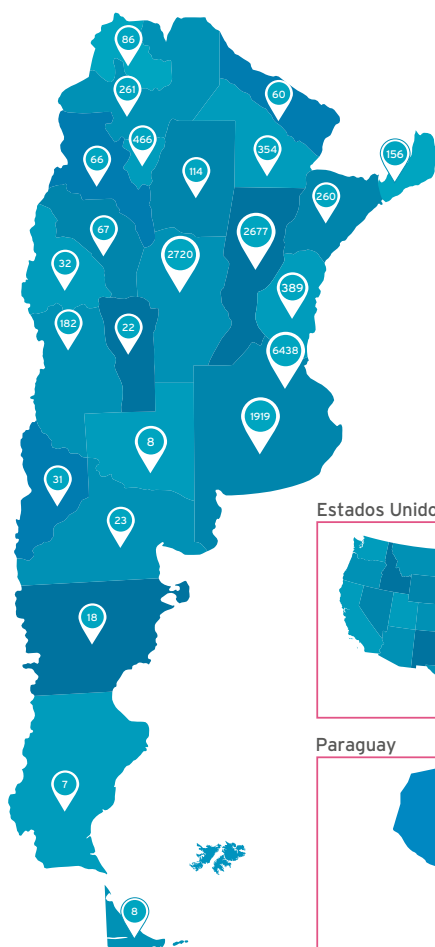
Por Antigüedad	2012
0 a 5 años	34%
6 a 10 años	15%
11 a 15 años	18%
16 a 20 años	9%
21 a 25 años	6%
26 a 30 años	6%
Más de 31 años	12%

POR EDAD

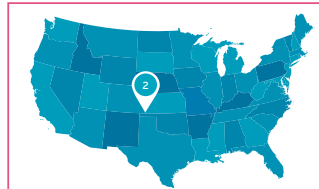


Por Edad	2012
18 a 20 años	0,6%
21 a 29 años	19,2%
30 a 39 años	38,8%
40 a 49 años	21,1%
50 a 59 años	17,8%
Más de 60 años	2,5%

POR REGIÓN



Estados Unidos



Paraguay



Por Región	2012
Buenos Aires	1.919
Capital Federal	6.438
Catamarca	66
Chaco	354
Chubut	18
Córdoba	2.720
Corrientes	260
Entre Ríos	389
Formosa	60
Jujuy	86
La Pampa	8
La Rioja	67
Mendoza	182
Misiones	156
Neuquén	31
Río Negro	23
Salta	261
San Juan	32
San Luis	22
Santa Cruz	7
Santa Fe	2.677
Santiago del Estero	114
Tierra del Fuego	8
Tucumán	466
USA	2
Paraguay	439

ROTACIÓN (*)**Categorías****2010****2011****2012**Cant. de
empleados

%Rotación

Cant. de
empleados

%Rotación

Cant. de
empleados

%Rotación

POR REGIÓN

Buenos Aires	102	6,0	102	5,4	82	4,3
Capital Federal	380	6,5	451	7,3	375	5,8
Catamarca	6	9,7	5	7,8	1	1,5
Chaco	6	1,8	16	4,7	11	3,1
Chubut	2	12,5	0	0	2	11,1
Córdoba	138	5,3	159	6	116	4,3
Corrientes	9	3,7	7	2,8	6	2,3
Entre Ríos	15	4,0	17	4,5	7	1,8
Formosa	2	3,6	0	0	3	5,0
Jujuy	1	1,3	5	6	5	5,8
La Pampa	-	-	2	22,2	2	25,0
La Rioja	1	1,5	5	7,6	-	-
Mendoza	16	9,2	17	9,8	13	7,1
Misiones	3	2,0	4	2,65	1	0,6
Neuquén	2	6,3	3	9,4	9	29,0
Río Negro	5	21,7	1	4,3	1	4,3
Salta	11	4,6	15	6	14	5,4
San Juan	2	7,4	5	15,6	3	9,4
San Luis	1	5,3	1	5	2	9,1
Santa Cruz	-	-	2	28,6	-	-
Santa Fe	122	4,7	158	5,9	103	3,8
Santiago del Estero	2	1,9	6	5,4	2	1,8
Tierra del Fuego	1	12,5	2	22,2	1	12,5
Tucumán	11	2,5	14	3,1	8	1,7
USA	1	50,0	-	-	-	-
Paraguay	42	10,1	42	9,7	43	9,8

POR SEXO

Masculino	507	5,2	394	3,8	465	4,5
Femenino	374	6,5	645	10,6	345	5,3

POR EDAD

18 a 20	5	7,5	11	8,7	9	8,9
21 a 29	305	10,2	383	11,9	265	8,2
30 a 39	310	5,0	387	6,1	311	4,8
40 a 49	92	2,6	112	3,2	114	3,2
50 a 59	95	3,7	102	3,6	80	2,7
Más de 60	74	26,9	44	13,5	31	7,4

TOTAL**881****1.039****810 (**)**

(*) Tasa de rotación calculada mediante la división entre la cantidad de empleados del Grupo que dejaron la empresa y el total de empleados al cierre de cada año calendario.

(**) Del total de bajas producidas durante 2012, el 43% fue por renuncias, el resto se dividió entre acuerdos conciliatorios, despidos con y sin causa, fallecimientos y jubilaciones. Las renuncias producidas tuvieron una antigüedad promedio de 3,25 años, mientras que el resto de las desvinculaciones contaba con una antigüedad promedio de 12,85 años. Además, el 8,5% correspondió a personal jerárquico.

5.2. PROGRAMA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Con el objetivo de impulsar, desarrollar y asegurar la igualdad de oportunidades en nuestra organización, contamos con un Comité de Diversidad e Inclusión compuesto por 25 integrantes de las diferentes unidades de negocio de la Compañía. Los miembros de dicho Comité tienen como responsabilidad ser los referentes internos en la temática, convertirse en agentes de cambio, evaluar y comprender los escenarios que, configurados por la Diversidad, podría enfrentar la Compañía, y participar activamente en el subcomité de su interés.

Durante 2012, el Comité se reunió en 7 oportunidades, donde se presentaron los lineamientos del año, los avances del Programa y donde se trabajó en temas relacionados con el eje Género. Además realizamos un encuentro en el que participó Nuria Chinchilla, especialista española en temas de género y concientización; contamos en dicha oportunidad con la participación de directores de la Compañía. Además, los miembros del Comité asistieron al Encuentro Anual de Intercambio y a los encuentros de capacitación propuestos por el Comité de Gestión del Programa.

Este Programa continuó contando con el apoyo de la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA), organización que aporta una visión global de la temática. En diciembre de 2011 dicha institución realizó una auditoría de la gestión de Diversidad de la Compañía, cuyos resultados y recomendaciones fueron incorporados y considerados en las acciones realizadas durante este año.



AVANCES EN LOS EJES DE ACCIÓN

GÉNERO

Con el fin de analizar los impulsores y frenos en materia de género en la Compañía, organizamos 3 focus groups con Gerentes de primer y segundo reporte. Posteriormente, realizamos 8 encuentros destinados a Gerentes de primer y segundo reporte, denominados *Women's Break*, en los que se invitó a participar a las colaboradoras que habían sido convocadas a los focus groups y a otras integrantes de la Compañía para compartir y debatir los resultados obtenidos y generar un espacio de intercambio con el fin de reflexionar sobre las condiciones organizacionales y culturales relacionadas con las oportunidades de carrera. La convocatoria fue realizada por la Gerencia de Cultura Organizacional.

Además, en noviembre de 2012, 20 mujeres participaron del Mentoring Walk, una caminata de mentoreo organizada por la Fundación Vital Voices simultáneamente en diferentes países y comunidades. En este intercambio, las mujeres mentoras impulsan el crecimiento de las jóvenes líderes, comparten su experiencia y muestran perspectivas de crecimiento.

CONCIENTIZACIÓN

En el marco de la Universidad Telecom se dictó un curso de Diversidad e Inclusión en la Escuela de Analistas. Este fue dictado por facilitadores de DAIA y se incluyeron temas de diversidad generacional, de género y en relación con capacidades especiales. Participaron 322 analistas.

A su vez, se realizó el Taller de Gestión de la Diversidad, desarrollado en conjunto con el Centro Ana Frank Argentina, con el objetivo de reflexionar sobre la convivencia en la diversidad, identificar experiencias personales y de la gestión de los gerentes y generar un espacio de intercambio para pensar los conceptos de colaboración, relaciones efectivas en la diversidad y construcción de mejores condiciones de convivencia en la organización.

Se realizaron 10 encuentros durante 2012 en el que participaron 96 personas con un total de 768 horas de formación, lo que representa al 0,59% de la dotación.

Además, convocamos a los colaboradores al Workshop Diálogo en la Oscuridad que se realiza en Ciudad Cultural Konex, que consiste en un recorrido en completa oscuridad a través de diferentes escenarios que reproducen situaciones de la vida cotidiana, lo que permitió vivir así una experiencia desafiante y movilizadora. Más de 200 empleados participaron de 11 talleres.

CAPACIDADES ESPECIALES

Junto a La Usina Asociación Civil realizamos entrevistas a los colaboradores con discapacidad y talleres para selectores de personal. A diciembre de 2012 se realizaron 18 entrevistas. Actualmente contamos con 28 empleados con capacidades especiales.

FAMILIA

Trabajamos junto a la Casa de Anna Frank y colaboradores que son padres y madres en talleres sobre *Bullying* y *Cyberbullying*. *Bullying* significa "acoso", un acto que daña deliberadamente a otra persona, de manera física o psicológica. Sus modos son varios: acosar, molestar, excluir, denigrar, hostigar, humillar, agredir físicamente o verbalmente a alguien. *Cyberbullying* es el acoso que se expande "viralmente" por medios virtuales (redes sociales, e-mails, mensajes telefónicos) y puede humillar de modo masivo y anónimo a una o más personas. Se realizaron

3 talleres sobre la temática, con la participación de los colaboradores y sus esposos/as.

GENERACIONES

Se realizaron focus groups para indagar la percepción que tienen los colaboradores sobre la conciliación vida personal-vida laboral en las diferentes generaciones.

INDICADORES DE LICENCIA POR MATERNIDAD Y PATERNIDAD 2012

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Número de personas que tomaron una licencia durante el año.	351	562	913
Número de personas que tomaron una licencia durante el año y han vuelto a trabajar.	346	549	895

Nota: Las 18 personas restantes egresaron de la Compañía.

5.3. EQUILIBRIO EN ACCIÓN

Este año continuamos fortaleciendo nuestro Programa Equilibrio en Acción, cuyo objetivo es promover el equilibrio entre la vida familiar y laboral de los colaboradores, de manera de elevar su nivel de motivación y compromiso con la Compañía.

Equilibrio en Acción cuenta con 48 Embajadores que tienen como función clave ser los multiplicadores del Programa, acompañando en la implementación de las acciones, difundiendo las características y beneficios de las iniciativas, respondiendo a las consultas de los colaboradores y siendo el punto de contacto con la Dirección del Programa. Para ello se seleccionan personas representativas del Grupo Telecom, según edad, género, ubicación geográfica, años en la Compañía, entre otros. Con los Embajadores se realizaron acciones de sensibilización en relación con diferentes temáticas asociadas a las iniciativas a implementar.

Gracias a este Programa fuimos reconocidos con el premio "Hacia una Empresa Familiarmente Responsable" otorgado por la Fundación Proyecto Padres.

9 NUEVAS INICIATIVAS EN 2012

- Viernes flexible
- Horario flexible
- Portal de Equilibrio en Acción
- Maternity Coaching
- Counselling
- Vivir Tranquilo
- Orientación Vocacional
- Encuestas Focalizadas
- Buenas prácticas de ADN

En febrero de 2013 se realizó la auditoría correspondiente a la gestión 2012, y se logró la Certificación Work & Life Balance emitida por el Instituto Europeo de Capital Social con sede en Alemania.

DETALLE DE LAS INICIATIVAS:

PORTAL DE EQUILIBRIO EN ACCIÓN: Consiste en información sobre Equilibrio en Acción disponible en la Intranet para la consulta de todos los empleados.

MATERNITY COACHING: Programa de Coaching para madres recientes para ayudarlas a asumir los retos de la conciliación vida laboral-familiar.

COUNSELLING: Asesoramiento para acompañar momentos clave en la conciliación de la vida personal, que pueden surgir en la última etapa de la vida profesional de los colaboradores. El público objetivo de la iniciativa son los colaboradores que están próximos a pre jubilarse o a jubilarse.

VIVIR TRANQUILO: Es un servicio de asistencia integral proporcionado por Europ Assistance, pensado para dar soluciones a problemas cotidianos vinculados con asistencia al hogar, al vehículo y ante situaciones de robo.

ORIENTACIÓN VOCACIONAL: La iniciativa consiste en brindar a los hijos de los empleados visitas a áreas específicas de la empresa para observar la dinámica de la profesión en la cual desean desarrollarse profesionalmente. Cada uno de los hijos que visita la empresa cuenta con un tutor que lo acompaña durante su estadía.

ENCUESTAS FOCALIZADAS: En 2012 se realizaron encuestas exhaustivas a tres iniciativas que componen el Programa para implementar mejoras en su utilización.

BUENAS PRÁCTICAS DE ADN: Consiste en la difusión de buenas prácticas correspondientes a: mailing, meeting, protección de la información, uso del celular y redes sociales.

TRABAJO DIGNO SIN VIOLENCIA LABORAL: En septiembre de 2012, Telecom Argentina suscribió un Acta Compromiso junto con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social sobre Trabajo Digno sin Violencia Laboral. Desde sus inicios Telecom Argentina ha procurado establecer políticas tendientes a garantizar la protección del trabajador y a procurar condiciones dignas de trabajo. La firma del acuerdo afianza los criterios empresariales en tal sentido y se encuentra enmarcado en nuestro Programa de Equilibrio en Acción.

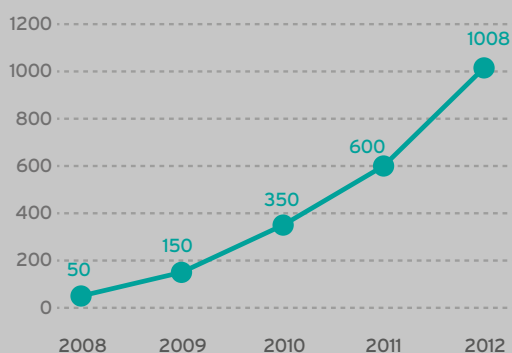


5.4. TELETRABAJO

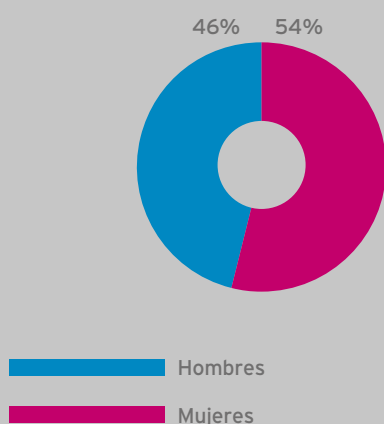
En Telecom desarrollamos, desde 2008, el Teletrabajo dentro de nuestra organización, como parte de nuestra participación en el Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (PROPET). De esta manera, buscamos contribuir al equilibrio entre la vida personal y laboral de los empleados, al cuidado del medio ambiente en acciones medibles por la huella de carbono, a la integración de segmentos con capacidades especiales y al ofrecimiento de nuevos servicios a nuestros grandes clientes.

EL PROGRAMA TELETRABAJO SE DESARROLLA DENTRO DEL MARCO ESTABLECIDO POR EL MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL DE LA NACIÓN (MTEYSS). ALCANZA A 1.008 EMPLEADOS DE TELECOM AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012.⁽¹⁴⁾

EMPLEADOS CON TELETRABAJO



TELETRABAJADORES SEGÚN GÉNERO



¿Qué empleados participan del Programa?

Trabajadores dentro y fuera de convenio, incluyendo a las siguientes organizaciones: Federación de Obreros y Empleados de Telecomunicaciones (FOETRA Buenos Aires), la Federación de Organizaciones del Personal de Supervisión y Técnicos Telefónicos Argentinos (FOPSTTA), la Unión del Personal Jerárquico de Empresas de Telecomunicaciones de la República Argentina (UPJET) y la Federación Argentina de Telecomunicaciones (FATEL).

¿Qué alcance tiene el Teletrabajo en Telecom?

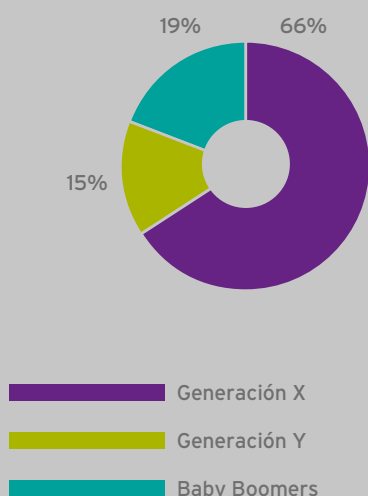
Actualmente alcanza a 1.008 empleados de 4 Unidades (Fija, Móvil, Red y Wholesale), 9 Direcciones y más de 300 gerencias de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Chaco, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, Santa Fe y Tucumán.

¿Cómo participamos en la Red de Teletrabajo?

Somos miembros fundadores de la Red de Teletrabajo, cuyo objetivo es dar impulso a esta práctica en la Argentina. En 2011 se lanzó el Observatorio Tripartito de Teletrabajo (OTT), con el fin de difundir esta modalidad de trabajo como una herramienta de mejora de la empleabilidad, fortaleciendo los programas de

(14) Corresponde al total de puestos de teletrabajo implementados desde su inicio hasta la fecha de corte.

TELETRABAJADORES SEGÚN GENERACIÓN

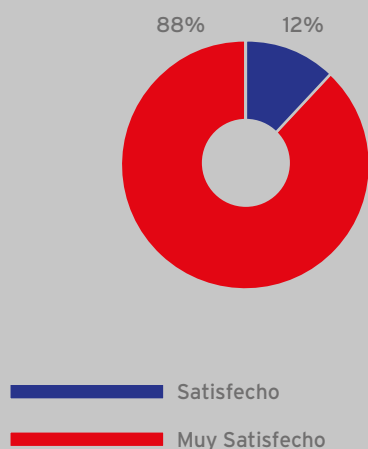


Baby boomers: Se refiere a las personas que nacieron durante el Baby Boom (explosión de natalidad), que sucedió en algunos países anglosajones en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y 1960.

Generación X: Incluye desde las personas nacidas a mediados o finales de los años 60 hasta aquellos nacidos a principios de los 80.

Generación Y: Incluye a las personas nacidas entre 1981 y 1997.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL



certificación de competencias, formación y capacitación en dicha modalidad. Asimismo se cuenta con un Manual de Buenas Prácticas en Teletrabajo para promover su práctica en un contexto adecuado desde el punto de vista regulatorio, de la salud, la seguridad, la privacidad, la confidencialidad, el cuidado del medio ambiente y las condiciones laborales del teletrabajo.

¿Cómo difundimos nuestra experiencia con el Teletrabajo?

- Compartimos nuestra experiencia con clientes como PwC, Danone, Adidas, Fundación CENIT, entre otros, con el acompañamiento del área de Grandes Clientes. Junto con Cisco, implementamos la primera solución de Teletrabajo para el sector público, en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.
- Participamos exponiendo el proyecto en eventos: 1ª Feria Internacional de Teletrabajo (Bogotá, Colombia); Seminario Derecho del trabajo comparado / Diritto Comparato del Lavoro (realizado en Telecom con la participación del Centro de Estudios Marco Biagi de la Universidad de Módena, Italia); Congreso del Derecho y Relaciones de Trabajo (Asociación de Relaciones del Trabajo de la República Argentina); Jornada Mujeres Ingenieras (Centro Argentino de Ingenieros); Jornada Internacional de Teletrabajo en UPJET; Propuestas del Primer Observatorio Tripartito de Teletrabajo (OTT) para la Negociación Colectiva en FOETRA BSAS; Benchmark con PwC, Danone, Adidas, Fundación CENIT; Jornada sobre Violencia Laboral a través de las TIC: el ciber-acoso (MTEYSS); entrevista sobre Discapacidad con The Trust for the Americas en conjunto con el MTEYSS, Observatorio Tripartito de Teletrabajo, Encuentro de Graduados de la Universidad de San Andrés; Entrega de Certificación de Competencias para el Rol genérico en Teletrabajo (MTEYSS); 2º Congreso Internacional de Relaciones de Trabajo en la Universidad de Buenos Aires y el 1º Seminario Internacional de la Universidad de Lanús.
- Brindamos entrevistas periodísticas sobre la temática en los siguientes medios: Apertura, Diario La Voz del Interior, La Nación y Radio Cultura.

OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2012	
OBJETIVO	Empleados con contrato de Teletrabajo
UNIDAD DE MEDIDA	Nº
OBJETIVO 2012	810
REAL 2012	1.008
<p>Cumplimos y superamos el objetivo propuesto, con 1.008 empleados en Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Chaco, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, Santa Fe y Tucumán.</p>	



5.5. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Actualmente nuestro reclutamiento se realiza en forma mixta, alternando entre consultoras y selectores propios, y alcanza un 30% y 70% de los ingresos respectivamente. Durante 2012 diversificamos y optimizamos nuestras herramientas de búsqueda de perfiles externos, para lo cual continuamos con la utilización de herramientas de redes sociales externas para la atracción de perfiles requeridos por la Compañía. Contamos con la colaboración de diversas universidades para la captación de estudiantes en los últimos años de la carrera o graduados recientes y una base propia de perfiles externos. También contamos con un software integral de empleos que nos permite gestionar de manera más eficiente la búsqueda y selección de candidatos.

AVANCES SOBRE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN EN NÚCLEO (PARAGUAY).

La principal fuente de reclutamiento y selección es la base de datos de Núcleo. Además acudimos a referidos y consultoras que prestan servicio a la Compañía y, eventualmente, trabajamos con publicaciones en periódicos.

5.6. RELACIONES LABORALES

En el transcurso de 2012, las organizaciones gremiales FOESITRA, FATEL, FOPSTTA y UPJET continuaron nucleadas en la Mesa de Unidad Sindical de las Telecomunicaciones (M.U.S.), con la cual se llevó a cabo la negociación paritaria anual en julio, que culminó con la firma de acuerdos salariales y de otras condiciones para la telefonía básica y call center. En cuanto al personal convencionado de Telecom Personal, permanecen representados por la F.A.E.C.yS., y resultan aplicables sus respectivos acuerdos.

De la misma forma, con las organizaciones mencionadas y a través de la revisión conjunta de puestos y funciones, en un espacio de diálogo y concertación, se amplió la representación de las mismas, encuadrándose a un total de 1.500 colaboradores en los convenios colectivos telefónicos. Asimismo, se reconoció la representación del Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicaciones (CEPETEL), institución con la que se continúan tratando distintas condiciones convencionales, respecto de 300 empleados.

En enero de 2012, arribamos a la firma de un Acuerdo Marco con el Fondo Compensador para Jubilados y Pensionados Telefónicos, que permitió resolver conjuntamente cuestiones litigiosas en relación con los aportes y contribuciones que recibe esta entidad.

Vale destacar que Telecom Argentina propicia el diálogo constante con todas las entidades, lo que constituye un mecanismo esencial de relacionamiento entre ambas partes. Se busca generar espacios de concertación, en un contexto de confianza e interacción, apoyando la representación de todos nuestros sectores y fomentando los canales de comunicación. En este marco, las reuniones que se celebran con las organizaciones sindicales responden no solo a la dinámica propia de las necesidades cotidianas, sino también al diálogo sobre distintos aspectos estratégicos de la evolución del negocio.

Con respecto a temas de salud y seguridad laboral, continúan vigentes los acuerdos con diferentes sindicatos sobre las condiciones y ambiente de trabajo en tareas de telegestión, trabajo en altura, evacuación de edificios en emergencias, trabajo en cámaras subterráneas y elementos de protección personal, entre otros.

Por último, en los convenios colectivos del personal de base se establece que, ante innovaciones tecnológicas que puedan impactar en la dotación de la Compañía, ésta adoptará las medidas para disponer de las vacantes y cursos de capacitación necesarios que permitan efectuar reubicaciones y/o traslados, debiéndose notificar a la entidad gremial con cuatro meses de anticipación.



REPRESENTACIÓN SINDICAL DE EMPLEADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012 ^(a)

Segmento del negocio	Compañía	Tipo de contrato	Cantidad de empleados	% por tipo de contrato
Servicios Fijos	Telecom Argentina S.A.	Fuera de Convenio ^(b)	1.171	10,54%
		Dentro de Convenio ^(c)	9.941	89,46%
	Telecom USA	Fuera de Convenio ^(b)	2	100,00%
Servicios Móviles	Telecom Personal S.A.	Fuera de Convenio ^(b)	2.328	44,33%
		Dentro de Convenio ^(d)	2.924	55,67%
	Núcleo	Fuera de Convenio ^(b)	439	100,00%

(a) La presente información no incluye los 3 empleados temporales y/o eventuales.

(b) Incluye macroestructura.

(c) Representados por FATEL, FOESITRA (Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina), FOPSTTA, UPJET y CEPETEL.

(d) Representados por la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (FAECYS) y la Federación Única de Viajantes de la República Argentina (FUVA).

Para mayor información sobre las relaciones laborales ver la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2012.

5.7. CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DE EMPLEADOS

En 2011 inauguramos la Universidad Corporativa Telecom, con el objetivo de establecer una visión estratégica y central para el aprendizaje dentro de la organización. La Universidad cuenta con 19 escuelas, diseñadas para abordar integralmente las necesidades de capacitación de nuestros colaboradores. Con este propósito invertimos más de 13 millones de pesos en actividades de formación. En este marco se llevaron a cabo las siguientes actividades:

BIENVENIDOS AL GRUPO TELECOM

Continuamos con el 7º año de las Jornadas de Inducción a la empresa, que proporciona a los ingresantes la información necesaria para acompañar su adaptación y orientación en la Compañía. Se lleva a cabo en Buenos Aires, Rosario (para Región Litoral) y Córdoba (para Región Mediterránea). Este año participaron 372 colaboradores con un total de 2.976 horas de formación.

ÁREA DE FORMACIÓN EN MANAGEMENT

- **ACTUALIZACIÓN GERENCIAL:** Continuamos dictando la primera y segunda fase del ciclo, y además lanzamos la Fase 3 de este Programa, que incluyó los módulos: "Gestión del Cambio", "Toma de Decisiones" y "Oratoria". De esta forma se obtuvo la primera camada de egresados del programa. También se lanzó el módulo "Diversidad" como parte de la formación para Altos Directivos. Participaron 8 directores y 114 gerentes.
- **PROGRAMA DE RELACIONES LABORALES:** Tanto los gerentes como los Mandos Medios cursaron la 4ta edición de este Programa, una formación en aquellos aspectos relativos a

negociaciones y al sistema de relaciones laborales, que consta de 80 horas cátedra. En esta oportunidad se convocó a más de 70 postulantes.

- **PROGRAMA DE MANDOS MEDIOS:** Agregamos Talleres sobre Gestión del Desempeño con el objetivo de comprender dicho proceso como uno conversacional. Dictamos los módulos de Liderazgo en Seguridad y Talleres de RSE y Sustentabilidad en los que participaron gerentes y responsables. Además, incluimos los primeros Talleres de Inteligencia Emocional en Situaciones Conflictivas.

En los Talleres de RSE y Sustentabilidad participaron 517 personas, con un total de 1.814,50 horas de formación. Esta cantidad de participantes representa el 3,16% de la dotación.

ÁREAS DE FORMACIÓN GENERAL / TRANSVERSAL

- **PROGRAMA DE INTELIGENCIA DEL NEGOCIO II:** Se realizaron 2 fases de este Programa, y en el segundo semestre dictamos la primera parte de este mismo programa.
- **ESCUELA DE ANALISTAS:** Está destinada a todos los analistas de la Compañía, con nuevas imparticiones de los módulos "Metodología de Análisis" y "Visión Global del Negocio", además de lo cual agregamos el módulo "Presentaciones Efectivas". Se registraron más de 6.000 participaciones y más de 35.000 horas totales de formación. También se realizó el curso de "Presentaciones Efectivas" para empleados no analistas.
- **TALLERES SOBRE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN:** Los analistas participaron de este taller con el objetivo de profundizar la concientización y sensibilización sobre la temática. Incluyó los siguientes temas: Hacia un concepto de diversidad y su gestión organizacional, Diversidad y generaciones, Diversidad y género, Diversidad y la discapacidad. El contenido se dictó en 2 formatos: presencial y *e-learning* a 322 personas, un 1,97% del total de la dotación, superando las 2.500 horas de formación en la temática. Además se realizaron dos talleres de sensibilización y capacitación dirigidos a líderes de cliente sobre "Discapacidad y Empleo". Complementariamente, implementamos el módulo de *e-learning*: "Hacia un concepto de diversidad y su gestión organizacional".
- **PROGRAMA DE REGULACIÓN Y NEGOCIOS:** Se llevó a cabo la segunda edición del Programa para distintas áreas de la Compañía, con 25 participantes.
- **DERECHO SOCIETARIO Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA:** Se realizaron 2 jornadas dentro de la Compañía a distintos grupos de empleados, con la participación de 110 personas y un total de 880 horas de formación. Entre los temas tratados se encontraron: Gobierno societario; Defensa de la Competencia; Conductas no permitidas y conflicto de intereses; Relaciones de negocios con la comunidad y trato justo, no discriminatorio; Calidad, uso y protección de la información de la Sociedad; Tratamiento sobre los regalos recibidos y entregados a clientes y proveedores; Tratamiento de denuncias a toda conducta ilícita o antiética; Dispensas al cumplimiento del Código de Conducta y Ética y sanciones por su incumplimiento. El porcentaje de empleados formados fue del 0,67%.
- **ESCUELA DE FORMADORES:** Proporciona herramientas pedagógicas para garantizar la transmisión de conocimientos en forma adecuada y está destinada a aquellas áreas que realizan actividades de entrenamiento y a aquellos colaboradores que eventualmente dictan un curso. Los módulos desarrollados son: "Diseño de actividades", "Metodologías Innovadoras", "Herramientas de Enseñanza" y "Aprendizaje en Adultos". Registramos más de 400 participantes.
- **NEGOCIACIÓN EFECTIVA:** Se realizaron dictados de este curso que cuenta con metodología Harvard, en los niveles inicial y avanzado en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba y Rosario, alcanzando a aproximadamente 300 colaboradores de todas las áreas.
- **CURSO DE GESTIÓN POR PROYECTOS:** Se inició el dictado de esta primera actividad formativa desarrollada íntegramente por colaboradores del Grupo Telecom. Los facilitadores están certificados en *Project Management Institute* (PMI) y el objetivo del curso es difundir y unificar esta metodología en todas las unidades de negocio.
- **INFORMÁTICA:** Se dictaron las principales temáticas de Office incluyendo Access, Excel, PowerPoint y Project en sus distintos niveles, tanto en Buenos Aires como en Rosario y Córdoba, en forma presencial.

- **FORMACIÓN EN IDIOMAS:** Llevamos a cabo las instancias de capacitación en idiomas italiano, inglés y español. Actualmente nos encontramos implementando la sistematización del registro de asistencia online a los cursos. Además, hemos implementado la Evaluación de Nivel 3 que mide la transferencia y aplicabilidad de los cursos al cabo de un semestre con el objetivo de definir las acciones necesarias.

ÁREA DE FORMACIÓN COMERCIAL

Se dictaron los cursos correspondientes a:

- **ESCUELA DE VENTAS FIJA Y MÓVIL:** Dictamos diversos cursos relacionados a la metodología *Customer Operations Performance Center (COPC)*.
- **ESCUELA DE MARKETING DE LA UNIDAD FIJA.**
- **ESCUELA DE MARKETING MÓVIL.**
- **ESCUELAS DE CUSTOMER FIJA Y MÓVIL:** Incorporamos capacitación en Six Sigma y Técnicas Lean.

ÁREA DE FORMACIÓN EN TECNOLOGÍA

- **PROGRAMA DE ACREDITACIÓN DE SABERES TÉCNICOS:** Este Programa busca contribuir con la profesionalización de nuestro personal técnico operativo de la Unidad Red. La iniciativa forma parte del proyecto de certificaciones profesionales del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, y cuenta con el aval académico del ITBA. Este año se tomaron exámenes en diferentes plazas del país. A los más de 650 revisadores acreditados con diploma, este año se agregó la acreditación de la población comprendida en la especialidad “Empalmadores” para más de 300 personas.
- **TECNOLOGÍA Y SISTEMAS:** Iniciamos esta capacitación dictada por partes oficiales de las principales tecnologías como Oracle, Cisco, SUN, Red Ha, Microsoft, Linux, entre otras, con impacto en la Unidad Red, Unidad Fija, Unidad Móvil y Corporativo. Participaron de este programa 148 empleados.

ÁREA DE FORMACIÓN EN ESPECIALIDADES

- **ESCUELA DE CAPITAL HUMANO:** Iniciamos esta Escuela trabajando en equipos que atienden diferentes unidades de negocio en el desarrollo y fortalecimiento de competencias y habilidades relacionadas con la comunicación, el manejo de situaciones complejas y el *coaching*, entre otras.

ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

- **SEMINARIO DE DERECHO COMPARADO:** Desde Capital Humano se acompañó a la Gerencia de Relaciones Industriales en el diseño de la actividad en colaboración con ADAPT-ARTRA y con el patrocinio de la embajada de Italia. El seminario fue dictado por integrantes de dicha Gerencia y reconocidos profesores de la Universidad de Módena.

FORMACIÓN EN MEDIO AMBIENTE

- **TALLERES SOBRE MEDIO AMBIENTE:** Organizado entre Capital Humano y Riesgos del Trabajo, el foco estuvo puesto en dos aspectos: conciencia ambiental y contención de derrames. Participaron de estos cursos más de 2.000 colaboradores en más de 4.000 horas de capacitación.

AVANCES SOBRE CAPACITACIÓN EN NÚCLEO (PARAGUAY).

El objetivo del plan de capacitación desarrollado este año fue acompañar el negocio, contribuyendo al desarrollo profesional y potenciando las habilidades personales de los colaboradores, para fortalecer las competencias y proporcionar las herramientas necesarias. El programa se divide en 3 áreas: Programas de Inducción, Programas de Capacitación Interna y Programa de Capacitación Externa, este último enfocado en el desarrollo de habilidades técnicas, de gestión y actividades de actualización (programas abiertos en el mercado local o externo). En 2013 iniciaremos la implementación de la Universidad Corporativa Telecom.

INDICADORES DE CAPACITACIÓN(*)	2010	2011	2012
Participaciones de empleados en capacitación	22.545	21.320	63.568
Horas de formación	151.483	240.056	325.852
Número de horas totales de capacitación per cápita	-	14,68	19,39

(*) A partir de 2011 los indicadores incluyen Núcleo, a diferencia de los años anteriores. En 2011 las horas de formación incluyen 1.259 horas brindadas a terceros.

CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA	Total empleados		Horas de formación		Horas promedio	
PROFESIONAL	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Gerentes y Directores	627	596	6.693	19.868	10,67	33,34
Personal dentro y fuera de convenio	15.718	16.209	233.362	305.984	14,85	18,88



Empleados de la Unidad Red recibiendo el diploma del Programa de Acreditación de Saberes Técnicos.

POTENCIANDO EL DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS

El Programa Pool de Talentos tiene como objetivo principal identificar a aquellos colaboradores con un potencial destacado en grandes condiciones que permitan a la Compañía sostener el negocio a lo largo del tiempo. Durante 2012 más de 175 personas han pasado por actividades de evaluación individual o *assessment center* en todos los niveles de la Compañía.

En este contexto, el programa de definición de cuadros de reemplazo busca garantizar la continuidad del negocio mediante la identificación de los futuros líderes de la Compañía en posiciones relevantes para el negocio. Este año se llevó a cabo el proceso de definición de cuadros de reemplazo en las direcciones de Unidad Fija, Móvil y Corporativo con el objetivo de continuar este proceso en 2013 en todas las direcciones de la Compañía, y se obtuvieron inputs críticos para la confección de planes de autodesarrollo por posiciones críticas.

5.8. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Con el fin de acompañar a nuestros empleados en el desarrollo de su plan de carrera y maximizar su contribución a la Compañía, contamos con el Modelo de Gestión del Desempeño. Dicho proceso cuenta con instancias de fijación de objetivos anuales del colaborador junto a su jefe, un monitoreo de avance y una evaluación final al terminar el año. En 2012 trabajamos en la mejora del aplicativo de Gestión del Desempeño para hacerlo más ágil, con mayor orientación a su utilización, incorporando capacidad de registrar el feedback entre jefe y colaborador durante el año. El aplicativo respeta la esencia del modelo pero busca mayor sencillez y dinamismo.

Este proceso abarca a todo el personal fuera de convenio y a aquellos empleados dentro de convenio que pertenezcan a los sindicatos de Comercio, Viajantes, FOPSTTA, UPJET y CEPETEL. A nivel Compañía representan aproximadamente el 41,6% del total de la plantilla.

Durante el año llevamos a cabo actividades de capacitación de las cuales participaron 59 líderes de cliente y 240 gerentes de segundo nivel de reporte. Además, se desarrolló un instructivo que se encuentra disponible en Neoportal.



5.9. COMPENSACIONES Y BENEFICIOS

Durante el año llevamos a cabo los siguientes acuerdos y ajustes salariales:

- **COLABORADORES FUERA DE CONVENIO HASTA EL NIVEL DE ANALISTAS:** Dispusimos ajustes en mayo y noviembre de 2012, del 21% selectivo y 12% en promedio, respectivamente. El último ajuste fue regido por el criterio de meritocracia, para destacar los desempeños sobresalientes.
- **POSICIONES JERÁRQUICAS:** Se revisaron y se actualizaron los salarios en mayo y noviembre, con ajustes del 18% y 5% respectivamente, aplicando estrictamente el criterio de meritocracia.
- **PERSONAL CONVENCIONADO DE TELECOM ARGENTINA:** En agosto se firmaron acuerdos con todas las organizaciones gremiales; representadas por los sindicatos alineados en la FATEL (Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Chaco, Luján y Tucumán), FOESITRA, FOPSTTA y UPJET, en los que se contemplaron aumentos salariales y otras condiciones laborales.
- **PERSONAL CONVENCIONADO DE TELECOM PERSONAL:** Nuevamente se aplicaron los acuerdos de la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (F.A.E.C.yS.).
- **PERSONAL FUERA DE CONVENIO:** En enero de 2012 realizamos la actualización de las escalas salariales para el personal fuera de convenio en función de la encuesta de compensación total del mercado de referencia.

Además, en el marco de la **política de remuneración por objetivos**, en abril se liquidó el bono anual para directores y gerentes y el “ranking de bono” para el resto del personal fuera de convenio. En línea con lo definido por el vértice de la Compañía, en mayo se liquidó la política de incentivo de largo plazo correspondiente a los resultados del ejercicio 2009, 2010 y 2011 para los beneficiarios de dicho programa. También se incrementaron los topes de los **incentivos comerciales**, de forma que mantengan la relación fijo-variable que tenían antes de los aumentos planos otorgados.

Se realizaron **estudios salariales de mercado**, algunos de los cuales se focalizaron en el análisis de las remuneraciones del *Senior Management*, mientras que otros hicieron foco en áreas específicas de sistemas y comerciales. La última encuesta realizada en diciembre será utilizada para la actualización de las escalas salariales del personal fuera de convenio y en línea con esta nueva escala se analizarán los criterios de otorgamiento de la pauta de ajuste del período 2013.

En materia de **beneficios**, en 2012 ampliamos la disponibilidad del programa de descuentos Más por Vos en las provincias del interior del país e incorporamos descuentos en universidades. Estos beneficios se suman a los siguientes: seguro de vida adicional al obligatorio; licencia por paternidad de 15 días; guardería; ayuda económica al hijo con discapacidad; jornada especial para chicos con capacidades diferentes; colonia de vacaciones para hijos de empleados; Feriado Flexible; Copa del Mundo Telecom (Mundial de fútbol); asesoramiento previsional y gestión de trámites jubilatorios; medicina prepaga; Programa de Asistencia al Colaborador (PAC); Programa Vivir Tranquilo (asistencia al hogar, al vehículo y ante robo); y precios preferenciales en planes y productos, entre otros.

¿Cuál es la relación entre el salario de Telecom para un empleado ingresante y el Salario Mínimo Vital y Móvil?

En Telecom Argentina, al 31 de diciembre de 2012, el salario conformado total de un empleado ingresante para una jornada de tiempo completo era de \$5.110 mensuales, es decir, un 91,4% mayor al Salario Mínimo Vital y Móvil a la misma fecha (\$2.670).

¿Cuál es la relación del salario entre hombres y mujeres?

En cuanto a la relación del salario base entre hombres y mujeres, en el personal fuera de convenio la relación es la siguiente: para la categoría Empleados el salario promedio del personal masculino es 2% inferior que el femenino; en el caso de los Analistas, Especialistas y Macroestructura el salario promedio es mayor para hombres que para mujeres en un 2%, 1% y 14% respectivamente. Es importante destacar que, tanto para el personal dentro de convenio como fuera de este, se dispone de las mismas categorías y escalas salariales sin distinción de sexo. No existen diferencias entre las escalas salariales para el personal femenino y masculino. La diferencia porcentual existente se debe a que son más los casos masculinos que ocupan cargos de Dirección o Gerenciales, y esto hace que el promedio de salarios del personal masculino sea superior.



Comedor Espacio-T en edificio Madero.



Jornada Telecom Junior en Córdoba.



Colonia de vacaciones para hijos de empleados.

5.10. COMUNICACIÓN CON NUESTROS EMPLEADOS

Mantenernos conectados y comunicados con nuestros empleados es uno de los temas más importantes de la gestión de Capital Humano. En 2012 se destacan los siguientes avances en canales de comunicación:

- **TECOTWITT:** Es nuestro Twitter interno, que facilita la comunicación horizontal entre nuestros colaboradores, ya que es un medio de información ágil y moderno para compartir los proyectos, ideas e inquietudes. Estamos trabajando para que cada área esté representada oficialmente y para desarrollar las conferencias tipo Twittcam con los líderes de la organización. También comenzaremos a armar el Ranking de Tecotwittereros como estrategia para fomentar el uso de la herramienta.
- **WIKITECO:** Comenzamos a desarrollar una "Enciclopedia Telecom" que nos permita compartir y comprender toda la terminología que manejamos a diario en nuestras unidades de negocio. Los contenidos están siendo generados de forma colectiva y participativa entre las gerencias de los distintos negocios del Grupo.



ENCUESTA DE CLIMA Y COMPROMISO

En noviembre de 2012, Telecom Argentina realizó la Encuesta de Satisfacción y Compromiso de los empleados. Esta encuesta abarca la población total de empleados, y se lleva a cabo cada dos años. En 2012, la tasa de participación se elevó del 56% (2010) al 63%. El índice de satisfacción es de 83% en 2012 frente a 78% en 2010. La participación de los empleados que respondieron a la encuesta aumentó del 75% (2010) al 80% en 2012.

La tasa de participación se determina por el promedio de respuesta individual en seis áreas de aplicación, en una escala de 6 puntos que van desde "totalmente en desacuerdo" a "totalmente de acuerdo". Si la respuesta individual media es igual o superior a 4,5 puntos, se considera que el empleado está "comprometido".

Después de haber conocido los resultados de la Encuesta de compromiso de los empleados, se pusieron en marcha planes de acción en todas las áreas internas, con la colaboración de AON Hewitt (el consultor externo encargado de la encuesta). Esta metodología es la misma que llevó a cabo luego de que los resultados fueron comunicados internamente en 2010.

ADN PERSONAL

ADN Personal nació en 2010, con el objetivo de desarrollar la cultura interna para alcanzar la visión 2013, impulsando la alineación e identificación con nuestros valores: trabajo en equipo, innovación y cultura ganadora. Hoy es un movimiento que refleja la conversación de nuestros objetivos de negocio, la visión y consolidación como empleador de alto desempeño, con nuestro clima de trabajo, el *engagement* (compromiso) de nuestra gente y nuestro futuro, de manera sustentable.

ADN PERSONAL INNOVACIÓN: Profundizamos el trabajo en innovación cultural y creamos un espacio desafiante que propaga este movimiento mediante nuevas técnicas y equipos de trabajo. *ADN Innovation Love* es nuestro "semillero": formamos facilitadores creativos en habilidades de pensamiento innovador y disruptivo que contagian este espíritu en cada área y ofrecen consultoría interna a quienes lo requieran. En nuestro *Lab* de ideas, trabajamos en equipos liderados por "supra-facilitadores" para identificar desafíos alineados con los objetivos de negocio impulsando cambios inspirados en las premisas: pasarla bien, hacerlo fácil y que nadie se quede afuera.

CONCIENCIA ADN PERSONAL: Generamos un espacio para darle curso a las propuestas de los colaboradores para sumar voluntades e inquietudes, y lo llamamos Conciencia ADN Personal. Trabajamos sobre tres pilares:

CONCIENCIA VERDE: Cuidar el medio ambiente entre todos. Desde el lugar de trabajo y con lo que se tiene al alcance, proponemos hacer pequeñas acciones que generen acciones concretas.

CONCIENCIA COMPARTIDA: Compartir conocimiento profesional con quien lo necesita. Vamos a colaborar con ONG, escuelas e instituciones que necesiten del conocimiento técnico-profesional que pueden compartir colaboradores de la organización.

CONCIENCIA PERSONAL: Ayudar a generar servicios y aplicaciones inclusivas.

ENCUESTA DE CLIMA Y ADN PERSONAL EN NÚCLEO (PARAGUAY)

En línea con Telecom Argentina, implementamos la encuesta de clima laboral en noviembre, abarcando a todo el personal efectivo de la Compañía. En Núcleo trabajamos bajo el manifiesto: "La empresa que queremos ser... ganadora y rentable, orientados al mercado; que genere una buena experiencia en los clientes, basados en la innovación y en el desarrollo de las personas y la sociedad". Todas las acciones de ADN fueron alineadas a este manifiesto en reuniones con los jefes, gerentes y con el personal de las oficinas de Asunción e interior del país, con el objetivo de consolidar el compromiso y la motivación de los colaboradores bajo un esquema de comunicación corporativa.



5.11. SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

El bienestar de nuestros empleados es una de nuestras mayores responsabilidades, y es por ello que durante 2012 desarrollamos las siguientes acciones e iniciativas a favor de la salud y seguridad de todas las personas que son parte de Telecom:

LINEAMIENTOS Y NORMAS SOBRE SALUD Y SEGURIDAD. Trabajamos alineados a la Organización Mundial de la Salud con relación con el tratamiento de enfermedades prevalentes en el Área Ocupacional así como también respetamos las indicaciones emitidas por los distintos ministerios de salud nacional y provinciales. A su vez, aplicamos las Indicaciones Técnicas emitidas por la Superintendencia de Riesgos del Trabajo.

CONSULTORIOS Y EXÁMENES MÉDICOS. Nuestra red de consultorios médicos internos en edificio alcanza un total de 22 unidades, distribuidos en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires (9), en la región del Litoral (7) y en la región Mediterránea (6). Dichos consultorios son los encargados de programar exámenes médicos periódicos para los empleados, realizar un seguimiento del ausentismo y brindar respuestas a las consultas médicas. Adicionalmente, en relación con actividades de prevención y promoción de la salud de la plantilla se realizaron:

- Plan de Exámenes Médicos para anticipar y promover una cultura saludable.
- Seguimiento de pacientes con patologías recuperables.
- Capacitaciones en temas de salud y cuidado personal.
- Visitas en conjunto con el área de Prevención para evaluaciones de puestos de trabajo.
- Incorporación de consejos de salud en la revista corporativa.



PREVENCIÓN. Trabajamos en 2012 sobre el entrenamiento en las especialidades de Salud, Prevención y Medio Ambiente con el objeto de seguir afianzando las competencias del personal de la Compañía, en la aprobación del nuevo Plan de Seguridad por nuestra ART, aprobando el marco “Normativa en materia de Salud y Seguridad”, y en la investigación de los siniestros con el objeto de detectar causas raíces y proponer planes para evitar su recurrencia. A su vez, dimos inicio a los Comités Siniestrales, donde se tratan los casos ocurridos entre la Dirección y las Gerencias, con el fin de tener medidas superadoras.

COMITÉ DE SEGURIDAD RED. Este Comité alcanza a 5.600 empleados de Telecom, y está integrado por 15 autoridades de las Direcciones de Red, Real Estate, Abastecimiento y Capital Humano. Entre los asuntos tratados se encuentran la siniestralidad, mejoras edilicias, programas de entrenamiento, el plan de auditorías de seguridad y la situación de empresas prestadoras de servicios de seguridad. También se dio origen a los Comités Gerenciales, replicando la misma modalidad que los Comités de Dirección.

PLAN DE RIESGOS DE TRABAJO. Se llevaron a cabo inspecciones al personal propio, tanto por prevencionistas como por la propia supervisión. Las capacitaciones incluyen temas de riesgos especiales de determinados puestos de trabajo, y se integraron nuevos elementos de protección personal. Anualmente realizamos una revisión de los Planes de Mejoras de cada Gerencia Operativa y el Plan de Auditoría interna. Continuamos difundiendo medidas preventivas sobre los accidentes ocurridos, de forma de comunicar el resultado de las investigaciones a grupos con similares riesgos.

ADECUACIÓN DE INSTALACIONES Y CONTROL EDILICIO. Durante 2012 se concluyó la

primera etapa de reconversión y revalorización de metros cuadrados propios con la puesta en funcionamiento de tres pisos en el edificio Costanera en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, los cuales se han reutilizado para oficinas administrativas beneficiando aproximadamente a 80 personas.

Por otra parte, y acompañando la necesidad comercial de Telecom Personal en relación con el nuevo modelo de atención y de experiencia del cliente, fueron finalizadas las obras de 9 oficinas comerciales que contemplan este nuevo modelo con un concepto totalmente renovado en espacios y materiales. Las oficinas concluidas en 2012 son: Capitalinas (Ciudad de Córdoba); Martínez y Pilar (Provincia de Buenos Aires); Florida, Palermo Soho y Belgrano (en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Salta, Mendoza y Corrientes. A estas se suman las oficinas Merlo y San Miguel (en Provincia de Buenos Aires), con fecha de finalización prevista para el primer trimestre de 2013.

En agosto de 2012 el edificio Contact Center en la Ciudad de Rosario, Provincia de Santa Fe, recibió la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) otorgada por el United States Green Building Council. La certificación obtenida es la LEED para Construcciones Nuevas y Remodelaciones, lo que refuerza el compromiso del Grupo Telecom en el cuidado del medio ambiente.

Del mismo modo y dentro del programa de eficiencia energética se profundizaron las mediciones y diagnósticos del mapa energético del Grupo Telecom, el cual permitió dirigir en forma concreta los proyectos para eficientizar el uso de la energía. De este modo se lanzaron planes de relamping (cambio de luminaria por productos de bajo consumo) en edificios de alta densidad.

PLAN DE EMERGENCIAS. En cuanto a los avances del Plan de Emergencias durante 2012 se destacan:

- Relevamiento de 329.400 m² de superficie (80 edificios) para el proceso de certificación de la ISO 9001, observando rutas de evacuación, puertas y salidas de emergencia, señalización, detectores de incendio, sistema de alarma, entre otros.
- Certificación de la ISO 9001 con una vigencia de dos años.
- Realización de la primera auditoría anual, la cual fue superada satisfactoriamente.
- Realización de 98 simulacros de evacuación en todo el país.
- Capacitación brindada a 14.800 personas.
- Cumplimiento de la nueva ley del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que contempla la realización de 3 simulacros anuales en los edificios de dicha jurisdicción.
- Inspección y supervisión en el lugar del Plan de Emergencias de eventos donde el Grupo Telecom fue Main Sponsor, fuera de los edificios de la empresa.
- Instalación de desfibriladores externos automáticos (DEA) adicionales, y realización de capacitaciones para el uso de los equipos y las maniobras de reanimación cardiopulmonar (RCP). De esta manera, 15 edificios cuentan con 31 equipos instalados, respetando las normas de la AHA, garantizando que desde cualquier punto del edificio podemos contar con un DEA dentro de los 3 minutos de detectada la víctima. El 25% de la población de estos edificios se encuentra capacitada.
- Certificación de edificios Madero (Buenos Aires), Contact Center (Rosario) y Capitalinas (Córdoba) como Cardioprotectados 5 Corazones.

PROGRAMA DE CUIDADO DE LA VOZ, OÍDO Y POSTURA (VOP). Continuamos capacitando en los call centers en temas de impostación de la voz, técnicas de respiración y posiciones ergonómicas en el puesto de trabajo. El Programa alcanzó a aproximadamente 2.886 empleados en 2012.

MANUALES DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL. Este año desarrollamos los manuales de Prevención de Riesgos Laborales para el Asesor de Centro de Llamadas y Seguridad Vial a la vez que continuamos repartiendo manuales elaborados en años anteriores, hasta alcanzar un total de 6.650 unidades repartidas en 2012.

CAMPAÑA INTERNA DE SEGURIDAD VIAL. Con el objetivo de sensibilizar a nuestros empleados en esta temática, realizamos 197 talleres donde participaron 3.081 empleados y continuamos brindando información por medio de distintos canales de comunicación interna.

Con el fin de reforzar lo aprendido en los cursos y buscando las causas raíces de nuestros accidentes, se efectuaron pericias de siniestros vehiculares con una empresa especializada en el rubro (TARGET), para relevar información para prevenir accidentes, mejorar las condiciones de los vehículos y concientizar al personal que conduce las unidades operativas.

TELETRABAJO. Realizamos visitas presenciales a los domicilios de los teletrabajadores, verificando el control de los elementos asignados, informando sobre el uso del extintor y cómo controlarlo, evaluando el puesto de trabajo en forma integral analizando el tema postural y brindando información sobre el manual entregado y sobre la Web de Riesgo del Trabajo y Medio Ambiente.

DIFUSIÓN SOBRE TEMAS DE SALUD Y SEGURIDAD. Mantenemos actualizada nuestra Web de Salud y Medio Ambiente, para informar acerca de campañas y acciones en la materia, con un contenido dinámico y claro. De igual modo, realizamos difusión por medio de los canales de comunicación interna, incluyendo la revista corporativa y la Web interna, brindando consejos para nuestros empleados y sus familias.

INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD	2010	2011	2012
SALUD OCUPACIONAL			
Exámenes periódicos	5.467	8.844	9.841
Exámenes pre ocupacionales	1.445	2.371	1.605
Exámenes de egreso	113	165	105
Empleados que participaron mensualmente del programa de <i>stretching</i> en Call Centers	3.483	3.658	3.234
Empleados capacitados en temas de salud ^(a)	6.292	4.945	5.560
Horas de capacitación sobre temas de salud y seguridad ^(b)	-	-	2.273
AUSENTISMO			
Tasa de ausentismo controlable ^(c)	2,3	3,0	3,01
Tasa de incidencia enfermedades profesionales ^(d)	2,43	1,32	2,2
SEGURIDAD			
Tasa de incidencia ^(e)	14,39	14,14	14,47
Cantidad de inspecciones del nivel de accidentología en personal propio	7.295	4.227	9.009
Cantidad de choferes de hidroelevadores certificados en sus competencias	218	59	50
Cantidad de hidroelevadores certificados, en cumplimiento con la norma IRAM 3926	107	102	106
Cantidad de auditorías de condiciones ambientales en cada lugar de trabajo	896	515	452
Cantidad de personas entrenadas en riesgos específicos	8.072	9.813	11.896

- (a) Resucitación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios, uso de la voz, prevención del dengue y de la Gripe A.
(b) Corresponde al total de horas de instructor. Dicho indicador comenzó a medirse a partir del año 2012.
(c) Corresponde a los días perdidos por enfermedades inculpables, accidentes de trabajo y accidentes in itinere, dividido la dotación por la cantidad de días al año.
(d) Enfermedades profesionales por cada 1.000 trabajadores.
(e) Accidentes de trabajo por cada 1.000 trabajadores.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN TELECOM

La Red de Voluntarios desarrolla iniciativas de acción solidaria brindando la posibilidad de que los empleados puedan contribuir al bienestar de la comunidad. En 2012, 566 voluntarios fueron parte de este Programa, para beneficiar de manera directa a más de 1.359 personas de 28 instituciones. *Para mayor información ver capítulo Desarrollo de la comunidad.*

5.12. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO

DESAFÍOS 2012	CUMPLIMIENTO 2012
CAPITAL HUMANO	
Posicionarnos como una Compañía con la innovación como eje a través de nuestras políticas en materia de beneficios y desarrollo del personal, maximizando el uso de los canales de comunicación interna y conduciendo los Programas de Formación y Desarrollo líderes en el mercado, Universidad Telecom, Saberes Técnicos, Mentoring, Formación en Innovación, entre otros.	A fin de 2012, nos preparamos para lograr la certificación final en equilibrio vida laboral / personal con más de 40 iniciativas vigentes de Equilibrio en Acción. Durante el año, innovamos con canales de comunicación como la TV y la radio internas, auto-gestión en la Web para empleados, el segundo año de Universidad Corporativa Telecom, y laboratorios de innovación.
Consolidarnos como una organización inclusiva y solidaria, referente en temas de gestión de diversidad llevando a cabo acciones impulsadas desde Cultura Organizacional y potenciando los programas y herramientas implementadas.	En el marco del Programa Diversidad e Inclusión se realizaron avances con el propósito de hacer de Telecom una Compañía cada vez más inclusiva y diversa. Se llevaron adelante diferentes iniciativas en torno a cada uno de los ejes de trabajo (Género, Concientización, Capacidades especiales, Familia y Generaciones).
Enfocarnos en ser una organización altamente eficiente y efectiva a través de la agilización de los procesos clave de la Compañía, bajo la óptica de la mejora del clima interno y el <i>engagement</i> de nuestros colaboradores, instalando una cultura y una metodología que impulsa a convertirnos en agentes de cambio.	En 2012, se avanzó en el proyecto de Gestión de Procesos Sustentables, orientado a optimizar los procesos de la organización y sus tiempos. Se fortaleció el trabajo de las redes internas: embajadores de Equilibrio en Acción, integrantes del Comité de Diversidad, Grupo Operativo de RSE.
Salud y Seguridad Desarrollar un Plan Maestro de Análisis Ergonómico para puestos de trabajo en edificios.	Durante 2012, se identificaron tareas y edificios críticos para dar inicio al Plan Maestro. Trabajamos bajo normativa nacional y complementamos con métodos internacionales en el caso de que la tarea lo requiera. Se realizaron 23 estudios ergonómicos en actividad de call center, 4 en actividades administrativas y 16 en actividades operativas (empalmador, revisor, presurizador, líneas, fibra óptica, transmisión, conmutación, autoelevador y receptor de materiales).

DESAFÍOS 2013

CAPITAL HUMANO


Definir e instalar la nueva Propuesta de Valor de la Dirección de Capital Humano, acompañando al negocio con foco en comunicación, calidad, cliente e innovación.

Revisar las prácticas actuales de gestión, en función de su mayor adecuación a las expectativas, intereses y necesidades de los distintos grupos de empleados.

Implementar el recibo de sueldo digital para todos los empleados del Grupo, con foco en agilidad y cuidado ambiental.

Mantener e incrementar el número de teletrabajadores. Objetivo mínimo: mantener 1.008 teletrabajadores activos.

Salud y Seguridad: Abrir un nuevo consultorio de Salud Ocupacional en Telecom Personal.



6 MEDIO AMBIENTE

6. MEDIO AMBIENTE

¿Cómo informamos la gestión de asuntos clave sobre Medio Ambiente según la ISO 26.000?

ASUNTOS		ACCIONES INFORMADAS	PÁGINA
Asunto 1	Prevención de la contaminación	Emisiones de gases de efecto invernadero Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso Consumo de materiales y gestión de residuos Mantenimiento de estructuras de sostén de antenas	85-86, 88-92
Asunto 2	Uso sostenible de los recursos	Productos y servicios ambientalmente responsables Estrategias y acciones para la eficiencia energética Consumo de materiales y gestión de residuos	84-87, 89-91, 122, 128-129, 140
Asunto 3	Mitigación del cambio climático y adaptación a este	Emisiones de gases de efecto invernadero Estrategias y acciones para la eficiencia energética	85-87
Asunto 4	Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de los hábitats naturales	Mantenimiento de estructuras de sostén de antenas	92

El respeto por el medio ambiente es un pilar fundamental de la sustentabilidad corporativa. En la operación, debemos optimizar los recursos y administrar los materiales en forma responsable. A la vez, dada la naturaleza de nuestro negocio, es nuestra oportunidad ofrecer soluciones tecnológicas en beneficio del medio ambiente. De esta manera, debemos trabajar para brindar productos y servicios innovadores así como también buscar que la comunidad actúe a favor del entorno.

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre la contribución de la gestión ambiental a la Responsabilidad Social?⁽¹⁵⁾

- La sociedad se enfrenta a muchos desafíos ambientales, incluyendo el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación, el cambio climático, la destrucción de hábitats, la extinción de especies, el colapso de ecosistemas completos y la degradación de los asentamientos humanos urbanos y rurales.
- Las decisiones y actividades de las organizaciones generan un impacto en el medio ambiente, con independencia de dónde se ubiquen.
- Estos impactos pueden estar asociados al uso que la organización realiza de los recursos, la localización de las actividades de la organización, la generación de contaminación y residuos y los impactos de las actividades de la organización sobre los hábitats naturales.
- Las organizaciones deberían adoptar un enfoque integrado que considere las implicaciones directas e indirectas de carácter económico, social, de salud y ambiental de sus decisiones y actividades.
- La responsabilidad ambiental es una condición previa para la supervivencia y la prosperidad de los seres humanos; por ello es un aspecto importante de la responsabilidad social.
- La educación ambiental y la creación de capacidad son fundamentales para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles.

(15) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).

6.1. NUESTRO COMPROMISO CON LA GESTIÓN AMBIENTAL

En 2012, gestionamos el impacto ambiental de nuestro negocio sobre la base de los siguientes objetivos estratégicos:

- Optimizar el uso de los recursos energéticos y de otros recursos naturales.
- Minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos.
- Perseguir la mejora continua del desempeño ambiental.
- Adoptar políticas de compra que tomen en consideración las cuestiones ambientales.
- Diseminar una cultura que promueva un correcto enfoque de los temas ambientales.

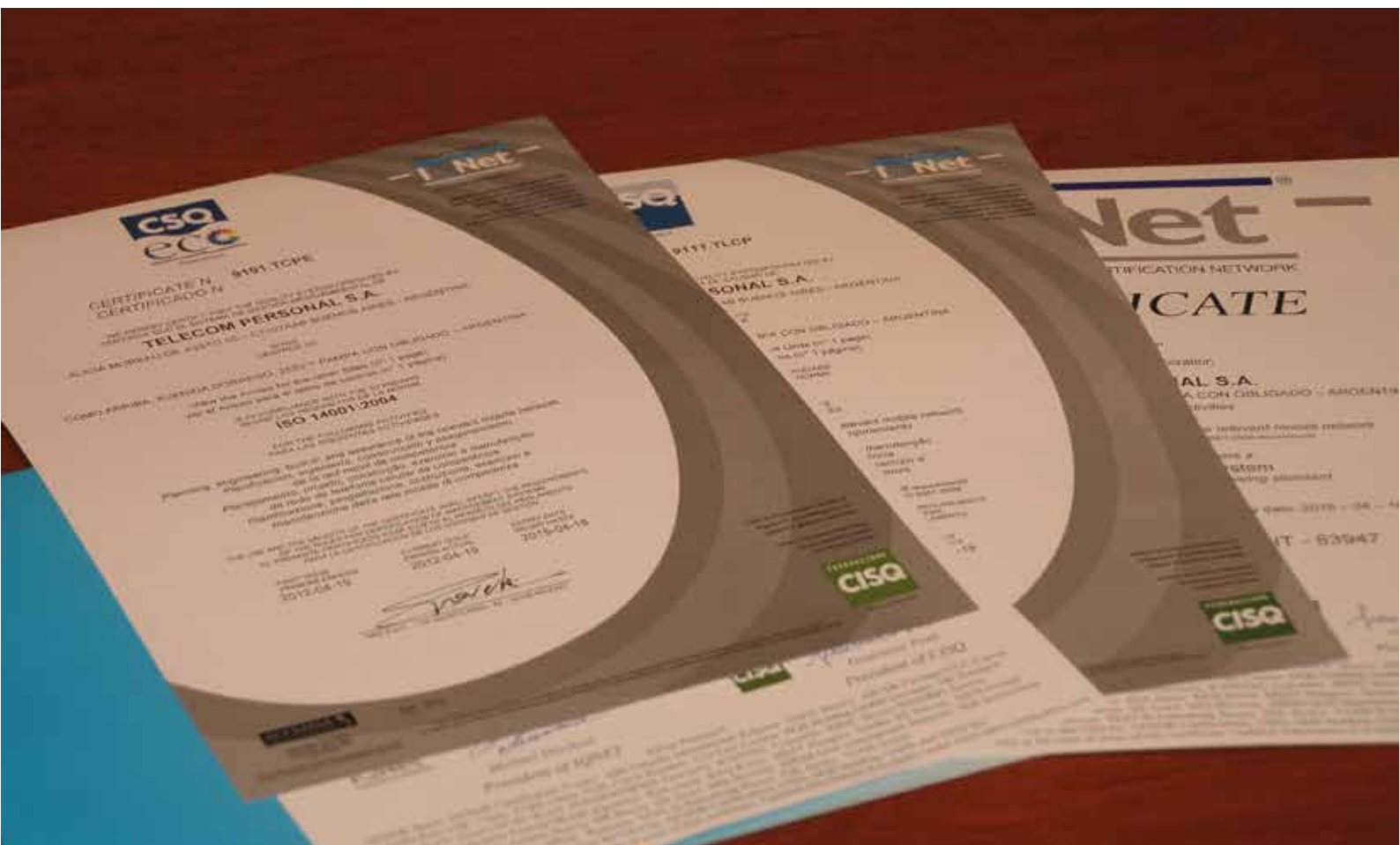
Como hechos destacados, nuestro edificio Contact Center Personal Green, en Rosario, obtuvo la certificación LEED que otorga *United States Green Building Council*. También iniciamos el Proyecto Gestión Integral de Residuos para establecer una matriz de residuos por cada operación de la Compañía y para generar prácticas sostenibles de tratamiento.



6.2. CERTIFICACIÓN DE LAS NORMAS ISO 9001 Y 14001

Durante este año continuamos avanzando en la certificación de nuestros sistemas y procesos, reforzando nuestro compromiso con una gestión responsable a través de las siguientes novedades:

- Se certificó en abril del 2012, en las normas ISO 9001 (Calidad) e ISO 14001 (Medioambiente), la red móvil de competencia de Telecom Personal, en las actividades de Planificación, Ingeniería, Construcción y Aseguramiento. Para la norma ISO 14001, los sitios certificados corresponden a la Región Litoral. Se prevé su extensión al resto de las regiones en un plan trienal.
- Dentro del perímetro certificado ISO 14001, se relevaron los aspectos ambientales significativos de la construcción y operación de las radiobases. Se establecieron los controles operativos y planes asociados a la política medioambiental, para atenuar los impactos relacionados. La gerencia de Real Estate participó activamente en los aspectos de mantenimiento físico de los sitios en cuestión y en el cumplimiento de las normativas municipales y regulatorias aplicables.
- Brindamos capacitación a colaboradores que llevan a cabo sus tareas en el perímetro certificado, relacionada con la implementación y el desarrollo de las normas ISO 9001 e ISO 14001.



6.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS AMBIENTALMENTE RESPONSABLES

■ TELÉFONOS QUE CONSUMEN MENOS ENERGÍA.

En servicios fijos ampliamos la línea de terminales ECO DECT con los lanzamientos de Aladino 420 y Aladino 420 Dual, que permiten un considerable ahorro de consumo eléctrico.

■ CAJAS DE MÓDEMS CON MATERIALES RECICLABLES.

■ **FACTURA DIGITAL.** Tanto en servicios fijos como móviles, impulsamos la adhesión de nuestros clientes a recibir la factura de manera online, de modo de evitar la impresión en papel y contribuir con el medioambiente. En servicios fijos, contamos con 74.266 clientes adheridos y en servicios móviles, con un total de 296.000 clientes con factura digital.

EDIFICIO SUSTENTABLE CON CERTIFICACIÓN LEED

En agosto de 2012 el edificio Contact Center Personal Green obtuvo la certificación LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental - en inglés, *Leadership in Energy and Environmental Design*-) otorgada por United States Green Building Council (46 puntos) y es el séptimo edificio *NEW CONSTRUCTION* certificado en la Argentina, el primero en el interior del país y el primer contact center certificado en América Latina.

APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS SUSTENTABLES EN EL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DEL CONTACT CENTER PERSONAL GREEN:

ARQUITECTURA Y MATERIALES: Se recicló un edificio existente, se evitó la modificación de espacios vegetados naturales, se limitó la cantidad de residuos generados por demoliciones innecesarias y se mantuvo en más de un 90% la construcción previa. Se reservaron cocheras para vehículos eficientes y para *carpooling*, y se eliminó la cantidad de espacios de estacionamiento, para disminuir el uso de vehículos privados. Además, el edificio está próximo a paradas de transporte público. También incluye un espacio de reciclado para permitir la separación de recolección de materiales y de residuos reciclables. En cuanto a la selección de materiales, se priorizan aquellos regionales y aquellos con contenido reciclado. Se respetaron las normativas y exigencias de la legislación local, y se mantuvo contacto permanente con las autoridades de aplicación, durante el desarrollo de la construcción.

USO RACIONAL DEL AGUA: Se seleccionaron especies verdes nativas que no requieren sistemas permanentes de riego. Por otro lado, el edificio reduce de manera significativa el consumo de agua potable para instalaciones sanitarias a través del uso de artefactos eficientes.

ACONDICIONAMIENTO TÉRMICO Y CALIDAD DEL AMBIENTE INTERIOR: El edificio cuenta con un sistema de protección de agua caliente de uso sanitario por transformación de energía solar a través de módulos solares térmicos de alta eficiencia. Además, no se utilizaron refrigerantes a base de CFC (clorofluorocarburos). También se implementó un sistema de manejo del edificio que permite la medición de los consumos eléctricos y de agua, lo que asegura un mayor control sobre el ahorro buscado.



6.4. EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Como parte de nuestra estrategia ambiental realizamos una medición de los consumos relevantes para detectar oportunidades de mejora y proponer planes de acción. Desde 2011 medimos las emisiones de CO₂ resultantes de nuestra operación.

En línea con dicha estrategia, continuamos con el plan de renovación de la flota automotriz en la Argentina y modificamos su composición para minimizar la cantidad de furgones tipo pesado. Concretamente, iniciamos la renovación de 294 unidades de la flota operativa con un cambio de composición en 67 unidades, que originalmente eran furgones pesados y que fueron reemplazadas por furgones livianos. Así, redujimos los gastos de mantenimiento, el consumo de combustible y las emisiones de carbono.

Al mismo tiempo, continuamos incrementando el porcentaje de uso de combustible Diesel U500 (500 ppm de azufre) en lugar del Ultradiesel (1500 ppm de azufre). A fines de octubre de 2012, la relación era de 60% U500 y 40% Ultradiesel, con la consiguiente disminución en los niveles contaminantes de los gases emitidos.

También continuamos midiendo la huella de carbono relacionada con el traslado de los colaboradores desde el trabajo y viceversa. Los resultados obtenidos de la encuesta realizada durante 2011 han sido actualizados, considerando el incremento de los colaboradores que se produjo a lo largo del 2012.

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Denominación	Consumo		Emisiones totales de CO ₂ (en TnCO ₂ eq)	
	2011	2012	2011	2012
Emisiones por consumo de gasoil (Flota automotriz) en litros ^{(a) (b)}	4.303.976	4.019.820	11.518,85	10.758,35
Emisiones por consumo de nafta (Flota automotriz) en litros ^{(a) (b)}	878.018	1.278.870	1.994,46	2.905,01
Emisiones por consumo de gasoil (grupos electrógenos) en litros ^(c)	429.897	353.160	1.156,77 ^(d)	950,28
Consumo de gas domiciliario (gas natural) para calefacción, en m ³ ^(c)	735.582	508.484	1.389,90	1.309,41
Total de emisiones provenientes de fuentes directas - Alcance 1 ^{(a) (e)}	-	-	16.059,98	15.923,05
Total de emisiones indirectas provenientes de la electricidad comprada - Alcance 2 ^{(a) (f)}	-	-	202.085,32	208.485,08
Emisiones generadas por viajes en avión ^{(a) (b)}	-	-	4.003,46	3.642,66
Emisiones generadas por el traslado de los colaboradores hacia el trabajo ^{(b) (g)}	-	-	12.899,61	13.286,49
Total de emisiones- Alcance 3 ^(h)	-	-	16.903,07	16.929,15

(a) Alcance Argentina y Paraguay.

(b) Herramienta utilizada: Mobile Combustion, GHG Emission Calculation Tool Versión 2.3.

(c) Alcance Argentina. Herramienta Stationary Combustion, GHG Emission Calculation Tool Versión 4.3.

(d) Se modifica dato registrado en 2011 informando solo alcance Argentina.

(e) Emisiones directas provenientes de fuentes controladas por el Grupo Telecom. Se reportan las emisiones debidas al consumo de gas natural en los edificios de Telecom y las producidas por el consumo de combustibles líquidos y gasoil en la flota vehicular propia de Telecom y Núcleo y consumo de gasoil de grupos electrógenos de Telecom.

(f) Corresponde a las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica comprada a la red (fuente externa). Consumo 386.927.338Kwh. Factor de emisión de CO₂ de la red eléctrica Arg., Secretaría de Energía de la Nación. Se utilizó el factor de emisión del Margen de Operación opción ex ante. Se toma un promedio de los últimos tres años (2009, 2010 y 2011). El factor de emisión es 0,5388 TnCO₂/Mwh. Paraguay no registra emisiones porque su consumo de energía proviene de fuentes renovables (energía hidroeléctrica).

(g) Alcance Argentina.

(h) Emisiones provenientes de otras fuentes externas. Telecom reporta las emisiones asociadas al desplazamiento de los empleados hacia y desde el trabajo, y también las producidas en los viajes de negocio realizados en avión.

6.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

Nuestro Comité de Energía, constituido por distintas Direcciones de Telecom, se reunió en forma trimestral para analizar la matriz energética de la Compañía, implementar una estrategia de uso eficiente y racional de la energía, y evaluar los resultados de las acciones implementadas.

En 2012, el Comité estuvo compuesto por las Direcciones de Abastecimiento, Capital Humano, Comunicación y Medios, Unidad Red y Administración, Finanzas y Control. Los ejes de trabajo fueron los siguientes:

- Análisis del comportamiento energético de los veinte edificios clave de mayor consumo, que concentran el 60% del total.
- Evolución tarifaria.
- Evolución del mercado de la energía, realizando análisis y variando metodologías de contratación.

- Campañas de toma de conciencia para el personal del Grupo.

También trabajamos en la detección de espacios subocupados con potencial desperdicio de energía y otros con alto consumo. Mediante acciones de variación de entorno, se los convirtió en espacios más eficientes.

En forma paralela, avanzamos en la detección temprana de desvíos de mantenimiento con el objetivo de normalizar el funcionamiento de maquinaria consumidora de energía y optimizar su rendimiento. Se tuvieron en cuenta las mejores prácticas de eficiencia energética en las especificaciones de compras y proyectos.

6.5.1. AHORRO Y RACIONALIZACIÓN ENERGÉTICA (AYRE)

El Proyecto AYRE tiene como principal objetivo mejorar el consumo energético. En este marco, debemos destacar que nuestros sitios de mayor consumo energético cuentan con equipamiento de medición y corrección automática del factor de potencia. Esto minimiza la generación de corriente reactiva que causa un uso ineficiente de las redes, tanto propias como de nuestros proveedores de energía.

En 2012 AYRE culminó las etapas de descubrimiento y proyecto, y entró en una etapa de concreción con tres proyectos de *relamping* (recambio de tubos de luminaria) en los edificios incluidos dentro del TOP 20. Se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- La iluminación del datacenter Pacheco migró a tecnología LED, lo que nos permitirá estimar una reducción de 100 kw de potencia. Lo mismo ocurrirá en los edificios Estomba (55 kw) y en la sede central de Puerto Madero (88 kw).

El proyecto TIGREEN, en tanto, inició su fase de despliegue e implementación en el complejo Pampa. Este modelo se basa en un tablero que muestra de manera online los distintos dispositivos y sensores instalados, con el objetivo de compilar información sobre consumos eléctricos y parámetros ambientales de los edificios. Durante el primer trimestre del 2013 esperamos contar con lecturas sobre el *datawarehouse* de Telecom Italia; estas nos permitirán proyectar de acuerdo con las mejores prácticas implementadas en esa sede de la Compañía.

Asimismo, nos proponemos para el año próximo implementar cincuenta tableros de automatismos, en acciones que surjan de los datos obtenidos en TIGREEN, y realizar el recambio de al menos dos plantas de frío de confort de edificios incluidos entre los 20 de mayor consumo.

Las mediciones de consumo de recursos naturales nos permiten analizar futuras iniciativas para lograr una mayor eficiencia energética y de uso de recursos, y evaluar objetivos de mejora para reducir la huella de carbono.

CONSUMO DE ENERGÍA (EN GWH)	2010 ^(a)	2011	2012
Consumo de energía ^(b)	370,00	373,49	386,93
Compra de electricidad procedente de fuentes renovables ^(c)	-	-	2,61

(a) Los datos presentados en 2010 son aproximados.

(b) Incluye compra de electricidad procedente de fuentes mixtas en Argentina.

(c) Solo incluye Núcleo (energía hidroeléctrica).

CONSUMO DE AGUA	2010	2011 ^(b)	2012
Consumo de agua proveniente de servicios de suministro público (en m ³) ^(a)	N/D	1.873.728	1.850.427,16

(a) Incluye Argentina y Paraguay.

(b) Los datos presentados en 2011 son aproximados y por ello no son comparables con 2012.

6.6. PLAN DE RECICLADO DE BATERÍAS DE CELULARES EN DESUSO

Desde 2009 trabajamos en un Plan de Reciclado de Baterías de celulares en desuso, en el marco de la campaña Conciencia Celular de Telecom Personal, que promueve el uso responsable de los servicios móviles.

Si las baterías de celulares alcanzan el fin de su vida útil y no reciben un tratamiento responsable, pueden ser contaminantes. Es por eso que como parte del plan, colocamos recipientes especialmente diseñados en las oficinas comerciales de la Ciudad de Buenos Aires y en algunos puntos de la provincia de Buenos Aires, e invitamos a nuestros clientes y empleados para que depositen allí las baterías para su posterior reciclado.

PUNTOS DE RECOLECCIÓN

CAPITAL FEDERAL

- Honduras 4748
- Av. Corrientes 566
- Av. Rivadavia 5263
- Av. Callao 1033
- Reconquista 1098
- Av. Del Libertador 6902
- Las Heras 2206
- Av. Rivadavia 11.150

FLORIDA 754

OLIVOS

- Maipú 2609

Ofrecemos puntos de recolección tanto internos como externos, con urnas de recolección en los distintos edificios.

Las baterías recolectadas son retiradas por la empresa Silkers, compañía especializada en el reciclado de residuos electrónicos, que las acopia de manera responsable y segura hasta el momento del envío a la planta de reciclado Umicore Recycling Solutions, en Bélgica. Allí, todo el material es separado y reprocesado para obtener nueva materia prima de cada componente. El nivel de recupero de los metales que se alcanza es alto y con un nivel de contaminación cero gracias a sistemas de captura y abatimiento de emisiones. También se recuperan otros materiales como el litio, el cobalto o el níquel, que son utilizados como insumos en nuevos procesos industriales.



OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2012

Uno de los 5 objetivos cuantitativos de sustentabilidad se enfocó en la recolección de baterías de teléfonos móviles para enviar a reciclar. El objetivo definido para 2012 fue superar los 2.000 kg de baterías recolectadas y tratadas.

PLAN DE RECICLADO DE BATERÍAS	2010	2011	2012
Baterías recolectadas y tratadas (en unidades)	13.374	16.870	22.609
Equipos móviles enviados a reciclar (en unidades)	-	-	10.604
Baterías recolectadas y tratadas (en kg)	467	590	11.395

El incremento alcanzado en 2012, muy superior al objetivo, se debe a que se incluyeron las terminales no comercializadas que fueron enviadas a reciclar.

6.7. CONSUMO DE MATERIALES Y GESTIÓN DE RESIDUOS

En 2012, iniciamos el Proyecto Gestión Integral de Residuos, cuyos objetivos son los siguientes:

- Establecer una matriz de residuos por cada operación de la Compañía.
- Identificar los residuos por cantidad y tipo.
- Generar prácticas sostenibles de tratamiento.

Continuamos con la campaña de reciclado de papel y de plástico a beneficio de la Fundación Hospital de Pediatría Profesor Dr. Juan Garrahan, de Buenos Aires. En 2012, recolectamos y donamos 43.967 kg de papel y 308 kg de tapas plásticas. Somos una de las cien organizaciones que más aportan a esta iniciativa, cuyos fondos se destinan al mantenimiento de la Casa Garrahan, a la compra de equipamiento de avanzada, y a la capacitación de médicos y enfermeras, entre otras actividades.

En Córdoba Capital, continuamos con la recolección de papel a beneficio de la Fundación Familia, una organización que trabaja para la defensa y difusión de los valores de la familia en alianza con una red de más de sesenta organizaciones de esa ciudad. En 2012, juntamos 5.015 kg de papel.

Además, en el marco del Programa Recuperadores Urbanos (que depende de la Municipalidad de Río Cuarto, Córdoba), comenzamos a participar en un programa de reciclado de papel que busca facilitar la inclusión social de familias en situación de calle. Los fondos recaudados gracias a la comercialización del papel, realizada con la Papelera del Plata, fueron destinados de modo directo a las familias participantes.

Continuamos también con la colecta de papel en Salta; en 2012, lo recaudado fue para beneficio de la Fundación Manos Abiertas. Esta organización trabaja para mejorar la calidad de vida de quienes más lo necesitan a través de la Hospedería Señor y Virgen del Milagro, que alberga diariamente a veinte hombres en situación de calle; y la Casa de la Bondad, destinada al cuidado paliativo de enfermos terminales carenciados, entre otras iniciativas. Donamos a dicha institución 335 kg de papel.

Para reforzar esta iniciativa, realizamos una campaña interna de concientización para recordarles a los colaboradores la importancia de reciclar el papel.

En cuanto a otro tipo de residuos generados, continuamos recolectando tóners de impresoras agotados o con bajo contenido, para luego enviarlos a terceros a un proceso industrial de remanufactura.



CONSUMO Y RECICLADO DE MATERIALES	2010	2011	2012
PAPEL			
Consumo de papel (cantidad de resmas) ^(a)	99.256	105.020	84.242
Consumo de papel (kg) ^(a)	233.534	246.867	142.904
Papel no reciclado comprado para uso comercial (kg) ^{(b) (c)}	-	1.157.856	2.288.732
Papel FSC comprado para uso comercial (kg)	-	984	180.000
Papel FSC comprado para uso de oficina (kg)	-	-	76.125
Total reciclado de papel (kg)	82.204 ^(d)	154.479 ^(e)	57.717 ^(e)
Cantidad de árboles preservados	1.397	2.626	981
% del papel consumido que fue reciclado	35%	65,35%	27%
TAPAS PLÁSTICAS			
Cantidad de tapas plásticas recolectadas (kg)	275	264	308
TÓNER			
Tóner recolectados (cantidad)	2.070	2.563	1.268
Tóner recolectados (kg)	1.035	1.312	284

- (a) El indicador es calculado a partir del papel comprado para uso de oficina, que no es necesariamente el consumido. No se incluye papel para facturación.
- (b) Se considera el papel y el sobre de la factura, así como también se incluye folletería comercial. No incluye Núcleo.
- (c) Valor modificado con respecto al Reporte de RSE 2011 por un error de unidad de medida.
- (d) Alcance: Buenos Aires, Córdoba y Entre Ríos.
- (e) Alcance: Buenos Aires, Córdoba y Salta. En 2011 se incluyó la sistematización de reciclado de papel y cartones inservibles y de guías telefónicas en desuso.

PROYECTO IT VERDE

Luego de la implementación de la prueba piloto del proyecto IT Verde en 2011, para optimizar el consumo de papel para impresión y fotocopiado en nuestros edificios, en 2012 avanzamos en la modificación del proceso de provisión y el retiro de insumos. En este sentido, la provisión de insumos se realiza en forma anticipada y automática a través de alarmas generadas por los sistemas de monitoreo de los equipos.

6.8. MANTENIMIENTO DE ESTRUCTURAS DE SOSTÉN DE ANTENAS

Nuestras redes de telefonía fija y móvil cuentan con 3.982 estructuras de sostén de antenas, sobre las que realizamos tareas de mantenimiento para asegurarnos de que se encuentren en correcto estado.

Realizamos dos tipos de mantenimiento: periódico o preventivo, que consiste en observar el estado general de la estructura para realizar informes y para implementar tareas de mantenimiento; y correctivo, por medio del cual reparamos o cambiamos los elementos defectuosos según los resultados de los informes efectuados.

El mantenimiento de las estructuras nos permite gestionar los riesgos sociales y ambientales, y prevenir accidentes que puedan impactar negativamente sobre la comunidad y su entorno.

MANTENIMIENTO ESTRUCTURAS AÑO 2012 (FIJA + MÓVIL)	CANTIDAD DE INTERVENCIONES	COSTO TOTAL (EN PESOS)
Mantenimiento periódico	1.325	2.192.000
Mantenimiento correctivo	187	4.110.000

MONITOREO CONTINUO DE RADIACIONES NO IONIZANTES (RNI)

Bajo el Acuerdo de Colaboración entre la Federación Argentina de Municipios (FAM) y los Operadores Móviles, y con el auspicio de la Secretaría de Comunicaciones, se creó en 2008 el Servicio de Asesoramiento Técnico (SAT). Este último funciona en el Instituto de Investigación e Ingeniería Ambiental de la Universidad Nacional de San Martín.

El SAT realiza las mediciones del Sistema de Monitoreo de RNI de servicios móviles a través de estaciones ubicadas en algunas localidades. Durante 2012, a las estaciones en Ituzaingó, Lomas de Zamora, Luján y San Fernando, en Buenos Aires; Córdoba Capital, en Córdoba; y Salta Capital y General Güemes, en Salta, se sumaron las de Florencio Varela, en Buenos Aires; y General San Martín, en Jujuy. Tras las mediciones, todos los registros arrojaron valores muy por debajo del establecido por las normativas vigentes.

En 2012 se midieron las emisiones electromagnéticas en 901 instalaciones, 877 de telefonía móvil y 24 de telefonía fija.

En relación con el Acuerdo, durante 2012 se presentaron en los 16 Municipios que se encuentran con Gestión de acuerdos Municipales, las cartas de intención en las que se hace una breve descripción de los puntos más relevantes que hay que tener presentes en los futuros convenios. Adicionalmente se firmó un acuerdo con el Municipio de Escobar. De esta manera, la totalidad de los acuerdos engloba aproximadamente 250 sitios, nuevos y existentes.

Además, participamos de un seminario en la Escuela Superior Técnica con la participación de varios disertantes (CITEDEF, INTI, COPITEC y UTN, entre otros). También asistimos al Seminario Internacional de RNI organizado por el Organismo para el Desarrollo Sostenible de la Provincia de Buenos Aires.

6.9. CAPACITACIÓN DE EMPLEADOS SOBRE CUIDADO AMBIENTAL

Que nuestros empleados influyan sobre el manejo de los recursos de la Compañía constituye una gran oportunidad para avanzar en nuestro desempeño ambiental. Por eso, durante 2012 continuamos desarrollando cursos y campañas internas para informar y concientizar sobre la importancia del cuidado del medioambiente. De esta manera, generamos conciencia sobre el uso racional de los recursos, y motivamos el interés y el compromiso.

- **CURSOS PRESENCIALES.** 2.355 colaboradores participaron del curso de Conciencia Ambiental.
- **ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO SOBRE ANTIDERRAMES.** Se reforzó el entrenamiento sobre procedimientos de control de derrames de baterías y combustibles en tareas operativas. Avanzamos en la investigación de siniestros ante derrames que debe efectuar la operación y ante cada derrame incorporamos la generación de “No conformidades” al Sistema de Gestión de Calidad y Medio Ambiente. Adicionalmente, contamos con un kit antiderrame compuesto por elementos de protección personal, equipos de limpieza y material absorbente. En caso de derrame, el uso de este kit permite evitar la propagación de sustancias perjudiciales para el medio ambiente.
- **WEB AMBIENTAL (NEOPORTAL).** Actualizamos el contenido del sitio con el objeto de compartir conceptos de aprendizaje con nuestra gente. Así, incluimos los siguientes temas: las acciones que desarrolla nuestra empresa; el cuidado del agua; el cuidado del aire, la energía y el medio ambiente; el cambio climático; y la biodiversidad. En 2012, la Web ambiental recibió 2.648 visitas.
- **CAMPAÑAS INTERNAS.** En el Día Anual del Medio ambiente, la Fundación TECSAL, que depende de la Universidad del Salvador, brindó una charla abierta para nuestros colaboradores en la que se trató la temática “Economía Verde”. Enviamos una comunicación de buenas prácticas a nuestra población por medio de Comunicación Interna. También llevamos a cabo la Campaña “Secando tus manos, le das una mano al planeta”, por medio de la cual, con el fin de mejorar las condiciones de higiene y reducir el consumo de papel, implementamos el uso de secamanos de alto rendimiento en los edificios con mayor densidad de personas.
- **REVISTA INTERNA.** Efectuamos una publicación sobre huella de carbono, el uso racional de recursos y sustentabilidad.
- **MATRIZ LEGAL AMBIENTAL.** Cada seis meses, actualizamos la Matriz Legal Ambiental, a la que pueden acceder todos los empleados de la Compañía. Esta matriz, publicada en nuestra página web, detalla jurisdicción por jurisdicción el marco regulatorio y las leyes aplicables en medio ambiente, medicina e higiene, y seguridad laboral.

6.10. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO

DESAFÍOS 2012	CUMPLIMIENTO 2012
MEDIO AMBIENTE	
Alcanzar la Certificación en ISO 14001 para el acceso de servicios móviles en la región Litoral.	Certificamos la red de acceso de Personal (instalaciones de radiobases) con la norma ISO 14001 para el área Litoral en los procesos de Planificación, Ingeniería, Construcción y Aseguramiento de Redes.
Servicios Fijos Profundizar el compromiso asumido respecto a la tecnología ECO DECT de los equipos.	Ampliamos la línea de terminales ECO DECT con los lanzamientos de Aladino 420 y Aladino 420 Dual. Ambos modelos cuentan con tecnología ECO DECT que permiten un considerable ahorro de consumo eléctrico.
Implementar el proyecto TIGREEN con el que se harán mediciones de energía, temperatura, iluminación y humedad en nuestros edificios.	Nos encontramos implementando TIGREEN en la fase final de despliegue del equipamiento técnico. Con esta etapa finalizada se inicia la fase de modelización en la plataforma TIGREEN, a partir de lo cual comenzaremos a relevar datos que permitirán diseñar los distintos programas de eficiencia energética.
Impulsar la adhesión a la factura online para reducir el impacto ambiental por el uso del papel.	En servicios fijos contamos con 74.266 clientes adheridos a factura online. En cuanto a servicios móviles un total de 296.000 clientes se han adherido a la factura digital, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.
Implementar una prueba piloto del sistema de Energy Management, para lograr la medición necesaria con el fin de alcanzar la eficiencia energética.	Nos encontramos en la etapa de implementación en el edificio Pampa en Capital Federal, con proyección de finalizarlo en el primer trimestre de 2013.

DESAFÍOS 2013

MEDIO AMBIENTE

Continuar con las mejoras al Sistema de Gestión de Calidad y Medio Ambiente, certificado en la norma ISO 14001, realizando la extensión a los sitios de la Región Mediterránea.

Completar la implementación de la prueba piloto del sistema Energy Management en el Edificio Pampa.

Mantener el nivel de consumo de energía acorde al volumen consumido en 2012. Objetivo: 386.927 Kwh

Fomentar el consumo de papel FSC o FCA. Objetivo: 280 toneladas.

Seguir impulsando la adhesión a factura online (digital). Objetivo: 385.000 clientes.



7 PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN

7. PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN

¿Cómo informamos la gestión de asuntos clave sobre esta temática según la ISO 26.000?

ASUNTOS		ACCIONES INFORMADAS	PÁGINA
Asunto 1	Anticorrupción	Normas y prácticas de anticorrupción	97-98
Asunto 2	Participación política responsable	Respeto por el principio de la transparencia en Telecom	98
Asunto 3	Competencia justa	Competencia justa	99-102
Asunto 4	Promover la responsabilidad social en la cadena de valor	Trabajo con la cadena de valor	108-116
Asunto 5	Respeto a los derechos de la propiedad	Relaciones con inversores	104-107

En Telecom, establecemos relaciones con una diversa cantidad de individuos y organizaciones: proveedores, inversores, asociaciones, competidores, cámaras e instituciones, entre otros. Es nuestro interés que dichos relacionamientos se construyan sobre la base de la ética y la transparencia, para asegurar un vínculo de confianza en el largo plazo que genere valor para las partes involucradas y para la sociedad en general. Para ello establecemos formalmente los valores y comportamientos esperados en nuestro Código de Conducta y Ética Empresaria, trabajamos en conjunto con la cadena de valor, y establecemos diálogo con accionistas y con la comunidad financiera.

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre la contribución de las prácticas justas de operación a la Responsabilidad Social?⁽¹⁶⁾

- Las prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una organización en sus transacciones con otras organizaciones.
- Incluyen relaciones entre organizaciones y agencias gubernamentales, así como entre organizaciones y sus socios, proveedores, clientes, competidores y las asociaciones de las cuales son miembros.
- Se refiere a la manera en que una organización utiliza su relación con otras organizaciones para promover resultados positivos.
- Dichos resultados se pueden alcanzar proporcionando liderazgo y promoviendo la adopción de la responsabilidad social de una manera más amplia, dentro de la esfera de influencia de la organización.

(16) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).

7.1. NORMAS Y PRÁCTICAS DE ANTICORRUPCIÓN

7.1.1. CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIA

El Código de Conducta y Ética Empresaria permite al Grupo Telecom incorporar e implementar, a través de declaraciones de principios y valores, fundamentos éticos de carácter universal dentro de la vida cotidiana de la organización.

Por medio de nuestro Código establecemos las pautas de conducta que deberán ser respetadas por los miembros de los Directorios, Síndicos, colaboradores, proveedores, asesores y consultores del Grupo Telecom en sus acciones diarias, tanto internamente como con la comunidad en general; tal como expresa el Alcance del Código.

Por ello, en el Grupo Telecom 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, no discriminación, anti-corrupción y competencia justa.

Además, el Código incluye una detallada reglamentación acerca de los conflictos de intereses, las acciones a seguir para evitarlos y la información que debe proporcionarse ante la presencia de alguna situación en este aspecto.

En 2011, como parte de nuestro compromiso asumido para asegurar la libre competencia en el mercado argentino, incorporamos un Capítulo Adicional al Código en el que se incluyen las disposiciones de los compromisos “Telco” y “TI-W”, en cuanto afectan a Telecom Argentina y sus sociedades controladas.

Contamos con un sitio web de denuncias (www.telecom-denuncias.com.ar), al que puede acceder cualquier persona para reportar cualquier violación efectiva o potencial de las leyes, normas o reglamentaciones vigentes o de las disposiciones del Código. A su vez, brindamos la posibilidad de realizar denuncias en forma personal o por escrito ante cualquiera de los integrantes del Comité de Auditoría. Todas las denuncias se mantienen de manera confidencial. Una vez recibida la denuncia, el Comité de Auditoría evalúa la situación previamente analizada por el área de Auditoría Interna. El Comité de Auditoría trata todas las denuncias que involucren cuestiones contables, de control interno contable o de auditoría, con facultades exclusivas para investigar y adoptar todas las resoluciones que estime necesarias con respecto a las denuncias y cuestionamientos recibidos sobre estos temas. Para los casos en que las denuncias involucren a dicho Comité en su conjunto o a algún miembro de este, serán tratadas por la Comisión Fiscalizadora de la Sociedad, que evaluará la situación y, si el caso lo requiere, lo elevará al Directorio para que este resuelva.

Como parte de la difusión y conocimiento de las pautas establecidas en nuestro Código, desde 2010 se llevan a cabo acciones tendientes a la concientización de la disponibilidad del Código y su aplicación a los colaboradores de la Compañía.

A su vez, en el marco de las jornadas de inducción, que proporcionan a los ingresantes la información necesaria para acompañar su adaptación y orientación en la Compañía, presentamos un módulo específico sobre el Código de Ética y Conducta Empresaria. Los encuentros se llevaron a cabo en Buenos Aires, Rosario y Córdoba, y participaron 372 personas durante 2.976 horas de capacitación. La cantidad de personas formadas representan un total del 2,27% de la dotación.

Por otro lado, los colaboradores disponen de un micrositio del Código de Conducta y Ética Empresaria en Neoportal donde pueden consultar el Código en formato digital, efectuar la declaración jurada sobre distintas pautas establecidas en el código y certificar sus conocimientos en forma online. Además, el Código puede ser consultado tanto por los integrantes del Grupo Telecom, Accionistas, Proveedores y el público en general por medio de la página institucional del Grupo (www.telecom.com.ar).

CAPACITACIÓN INTERNA EN TEMAS DE ANTICORRUPCIÓN

Derecho Societario y Defensa de la Competencia: 0,67% de la dotación

Inducciones (Código de Conducta y Ética Empresaria): 2,27% de la dotación

7.1.2. RESPETO POR EL PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA EN TELECOM

Con el objetivo de difundir y promover las prácticas de anticorrupción a lo largo de la organización, incluimos contenidos relacionados con los cursos que se dictan en todos los niveles jerárquicos.

En primer lugar, se realizaron dos Jornadas in Company sobre Derecho Societario y Defensa de la Competencia a distintas poblaciones del Grupo, donde participaron más de 100 colaboradores en 880 horas de formación. La temática estuvo relacionada con Gobierno Societario, Defensa de la Competencia y Compromisos, incluyendo los siguientes contenidos:

- Marco general del Código.
- Conductas no permitidas y conflicto de intereses.
- Relaciones de negocios, con la comunidad y trato justo, no discriminatorio.
- Calidad, uso y protección de la información de la Sociedad.
- Tratamiento sobre los regalos recibidos y entregados a clientes / proveedores.
- Tratamiento de denuncias a toda conducta ilícita o antiética.
- Dispensas al cumplimiento del Código y sanciones por su incumplimiento.

PARTICIPACIÓN POLÍTICA RESPONSABLE

La norma ISO 26000 se refiere a la necesaria promoción del desarrollo de políticas públicas, la no utilización de influencias indebidas, como ser conductas de manipulación, intimidación y coerción, y la debida formación de empleados en estos temas.

El Código de Conducta y Ética Empresaria de Telecom incluye la visión del Grupo en relación con las actividades políticas y los aportes, y se menciona lo siguiente:

- La Sociedad no realizará aportes ni contribuciones a partidos o agrupaciones políticas.
- No es intención de la Sociedad desalentar o impedir que los integrantes del personal, en forma individual, efectúen aportes o contribuciones a partidos o agrupaciones políticas o se comprometa en actividades políticas en nombre propio, aunque no podrá desarrollarlas en horario laboral, ni en el lugar de trabajo, ni en instalaciones de la Sociedad.
- La Sociedad no reintegrará (ni directa ni indirectamente), a ningún integrante del personal, los aportes o contribuciones a partidos o agrupaciones políticas, que hubiese efectuado en forma personal.
- Los integrantes del personal, como ciudadanos, podrán participar de actividades públicas y asumir cargos cívicos, siempre que esto no implique un conflicto de intereses entre su posición en la Sociedad y la función pública.

De este modo, el Grupo Telecom se compromete a no relacionarse con partidos o agrupaciones políticas, independientemente de lo cual los integrantes de la Compañía son libres de realizar aportes o contribuciones fuera del horario y espacio laborales.

7.2. PRÁCTICAS DE COMPETENCIA JUSTA

Entre 2007 y 2010, el Grupo Telecom fue parte de una serie de presentaciones y recursos en sede administrativa y judicial en relación con cambios societarios de accionistas controlantes que generaron distintas interpretaciones acerca de la Ley de Defensa de la Competencia y otras regulaciones en Argentina. En octubre de 2010 dicho conflicto societario fue resuelto, con aprobación de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia y la Secretaría de Política Económica. Como resultado, el Grupo Telecom dispuso una serie de cambios en sus normativas y procedimientos a fin de asegurar aún más la separación e independencia de las actividades en el mercado de telecomunicaciones argentino, entre los que se encuentran la adhesión a una serie de compromisos para preservar e incentivar las condiciones de competencia en el mercado nacional, la creación de un Comité de Cumplimiento Regulatorio para realizar seguimiento y control del acatamiento de los compromisos asumidos, la comunicación de dichos compromisos mediante su Código de Ética y Conducta Empresarial, la capacitación de sus empleados, entre otros.

7.2.1. COMPROMISOS "TELCO" Y "TI-W"

El 25 de octubre de 2007, un consorcio conformado por Assicurazioni Generali S.p.A., Intesa Sanpaolo S.p.A., Mediobanca S.p.A., Sintonia S.A. (Benetton) y Telefónica, S.A. (de España) adquirieron la totalidad del capital de Olimpia S.p.A. a través de la sociedad italiana Telco S.p.A. que contaba con una participación de aproximadamente 23,6% en el capital social con derecho a voto de Telecom Italia S.p.A. (la Operación Telco). Cabe destacar que, el 22 de diciembre de 2009, Sintonia S.A. (Benetton) dejó el mencionado consorcio y su participación fue asumida en partes proporcionales por los restantes accionistas de Telco S.p.A. Según la última información pública disponible al 30 de septiembre de 2012, esa participación asciende a 22,4% del capital con derecho a voto de Telecom Italia S.p.A. Con motivo de la Operación Telco, Pirelli & C. S.p.A. y sus sociedades controladas y vinculadas dejaron de ser partes relacionadas de Telecom Argentina y sus controladas desde octubre de 2007.

La Operación Telco generó distintas interpretaciones sobre sus implicancias en el mercado de las telecomunicaciones de nuestro país a la luz de la Ley de Defensa de la Competencia y regulaciones del sector.

En consecuencia, la Operación Telco dio lugar a la intervención de diversos organismos administrativos cuyas resoluciones fueron objeto de diversas presentaciones y recursos en sede administrativa y judicial.

El 5 de agosto de 2010, Telecom Italia S.p.A., Telecom Italia International N.V. y W de Argentina Inversiones SL resolvieron celebrar un acuerdo transaccional en virtud del cual resolvieron, entre otras cuestiones, poner fin a todas las disputas judiciales existentes entre las partes como accionistas directos de Sofora Telecomunicaciones S.A. e indirectos de las restantes sociedades del Grupo Telecom Argentina (integrado por Sofora Telecomunicaciones S.A., Nortel Inversora S.A., Telecom Argentina, Telecom Personal y las sociedades controladas por las dos últimas) que se habían originado a partir de la celebración en Europa de la Operación Telco y otros temas controversiales.

El 6 de octubre de 2010, las firmas Telefónica, S.A. (de España), Assicurazioni Generali S.p.A., Intesa Sanpaolo S.p.A., Mediobanca S.p.A., Telco S.p.A y, como partes intervinientes, Telecom Italia S.p.A., Telecom Italia International N.V., Sofora Telecomunicaciones S.A., Nortel Inversora S.A., Telecom Argentina, Telecom Personal, Telefónica de Argentina S.A. y Telefónica Móviles de Argentina S.A., presentaron ante la CNDC un documento, por el cual, asumieron un compromiso (Compromiso Telco) a fin de asegurar la separación e

independencia de las actividades en el mercado de telecomunicaciones argentino de las firmas Telefónica, S.A. (de España) y sus controladas por un lado, y las firmas Telecom Italia S.p.A., Telecom Italia International N.V., Sofora Telecomunicaciones S.A., Telecom Argentina y Telecom Personal por el otro, preservando e incentivando las condiciones de competencia de las actividades de las mismas en el mercado nacional.

Asimismo, en el marco del expediente referido a la Operación TI-W los accionistas de Sofora Telecomunicaciones S.A. presentaron ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) un compromiso (Compromiso TI-W), por el cual asumieron una serie de obligaciones con respecto a la administración y gobierno del Grupo Telecom Argentina.

Dichos compromisos fueron aceptados el 13 de octubre de 2010 por las Resoluciones Nº 148 y 149 de la Secretaría de Política Económica, con las aclaraciones y precisiones formuladas por la CNDC en sus Dictámenes Nº 835 y 836 del 12 de octubre de 2010.

El Directorio de Telecom Argentina, el 26 de octubre de 2010, ratificó la suscripción por parte de la Compañía del Compromiso Telco y aceptó las obligaciones que para ella se derivan del Compromiso TI-W, con más las aclaraciones y precisiones que a ellos se refieran, formuladas por la CNDC en sus dictámenes, y adoptó una serie de medidas para su efectiva implementación; entre ellas, la creación de un Comité de Cumplimiento Regulatorio.

El Compromiso Telco y el Compromiso TI-W pueden ser consultados en www.telecom.com.ar/compromisos.



7.2.2. COMITÉ DE CUMPLIMIENTO REGULATORIO

En octubre de 2010 se creó un Comité de Cumplimiento Regulatorio integrado por tres miembros designados por el Directorio de Telecom Argentina entre los miembros titulares y/o suplentes de los Directorios de Telecom Argentina y Telecom Personal con exclusión de los miembros designados a instancias de Telecom Italia y de los miembros designados conjuntamente por Telecom Italia y W de Argentina, si los hubiera. Cabe señalar que en la designación de los integrantes del Comité de Cumplimiento Regulatorio, no pueden votar los directores de Telecom Argentina designados a instancias de Telecom Italia o los propuestos conjuntamente por W de Argentina y Telecom Italia.

La función esencial del Comité de Cumplimiento Regulatorio consiste en verificar el cumplimiento por parte de Telecom Argentina y Telecom Personal de los requisitos ("Requisitos") asumidos o que se derivan para ambas compañías del Compromiso Telco y del Compromiso TI-W.

El Comité de Cumplimiento Regulatorio tiene las siguientes atribuciones y funciones:

- Confeccionar informes trimestrales para los Directorios de Telecom Argentina y Telecom Personal sobre el cumplimiento de los requisitos.
- Auditar el cumplimiento de los Requisitos respecto de Telecom Argentina y de Telecom Personal.
- Monitorear toda la información requerida por Telecom Italia conforme a los derechos de auditoría de Telecom Italia S.p.A. en virtud del Nuevo Acuerdo de Accionistas de Sofora.
- Aprobar cualquier acuerdo a ser celebrado o modificado entre Telefónica, S.A. y/o cualquiera de sus afiliadas y Telecom Argentina y/o cualquiera de sus subsidiarias.
- Confeccionar informes anuales sobre el cumplimiento de los Requisitos que serán remitidos al Directorio de Telecom Argentina y Telecom Personal con diez días de anticipación a su presentación a la CNDC.

A la fecha de emisión de este Reporte, el Comité de Cumplimiento Regulatorio está conformado por Adrián Werthein (Presidente), Eduardo Federico Bauer y Esteban Gabriel Macek.

7.2.3. CAPÍTULO ADICIONAL AL CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIA

Los Directorios de Telecom Argentina y Telecom Personal dispusieron, el 26 de octubre de 2010, la incorporación al Código de Conducta y Ética Empresaria de un Capítulo Adicional con las obligaciones y responsabilidades de carácter general que para los Directores, Síndicos y todo el personal de las dos sociedades, se derivan de los compromisos aceptados mediante las Resoluciones Nº 148 y 149 de la Secretaría de Política Económica, con ciertas aclaraciones y precisiones formuladas por la CNDC.

Se incorporaron las siguientes disposiciones que se refieren a Telecom Argentina y Telecom Personal y que obligan a los miembros de sus Directorios, Síndicos, Directores Generales, Directores de Unidad, Directores, Gerentes y demás Personal de Telecom Argentina y Telecom Personal:

1. Las sociedades controladas por Telefónica S.A., actuales o futuras, que realicen actividades en el mercado argentino, tienen prohibido celebrar contratos con compañías controladas por Telecom Italia S.p.A. que realicen actividades en el mercado argentino (las que incluyen a Telecom Argentina y sus sociedades controladas, actuales o futuras, que también realicen actividades en el mercado argentino), salvo aquellos contratos

relacionados con temas operativos usuales entre empresas que realizan las actividades en el mercado argentino y, en tal caso, dichos contratos no podrán estipular condiciones más favorables o privilegiadas o ser violatorios de la reglamentación vigente en Argentina.

2. Las sociedades del Grupo Telefónica de Argentina (Telefónica de Argentina S.A. y Telefónica Móviles Argentina S.A.) no podrán adoptar una marca en común, ni estrategias de mercado o publicitarias en común con Telecom Argentina y sus controladas, en los mercados involucrados, que violen el Compromiso Telco o la Ley 25.156.

3. Se encuentra estrictamente prohibido a todos los miembros del Directorio, de la Comisión Fiscalizadora, Directores, Gerentes y Personal en general de las sociedades del Grupo Telecom Argentina (Sofora Telecomunicaciones S.A.; Nortel Inversora S.A.; Telecom Argentina S.A. y Telecom Personal S.A.), cualquier intercambio de información confidencial, estratégica o sensible NO pública con Telefónica S.A. y sus controladas (incluidas, sin carácter limitativo, Telefónica de Argentina S.A. y Telefónica Móviles Argentina S.A.), sobre la operatoria referida a las actividades en el mercado argentino de las sociedades de los dos Grupos antes mencionados (Grupo Telecom Argentina y Grupo Telefónica). Respecto de aquella información destinada a hacerse pública, el intercambio o suministro de información tampoco podrá realizarse con anterioridad a que efectivamente la información se haya hecho pública.

4. Los miembros del directorio de cualquier compañía que ejerza actividades en el mercado argentino, controlada de forma directa o indirecta por Telefónica S.A. no podrán ser elegidos miembros del directorio de cualquier compañía que ejerza actividades en el mercado argentino, controlada por Telecom Italia S.p.A. Adicionalmente, cualquier persona que, en los 36 meses precedentes haya sido miembro del directorio de cualquier compañía que ejerza actividades en el mercado argentino, directa o indirectamente controlada por Telefónica S.A. no podrá ser elegida como director de cualquier compañía que ejerza actividades en Argentina controlada de forma directa o indirecta por Telecom Italia S.p.A.

5. Cualquier cambio de control en la estructura societaria del Grupo Telecom Argentina deberá ser sometido a la autorización de la Autoridad de Aplicación de la Ley 25.156. A los fines del presente punto se entenderá por "cambio de control" el previsto en la Ley 25.156, interpretada de acuerdo con la jurisprudencia argentina. En caso de duda, deberá realizarse el trámite de la "opinión consultiva", previsto en la normativa consultiva.

6. Se deja constancia que el incumplimiento de las obligaciones que para Telecom Argentina y sus sociedades controladas se derivan del Compromiso Telco y el Compromiso TI-W, será considerado "falta grave". Dicho incumplimiento podrá asimismo dar lugar a la aplicación de las sanciones previstas en el Punto 5.1 del Compromiso Telco.

De esta manera, nuestra intención es que todos aquellos que forman parte del Grupo Telecom, o que interactúan con el mismo, tengan conocimiento de las disposiciones referidas a las prácticas de competencia justa.

7.3. PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN Y MANEJO DE DATOS

Para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de información de las Sociedades del Grupo Telecom Argentina, trabajamos con altos estándares de seguridad informática. Contamos con la certificación conjunta de las normas ISO 9001:2008 e ISO/IEC 27001:2005, y somos los primeros en América Latina en contar con un Sistema de Gestión Integral de la Calidad y Seguridad de la Información.

La Ley N° 25.326 de Protección de Datos Personales, y sus normas complementarias, tiene como función la regulación de requisitos a fin de proteger la privacidad de los datos de las

personas por parte de quienes tengan bases de datos que contengan cualquier tipo de información.

En Telecom Argentina nos aseguramos de proteger la privacidad y confidencialidad de la información referida a nuestros clientes, empleados y proveedores, y trabajamos de manera articulada entre las áreas legales y de seguridad corporativa para la resolución de cualquier posible incidente que pudiera ser detectado.

La Ley de Telecomunicaciones establece en su arts. 19 y 20 la inviolabilidad del secreto de las telecomunicaciones y el deber de guardar secreto por parte de los operadores, estableciéndose que dichos deberes solo ceden ante una orden emanada de un Juez competente, lo cual es estrictamente cumplido. En la compañía no se brinda información a terceros sobre los clientes o sobre las telecomunicaciones cursadas si no existe una orden de un Juez competente.

Las políticas de privacidad vigentes pueden visualizarse en:

http://www.personal.com.ar/institucional/terminos_y_condiciones/telecom_personal

<http://www.telecom.com.ar/grandesclientes/avisolegal.html>

<http://servicios.arnet.com.ar/ayuda/privacidad.asp>

Nuestra Política de “Uso Aceptable de Servicios” tiene por objeto asegurar un uso lícito y responsable del servicio. Dentro de los usos indebidos se expresa que “se encuentra expresamente prohibido todo uso del servicio con fines ilícitos o violatorio de la normativa vigente, o que pudiere considerarse abusivo por afectar derechos de terceros”.

En materia de habilitación de contenidos adultos, se destaca que en el caso del producto ARNET Play el cliente cuenta con un PIN para que habilite o deshabilite el denominado contenido adulto del SERVICIO tanto desde la interfaz de usuario (TV) como desde el portal /interfaz web (computadora personal). En el caso de Personal, para poder ingresar a un sitio web y acceder a contenidos adultos, el cliente debe aceptar un aviso donde indica que es mayor de 18 años.

Las políticas de Uso Aceptable vigentes se pueden visualizar en:

http://www.personal.com.ar/institucional/terminos_y_condiciones/politica_uso

<http://contenidos2.arnet.com.ar/legales/condicionesdeuso.htm>

<http://www.telecom.com.ar/hogares/condiciones.html>

Telecom Argentina cumple con la normativa correspondiente a la privacidad de las comunicaciones, la protección de datos personales así como el resto de la normativa vigente al respecto, no habiendo recibido en el año 2012 ninguna sanción o multa significativas por esta causa.



7.4. RELACIONES CON INVERSORES

En un contexto económico-financiero global y doméstico de acrecentada volatilidad y complejidad, son mayores las demandas de información por parte de los inversores acerca de las actividades, planes y resultados de las compañías, por lo que cada vez resulta más necesario comprometerse con una comunicación financiera fluida y clara tanto para los inversores minoritarios como institucionales, manteniendo siempre abiertos los distintos canales de comunicación y participación que se tiene con los mismos.

A partir de este año, aplicamos las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en la preparación de los Estados Financieros. De esta manera hemos unificado en un único cuerpo normativo todos los reportes financieros para grupos de interés locales y del exterior. Este proceso ha constituido un gran esfuerzo de la Compañía y posibilita el uso de información económica-financiera de alta calidad.

7.4.1. COMPOSICIÓN DEL CAPITAL ACCIONARIO Y SOCIEDADES QUE INTEGRAN TELECOM

Las acciones de Telecom Argentina tienen autorización de oferta pública. Las mismas cotizan en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y en la New York Stock Exchange (NYSE) en forma de ADR (American Deposit Receipt).

Actualmente, la sociedad controlante de Telecom Argentina es Nortel Inversora S.A. que posee la totalidad de las acciones Clase A (51% del capital) y 3,74% en acciones Clase B, totalizando el 54,74% del capital accionario de la Compañía. A su vez, Nortel es controlada por Sofora Telecomunicaciones S.A., cuyos accionistas son el Grupo Telecom Italia con el 68% de las acciones y W de Argentina - Inversiones S.L., con el 32% restante.

Adicionalmente, el Grupo Telecom Italia cuenta con un 8% de las acciones preferidas B de Nortel (sin derecho a voto) y también adquirió el 1,58% de Telecom Argentina a través de una sociedad constituida en Argentina denominada "Tierra Argentea S.A.". Luego de las transacciones mencionadas y a la fecha de este Reporte, los derechos económicos del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina ascienden a un 22,7%.

Durante 2012 se realizaron conversiones de acciones de clase C a B. De esta manera, el capital accionario de Telecom Argentina al 31 de diciembre de 2012, estaba representado por:

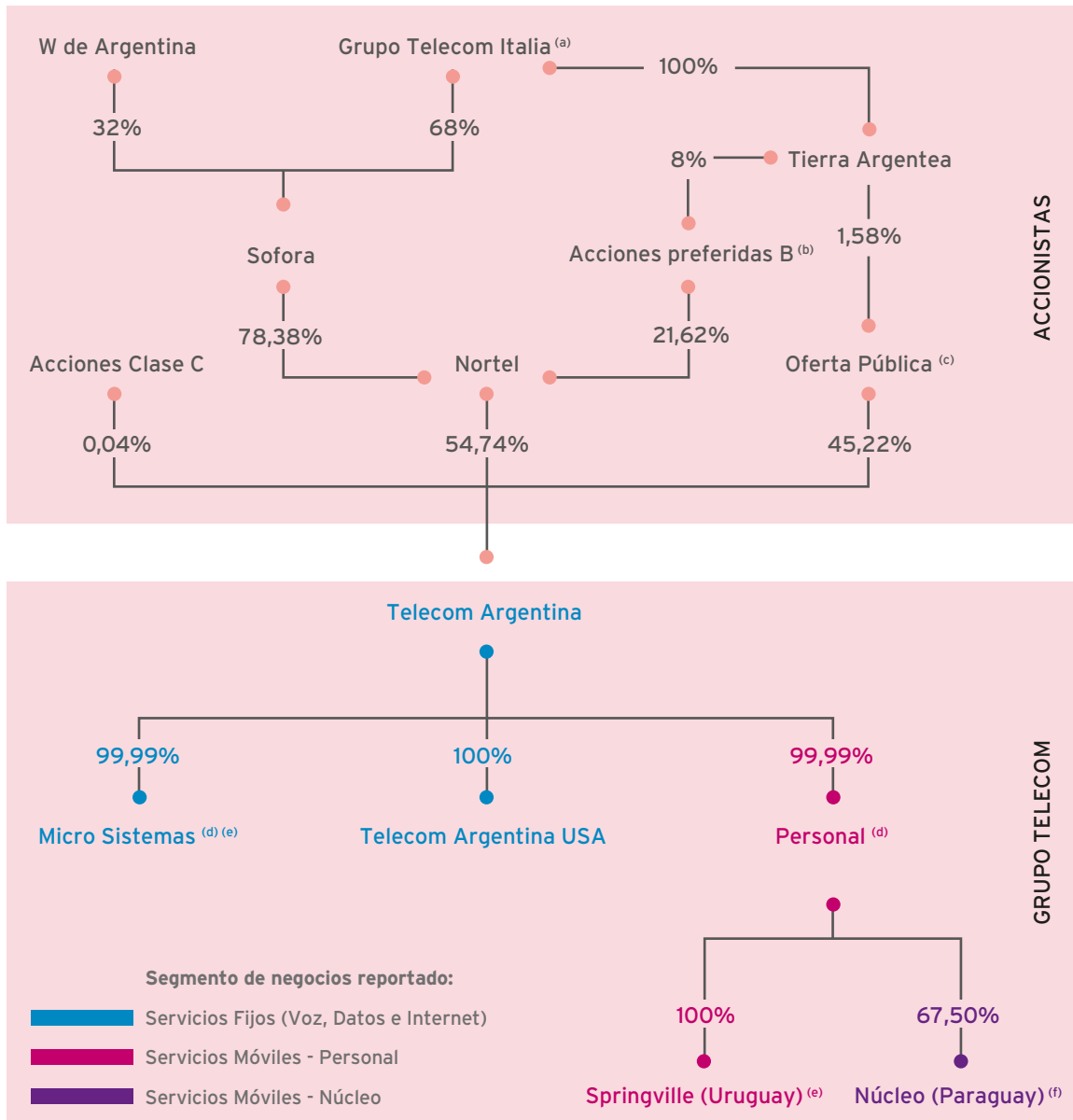
CAPITAL ACCIONARIO DE TELECOM ARGENTINA (*)

CLASE	CANTIDAD DE ACCIONES	%
Acciones Clase A	502.034.299	51,00
Acciones Clase B	481.975.958	48,96
Acciones Clase C	370.721	0,04
Total de Acciones	984.380.978	100,00

(*) Al 31 de diciembre de 2012.

7.5. SOCIEDADES QUE INTEGRAN EL GRUPO TELECOM Y SEGMENTOS DE NEGOCIOS

A continuación presentamos la estructura societaria de Telecom Argentina y sociedades que integran el Grupo al 31 de diciembre de 2012.



(a) Al 31 de diciembre de 2012, los derechos económicos del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina ascienden al 22,7%.

(b) Las acciones preferidas "B" no son rescatables (con cotización en las bolsas de Nueva York, Luxemburgo y Buenos Aires).

(c) Ver composición en acápite A.3.1 "Accionistas de Telecom Argentina S.A." de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2012.

(d) El 0,01% restante pertenece a Nortel.

(e) Sociedad sin operaciones durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2012 y 2011.

(f) El accionista no controlante de Núcleo es ABC Telecomunicaciones S.A. con el 32,5% del capital social.

7.6. CONTACTO PERMANENTE Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Durante 2012 mantuvimos reuniones y conference calls con analistas, calificadoras de riesgo e inversores a fines de evaluar la Compañía como una alternativa factible en el portafolio. Entre los principales temas tratados se destacan:

- Pago de Dividendos.
- Licitación de espectro.
- Contexto político y macroeconómico.
- Evolución del negocio.
- Destino de la caja de la Compañía e inversiones.
- Portabilidad Numérica Móvil.

Con motivo de la implementación de las normas NIIF, mantuvimos contacto permanente con los analistas de cobertura con el objeto de explicar los principales cambios y su repercusión en el modelo de negocio.

En 2012 llevamos a cabo una gran cantidad de reuniones presenciales y conference calls en los cuales participaron:

- **+ de 45** fondos de inversión provenientes principalmente de Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Brasil y Argentina.
- **+ de 60** reuniones y conference calls con analistas.
- **+ de 10** reuniones y conference calls con calificadoras de riesgo.
- Reuniones y conference calls en reiteradas ocasiones con el área de Relaciones con Inversores de Telecom Italia, agente depositario de ADRs, y otros agentes intervinientes en el mercado de capitales.

Enfocados en incrementar la presencia en el mercado de capitales, participamos en 6 conferencias organizadas por bancos de inversión con compañías latinoamericanas en el exterior y en una llevada a cabo en Argentina, lo que permitió mantener contacto con 80 fondos de inversión. Asimismo realizamos una visita a analistas de cobertura en la ciudad de San Pablo.

Por último, nuestra página web es una fuente importante de información para temas que merezcan la atención de los accionistas como: asambleas de accionistas, pago de dividendos, anuncio de resultados, datos de contacto, entre otros.

RELACIONAMIENTO CON ACCIONISTAS MINORITARIOS

Telecom Argentina mantiene un diálogo abierto y fluído con los accionistas minoritarios, brindándoles asistencia con cualquier duda que puedan tener relacionado con el pago de dividendos, Impuesto a los Bienes Personales, asamblea de accionistas, conversión de acciones, entre otros.

Por otra parte, es importante destacar que habiéndose liquidado judicialmente el Programa de Propiedad Participada (PPP), gran parte de los titulares de acciones Clase "C" tuvieron la posibilidad de convertir sus acciones a Clase "B" y por tal motivo se incrementó la masa de accionistas totales. Muchos de estos accionistas se comunicaron con la Gerencia de Relaciones con Inversores a través de llamados telefónicos y por correo electrónico para informarse acerca de sus tenencias.

Actualmente continúan existiendo 370.721 acciones Clase "C", que representan el 0,04% del capital social, siendo intención de la Compañía fomentar su conversión a Clase "B". Cabe mencionar que este tipo de acción es la que cuenta con la posibilidad de ser comercializada en la Bolsa de Buenos Aires o de ser convertida en ADR (*American Depositary Receipt*).

Relacionado con los inversores tenedores de ADRs, cotizantes en la NYSE, trabajamos con los *Proxy advisors*, brindándoles información y asistencia para que puedan realizar su labor de la mejor manera al recomendar a los tenedores acerca de la votación en las asambleas de accionistas de Telecom.

Para mayor información sobre la estructura accionaria, propiedad y forma jurídica de la organización ver la Memoria y Estados Financieros de Telecom Argentina al 31 de diciembre de 2012.



7.7. TRABAJO CON LA CADENA DE VALOR

PROVEEDORES EN NÚMEROS

1.955

Proveedores ⁽¹⁾

211

Proveedores dados de alta en 2012

1.082

Evaluaciones realizadas a proveedores ⁽²⁾

201

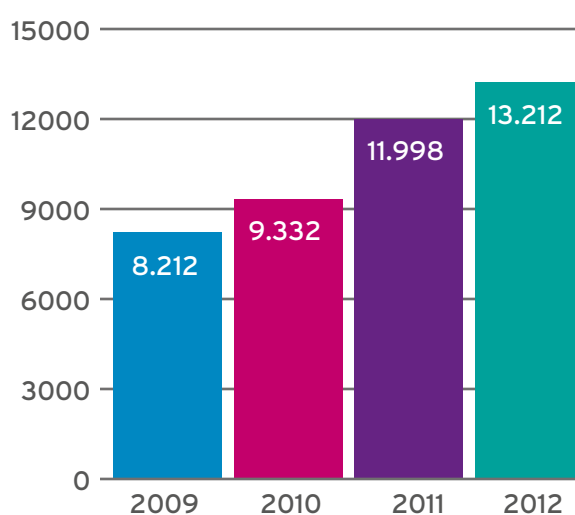
Proveedores evaluados y formados bajo criterios de sustentabilidad.

Deseamos promover la interacción con los proveedores, de manera de establecer una relación fluida basada en la comunicación permanente, que permita compartir valores y una gestión responsable del negocio.

Este año llevamos a cabo nuevas iniciativas en pos del desarrollo y crecimiento de nuestra cadena de valor:

- Efectuamos un análisis de riesgos de provisión.
- Establecimos la Certificación de Procesos Productivos.
- Potenciamos el desarrollo de nuevos proveedores mediante la fabricación nacional.
- Realizamos una encuesta de opinión a proveedores y prestadores en materia de sustentabilidad y certificaciones ISO.
- Desarrollamos un Seminario de Sustentabilidad para la Cadena de Valor.

COMPRAS A PROVEEDORES (EN MILLONES DE PESOS)



Corresponde al monto ordenado durante el año.

(1) Proveedores con contratación vigente al 31 de diciembre de 2012, sobre el total de proveedores con orden de compra adjudicada durante el ejercicio.

(2) Mediciones realizadas entre enero y octubre 2012.

CONECTADOS CON NUESTROS PROVEEDORES

Contamos con los siguientes canales de diálogo con proveedores:

• ¿CÓMO VENDERLE A TELECOM?

<http://www.telecom.com.ar/institucionales/proveedores/proveedores.html>
Página web donde se puede conocer cómo venderle a Telecom, registrarse como proveedores, visualizar pedidos de cotización, consultar pliego unificado de contratación, entre otros.

• REGISTRO DE PROVEEDORES

En el sitio web de Telecom contamos con una Base de Aspirantes a Proveedor, que permite a todas aquellas personas físicas o jurídicas interesadas, registrarse y quedar habilitadas para presentar propuestas en los pedidos de cotización del Grupo Telecom.

PROCESO DE REGISTRACIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PROVEEDORES EN LA DIRECCIÓN ABASTECIMIENTO



7.7.1. PROMOCIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

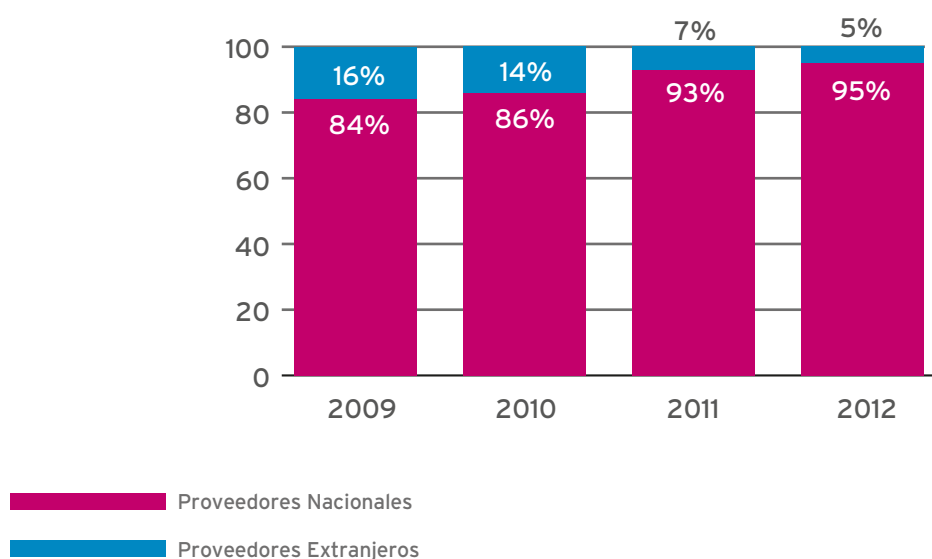
Desde nuestros inicios, estamos comprometidos con el desarrollo económico del país, y esto se traduce en la selección de proveedores nacionales para las compras de productos y servicios necesarios para la organización. Actualmente, el 96% de nuestros proveedores son nacionales, mientras que la proporción de compras a proveedores nacionales asciende a 95%, con una mejoría de estos indicadores respecto de años anteriores.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES NACIONALES 2012



Estos datos no incluyen Núcleo.

PORCENTAJE DE COMPRAS A PROVEEDORES NACIONALES



COMPRE TRABAJO ARGENTINO - LEY 25.551

En el marco de dicha normativa, en Telecom Argentina priorizamos las contrataciones con proveedores locales acorde a las posibilidades del contexto.

7.7.2. EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Con el propósito de contar con la información pertinente para la selección de los potenciales proveedores, consideramos documentación suministrada por los proveedores y por los Sistemas de Novedades Comerciales, los que incluyen datos de base, indicadores financieros, contables e impositivos, entre otros. Sobre la base de dicha información clasificamos a los proveedores según su criticidad, y realizamos un seguimiento específico de los más significativos, trabajando en conjunto para establecer un plan de acción a futuro.

Por otro lado, realizamos evaluaciones mensuales de los proveedores con la herramienta *Vendor Rate*, a través de la cual son calificados en diversas áreas de la Compañía, teniendo en cuenta indicadores de la prestación del producto o servicio que se trate. Durante 2012 llevamos a cabo 1.082 evaluaciones, de las cuales el 5,5% no pasó el umbral de conformidad establecido, mientras que el 94,5% restante lo superó en distintos grados.

Los indicadores incluidos en *Vendor Rate* se refieren a:

- Plazos de entrega.
- Calidad y cantidad de lo entregado.
- Orden en la facturación.
- Leyes previsionales (en el caso particular de servicios, con mano de obra intensiva).

Dicha herramienta es administrada por el área de Desarrollo de Proveedores, que tiene como responsabilidad generar las evaluaciones de desempeño a calificar, suministrar soporte a las áreas evaluadoras en el uso de la herramienta y brindar asistencia para la creación de estructuras de indicadores apropiados por cada evaluación en particular.

RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Umbrales de evaluación	Participación porcentual	Cantidad de evaluaciones
No conforme	5,50%	60
Conforme en riesgo	8,60%	93
Conforme	35,80%	387
Sobresaliente	50,10%	542
Total	100,00%	1.082

ANÁLISIS DE RIESGOS DE PROVISIÓN

En los diferentes relevamientos realizados sobre posibles proveedores de materiales críticos o nuevos, se realiza una visita en la cual se analizan las capacidades técnicas, administrativas, controles de calidad, capacidades de almacenamiento y logísticas y legales de dichos proveedores. Estos datos son volcados en un informe de visita y evaluados con una calificación por proveedor; dicha calificación da una idea cuantitativa del nivel de riesgo de la provisión por el proveedor relevado.

En el marco de una licitación, esta metodología de trabajo permite que un grupo de representantes de diferentes gerencias puedan evaluar y cuantificar diferentes atribuciones específicas de un proveedor, para conformar así el informe técnico que emite el área de Ingeniería a Compras que valida técnicamente un determinado producto y proveedor en una compulsa de precios. El objetivo de la utilización de esta herramienta es poder seleccionar proveedores con altos niveles de calidad, asegurando la provisión de materiales y equipos.

Para el año próximo, tenemos previsto alcanzar los siguientes objetivos:

- Incorporar cláusulas referidas a controles ambientales en el desarrollo de nuevos proveedores y análisis de riesgo.
- Profundizar los sistemas de control de calidad y certificación de procesos productivos.
- Ampliar los controles por *Vendor Rate* incorporando como usuario evaluador a la Gerencia Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente, en relación con el impacto de la prestación del proveedor en el Medio Ambiente.

7.7.3. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR EN ASPECTOS DE SALUD, SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE

El control de empresas proveedoras en materia de salud, seguridad y medioambiente constituye para Telecom una herramienta de desarrollo sustentable de la cadena de valor, y en consecuencia, de nuestro propio negocio. Es por eso que durante el año llevamos a cabo las siguientes acciones:

- **AUDITORÍAS DOCUMENTALES:** Durante 2012 realizamos 79 auditorías a las empresas proveedoras, evaluando su gestión en salud, seguridad y medio ambiente. Luego, les comunicamos los aspectos a mejorar y les brindamos un tiempo para implementar un sistema de mejora. De esta forma, colaboramos no solo en realizar mejoras internas en materia ambiental, sino también en toda nuestra cadena de valor.
- **ANÁLISIS PROGRAMAS DE SEGURIDAD:** Hemos controlado y visado 852 programas de seguridad de empresas prestadoras, revisando el cumplimiento en materia de prevención.
- **INSPECCIONES DE TRABAJO:** Realizamos 7.818 inspecciones al personal contratado, tanto por prevencionistas como por los administradores contratados, detectando desvíos y solicitando normalizaciones respectivas.

7.7.4. CERTIFICACIÓN DE PROCESOS PRODUCTIVOS

Este año comenzamos a implementar una nueva metodología de trabajo orientada a incrementar los niveles de aseguramiento de la calidad de los materiales utilizados por la Compañía y que ingresan a su stock. Para ello conformamos un equipo de trabajo avocado a la tarea de relevar los procesos productivos de los proveedores, abarcando así el proceso *end to end*, desde la materia prima hasta el producto terminado y listo para ser entregado a Telecom. En este relevamiento se analiza el proceso de fabricación contemplando los distintos puntos de control para que el producto terminado cumpla con lo requerido en las especificaciones técnicas así como también con los estándares de calidad establecidos por Telecom.

La metodología se rige sobre documentos de flujogramas de proceso, protocolos de pruebas y *check list* de datos técnicos (peso, volumen, etc.) del material terminado. La trazabilidad del relevamiento queda asegurada mediante los registros de cada lote de fabricación y están ligados unívocamente con los registros de inspección de cada entrega. Los aspectos de calidad están reasegurados con frecuentes muestreos en los almacenes, de modo de monitorear los productos en stock con pruebas de laboratorio. De esta forma, se verifican mínimos desvíos de la totalidad de las muestras obtenidas, lo cual muestra conducentemente la efectividad de los puntos de control sobre los procesos.

Los proveedores que cumplen con este proceso obtienen una Certificación de Proceso Productivo para cada material en particular y son inspeccionados con una frecuencia establecida según una matriz de riesgo que contempla su criticidad y el volumen del material en cuestión.

Esta metodología fue implementada con éxito en el transcurso de 2012, involucrando a los principales proveedores de stock en almacenes, y se prevé profundizar la gestión durante 2013.

7.7.5. DESARROLLO DE PROVEEDORES

Uno de los aspectos críticos en la Dirección de Abastecimiento es asegurar la cadena de aprovisionamiento de materiales y una adecuada variedad de ofertas, de modo de poder obtener la mejor ecuación costo-beneficio de la adquisición. Por eso, en el último año se estableció un programa de seguimiento de provisión de materiales críticos, y se hizo foco en el desarrollo de proveedores y/o materiales que pudiesen reemplazarlos o brindar nuevas alternativas de solución.

La exploración de los diferentes materiales alternativos de productos, a fin de facilitar su provisión, fue de suma importancia en un contexto donde se busca potenciar la fabricación nacional de estos para abaratar los costos, minimizando los tiempos de provisión, así como también para desarrollar la industria nacional. Este nuevo modelo de trabajo permitió que nuevas empresas iniciaran proyectos de desarrollo de productos, que fueron acompañados por Telecom hasta obtener su correspondiente homologación de producto, y consecuentemente la Certificación de Procesos Productivos para dichos materiales.

7.7.6. ENCUESTAS REALIZADAS A PROVEEDORES

En agosto lanzamos una encuesta de opinión dirigida a proveedores y prestadores del Grupo Telecom en materia de sustentabilidad y certificaciones ISO. El cuestionario comprendía preguntas sobre el conocimiento de la RSE, la adhesión a Pacto Mundial de Naciones Unidas, la elaboración de Reportes de RSE y la implementación de prácticas responsables, además de incluir temas como Código de Conducta y Ética Empresaria y certificaciones ISO. El objetivo de esta iniciativa fue identificar la importancia que tienen las acciones de Responsabilidad Social Empresaria para nuestras empresas proveedoras, conocer su nivel de desarrollo e invitarlos a un Seminario de Sustentabilidad, como una instancia de sensibilización sobre el tema.

Una consultora externa estuvo a cargo de la realización de la encuesta, que consistió en contactos telefónicos sobre la base de un cuestionario integrado por 17 preguntas, con una duración total de 10 a 15 minutos. La base de datos de proveedores y sus datos de contacto estuvo conformada por 530 empresas seleccionadas aleatoriamente, incluyendo pequeñas, medianas y grandes empresas.

Entre los resultados de la encuesta se destacan los siguientes:

- Se realizaron **201 encuestas**.
- Los encuestados demostraron **mucho interés con respecto a los seminarios de RSE** a dictar por Telecom, principalmente entre las empresas donde existe un área de RSE o realizan algún tipo de acción relacionada con el tema.
- **Tipo de acciones de RSE:** Uno de cada dos proveedores realiza acciones de RSE. Las acciones más nombradas se relacionan con acciones en beneficio de los empleados, el desarrollo de planes de trabajo con proveedores y prácticas para prevenir la contaminación. Por el contrario, el desarrollo de productos o servicios con fines sociales y la publicación de Reporte de RSE observa una menor participación.
- **Segmento de proveedores:** Los proveedores pequeños (menos de 50 empleados) priorizan las acciones en beneficio de los empleados y la elaboración de planes de trabajo con proveedores. Los proveedores medianos (entre 50 y 250 empleados) llevan a cabo prácticas para prevenir la contaminación y/o mejorar su desempeño ambiental. Los grandes proveedores (más de 250 empleados), además de las prácticas para prevenir la contaminación, priorizan también el Código de Conducta y Ética Empresaria.

Por otro lado, la mayoría de los proveedores, independientemente del lugar de origen de la casa matriz y tamaño de la entidad, priorizan las acciones en beneficio de los empleados y la elaboración de planes de trabajo con proveedores.

- **Certificaciones:** Un 34% de los proveedores cuenta con certificación en ISO 9001 (Calidad) y un 10% en ISO 14001 (Medio Ambiente).

Una vez finalizada la encuesta y procesados sus resultados, invitamos a los proveedores a participar del Seminario de Sustentabilidad, como un espacio de encuentro donde compartir las prácticas de RSE del Grupo Telecom y los beneficios de gestionar la sustentabilidad empresarial.

CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2012

OBJETIVO	Proveedores evaluados bajo criterios de sustentabilidad
UNIDAD DE MEDIDA	Nº
OBJETIVO 2012	200
REAL 2012	201

Se evaluaron 201 proveedores y se formaron, en los seminarios realizados, un total de 110 proveedores. Mediante la realización de la encuesta de opinión, alcanzamos el objetivo cuantitativo propuesto para 2012. A su vez, se realizaron dos encuentros del Seminario de Sustentabilidad para la Cadena de Valor, para continuar los seminarios durante 2013.

7.7.7. SEMINARIO DE RSE Y SUSTENTABILIDAD PARA LA CADENA DE VALOR

El evento contó con el auspicio del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, con la participación especial del Dr. Carlos Tomada, y de la Dra. Nidya Neer, Coordinadora del Programa de Responsabilidad Social Empresarial y Trabajo Decente del Ministerio, quienes destacaron la importancia de trabajar sobre la cadena de valor y promover el trabajo decente. Además, representantes del Programa Valor de AMIA reflexionaron sobre el impacto que las prácticas de RSE tienen en la actividad de una empresa y su cadena de valor, y cómo mejoran las condiciones de competitividad en el mercado.

Por otra parte, la Gerencia RSE explicó el Modelo de Sustentabilidad del Grupo y luego hubo una mesa que abordó las acciones puntuales de prevención y control que Telecom realiza con proveedores, conformada por las Gerencias Riesgos del Trabajo y Medioambiente, Desarrollo de Proveedores y Control de Prestadores.

“Quienes realizan productos de calidad deben alentar a que tanto proveedores como contratistas cumplan con las condiciones de trabajo formal. Telecom tiene la posibilidad de lograr que todas las empresas con las que se relaciona respeten el umbral de calidad de trabajo en el desarrollo de sus actividades. Ese es el concepto de responsabilidad empresarial que me gustaría observar en todas las organizaciones: que generen una mejora de vida para los trabajadores y, por ende, para el nivel de empleo de los argentinos”.

Ministro Carlos Tomada, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación



Nuestro Código de Conducta formaliza los valores y cultura de la Compañía, y establece el modo en que trabajamos y nos relacionamos con otras organizaciones. Por eso comunicamos y concientizamos a nuestra cadena de valor sobre los contenidos del Código.

En 2012 comenzamos a desarrollar un sistema que permitirá registrar la cantidad de proveedores que tomen conocimiento del Código de Conducta y Ética Empresarial. La puesta en producción está estimada para mayo de 2013.

7.7.8. DIGITALIZACIÓN DE FACTURAS

En 2012 finalizamos la segunda fase del Sistema de Gestión de Facturación a Proveedores que permite la unificación del circuito de ingreso de todas las facturas de la empresa que se presentan de manera digital en una web exclusiva.

Esto significa que las facturas de los proveedores y todo documento interno que deba pagarse son ingresados vía Web. En el caso de los proveedores, en una Web externa pueden cargar facturas, débitos y créditos, todos con Código de Autorización Electrónica (CAE) y con Código de Autorización de Impresión (CAI), mientras que los usuarios internos pueden ingresar directamente en la Intranet para presentar facturas sin orden de compra, reintegro a clientes, rendiciones de fondo fijo, acuerdos judiciales y extrajudiciales, rendiciones de tarjetas corporativas, compensaciones, facturas con orden de compra (proveedores locales o del exterior). De esta manera, toda la información llega de manera digitalizada al área de Cuentas a Pagar.

DIGITALIZACIÓN DE FACTURAS

Cantidad de facturas digitalizadas	100.789
Cantidad de proveedores	4.789
Monto de la facturación digital	\$ 14.260.741.702

Datos febrero-diciembre de 2012.

7.7.9. COMPRAS INCLUSIVAS

Como primeros pasos en compras inclusivas, buscamos contribuir con organizaciones de la sociedad civil. Este año realizamos una compra de 250 sobres de friselina a RedActivos (una iniciativa de La Usina), que fueron utilizados para distribuir el Reporte de RSE 2011 en el evento de lanzamiento.

Además, seguimos utilizando las bolsas de friselina de La Usina y las remeras de la Fundación Mediapila que habíamos adquirido en 2011 para la Red de Voluntarios Telecom, en las acciones que se desarrollan en las ciudades donde el Programa está presente.

Como todos los años, realizamos una nueva compra de tarjetas navideñas a beneficio de la Fundación Natalí Dafne Flexer.

7.8. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO

DESAFÍOS 2012	CUMPLIMIENTO 2012
INVERSORES	
Continuar ampliando la presencia en otros mercados a través de la participación en eventos con inversores.	Continuamos participando de conferencias organizadas por importantes bancos internacionales, que permitieron dar al Grupo Telecom una mayor exposición al mundo financiero internacional. En estas conferencias (se participó de 6 eventos) se concretaron reuniones con inversores potenciales y actuales. Adicionalmente concurrimos a encuentros organizados por sociedades de bolsa y fondos de inversión locales.
Extender la cantidad de analistas de cobertura.	Hemos terminado el año con 13 analistas de cobertura (<i>sell side analysts</i>), 11 de los cuales son internacionales y 2 locales. Su función es la de recomendar opciones de inversión a sus clientes y es otra importante herramienta para ampliar el espectro de inversores potenciales. También realizamos visitas a los analistas de cobertura para comunicar el mensaje inversor de la Compañía, los planes de la empresa a futuro y su estado financiero y operativo. Este año hemos logrado ampliar un nuevo analista de cobertura, en un año complejo para los mercados financieros locales e internacionales.
Implementar nuevos canales de comunicación online con nuestros inversores.	Rediseñamos la página web del Grupo Telecom, mientras que dentro de la sección de Inversores incluimos el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria tanto en las versiones de castellano como en inglés, fomentándose su lectura por parte de los inversores y analistas. Por otra parte incluimos dentro de la página web un listado de analistas de cobertura con su información de contacto.

PROVEEDORES	
Evaluar el desarrollo de una aplicación para cuantificar a los proveedores que tomen conocimiento del Código de Conducta y Ética Empresaria.	Comenzamos a desarrollar un sistema que permitirá cuantificar a los proveedores que tomen conocimiento del Código de Conducta y Ética Empresaria. Su implementación está planificada para 2013.
Capacitar en temas de sustentabilidad a proveedores seleccionados como resultado de las encuestas ambientales y sobre certificaciones ISO.	Llevamos a cabo una encuesta de relevamiento y dos encuentros del Seminario de Sustentabilidad destinados a proveedores y prestadores del Grupo.
Fomentar la utilización de papel FSC (Forest Stewardship Council, certificación que asegura que los productos forestales utilizados provienen de fuentes verificadas y cosechadas de manera responsable), para uso comercial y de oficina.	En 2012 emitimos folletería comercial en papel FSC para la difusión de "Comunicándonos", una pieza de distribución masiva destinada a clientes de Servicios Fijos e Internet. En materia de papelería de oficina, concretamos la compra de resmas en papel FSC, utilizándose un 80% de este tipo en el trimestre julio-septiembre. Entre enero y diciembre 2012 se han comprado 180.000 kg de papel FCS para uso comercial y 76.125 kg para uso de oficina (resmas).

DESAFÍOS 2013

INVERSORES

Colaborar en el traspaso de accionistas clase C a B.

Mejorar y ampliar los canales de comunicación online con nuestros inversores.

PROVEEDORES

Incorporar cláusulas referidas a controles ambientales en el desarrollo de nuevos proveedores y análisis de riesgo.

Profundizar los sistemas de control de calidad y certificación de procesos productivos.

Ampliar los controles por *Vendor Rate* incorporando como usuario evaluador a la Gerencia Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente relacionado con el impacto de la prestación del proveedor en el Medio Ambiente.



8 CLIENTES Y CONSUMIDORES

8. CLIENTES Y CONSUMIDORES

¿Cómo informamos la gestión de asuntos clave sobre clientes y consumidores según la ISO 26.000?

ASUNTOS		ACCIONES INFORMADAS	PÁGINA
Asunto 1	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación	Factura online y servicios para personas no videntes (Servicios Fijos) Factura digital, factura en formato braille y bonificación de la consulta de saldo a no videntes (Telecom Personal) Transparencia en precios y facturas (Telecom Personal) Tarifas y facturas claras	122-123, 128, 135, 141
Asunto 2	Protección de la salud y seguridad de los consumidores	Tecnología responsable Aspectos de salud y seguridad en nuestros productos y servicios	129-130
Asunto 3	Consumo sostenible	Terminales inalámbricas eficientes Tecnología responsable Aspectos de salud y seguridad en nuestros productos y servicios Conciencia celular	88-89, 122,129, 130, 176
Asunto 4	Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias	Canales de atención a clientes de telefonía fija Novedades en atención al cliente de Servicios Fijos y de Internet Protección a consumidores y gestión de reclamos Atención al cliente Gestión de reclamos y Protección de los consumidores Canales de atención a clientes de Internet Canales de atención a grandes clientes Canales de atención a clientes wholesale Wholesale encuestas de satisfacción Calidad de servicio al cliente	124-125, 127, 130-132, 135, 138, 140, 142-150

Asunto 5	Protección y privacidad de los datos de consumidores	Privacidad de la información y manejo de datos Protección a consumidores (Telefonía fija) Protección de los consumidores (Telecom Personal) Internet - Arnet	102-103, 127, 135, 138
Asunto 6	Acceso a servicios esenciales	Productos y servicios sustentables (Servicios Fijos) Productos y servicios sustentables (Telecom Personal) Soluciones para grandes clientes con impacto social y ambiental	122-123, 128, 140-142
Asunto 7	Educación y toma de conciencia	Tecnología responsable Aspectos de salud y seguridad en nuestros productos y servicios Internet - Arnet Conciencia Celular	88-89, 129-130, 138, 176

Mediante la oferta de productos y servicios relacionados con las telecomunicaciones, desde Telecom buscamos aportar al desarrollo del país, brindando soluciones innovadoras y de calidad que generen valor para las personas y para las organizaciones. En este marco, debemos conocer las necesidades de nuestros clientes y consumidores, para lo que es esencial: poner a disposición una variedad de canales de comunicación, trabajar para mejorar la atención al cliente en todos nuestros canales, realizar encuestas de satisfacción en forma continua, generar vínculos con las asociaciones de consumidores así como también informar todo aquello que los clientes quieren saber sobre nuestros productos (características, tarifas, asuntos de salud y seguridad).

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre la contribución de los asuntos de consumidores a la Responsabilidad Social?⁽¹⁷⁾

- Las organizaciones que proporcionan productos y servicios a consumidores y clientes tienen responsabilidades para con ellos.
- Esas responsabilidades incluyen proporcionar educación e información precisa, utilizar información justa, transparente y útil de marketing y de procesos de contratación, promoviendo el consumo sostenible y el diseño de productos y servicios que proporcionen acceso a todos y satisfagan las necesidades de los más vulnerables y desfavorecidos, cuando sea necesario.
- Minimizar los riesgos por el uso de productos y servicios, mediante el diseño, fabricación, distribución, entrega de información, servicios de apoyo y procedimientos de retirada de productos y recuperación de productos del mercado.
- Los que manejan información personal tienen la responsabilidad de mantener la seguridad de dicha información y la privacidad de los consumidores.
- Las organizaciones tienen oportunidades importantes para contribuir al consumo y al desarrollo sostenible, a través de los productos y servicios que ofrecen y la información que proporcionan.

(17) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).

NUESTROS USUARIOS	2010	2011	2012
SERVICIOS FIJOS			
Líneas instaladas (en miles)	4.689	4.793	4.851
Líneas en servicio (en miles)	4.107	4.141	4.128
Líneas de clientes (en miles)	4.019	4.057	4.045
Líneas en servicio por empleado	379	373	371
Líneas en servicio cada 100 habitantes ^(a)	21	21	21
Total Tráfico Nacional (en millones de minutos) ^{(b) (c)}	15.124	14.701	13.783
Total Tráfico Internacional (en millones de minutos) ^(b)	796	925	887
INTERNET (EN MILES)			
Líneas de acceso a Banda Ancha fija	1.380	1.550	1.629
Suscriptores Arnet	1.377	1.540	1.622
SERVICIOS MÓVILES - CLIENTES (EN MILES)			
Personal (Argentina)	16.333	18.193	18.975
Núcleo (Paraguay) ^(d)	1.878	2.149	2.301
Clientes móviles totales	18.211	20.342	21.276

(a) Corresponde a la zona norte de la República Argentina.

(b) No se incluye Telefonía Pública.

(c) No incluye minutos Dial Up.

(d) Incluye 10.000, 8.000 y 6.000 clientes de Internet Wimax de Núcleo al 31 de diciembre de 2010, 2011 y 2012 respectivamente.

8.1. SERVICIOS FIJOS, RESIDENCIAL Y NEGOCIO

8.1.1. PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTENTABLES

RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

TERMINALES INALÁMBRICAS EFICIENTES

Durante 2012 continuamos ampliando la línea de terminales ECO DECT con los lanzamientos de Aladino 420 y Aladino 420 Dual. Ambos modelos cuentan con una tecnología que reduce el consumo eléctrico así como la irradiación entre el terminal y la base.

FACTURA ONLINE

Este servicio incluye las siguientes facilidades: abonar facturas menores que \$1.000 con tarjeta de crédito, consultar importe y estado de las últimas 6 facturas, imprimir el duplicado de las mismas, abonar deudas y anticipos por ventas de líneas y obtener comprobantes de pago. De esta manera, se facilita el acceso a la información y se reduce el consumo de papel. A diciembre 2012 contamos con 74.000 clientes adheridos a factura online.

Trabajamos para lograr una mayor inclusión social de las sociedades donde operamos, brindando productos y servicios para sectores de la población con necesidades diferentes y estando presentes en aquellos sitios donde no existe otro medio de comunicación, por medio de la telefonía pública, servicios fijos y servicio semipúblico de larga distancia, entre otros.

ABONOS PARA PERSONAS DE BAJO CONSUMO

Disponemos de abonos diferenciales en el Servicio Básico Telefónico destinado a personas de bajo consumo, jefes y jefas de familia y jubilados y pensionados, en cumplimiento del Decreto N° 92/97.

TELÉFONO PARA HIPOACÚSICOS

Con el objetivo de dar cumplimiento al artículo 16 del Decreto N° 126/96, disponemos para la venta, a solicitud o requerimiento de un hipoacúsico, dos modelos de teléfono para hipoacúsicos: Uniphone 1140 y Ameriphone Dialogue II. Los aparatos cuentan con teclado y visor y brindan la posibilidad de enviar y recibir mensajes de texto, en combinación con la emisión de sonidos. Además, el segundo modelo permite instalar una impresora que funcione como contestador automático de llamadas de texto.

A través del **Centro de Intercomunicación para personas hipoacúsicas (servicios 125 y 126)**, los clientes no oyentes podrán comunicarse con los demás clientes. El servicio es gratuito (solo se abona el costo de la comunicación origen / destino final) y el mismo está disponible para clientes de Telecom.

SERVICIOS PARA PERSONAS NO VIDENTES

Brindamos la posibilidad de solicitar gratuitamente la factura con formato Braille, llamando al Servicio de Atención Comercial 112. Todos aquellos que la soliciten recibirán junto con su factura de teléfono original una copia adicional en Braille. Actualmente emitimos aproximadamente 130 facturas en esta modalidad.

SERVICIO DE TELEFONÍA PÚBLICA

Brindamos el servicio de telefonía pública a lo largo y ancho del norte del país y en algunas zonas del sur. De este modo, generamos un valor social, considerando que en muchos pueblos alejados de las grandes ciudades somos el único medio de comunicación, especialmente en zonas de escasos recursos y en zonas turísticas apartadas. Si bien el negocio se encuentra en una situación estable, con un leve decrecimiento, por el desarrollo acelerado de los servicios móviles y de otros medios alternativos de comunicación, trabajamos con esfuerzo y compromiso para mantener las condiciones de este servicio. El total de líneas de telefonía pública al 31 de diciembre de 2012 es de 36.813 líneas.

SERVICIO SEMIPÚBLICO DE LARGA DISTANCIA

Este servicio permite que pequeñas localidades o parajes rurales, con menos de 500 habitantes y que no cuentan con red domiciliaria, se encuentren comunicados e interconectados a la red telefónica pública. El servicio se brinda mediante terminales telefónicas de acceso público, con un número telefónico identificado, que permiten efectuar o recibir llamadas.

ACCESOS A INTERNET, CON BONIFICACIONES, EN ZONAS ALEJADAS (SERVICIOS 0611 Y 0612)

Con el objetivo de contribuir a reducir la brecha digital, aquellas pequeñas localidades del interior del país que actualmente no disponen de acceso a Internet mediante Banda Ancha, pueden acceder a la red a través de soluciones Dial Up, con tarifas sensiblemente bonificadas.

CONECTADOS CON NUESTROS CLIENTES DE SERVICIOS FIJOS

Disponemos de los siguientes canales de comunicación:

- **Línea 112** de atención para clientes residenciales.
- **www.telecom.com.ar** para realizar consultas, trámites y reclamos.
- **www.telecomnegocios.com.ar** para la venta *online* de productos y servicios.
- **0800-888-0800**. Centro de atención exclusivo para el segmento Negocios.
- **08008880800@ta.telecom.com.ar** correo electrónico para el segmento Negocios.
- **Oficinas comerciales**. Atención personalizada a los clientes.
- ***120** brinda información sin cargo sobre el cambio de los Prefijos Interurbanos, establecido por la resolución N° 25/2011 de la Secretaría de Comunicaciones.
- **Redes sociales**. Incorporamos este año este canal de comunicación con los clientes.
- **Mi Cuent@**. Es un nuevo sitio de autogestión web para el cliente que le permite realizar gestiones y consultas sobre sus consumos en sus productos y servicios.



Nueva Oficina Comercial Florida de Personal, Capital Federal.

8.1.2. NOVEDADES EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS FIJOS Y DE INTERNET

ACTUALIZACIONES TECNOLÓGICAS

- Completamos la migración a los portales de voz del Servicio 112, incluyendo el desarrollo de las autogestiones dentro de las mismas aplicaciones de voz, a los efectos de reducir transferencias internas y de lograr una gestión integral para las consultas del cliente.
- Implementamos el Portal de Arnet Piloto, con un nuevo esquema de segmentación e interacción directa para la gestión de tickets de reclamos técnicos.
- Finalizamos la migración a plataformas IP del 0800 PyMES, Grandes Clientes y Grandes Clientes Móvil iniciada en 2011.
- Concluimos la integración a la tecnología de atención de VoIP (Voz sobre Protocolo de Internet) de servicio de atención a hipoacúsicos.
- Implementamos el canal de mensajes SMS al cliente, mediante el que se informa novedades acerca de las visitas técnicas y reclamos realizados.
- Incorporamos el canal de atención de Chat Arnet, encuadrado dentro del marco del nuevo Portal Arnet.

SISTEMA SIEBEL CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

La implementación de este sistema, utilizado por las compañías de telecomunicaciones de primer nivel, implica un cambio tecnológico y cultural con relación al cliente, ya que es una forma distinta de entenderlo: se deja atrás la visión por producto y se logra una visión por cliente. Entre los objetivos y cambio del proyecto se destacan:

- 1) BASE ÚNICA DE CLIENTES:** Centralización y gestión de la información del cliente mediante un único repositorio.
- 2) VISIÓN 360° DEL CLIENTE:** Lograr una visión integrada, haciendo un cambio de paradigma y enfocándonos en una cultura orientada al cliente.
- 3) ÚNICO FRONT DE ATENCIÓN COMERCIAL:** Concentración de las aplicaciones, simplificando la gestión.

CAPACITACIÓN A LOS EMPLEADOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

En 2012 se capacitó a 3.662 colaboradores de los cuales 2.138 participaron de más de una actividad. Se dictaron 112.342 horas de formación entre las que se incluyen: capacitaciones comerciales, herramientas, capacitaciones técnicas, productos y servicios, valor agregado y retención.

También se conformó una red de facilitadores y se redefinió el rol del área de Entrenamiento con sus clientes internos. La utilización de la red permitió aumentar la capacidad operativa para la realización de capacitaciones así como también una mayor flexibilidad para adaptar la actividad a cada centro. Actualmente contamos con 92 facilitadores distribuidos en todos los centros del país quienes, a su vez, están siendo parte de un plan de desarrollo a través de actividades desde Entrenamiento y Capital Humano.

8.1.3. INFRAESTRUCTURA DE REDES

Al igual que en años anteriores, la cobertura, la capacidad, la calidad y la disponibilidad han sido los aspectos fundamentales para el desarrollo de la estrategia de red durante el 2012.

Continuamos con el despliegue de los vínculos de fibra óptica para asegurar que la disponibilidad de ancho de banda en cada ciudad se ajuste a los requerimientos de la demanda. También continuamos con el tendido de fibra óptica y el despliegue de tecnología DWDM (multiplexación por división en longitudes de onda densas) en la red interurbana, para que las capitales de las provincias donde está la mayor parte de los clientes, se encuentren sobre anillos securizados, para asegurar el servicio en caso de cortes. Fortalecimos la estrategia de disponer de una red troncal (backbone) de transmisión única, sobre el cual se despliegan los distintos servicios (voz fija y móvil, banda ancha fija y móvil, soluciones de conectividad corporativa). Completamos el equipamiento de la fibra óptica Ballivian-Roque Sáenz Peña, lo que permitió securizar el Noroeste Argentino. Además entró en operación el cruce subfluvial Puerto Iguazú-Ciudad del Este, lo que posibilita securizar las capitales de las provincias de Misiones y de Formosa.

En la red fija se continúa con el despliegue de líneas de nueva generación (NGN) para atender la demanda de nuevas líneas y la necesidad de llegar con un ancho de banda mayor que el de la casa del cliente. Más del 25% de nuestras líneas instaladas corresponden a tecnología NGN, una red basada en la transmisión de paquetes capaz de proveer servicios integrados en diferentes terminales.

Continuamos con el despliegue del plan de “acortamiento de loop”, que potencia la Banda Ancha actual y prepara el camino hacia el objetivo de alcanzar al cliente final con tecnología de fibra óptica, a velocidades aun mayores. Como resultado, más de 26.000 clientes ADSL tienen disponible la nueva tecnología VDSL2 (línea digital de abonado de muy alta tasa de transferencia); se puede incrementar sensiblemente su velocidad de acceso a Internet si contratan alguna de las velocidades comerciales del portfolio de banda ancha ultrarrápida.

En cuanto a la operación, se continuó la implementación de la metodología Mejores Prácticas de Mantenimiento (MPM) para la red de acceso. La aplicación de esta metodología permite que la mejora obtenida, al ser restaurada una zona, se mantenga a lo largo del tiempo. En el 2012 se sumaron aproximadamente 1.400 zonas nuevas, lo que da un acumulado de aproximadamente 5.800 zonas restauradas, contando todas las metodologías de restauración.

Por último, también prosiguieron las obras del plan de recambio de postes. Se reemplazaron más de 40.000 postes en el 2012 (incluyendo el reemplazo de postes de madera por otros de madera o cemento).

En diciembre de 2012 se logró conectar el primer cliente con todos los servicios de datos y telefonía con arquitectura FTTH basada en tecnología GPON (red óptica pasiva con capacidad de Gigabit) en el country El Cantón - Barrio Islas, ubicado en la localidad de Escobar (Provincia de Buenos Aires). Durante el 2013 se prevé continuar con el despliegue de FTTH.

Se implementaron acuerdos de conectividad de redes IP entre clientes de Telecom Argentina y de otros países de la región. Ejemplo de esto es el caso del acuerdo entre Telecom Argentina y ANTEL (Uruguay).

PROTECCIÓN A CONSUMIDORES Y GESTIÓN DE RECLAMOS

En los últimos años se reglamentaron diferentes leyes de protección a consumidores, tanto a nivel nacional como provincial, tal como indica la Ley de Defensa del Consumidor. En Telecom Argentina damos cumplimiento a estas leyes para continuar brindando a los clientes más y mejor respaldo.

Además, el procedimiento para gestión de reclamos se rige con carácter general por el Reglamento General de Clientes del Servicio Básico Telefónico (RGCSBT), que establece, entre otras, pautas sobre reclamos por facturación o por temas técnicos.

Si el cliente no considera satisfecho su reclamo, podrá requerir la intervención de la Comisión Nacional de Comunicaciones, autoridad de aplicación de la reglamentación específica, o de las autoridades locales de aplicación y control del cumplimiento de la Ley Nacional de Defensa del Consumidor.



8.2. SERVICIOS MÓVILES - TELECOM PERSONAL

En Telecom Personal contamos con casi **19 millones** de clientes de nuestros servicios móviles. “Cada persona es un mundo” es el concepto que apalanca nuestra estrategia de negocio y que promueve la diversidad como valor universal, con una variedad de servicios y ofertas flexibles que contribuyen a potenciar la experiencia de conectividad móvil de cada cliente, integrándose a su estilo de vida.

En la industria móvil, caracterizada por una dinámica altamente competitiva, donde los servicios evolucionan y se complejizan cada vez más, el cliente demanda asesoramiento integral. Por eso, la satisfacción de los clientes es uno de nuestros ejes centrales y trabajamos constantemente para brindar una experiencia integral a través de todos los puntos de contacto, ya sean telefónicos, a través de las redes sociales, Web y atención personalizada. No se trata únicamente de responder las consultas, sino también de brindar un valor adicional a los clientes, estableciendo una relación genuina de largo plazo.

8.2.1. PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTENTABLES

Ofrecemos planes y servicios con foco en la inclusión social y digital, para clientes con necesidades específicas:

- **Plan para personas hipoacúsicas** para el envío y recepción de mensajes de texto. Además estamos trabajando junto a ONG para continuar profundizando nuestro trabajo en la creación de productos y servicios para clientes hipoacúsicos.
- **Utilización gratuita de nuestra página web para personas hipoacúsicas** para enviar y recibir mensajes, consultar información a través de los mensajes de texto (noticias, direcciones, etc.) y acceder al correo electrónico desde el portal wap de Telecom Personal.
- **Servicio de factura en formato Braille para personas no videntes**, que se puede solicitar gratuitamente a la línea *111.
- **Factura digital**. Un total de 296.000 clientes se han adherido a la factura digital, realizando su contribución al cuidado del medio ambiente.
- **Bonificación de la consulta de saldo para personas no videntes**, que se solicita llamando al *150.
- **Tarjeta Argenta**. Personal es el primer operador en aceptar Argenta como medio de pago. Durante diciembre los clientes que adquirieron un Personal con abono fijo o con tarjeta y abonaron con Argenta accedieron a un 10% de descuento. Esta tarjeta es un nuevo medio de pago emitido por ANSES que se genera a partir del otorgamiento de créditos para jubilados y pensionados nacionales, cuyo monto se acredita en la tarjeta para compras en los locales adheridos.
- **Internet por \$1 diario** es una oferta para navegar desde el teléfono móvil que brinda a nuestros clientes con tarjeta y abono fijo la posibilidad de maximizar la experiencia de Internet a través de su celular, con la tranquilidad de control sobre sus consumos. Este servicio permite acceder a Internet y redes sociales desde el teléfono con conexión de datos sin necesidad de tener un smartphone. De esta manera, masificamos el acceso a Internet móvil a millones de clientes, generando valor como una herramienta de inclusión social.
- **Teléfonos con Televisión Digital Abierta (TDA) gratuita**. Lanzamos los nuevos teléfonos móviles Samsung Galaxy Y TV y el Motorola MotoGO TV con el servicio gratuito que permite sintonizar los canales de televisión digital abierta preparados para pequeñas pantallas. Este servicio no utiliza conexión a Internet y no se necesita ningún servicio adicional para utilizarlo. Entre los canales disponibles están los siguientes: Encuentro, DeporTV, C5N, CN23, TV Pública, TELEFE, Canal 9 y América (solo en Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Área Metropolitana de Buenos Aires).

Como pioneros en el lanzamiento de las nuevas tecnologías que permitieron la evolución de las comunicaciones móviles, asumimos el desafío de invertir en tecnología compatible y respetuosa de la comunidad. Para ello, trabajamos con el resto de las empresas de telecomunicaciones, y en conjunto con los Municipios, a fin de consensuar la normativa referida a la instalación de infraestructura que permita garantizar calidad y cobertura en las comunicaciones de cada localidad, y cumplir con los estándares de emisión de radiobases establecidos por la autoridad nacional y alineados a las buenas prácticas definidas por los acuerdos firmados entre las operadoras móviles y la Federación Argentina de Municipios (FAM).



8.2.2. ASPECTOS DE SALUD Y SEGURIDAD EN NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Desde Telecom Personal exigimos a los fabricantes de teléfonos móviles que informen, en todos los manuales de los dispositivos, acerca de la exposición de ondas de radio y la tasa de absorción específica (SAR –en inglés, Specific Absorption Rate–). Los terminales que comercializamos son diseñados y fabricados para cumplir con los requisitos definidos para la exposición de ondas de radio, basados en directrices científicas que establecen márgenes de seguridad con el fin de proteger la salud de las personas. Los parámetros de exposición de ondas de radio utilizan una unidad de medida denominada “Tasa de Absorción Específica” o “SAR”. Las pruebas SAR se realizan empleando métodos normalizados, con el teléfono que transmite en el nivel más elevado de potencia autorizado en todas las bandas de frecuencia utilizadas. Aunque puede haber diferencias entre los niveles SAR de diversos modelos de teléfonos y en varias posiciones, todos cumplen con los requisitos de seguridad establecidos.

En materia de seguridad, tras haber detectado un incremento en los reclamos de nuestros clientes provocados por la recepción de SMS con falsas promociones, implementamos el servicio AntiSPAM de SMS, mediante el cual los clientes reenvían estos mensajes al número 7726 (SPAM) de manera gratuita. Con el procesamiento de estas denuncias podemos identificar remitentes maliciosos y tomar medidas para su bloqueo, detectar nuevos tipos de fraudes y planear nuevas estrategias de seguridad, identificar envíos no autorizados de proveedores y reducir los llamados al *111. Además, nos permite actualizar las herramientas de control de SPAM (Firewall de SMS) que funcionan en la red y que actualmente detectan y frenan 1,5 millones de SMS diarios. Desde el lanzamiento del servicio, y en tan solo un mes, recibimos 7.832 denuncias.

8.2.3. ATENCIÓN AL CLIENTE

CONECTADOS CON NUESTROS CLIENTES DE TELECOM PERSONAL

Disponemos de los siguientes canales de comunicación:

TODOS LOS CLIENTES

- ***111 y 0800-444-0800** recibimos las consultas de nuestros clientes y brindamos soluciones por medio de representantes capacitados.
- **www.personal.com.ar** con posibilidad de canalizar dudas, consultas, solicitudes y reclamos por medio de formularios web.
- **Chat** para comunicarse con un representante.
- **Herramientas de autogestión.** Portal Wap, IVR (Respuesta de Voz Interactiva –en inglés, Interactive Voice Response–), USSD (consulta de saldo sin cargo –en inglés, Unstructured Supplementary Service Data–), SMS, asteriscos prepago y App Móvil para Android, para consultas, trámites y demás operaciones relacionadas con el servicio.
- **Redes sociales.** Presentes en Facebook y en Twitter, brindamos continua respuesta a inquietudes y solicitudes, comunicamos soluciones y beneficios, y difundimos acciones solidarias de diferentes instituciones. Además tenemos presencia en Foursquare, Youtube, Google+, LinkedIn y Pinterest.
- ***120.** Brinda información sin cargo sobre el cambio de los Prefijos Interurbanos, establecido por la resolución N° 25/2011 de la Secretaría de Comunicaciones.
- **Mi cuenta Personal.** Aplicación para dispositivos Android, mediante el cual los clientes puedan consultar y autogestionar los servicios de su línea desde el teléfono móvil.

CANALES ESPECIALIZADOS

- ***Black y 0800Black.** Atención exclusiva a clientes de Personal Black.
- ***88988.** Canal de soporte para los ejecutivos de venta, por consultas de gestiones de venta y posventa.
- **0800-888-4422.** Atención exclusiva a empresas.
- **Atención exclusiva segmentada a empresas por e-mail.** Contamos con casillas de correo específicas para cada tipo de cliente, donde recibimos consultas, reclamos, brindamos asesoramiento, entre otros:
 - atencion.blackempresas@personal.com.ar
 - atencion.empresas@personal.com.ar
 - atencion.negocios@personal.com.ar
 - atencion.pymes@personal.com.ar
 - atencion.profesionales@personal.com.ar
- **Célula de Atención de Roaming Internacional.** Se accede llamando al *111 opción 4.4, o al +54-11-5100-1455.
- **Célula 3G.** Canal exclusivo para asesoramiento sobre Internet móvil, llamando al 0800-44444-34 (3G).
- ***99999.** Soporte de venta a los agentes de Telecom Personal.
- ***Club.** Alineamos la atención de Club Personal al resto de los canales de atención.

Continuamos trabajando durante 2012 para brindar a nuestros clientes un servicio de atención eficiente, donde se puedan realizar gestiones y autogestiones de manera simple, rápida y por el canal que prefieran. Más de 8.000 representantes de atención de Telecom Personal en todo el país estuvieron a disposición de los clientes durante el año, para asegurar una eficiente atención.

En este sentido, durante el año desarrollamos las siguientes acciones:

- **PROYECTO SELF CARING.** Profundizamos nuestro trabajo de educación al cliente, con el fin de generar un mayor conocimiento de las opciones de contacto a través de canales más cómodos, ágiles y de fácil acceso.
- **RESPUESTA INTEGRAL EN PRIMER CONTACTO.** Trabajamos con la vista puesta en la eficiencia: menor tiempo posible de duración del proceso del llamado y resolución en primer contacto. Comunicamos a los más de 8.000 representantes de manera clara y sencilla todo lo que se le debe informar al cliente para que no tenga la necesidad de volver a contactarnos.
- **MODELO DE ATENCIÓN HIGH TECH.** Con el objetivo de acompañar la satisfacción del cliente en la experiencia de uso llevamos a cabo un testeo de servicios de valor agregado, aumentando los controles iniciales y posteriores al lanzamiento para garantizar la eficiencia de uso. También realizamos jornadas de testeo de servicios de valor agregado, orientadas a representantes de atención al cliente donde participan como usuarios de los productos y proponen oportunidades de mejora. Por último también trabajamos en la innovación de equipos que permiten ofrecer productos de mayor valor.
- **ATENCIÓN TELEFÓNICA.** Trabajamos en la funcionalización de los árboles del IVR (Respuesta de Voz Interactiva –en inglés, *Interactive Voice Response*–) de los asteriscos de atención, simplificando y reemplazando la voz de locución para una mejor comprensión y para un tono más amigable y joven. También continuamos ampliando aquellos canales alternativos de contacto, incrementando el volumen de autogestión.
- **CONTACTO POR MAIL Y FORMULARIOS WEB.** Con el fin de fortalecer la atención de nuestros clientes individuos y empresas, se realizaron cambios en la plataforma de gestión que nos

posibilitan brindar una atención más integral. Trabajamos en el rediseño del formulario institucional de la Web, ofreciendo a nuestros clientes la posibilidad de canalizar dudas, consultas, solicitudes y reclamos, además de brindar información básica de nuestros servicios.

■ **REDES SOCIALES.** Consolidamos el modelo de atención desde las redes sociales, posicionándonos durante este año como la empresa de *Mayor Dedicación Social* a nivel mundial (vocación o dedicación social que se brinda en las Redes Sociales desde el Customer Care: cuidado del cliente, respuesta a seguidores y tiempo de respuesta).

■ **PORTABILIDAD.** Ante el nuevo escenario de portabilidad desarrollamos un modelo de atención integral, creando una célula especializada de “Bienvenida” para dar soporte a los nuevos clientes, y brindamos atención exclusiva a empleados de la Compañía y sus referidos.

RESULTADOS DE MULTICANALIDAD 2012

USSD (En inglés, Unstructured Supplementary Service Data; corresponde a la consulta de saldo sin cargo a través del celular)

+ de **4.000 millones** de contactos

Autogestión IVR (Respuesta de Voz Interactiva –en inglés, Interactive Voice Response–)

+ de **123 millones** de contactos

Llamadas atendidas

+ de **56 millones** de llamadas

Autogestión web

+ de **22 millones** de sesiones

Autogestión wap

+ de **3,9 millones** de sesiones

Autogestión de aplicaciones móviles

+ de **4 millones** de gestiones

E-mail

+ de **460.000** contactos

Chat

+ de **7.800** contactos

Autogestión SMS

+ de **45 millones** de mensajes

Asteriscos prepago *150, *151 y *152.

+ de **1.000 millones** de consultas

PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN CLUB PERSONAL

Con la vocación de seguir mejorando la experiencia de los clientes, los socios de “Club Personal” pueden disfrutar de beneficios exclusivos de acuerdo con su cuenta o sus consumos. La adhesión al programa es gratuita y voluntaria, y actualmente cuenta con más de 4 millones de socios y una red de más de 500 comercios adheridos con descuentos especiales en todo el país. Los socios disponen de una aplicación móvil donde pueden acceder a la información de Club Personal, localizar beneficios, informarse sobre su estado de cuenta, entre otros.

8.2.4. MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN LAS OFICINAS COMERCIALES

Con el objetivo de evolucionar en nuestra estrategia de contacto y generar espacios integrales que ubican al cliente en el centro de la experiencia, iniciamos hace tres años un plan de despliegue con un nuevo diseño de las oficinas comerciales. Actualmente contamos con 65 oficinas comerciales distribuidas en todo el país que atienden a 300.000 clientes por mes.

65

Oficinas comerciales

+ de 4.212

puntos de venta no formales
(kioscos, puestos de diario, etc.)

+ de 1.154

agentes

+ de 1.096

Puntos de venta *retail*

Para dar mayor sustento a esta decisión estratégica, se realizó un *benchmark* nacional e internacional que reveló los deseos y las necesidades de los clientes. Es por eso que para el desarrollo del plan se tuvieron en cuenta no solo aspectos físicos que hacen a la disposición de cada oficina sino las expectativas por parte de los clientes al momento de visitarla: minimización de tiempos de espera, eficacia en la resolución de gestiones, cordialidad y predisposición por parte del personal, disponibilidad y posibilidad de prueba de equipos y espacios pensados para brindar mayor comodidad durante la atención. Durante 2012 realizamos una inversión de más de 40 millones de pesos en este concepto.

Dentro del Plan de Despliegue de Oficinas Comerciales finalizaron los proyectos en Capitalinas (Córdoba), Salta, Florida y Martínez (Área Metropolitana de Buenos Aires). Asimismo se remodelaron, según el nuevo modelo de atención, otras 5 oficinas comerciales: Mendoza (Mendoza), Palermo SOHO y Belgrano (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Corrientes (Corrientes) y Pilar (Área Metropolitana de Buenos Aires).

La estrategia de contacto con los clientes se complementó con un proceso de migración hacia la atención al cliente 2.0: redes sociales y autogestión vía web, para gestionar de manera más dinámica y amigable, sin la necesidad de concurrir a una oficina comercial, para aquellos clientes que prefieren los canales virtuales de atención.



clubpersonal

Te merecés el universo y estos beneficios:

- extras en tus consumos
- premios
- descuentos
- tratamientos vip

asociate gratis en personal.com.ar

Personal

© 2011 Personal. Todos los derechos reservados. Personal es una marca registrada de Personal S.A. - CUIT Nº 30-6758444-0 - R.M. 2010 Nº 10 - 1206.



personal.com.ar

Pasate a Personal

Demostrole a tu número que lo querés.

Hacé tu trámite acá

Personal

8.2.5. GESTIÓN DE RECLAMOS

Continuamos durante 2012 con el objetivo de reducción de reclamos, brindando un marco de proyecto con indicadores propios y seguimiento continuo. Se realiza el monitoreo de todas las quejas de clientes, y se da intervención a todas las áreas de la compañía necesarias en su resolución. Esto es plasmado en un Tablero de Reclamos mensual que es presentado a los directores de la Compañía.

En la misma línea, realizamos reuniones e informes periódicos para comunicar a las demás direcciones de la Compañía los motivos de reclamos de los clientes, a fin de impulsar acciones coordinadas de mejora. A través de diversas metodologías de mejora se busca la causa raíz de los reclamos, dónde está el punto de mejora.

Los tiempos de resolución de quejas o reclamos se ajustan a cada proceso. Aproximadamente el 60% de los reclamos tienen resolución online, y más del 80% son resueltos antes de las 72 horas.

PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Actualmente existen instituciones y asociaciones a nivel país que cumplen con la función de defender los derechos de los consumidores. Entre estas, se encuentran las oficinas de Defensa del Consumidor dependientes de los gobiernos nacional, provinciales y municipales; la Comisión Nacional de Comunicaciones; y Registros de Control de nuestra actividad.

En Telecom contamos con diversas áreas que reciben las denuncias de los clientes ante los entes oficiales de todo el país. Es nuestra vocación resolver los reclamos efectivos derivados por estos organismos en forma proactiva, respetando los tiempos establecidos por cada institución y buscando recuperar la relación de confianza cliente-empresa que se encuentra en conflicto.

En los últimos años se reglamentaron diferentes leyes de protección a consumidores, a nivel tanto nacional como provincial. En Telecom Argentina, damos cumplimiento a estas leyes para continuar brindando a los clientes más y mejor respaldo.

TRANSPARENCIA EN NUESTROS PRECIOS Y FACTURAS

Periódicamente publicamos nuestras tarifas a través de los distintos canales de comunicación vigentes y asesoramos a los clientes para que puedan tomar las decisiones pertinentes relacionadas con sus consumos. Los clientes pueden consultar su estado de cuenta, su factura digital, las últimas 12 facturas emitidas, el saldo de la cuenta, los consumos, entre otros, por medio de diversos canales: portal de autogestión web, autogestión wap, USSD, SMS e IVR. También ponemos a disposición alarmas digitales de la factura vía SMS o e-mail, indicando la proximidad del vencimiento de la factura.

Durante 2012, y como parte de la política de autogestión antes mencionada, comenzamos a desarrollar un aplicativo para aquellas terminales con sistema operativo Android.

8.2.6. INFRAESTRUCTURA DE REDES

Contamos con una de las principales redes de telecomunicaciones del país brindando servicios de última generación en todo el territorio nacional.

Toda red lleva una combinación de radiobases móviles de distintas capacidades y niveles de cobertura. En la actualidad estamos instalando una combinación de radiobases convencionales y sitios de menos de 20 metros de altura. Esto permite disminuir la altura promedio de las instalaciones en los despliegues de la red móvil, atendiendo las necesidades de la comunidad.

Además, encendimos la antena en el sitio Tincalayu en Salta a 4.200 metros sobre el nivel del mar. La planificación de dicho sitio se inició para acompañar una política estratégica de desarrollo económico de la provincia de Salta, a través de la minería. Para ello se conformó un equipo interdisciplinario de diferentes áreas técnicas y comerciales. Para el diseño del proyecto se relevó el lugar para la instalación del sitio y las necesidades de cada minera para dar comunicación a los trabajadores y a las comunidades de la zona.

Durante 2012 se prosiguió con el crecimiento de la red 2G, fundamentalmente en cuanto a capacidad para acompañar el incremento del tráfico, especialmente del tráfico de datos incremental que surgió como consecuencia de cambios en el uso de la tecnología.

Por otra parte, continuó el despliegue de la red de acceso 3G, permitiendo la generalización de los servicios de Internet Móvil. Esta capa 3G funciona de manera coordinada con la accesibilidad GSM (2G), para asegurar a cada cliente los recursos adecuados al tipo de servicio que demande.

En el marco de nuestro plan nacional de reconversión tecnológica, actualizamos en Salta, Santiago del Estero y Tucumán gran parte de la red móvil con infraestructura de última generación. Esto permitirá brindar servicios GSM (Segunda Generación) y 3G/HSPA+ (Tercera Generación de redes móviles) mediante un mismo equipo, optimizando sensiblemente la capacidad de tráfico móvil al hacer un uso más eficiente de la red.

De acuerdo con lo establecido regulatoriamente, se implementó la Portabilidad Numérica en marzo de 2012. Como parte de los trabajos necesarios para la misma, se habilitaron numerosos enlaces de transmisión, se modificaron enrutamientos de tráfico y se efectuó la conexión con las plataformas del ABD.

Se prosiguió el despliegue del nuevo *core* de circuitos de telefonía móvil mediante la implementación de servidores tipo BLADE de mayor capacidad de procesamiento, permitiendo reducir el espacio físico y el consumo de energía eléctrica. Asimismo, se realizaron las inversiones para incorporar nuevos Media GateWays para hacer frente al incremento de tráfico de voz.

COOPERATIVAS TELEFÓNICAS

Este año profundizamos la estrategia comercial con la Federación de Cooperativas Telefónicas de la Zona Sur (FECOSUR), que opera la marca "NUESTRO" con cobertura nacional, a través del uso de la red y sistemas de Personal. En el transcurso de 2012, se lanzaron nuevas localidades donde NUESTRO comercializa su servicio, incrementándose en más de 60 plazas. Adicionalmente, NUESTRO presentó una nueva estrategia de marca, a partir del rediseño en su comunicación e imagen, y el lanzamiento de una nueva estrategia comercial apalancada en la nueva oferta de planes y terminales. Este relanzamiento fue realizado con el asesoramiento profesional de Personal.

Por nuestra parte, continuamos trabajando en el portfolio de planes y servicios en el mercado puntual de las cooperativas, ampliando la oferta con el lanzamiento de packs e

incorporando el servicio de datos. De esta manera, logramos que las cooperativas tengan una oferta adaptada a las necesidades del mercado, mejorando su competitividad, manteniendo su estrategia basada en precios diferenciales.

NÚCLEO S.A. (PARAGUAY)

Durante el primer trimestre de 2012, Núcleo realizó el cambio del logotipo y lanzamiento de la nueva imagen de marca con la campaña “Cada Persona es un Mundo”, enfocada en el segmento masivo y manteniendo atributos de marca cercana, joven y amigable, pero ampliando el concepto de conveniencia presentando productos y servicios adaptables a cada tipo de usuario según sus necesidades de comunicación. Los principales productos utilizados dentro de esta campaña fueron los packs de llamadas, mensajes y datos dirigidos al segmento prepago masivo y los planes a medida para los segmentos pospago y Plan Control, que permitieron al cliente armar el plan a su medida combinando llamadas, mensajes y datos en un abono fijo mensual. De esta forma, se logró un incremento importante de los clientes pospago apalancado además en mejores subsidios y plazos de pago para la compra de terminales.

Por otro lado, Núcleo consolidó durante el año su liderazgo en Internet Móvil, apalancado en ofertas agresivas con packs de navegación a precios muy convenientes, lo que generó un incremento en la recarga de los clientes prepago en Internet móvil. Adicionalmente se trabajó el eje de conveniencia y flexibilidad ofreciendo productos de redes sociales como Noches Ilimitadas (liberando la navegación y descarga de Internet para clientes que no cuenten con planes de Internet ilimitado), y servicios de chat y mail adaptables a cada tipo de usuario.

A nivel estratégico, Núcleo realizó acciones de retención y fidelización de la base de clientes de alto valor, principalmente a través de una gran campaña de cambio proactivo de terminales.

Por último, en el cuarto trimestre de 2012 Núcleo focalizó sus acciones en la Portabilidad Numérica, asumiendo el rol de educar al mercado sobre el proceso y los beneficios de la misma. Con la Portabilidad surgió una nueva propuesta de marca, Personal Ilimitado, donde cada producto o servicio adquirido por los clientes incorpora un elemento ilimitado para que los mismos se comuniquen a través de llamadas y SMS con clientes de cualquier operador móvil. En este sentido, packs de llamadas y mensajes, chip prepago ilimitado, planes pospago y control ilimitados, Internet ilimitado y remesas de dinero sin costo ilimitadas, son algunas de las ofertas introducidas por Núcleo durante el 2012.

En cuanto a los servicios de atención al cliente, Núcleo impulsó la autogestión del cliente mediante el lanzamiento del portal web Mi Mundo Personal, y fomentó la atención al cliente por canales no tradicionales, como las redes sociales, SMS, chat y mail, entre otros, lo que logró que la cantidad de llamadas atendidas por representantes del Contact Center de servicios móviles se redujera un 5%, a pesar del incremento de su parque de clientes. En lo que respecta a Internet, las atenciones por canal humano se redujeron un 11%, lo que corresponde a una mejora en la eficiencia, considerando el incremento de su parque de clientes. Finalmente, Núcleo mantuvo el liderazgo en satisfacción del cliente en la atención telefónica por segundo año consecutivo según el estudio de satisfacción del cliente realizado por la consultora CEOP.



8.3. INTERNET - ARNET

Durante 2012 el crecimiento del parque de Banda Ancha Arnet se vio acompañado por diferentes acciones tendientes a aumentar el valor del cliente. Entre ellas, se destacan:

- **ARNET BIZ PLUS:** Continuamos con la estrategia de brindar a través de dicha plataforma (plataforma de mail y valor agregado para clientes de Banda Ancha del segmento Business), mayor valor agregado al cliente, alcanzando una penetración sobre el parque del 25% para el segmento Empresas y Negocios.
- **ARNET + LLAMADAS:** Continuamos impulsando la oferta de paquetes de servicios de Internet con llamadas locales, que representaron aproximadamente un 60% del total de las ventas de Banda Ancha para el segmento Residencial.
- **ARNET TURBO:** Extendimos el portfolio de este servicio, que permite elevar la velocidad de ancho de banda a 10 y 15 Mb en una banda horaria a elección de nuestros clientes. Mediante el pago de un abono adicional, el cliente dispone de la posibilidad de una mejor experiencia de producto en el momento del día de mayor uso.
- **ARNET PLAY:** Continuamos difundiendo el servicio Arnet Play lanzado en 2011, que permite ver en el televisor contenidos multimedia a demanda, utilizando el acceso a Internet de banda ancha del hogar mediante la conexión de un equipo multimedia Wifi. El servicio incluye un amplio catálogo que cuenta con más de 2.500 títulos de todos los géneros: películas estreno, infantiles, series, recitales y contenido adulto, y tiene un cargo fijo mensual que permite al cliente acceder al contenido de la librería para verlo cuantas veces quiera. El contenido adulto no está incluido dentro del abono mensual y, por tratarse de contenido con restricciones de edad, se encuentra en una sección protegida mediante un PIN de seguridad. Durante 2012 sumamos a la oferta de contenidos el formato de alta definición.
- **ARNET MÓVIL:** Este servicio de valor agregado brinda conexión a Internet a través de la red 3G de Personal. Dicho servicio apunta a darle una solución al cliente con la posibilidad de estar siempre conectado, complementando la conexión de Banda Ancha fija. Las ofertas de Arnet Móvil y Banda Ancha fija, permitieron apuntalar la venta de esta última, generando incrementos en la efectividad de la oferta. Al cierre de 2012 el parque de Arnet Móvil alcanzó los 143.000 clientes aproximadamente.

Por otro lado, destacamos el lanzamiento del nuevo portfolio de altas velocidades sobre tecnología VDSL (por sus siglas en inglés, Very High Bit-Rate Digital Subscriber Line) y GPON (por sus siglas en inglés, Gigabit-capable Passive Optical Network).

Al mismo tiempo, continuamos trabajando en la seguridad de acceso a los módem Wifi, incorporando claves personalizadas por módem y educando a los clientes con material informativo sobre las precauciones para tener en cuenta en el uso de redes inalámbricas.

CONECTADOS CON NUESTROS CLIENTES DE ARNET

- **0800-555-9999** para consultar sobre servicios, facturación, estado de cuenta e informarse sobre nuevos productos y servicios.
- **www.arnet.com.ar**
- **Oficinas Comerciales** en todo el país.
- **Mi cuenta** para realizar autogestión de consultas y trámites.
- **Club Arnet:** Programa de beneficios exclusivo para clientes Arnet, por medio del cual los socios pueden acceder a beneficios sin cargo, pre-estrenos exclusivos, descuentos especiales, sorteos y concursos.
- **Mi cuent@:** Es un nuevo sitio de autogestión web para el cliente que le permite realizar gestiones y consultas sobre sus consumos en sus productos y servicios.

PRESENCIA INSTITUCIONAL ARNET

Ver información en el capítulo “Desarrollo de la comunidad”. Sección 1.6.2 “Arnet Cultura”.

8.4. GRANDES CLIENTES

El segmento de Grandes Clientes contiene a los actores sociales del mercado corporativo con grandes demandas y expectativas en cuanto a nuevos productos y servicios, soluciones integrales de comunicaciones con alto valor agregado y grandes exigencias en atención y tiempos de respuesta. Son parte de este grupo las grandes empresas de la Argentina (en cuanto a facturación y cantidad de empleados), el Gobierno Nacional, y los Gobiernos Provinciales y Municipales. Este año pusimos foco en el crecimiento del negocio de servicios ICT, Datacenter y servicios móviles y preparamos nuestra fuerza de ventas a través de cursos y capacitaciones acorde a las exigencias del mercado.

Continuamos monitoreando el Indicador Estratégico de atención a clientes, que estipula la atención de un 93% de las llamadas recibidas a través del 0800 PAIS. En este aspecto, las acciones destacadas fueron:

- Durante noviembre, se redujo el objetivo establecido de “Tasa de reclamos sobre facturación” de 2% a 1%, apuntando de esta manera a una mejora y foco sobre el tema de las áreas con responsabilidad tanto directa como indirecta.
- Trabajo con la Dirección de Tecnología Informática sobre el sistema de reclamos, a efectos de realizar adecuaciones que permitan agilizar el proceso y su resolución, agilizando también la emisión de documentos correctivos.

ALCANCE DE SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Llamadas entrantes al 0800-PAIS	30.005
Gestión del servicio	342
Gestiones administrativas	2.287
Reclamos comerciales resueltos	88
Quejas	4

Para medir la satisfacción de los clientes llevamos a cabo un estudio cuantitativo a través de una consultora externa, mediante un cuestionario semi-estructurado con preguntas abiertas y cerradas. Se realizó la encuesta a una muestra de 154 clientes (convergentes y fijos) de todo el país, y los resultados arrojaron que el 78,80% de nuestros clientes se encuentran “satisfechos con el servicio prestado.”

CERTIFICACIÓN ISO 9001:2008

Esta certificación alcanza el proceso “Diseño, comercialización, implementación, prestación del servicio, facturación y asistencia técnica y comercial de la integración de servicios de telecomunicaciones y valor agregado individuales e integrados para empresas y corporaciones en todo el país”, que abarca todos los procesos para grandes clientes. En 2012 el ente certificador DNV (Det-Norske-Veritas) realizó las dos auditorías externas anuales programadas, en mayo y octubre. En ambos casos el ente certificador recomendó la continuidad del certificado de calidad.

- **0800-555-7247 (PAIS)** para consultas sobre todos los servicios de la empresa.
- **0800555pais@ta.telecom.com.ar**.
- **0800-888-7888** dedicado al segmento de Grandes Clientes y Gobierno para la atención de consultas técnicas de posventa y de reclamos técnicos.
- Sitio web **www.telecom.com.ar/grandesclientes**
- Sitio web **www.telecom.com.ar/grandesclientes/intro_nube**
- **Ejecutivos de cuenta.**
- **Atención móvil.** Ante solicitudes urgentes que requieran tratamiento fuera del horario de lunes a viernes de 9 a 18 horas, los clientes deben contactarse por correo a guardiaGGCCmovil@personal.com.ar o telefónicamente al 0800-777-4422 (GGCC).

8.4.1. SOLUCIONES PARA GRANDES CLIENTES CON IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

- **REEMPLAZO DE GUÍAS TELEFÓNICAS DE PAPEL POR VERSIÓN DIGITAL.** Continuando con este proyecto, seleccionamos los clientes que reciben guías en papel y los contactamos para que accedan al canje, entregándoles la guía en versión digital.

- **WIFI LAS TOSCAS.** Se trata de la provisión, instalación, puesta en marcha y mantenimiento de un Integra 10Mb + Access Points en Mar del Plata, playa Las Toscas, como Wifi Social. El mismo fue prestado del 2 de enero al 10 de febrero de 2012, bajo la temporada de verano y la Campaña "Vamos a la Playa".

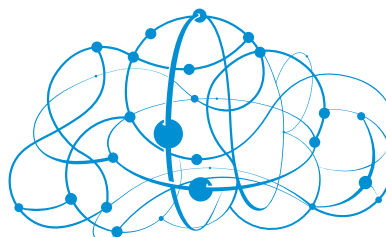
En dicho sector se encontrarán carpas y stands de los distintos organismos de la Provincia (BAPRO, ARBA, IPS, Turismo, entre otros), con distintas actividades como una pista de karting de Seguridad Vial. Esto se transformará en una zona de acceso para las personas y de relacionamiento con la Provincia. El servicio Wifi es tanto para dichos organismos, como para las personas que cuenten con un dispositivo para usar Internet.

- **LA NUBE ARGENTINA.** Telecom Argentina presentó La Nube Argentina de Telecom, que agrupa los distintos servicios cloud que la empresa ofrece a sus clientes corporativos y Gobiernos, adaptada a las necesidades del mercado argentino. Los servicios cloud resultan una ventaja en términos de ahorro de recursos y rendimiento. Permiten implementar soluciones bajo un concepto innovador, con alta disponibilidad, flexibilidad y seguridad. Se trata de un nuevo concepto de servicio, en el que los clientes ya no necesitan invertir en infraestructura propia. A través de diversas tecnologías de acceso, los activos de IT (aplicaciones, plataformas y software) están disponibles en modo escalable, a demanda, a bajo costo, con alta competitividad y con alta accesibilidad. Para la provisión de los servicios de La Nube Argentina de Telecom la empresa invirtió \$ 240 millones entre 2011 y 2012.

NubeArgentina

de Telecom

La primera oferta de Servicios
Cloud con la red incluida.



CENTRO DE DATOS DE TELECOM

En 2012 mantuvimos las siguientes certificaciones para nuestro Centro de Datos de Pacheco:

- **SAS70 tipo II** (Statement on Auditing Standards - AICPA, American Institute of Certified Public Accountants). Lineamientos que establecen objetivos de control y controles asociados relacionados con la infraestructura y seguridad física del Centro de Datos. Evolución de SAS70 que es la SSAE16 en proceso de renovación. El reporte SSAE16 / ISAE 3402 reemplaza al reporte SAS70 y es una evolución del mismo. La norma SSAE (Statement on Standards for Attestation Engagements), de origen norteamericano, es muy similar a la norma ISAE (International Standards for Assurance Engagements), utilizada en Europa, por lo cual certificaremos ambas simultáneamente. En diciembre la certificadora BDO Argentina realizó el relevamiento en sitio del Data Center Pacheco.
- **BCRA Comunicación A4609**. Requerimientos sobre la organización funcional y gestión de la tecnología informática y de sistemas, la protección de activos de información, las operaciones y el procesamiento de datos, la delegación de actividades propias de la entidad en terceros. En 2012 se renovó para los 4 datacenters.
- **ISO 27001**. Certificado que abarca todo el Grupo y que proporciona un marco de gestión de la seguridad de la información.

TARIFAS Y FACTURAS CLARAS

Con el objetivo de asegurar la claridad de tarifas y facturas, brindamos acceso a los Grandes Clientes al portal de facturación online donde los clientes pueden visualizar la imagen de la factura, el detalle de los consumos, y realizar el pago electrónico. Disponer en forma integrada de toda la información necesaria facilita el control y claridad de lo facturado por Telecom Argentina.

SERVICIO UNIVERSAL - REDUCCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL

La Secretaría de Comunicaciones (SC) dictó las Resoluciones N° 147/10 y 148/10 aprobando los Programas Internet para Establecimientos Educativos e Internet para Bibliotecas Populares, respectivamente. Dichos Programas tienen por objeto bonificar el servicio de Internet Banda Ancha a establecimientos educativos de gestión estatal y a Bibliotecas Populares, y serán implementados mediante la utilización de los recursos del Fondo Fiduciario del Servicio Universal (FFSU).

A la fecha ya se ha llevado a cabo la Licitación N° 1: "Programa Internet para Establecimientos Educativos" en la que Telecom resultó adjudicada y se encuentra finalizando las últimas instalaciones del proyecto, con las que alcanzará las 1.540 escuelas, que conllevan la recepción de un subsidio del Servicio Universal (SU) de aproximadamente \$4.692.000 por año, por un período de 5 años.

La Licitación N° 2, "Programa Internet para Bibliotecas Populares", fue dejada sin efecto por la Autoridad de Aplicación, para su redefinición.

Durante 2012 se llevó a cabo la Licitación N° 3: "Programa Telefonía e Internet para Localidades sin Cobertura de Servicio Básico Telefónico" (Resolución SC 88/2009). El mismo procura brindar telefonía local, larga distancia nacional e internacional e Internet en localidades que actualmente no cuentan con servicio básico telefónico. Se licitó la prestación de servicio en más de 400 localidades. Telecom Personal presentó una oferta

para una significativa cantidad de localidades. El proceso se encuentra en etapa de evaluación y adjudicación.

Telecom Argentina contribuye a facilitar el acceso de distintos sectores sociales a las telecomunicaciones brindando, desde el año 2000 hasta la fecha, programas de características sociales como los Programas Iniciales del Servicio Universal (desarrollados en el marco del Dto. 764/00 y sus modificatorios), entre otros: Servicios Semipúblicos de Larga Distancia en áreas sin servicio telefónico local, Telefonía Pública para Hipoacúsicos, Teléfonos Públicos y prestación del servicio local en zonas deficitarias, Bonificaciones por Bajo Consumo (Jubilados y Pensionados), Programa de acceso a Internet en áreas distantes, mediante los Servicios 0611 y 0612, Programas de Sociedad de la Información como los CTC o descuentos para escuelas y otras instituciones.

8.5. UNIDAD WHOLESALE: NACIONAL, INTERNACIONAL Y MÓVIL.

Mediante la Unidad Wholesale brindamos todos los negocios mayoristas de la empresa: Nacional, Internacional y Móvil.

CONECTADOS CON NUESTROS CLIENTES DE WHOLESALE

- **0800-555-OPER** para gestionar consultas y reclamos correspondientes a los servicios ofrecidos.
- **cao_telecom@ta.telecom.com.ar**.

8.5.1. WHOLESALE NACIONAL

Durante 2012 continuamos siendo uno de los proveedores líderes de soluciones mayoristas de telecomunicaciones para los diferentes operadores fijos y móviles, operadores independientes, operadores locales, prestadores de servicios, licenciarios de telefonía pública, operadores de cable, canales de TV, radios, productoras, portales de Internet, cooperativas telefónicas y otros prestadores de servicios.

Entre los servicios comercializados se encuentran: tráfico y recursos de interconexión, facturación por cuenta y orden de terceros, servicios de acceso a Internet dedicado, transporte de señales de audio y video (que permite reproducir contenido multimedia a través de Internet sin necesidad de descargarlo), enlaces dedicados, enlaces de *backhaul* (red de retorno) para operadores móviles, redes de VPN IP y hosting/housing (almacenamiento) en datacenters, entre otros. Asimismo, gestionamos la adquisición a otros operadores de recursos y facilidades que permitieron completar los servicios minoristas y mayoristas de Telecom Argentina, entre los que se encuentran: enlaces de datos y transmisión, bucle local, recursos de interconexión, originación, terminación y transporte de minutos de tráfico.

Entre las acciones destacadas del año para Wholesale Nacional se encuentran las siguientes:

- **TRANSPORTE DE SEÑALES DE TELEVISIÓN.** Impulsamos nuevas inversiones en la red de video de Telecom enfocadas en la tecnología *High Definition* (HD), y logramos transmisiones en

vivo a nivel nacional e internacional a diversos medios, entre ellas la Copa Cuatro Naciones de Rugby desarrollada en Argentina. La transmisión se realizó en fibra desde los sitios de eventos hasta el centro de distribución del British Telecom Tower en Londres.

- **SISTEMA ARGENTINO DE TV DIGITAL TERRESTRE.** Fuimos adjudicados en la prestación de servicios de Video como resultado de la participación activa en las licitaciones emitidas por Empresa Argentina de Soluciones Satelitales S.A. (ARSAT). Nos convertimos en uno de los proveedores de la solución integral de transporte y distribución de video necesario para el despliegue de las estaciones transmisoras de Televisión Digital Abierta (TDA) brindando el transporte de las señales de video desde los distintos generadores de dichas señales (TV Pública Canal 7, Educ.ar, etc.) hasta sus instalaciones en ARSAT Benavidez y el transporte desde ésta hasta las Estaciones Digitales Terrestres (EDT) distribuidas en el interior del país, que posibilitan la recepción de los contenidos en los hogares.
- **ENLACES DE BACKHAUL PARA OPERADORES MÓVILES.** El desarrollo del servicio 3G por parte de los Operadores Móviles determinó la necesidad de desarrollar un nuevo servicio acorde al requerimiento del mayor ancho de banda que permita acompañar el crecimiento del desarrollo de la banda ancha móvil. El servicio consiste en el arrendamiento de enlaces que brindan capacidad de acceso a la red de transporte vinculando las radiobases del operador móvil contra las fronteras definidas a través de conexiones Ethernet.
- **COOPERATIVAS TELEFÓNICAS.** Continuamos acompañando el despliegue y desarrollo del mercado de Internet, brindando ampliaciones de capacidad y nuevos servicios de conectividad dedicada a Internet a muchas de las 190 cooperativas.
- **SERVICIOS REGIONALES.** Realizamos nuevas ventas de servicios regionales, conectando Argentina con Uruguay y Paraguay, para Carriers de primer nivel en Estados Unidos.
- **DATOS E INTERNET.** Nuevamente nos concentramos en el servicio de Tránsito IP, demandado por los distintos operadores para brindar conectividad Internet a sus clientes de banda ancha fija y móvil.
- **SERVICIOS CDN (CONTENT DELIVERY NETWORK).** Desarrollamos nuevas ventas del servicio de streaming CDN posicionando el producto en el mercado argentino. Telecom CDN® es capaz de soportar audiencias online de decenas de miles de usuarios concurrentes, lo que posibilita que dichas compañías desarrollen sus actividades online ya sea desde la emisión en vivo de un canal de televisión por Internet, una señal de radio por Internet, transmitir online un congreso especializado en alguna temática particular, hasta transmitir en vivo un recital exclusivo o un evento deportivo, o también ofrecer dichos contenidos bajo demanda.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A CLIENTES WHOLESAL NATIONAL

ASPECTO	2009	2010	2011	2012
Satisfacción con el servicio	95%	91%	90%	90%
¿Cuán probable es que continúen utilizando los servicios de Telecom?	-	-	88,5%	97,5% ⁽¹⁾

(1) Este dato se compone de la siguiente manera: "Probablemente continuarán" 8%; "Seguramente continuarán" 89,5%.

Norma ISO 9001:2008

Continuamos certificados bajo la norma ISO 9001:2008 en cuanto a nuestro Sistema de Gestión de Calidad (SGC) de Facturación del servicio de telefonía y datos a clientes en el ámbito nacional, incluidos los del segmento Wholesale Nacional.

8.5.2. WHOLESALE INTERNACIONAL

En Wholesale Internacional brindamos servicios mayoristas de tráfico y de conectividad, estableciendo un nexo entre la Argentina y el resto del mundo. Los operadores internacionales de primer nivel demandan diversas soluciones en materia de servicios de telefonía, datos e Internet. De esta manera, por medio de los servicios internacionales, ofrecen la posibilidad, a nuestros clientes en la Argentina, de realizar llamadas con la mejor calidad del mercado. A su vez, los principales *carriers* del mundo encuentran en Telecom Argentina un socio estratégico para ampliar su red y servicios en América del Sur.

Contamos con una subsidiaria en Miami para generar nuevas interconexiones con *Carriers* Internacionales, en un mercado internacional altamente competitivo. También brindamos servicios de telecomunicaciones para la comunidad latina residente en Estados Unidos, principalmente a los argentinos.

Durante el año continuamos con las acciones comerciales dirigidas a productos mayoristas de mayor rentabilidad. Establecimos relaciones comerciales e interconexiones estratégicas con proveedores de terminación móvil en la región y con importantes clientes, operadores móviles y OTT (*Over the Top*), la distribución de contenido o servicios a través de infraestructura que no está bajo control administrativo del prestador del servicio o contenido), que representan más de 1 billón de abonados y usuarios, a los cuales Telecom Argentina USA indirectamente estaría en condiciones de brindarles terminación de llamadas en la región de América Latina durante 2013.

En el mercado minorista, continuamos con la comercialización de productos y servicios de mayor contribución, tales como los servicios de transporte de datos a corporaciones y a integradores de soluciones globales.

Continuamos con la expansión del nodo de video de alta definición iniciada en 2011. Establecimos interconexión con el principal transportista global de video, lo que significa que el contenido audiovisual argentino puede ser transportado a prácticamente cualquier lugar del planeta con la mayor calidad y mejores costos que los que existían hasta ese momento en el mercado. A su vez, la cantidad de horas de transmisiones de video internacionales se incrementaron fuertemente respecto del año anterior, ya que gracias al nodo de video en Miami, nos hemos transformado en la opción para transmitir al exterior eventos deportivos argentinos de primer nivel como el Torneo 4 Naciones de Rugby y el Torneo de Fútbol Argentino.

Este año se habilitó el nuevo sistema de cable submarino de alta capacidad denominado Cable Bicentenario, que conecta Uruguay con Argentina y el mundo a través de las ciudades de Punta del Este (Uruguay) y Las Toninas (Argentina), para mejorar así la disponibilidad de capacidad de Internet a los habitantes del país vecino.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A CLIENTES WHOLESALÉ INTERNACIONAL

ASPECTO	2011	2012
Satisfacción con el servicio que recibe de Telecom Argentina (incluye "muy satisfecho" y "satisfecho")	90,0%	96,3%
Satisfacción con la relación comercial que mantiene con Telecom Argentina (incluye "muy satisfecho" y "satisfecho")	86,3%	96,3%
<i>Predisposición a aumentar el volumen de negocios que mantiene con Telecom Argentina</i>		
Seguramente aumentaría	26,7%	44,4%
Probablemente aumentaría	56,7%	37,0%
No estoy seguro de que lo aumentaría (*)	N/A	11,1%
Probablemente no lo aumentaría (*)	N/A	7,4%
NS/NC (*)	N/A	0,1%

(*) Este indicador no se midió en 2011.

PRESENCIA INSTITUCIONAL

En 2012 participamos en los principales foros internacionales del negocio de las telecomunicaciones tales como: AHCET, ITW, NATPE, Sportel, NAB, ATVC, Capacity LATAM, Satellite 2012, Reuniones de consorcio de cables submarinos, con el fin de desarrollar nuevas relaciones y alianzas estratégicas.

8.5.3. WHOLESALÉ MÓVIL

En Wholesale Móvil generamos relaciones comerciales mayoristas con otros operadores de telecomunicaciones para las necesidades de Telecom Personal: desde la terminación de una llamada entre Personal y otro móvil, o desde un teléfono fijo a Personal, hasta la contratación de enlaces, sitios y espacios operativos necesarios para instalar facilidades que necesita la Red Móvil.

En 2012 trabajamos para afianzar la relación con los operadores y prestadores de servicios de telecomunicaciones, federaciones de cooperativas y prestadores de servicios de *Clearing House* (centro distribuidor de información). También avanzamos en negociaciones con algunas cooperativas para instalar nuevos sitios en sus respectivas localidades con el fin de lograr y/o mejorar la cobertura móvil en sus zonas de influencia.

Profundizamos, además, la contratación a otros operadores de recursos y facilidades (enlaces de datos y transmisión, recursos de interconexión, originación, terminación, transporte de minutos, arrendamiento de sitios y *roaming* nacional) que contribuyeron a continuar el desarrollo de la red móvil, mejorando de manera cualitativa y cuantitativa los servicios ofrecidos a los clientes.

8.6. CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE

En Telecom contamos con un área dedicada a evaluar la calidad del servicio que brindamos a nuestros clientes. Dicha área tiene dependencia directa del Director General Ejecutivo de la Compañía.

Las acciones desarrolladas durante 2012 han sido las siguientes:

■ **ESTUDIOS DE SATISFACCIÓN.** Llevamos a cabo estudios cuantitativos a diferentes tipos de clientes, mediante encuestas telefónicas, para monitorear los diferentes factores que hacen a la satisfacción y experiencia de nuestros clientes. También llevamos a cabo estudios cualitativos como focus group y entrevistas en profundidad, para detectar las motivaciones y preferencias de los clientes al momento de evaluar los aspectos que inciden en su satisfacción. Realizamos además encuestas internas online para medir el impacto de la implementación de proyectos específicos en los empleados de Telecom. Por último, estamos desarrollando la infraestructura de una sala dedicada a realizar estudios cualitativos con clientes con el objeto de evaluar los productos y servicios en situaciones cotidianas de uso.

■ **EVALUACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.** Administramos un pool de testers para realizar pruebas específicas de productos y servicios:

- Productos nuevos próximos a lanzarse
- Productos existentes a los que se les realizan mejoras
- Productos similares de la competencia

El objetivo de dichas pruebas es relevar la experiencia del usuario en cuanto al producto y los procesos asociados. El Pool está conformado exclusivamente por empleados del Grupo Telecom. Actualmente contamos con más de 3.700 voluntarios con presencia en todas las provincias de la Argentina. En total se completaron 11 pruebas durante el año, sobre productos y servicios nuevos, y para mejora de productos y servicios vigentes. A partir de noviembre contamos, además, con un pool permanente de 8 testers dedicados a evaluar sistemáticamente aspectos de usabilidad y de procesos asociados a los servicios de banda ancha fija, propios y de la competencia.

■ **TABLEROS E INFORMES DE SEGUIMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO.** Consolidamos la base de indicadores de Calidad clasificándolos en especiales, claves y estratégicos. Así, elaboramos y sistematizamos tableros customizados de acuerdo a las necesidades específicas de los sectores involucrados con el mejoramiento de la Calidad del Grupo Telecom. Todos los indicadores son correlacionados entre indicadores duros (internos de la Compañía) y blandos (visión del cliente expresada en las encuestas) de manera tal de identificar posibles problemas relacionados con el deterioro de la Calidad de Servicio.

■ **DIFUSIÓN DE INFORMES ESTRATÉGICOS.** Con el objetivo de difundir y realizar seguimiento de los principales aspectos de calidad gestionados, realizamos las siguientes publicaciones:

- **Informe Estratégico de Calidad de Servicio.** Trimestralmente se elabora este informe que permite observar la evolución de los principales indicadores de calidad, facilitando el seguimiento de acciones y proyectos de mejora.
- **Tablero de Posventa Técnica BAF.** Mensualmente, y a partir de las necesidades relevadas con las áreas de Marketing, Customer Care y Red, se elabora un tablero que concentra los principales indicadores de posventa técnica de la Banda Ancha Fija.
- **Tablero Estratégico de Calidad de Red Móvil.** Mensualmente, y sobre la base de los aspectos a mejorar, desarrollamos un programa de implementación de indicadores de la Red Móvil que se distribuye a los directivos de la Compañía.

- **INDICADOR IMS (ÍNDICE DE MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN).** Telecom Argentina ha desarrollado el Índice de Medición de Satisfacción (IMS) que abarca a todo el Grupo Telecom, tanto para los servicios móviles como para los servicios fijos y wholesale, basado en las encuestas de satisfacción realizadas a los clientes propios y de la competencia, referido al período del 1 de enero al 31 de diciembre del año de medición y en la visión estratégica del vértice de la Compañía a dos años vista. De las encuestas se calcula el promedio de los valores de satisfacción obtenidos para cada dimensión, los gaps con el mejor competidor en cada dimensión de las encuestas realizadas y las preferencias de los Clientes, que le darán un peso a cada dimensión en el momento del cálculo. De la visión estratégica se tiene en cuenta la facturación del año por negocio y los crecimientos de facturación y de los parques a dos años vista. El IMS ha sido incorporado como uno de los objetivos de todos los Directores y Gerentes del Grupo Telecom.
- **CALIDAD DE SERVICIO BANDA ANCHA FIJA.** Basándose en los resultados de las encuestas de satisfacción, en el análisis de los indicadores duros y en el relevamiento de necesidades de la operación, conformamos un equipo de trabajo cross entre las distintas áreas involucradas y establecimos una agenda de temas centrales para mejorar la calidad de la banda ancha fija. A partir de este hito realizamos un intenso trabajo de mejora continua de la información disponible en los sistemas, generando así nuevas acciones, unificación y redefinición de criterios y tareas correctivas sobre el parque de clientes. Como resultado de este trabajo conjunto, se logró mejorar la experiencia de usuario y la disponibilidad y calidad de información para procesos y toma de decisiones.

Diseñamos un Informe de Precalificación y Calidad de la Banda Ancha Fija, de publicación trimestral, abarcando la perspectiva de Venta y Oportunidades de mejora. Este permite conocer el potencial de nuestro parque de clientes por área geográfica y producto y la coherencia entre el servicio que brindamos y lo que contrata el cliente, permitiendo enfocar acciones correctivas tendientes a eliminar desvíos.
- **CALIDAD DE RED MÓVIL.** A partir de una necesidad conjunta de las unidades Móvil y Red se realizó una consultoría sobre la calidad de la Red Móvil con la participación de una consultora internacional. El objetivo era entender la perspectiva del cliente acerca de la calidad de los servicios móviles que recibe de Telecom, analizando en forma exhaustiva todas las etapas de la experiencia de uso de los mismos, para así definir un modelo de control de calidad de Red, implementar un tablero estratégico y ejecutar los planes de acción para la mejora de los indicadores. Realizamos más de 800 monitoreos de atención a clientes externos, más de 50 entrevistas a todos los niveles gerenciales de la Compañía y analizamos casi 150 Gbytes de información obtenida de los sistemas de gestión de técnicos y comerciales. Luego, elaboramos un Tablero de Control con sus indicadores estratégicos, cuya implementación está planificada para 2013.
- **PROMESA AL CLIENTE:** Investigamos acerca de la Promesa al Cliente, un estándar internacional adoptado por muchas organizaciones, como herramienta que permite construir un comportamiento operativo coherente en toda la organización, es decir que lo prometido/comunicado al cliente se cumpla a través de nuestros procesos y comportamientos. De esta manera favorecemos reducir las diferencias entre las expectativas del cliente y su experiencia con el servicio que brindamos, e impactar positivamente en la satisfacción del cliente. Durante 2013 desarrollaremos un proyecto para consolidar la Promesa al Cliente, trabajarla hasta llegar a cada colaborador y a cada punto de contacto con el cliente y una función para monitorear su cumplimiento y asegurar su mantenimiento y actualización con el paso del tiempo.

8.6.1. SERVICIOS FIJOS

- **ENCUESTAS DE CALIDAD DE SERVICIO - CUSTOMER CARE.** Realizamos una encuesta telefónica a través de un IVR para conocer la satisfacción del cliente luego de contactarse telefónicamente con nuestro centro de atención. La encuesta se encuentra activa los 7 días de la semana de 8.30 a 22 horas. La base de la encuesta se ordena aleatoriamente, se renueva cada 40 minutos y tiene la capacidad de realizar 600 llamados por hora. Una vez

que el cliente responde la encuesta, los resultados se vinculan con el asesor que atendió la llamada lo que permite, a su vez, relacionar la gestión que el representante realizó con ese cliente y asociar directamente la satisfacción del cliente con la gestión que realizamos.

Durante 2012, se realizó un promedio mensual de 175.000 encuestas telefónicas (aproximadamente un 10% de las llamadas atendidas) de las cuales se obtuvo el 37% de clientes contactados, variando este indicador según el segmento del cliente.

INDICES DE SATISFACCIÓN POR SERVICIO

	PROMEDIO 2012
Atención Comercial	64,4%
Atención Técnica Voz	59,2%
Atención Técnica Internet	54,9%
Habilitaciones	66,2%

8.6.2. SERVICIOS MÓVILES

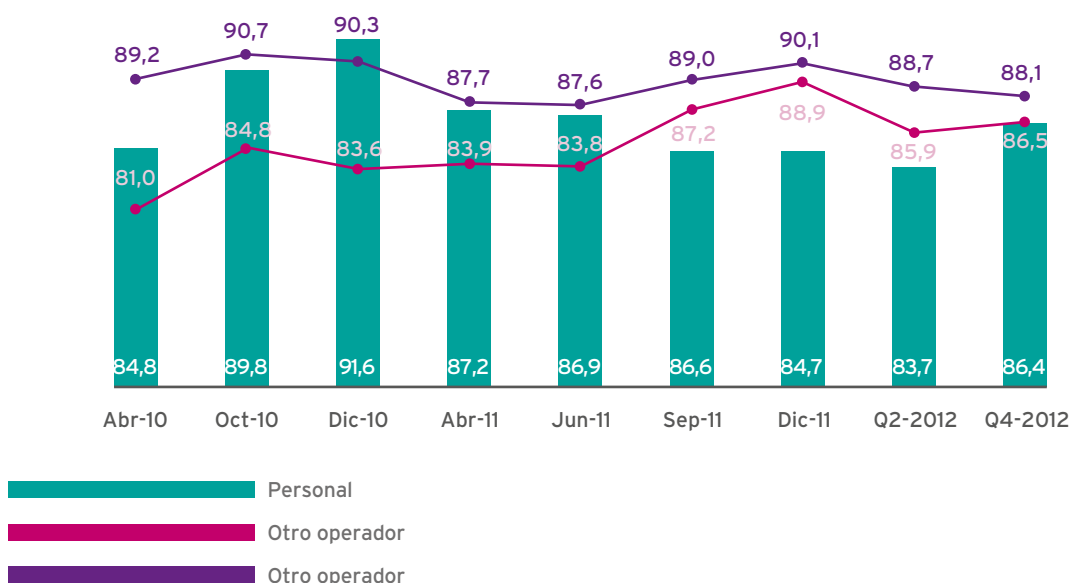
- **ESTUDIOS DE CALIDAD PERCIBIDA.** Con el objetivo de conocer la opinión del cliente en cuanto al grado de satisfacción con la atención personalizada (resolución online, motivos de visita, motivos de insatisfacción con la atención, desempeño de los representantes), realizamos encuestas telefónicas a los clientes que pasan por nuestras oficinas comerciales, 48 horas después de su visita.
- **ESTUDIO CUSTOMER SATISFACTION.** Para realizar un seguimiento de la satisfacción de nuestros clientes con la atención personalizada y compararla con la atención que brinda la competencia, se contacta, trimestralmente y en forma personalizada, a clientes a la salida de las Oficinas Comerciales de Telecom Personal y de dos compañías de la competencia.
- **ATENCIÓN TELEFÓNICA.** Realizamos encuestas a clientes posteriormente al contacto telefónico, para conocer su experiencia con la atención recibida. Tras el llamado se realiza una encuesta online, el IVR realiza preguntas relacionadas con la satisfacción de la atención, la resolución de problemas y una clasificación de la atención. También se realiza una encuesta a través de un operador tercerizado, que incluye encuestas a usuarios de otras compañías. Esta información nos permite interpretar y analizar nuestros resultados y poder compararnos con el resto de las operadoras.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN TOTAL	2011	2012
Oficinas comerciales	86,2% ^(a)	85,05% ^(b)

(a) Ceop - Promedio anual segmento individuos.

(b) GfK Kleiman Sygnos - Promedio anual segmento individuos.

ATENCIÓN EN OFICINAS



■ GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. En 2012 llevamos a cabo las siguientes iniciativas y acciones:

- **La Voz del Cliente.** Realizamos jornadas para todas las áreas de la Compañía para que participen en los monitoreos de atención al cliente, lo que nos permitió relevar de manera más eficiente oportunidades de mejora. Realizamos 48 voces en Rosario, Buenos Aires, Córdoba y Tucumán, a las que concurrieron más de 700 invitados. Hubo distintas temáticas: voces orientadas a alimentar la sinergia entre las áreas, inducciones de RRHH, reunimos a ejecutivos de cuenta de todo el país y este año colaboramos con desarrollo y formación de RRHH para que los futuros gerentes se aseguren de haber escuchado al cliente al comienzo de su gestión. También concurrieron directores de la compañía, dispuestos a escuchar a los clientes e interactuar con ellos.
- **Buzón de sugerencias.** Este espacio permite la presentación de propuestas que representen oportunidades de crecimiento y de mejoras en la atención de nuestros clientes. Desde su implementación se registraron 268 sugerencias ingresadas.
- **Reingeniería Operativa.** Continuamos apostando a incrementar la resolución de gestiones en cada vez más puntos de atención, priorizando aquellas que nos acerquen aún más a nuestros Clientes. En cuanto a la Portabilidad logramos que en varias regiones las portaciones pudieran realizarse sin necesidad de que el cliente se acerque a una oficina o agente (Portabilidad Delivery). Como parte de la implementación, se trabajó en la formación de todos los representantes. A su vez, eliminamos la mayor cantidad posible de transacciones en papel, habiendo logrado prescindir de más de 17 formularios, lo cual se traduce en más de medio millón de hojas al año. Realizamos más de 500 actualizaciones a nuestros circuitos, participamos en más de 25 proyectos diferentes, e implementamos numerosos cambios en nuestros sistemas, siempre buscando una mejora que nos lleve a incrementar la satisfacción de nuestros clientes.
- **Análisis de Calidad de Atención.** El equipo de Monitoreo de la Calidad de la Gerencia de Calidad y Entrenamiento visita regularmente los contact centers buscando calificar aquellos aspectos que hacen a la gestión general de la oficina comercial y que impactan en la satisfacción (imagen general, y calidad en la atención en recepción / representantes de atención / gestión del back office). También se realiza un seguimiento de los nuevos ingresos con el fin de apalancar la atención de excelencia e inculcarles los estándares de atención definidos por la Compañía.
- **Capacitación a empleados de la Dirección Comercial.** Realizamos diversas acciones de capacitación con el objetivo de formar a los recursos en las habilidades y conocimientos

requeridos para asesorar integralmente a nuestros clientes. Llevamos a cabo capacitación presencial a ingresantes como condición requerida para comenzar a desempeñarse en el puesto de trabajo; capacitaciones presenciales relacionadas con el nuevo modelo de atención; entrenamiento para el desarrollo de habilidades blandas para empleados front de oficinas y agentes de posventa; Programa Especialistas High Tech para un grupo de especialistas de la fuerzas de ventas directas; y capacitación presencial sobre la portabilidad numérica.

CANTIDAD DE EMPLEADOS QUE PARTICIPAN DE LA FORMACIÓN DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Y % DE SATISFACCIÓN CON EL NIVEL DE CONOCIMIENTOS (POST EVENTO)

Cantidad de empleados que constituyen la dotación de formación	2.020
% de satisfacción con el nivel de conocimientos (post evento)	87,20%
Cantidad de empleados que asistieron a la formación	6.250
Cantidad de horas de e-learning (anual dotación)	15.323
Cantidad de horas de capacitación presencial por instructor	9.335
Cantidad de evaluaciones de admisión	1.065
Cantidad de personas en Inducción	477

ENTRENAMIENTO CUSTOMER CARE

6.617

personas participaron de las capacitaciones ⁽¹⁾

108.264

participaciones en e-learning y capacitación

48.357

horas de e-learning

+ de 104.000

evaluaciones

+ de 800.000

horas de capacitación ⁽¹⁾

6.184

personas en Inducción

(1) Incluye capacitación en contact centers propios y tercerizados.

8.7. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO

DESAFÍOS 2012	CUMPLIMIENTO 2012
CLIENTES	
SERVICIOS MÓVILES Realizar acciones de fidelización para conservar a nuestros clientes, con motivo de la introducción de la Portabilidad Numérica Móvil.	Brindamos información transparente al cliente sobre su derecho a elegir, y brindamos propuestas comerciales y de beneficios apuntando principalmente a revalidar la preferencia de nuestros clientes, y también a captar nuevos clientes. También les aseguramos una buena experiencia de uso, les ofrecemos planes y ofertas competitivas y fidelizamos a los clientes con la mejor plataforma de beneficios, Club Personal.
GRANDES CLIENTES 1) Capitalizar la creación de la "Nube Argentina", para aumentar la participación de mercado de Telecom en los servicios Cloud y Datacenter. 2) Portabilidad: Desarrollar el proceso de portabilidad con una clara orientación al cliente, apoyando estratégicamente a nuestros actuales Grandes Clientes y buscando la incorporación de nuevos.	1) Lanzamos la campaña "Nube Argentina" con el fin de comunicar en forma unificada las distintas Soluciones de Servicios de Grandes Clientes. Esta acción fue de la mano de la estrategia de aumentar el <i>portfolio</i> de soluciones a medida y <i>on-demand</i> , características fundamentales que determinan una oferta de servicios Cloud, basados en la fortaleza de nuestros Datacenter y la Red de acceso. Logramos posicionar la marca Nube Argentina en el mercado, generando un crecimiento en la facturación. 2) La estrategia incluyó la clasificación de clientes de forma de mantener el valor hacia la Compañía generando acciones para retener y captar nuevos clientes. Como resultado obtuvimos que los clientes con mayor facturación sigan eligiendo Personal para sus comunicaciones móviles.
SERVICIOS FIJOS Incentivar la venta de ofertas paquetizadas del portafolio voz, simplificando las ofertas; y vender todos los productos desde el primer contacto para cubrir todas las necesidades.	El 95% de la venta de líneas en el 2012 se realizaron en paquete con otros productos. A partir del primer contacto las líneas se ofrecen a los clientes en forma paquetizada realizando distintas combinaciones entre: líneas con Internet y plan de minutos y servicios, líneas con plan de minutos o llamadas, Internet con servicios adicionales (turbo, play, pack de seguridad), con la posibilidad de incluir la adquisición de un terminal inalámbrico. El 52% de las ventas de líneas se efectuaron con Internet y plan de minutos, y el 48% de las líneas se comercializaron al menos con un plan de minutos o llamadas, entre otros servicios incluidos. Cada línea vendida durante 2012 se comercializó con 2,5 servicios incluidos.

WHOLESALE

1) Maximizar la rentabilidad del negocio de voz, resguardando la calidad de servicio, optimizando costos e incrementando la captación de tráfico de entrada a Argentina.

2) Consolidar nuestra participación en ventas de capacidad de transmisión en mercados regionales, con foco especial en Uruguay, Paraguay y Bolivia.

3) Apoyar el despliegue regional (sudamericano) de las redes de Video y CDN de Telecom Argentina.

4) Seguir desarrollando el servicio de transporte de video internacional y buscando nuevas oportunidades de negocios.

1) Mejoramos la rentabilidad del negocio de voz a través de un ahorro del 8% en los costos del tráfico saliente internacional, con respecto al año anterior.

2) Incrementamos la provisión de capacidad en Uruguay, a partir de la ampliación del acuerdo Cable Bicentenario. Generamos un nuevo parque de tránsito IP en Paraguay para el transporte de Internet, manteniendo nuestra participación en dicho mercado.

3) Presentamos a los operadores internacionales de Paraguay y Uruguay propuestas de extensión de nuestras redes de Video y CDN. Estas se encuentran en evaluación por parte de dichos operadores. Se promovieron nuevas inversiones en la red de video y en la red de distribución de contenidos que permitieron concretar importantes transmisiones de video nacional e internacional, posicionarnos como importante proveedor de la solución integral de transporte y distribución de video necesario para el despliegue de la Televisión Digital Abierta (TDA).

4) Continuamos con la expansión del nodo de video de alta definición, establecimos interconexión con el principal transportista global de video, lo cual significa que el contenido audiovisual argentino puede ser transportado a prácticamente cualquier lugar del planeta con la mayor calidad y mejores costos que los que existían hasta ese momento en el mercado. Gracias al nodo de video en Miami, nos hemos transformado en la opción para transmitir al exterior eventos deportivos argentinos de primer nivel.

UNIDAD RED

Continuar con el despliegue del proyecto "Upgrade de Red de Acceso" para brindar mayor velocidad de acceso a Internet con tecnología VDSL2 (por sus siglas en inglés Very-High-Bit-Rate Digital Subscriber Line 2), el estándar de comunicaciones DSL más reciente y avanzado, que posibilita brindar una mayor velocidad de acceso sobre pares de cobre.

Continuamos con el despliegue del plan de acortamiento de loop, el cual es estratégico para Telecom Argentina, ya que permite brindar servicios de Banda Ancha Fija con prestaciones de nivel mundial y posiciona a Arnet entre las mejores ofertas del mercado. Más de 26.000 clientes ADSL tienen disponible la nueva tecnología VDSL2, pudiendo incrementar sensiblemente su velocidad de acceso a Internet si contratan alguna de las velocidades comerciales del portfolio de banda ancha ultra rápida.

INTERNET

1) Implementar una nueva tecnología de acceso de fibra que permitirá desarrollar nuevos servicios facilitadores orientados al cliente.

2) Impulsar la factura sin papel y demostrar así nuestro compromiso con un mundo sostenible.

1) Realizamos el lanzamiento comercial de GPON (Red Óptica Pasiva con Capacidad de Gigabit) a través del cual se puede ofrecer mayor ancho de banda y mayor eficiencia de transporte para servicios IP; y de FTTH (Fibra hasta el hogar), tecnología que se basa en la utilización de cables de fibra óptica para la distribución de servicios avanzados, como el Triple Play: telefonía, Internet de banda ancha y



televisión, a los hogares y clientes en general.

2) Continuamos difundiendo y promocionando la adhesión a la factura online, con campañas dedicadas especialmente al tema.

DESAFÍOS 2013

CLIENTES

Servicios Móviles

- Trabajar para seguir innovando no solo en los servicios de valor sino en la construcción de la oferta que brindamos a nuestros clientes, junto con los canales de contacto y atención.
- Realizar inversiones tecnológicas enfocadas a la adecuación de la cobertura y capacidad de nuestra infraestructura, y en nuevas plataformas de servicio para atender con calidad los crecientes volúmenes de tráfico y ancho de banda generados por la expansión de la base de clientes.

Grandes Clientes

- Profundizar el concepto de Nube Argentina e incorporar nuevos servicios para seguir creciendo en el mercado.
- Trabajar en soluciones integradas de servicios móviles que permitan brindar al cliente nuevas alternativas.
- Seguir sumando a nuestra campaña de reciclado de baterías a nuestros Grandes Clientes.

Servicios Fijos

- Adoptar la utilización, en la ciudad de Buenos Aires, del sobre de papel para la facturación procedente de fuentes responsables (FSC).
- Impulsar la adhesión a la factura online con el objetivo de reducir el consumo de papel.

Unidad Red

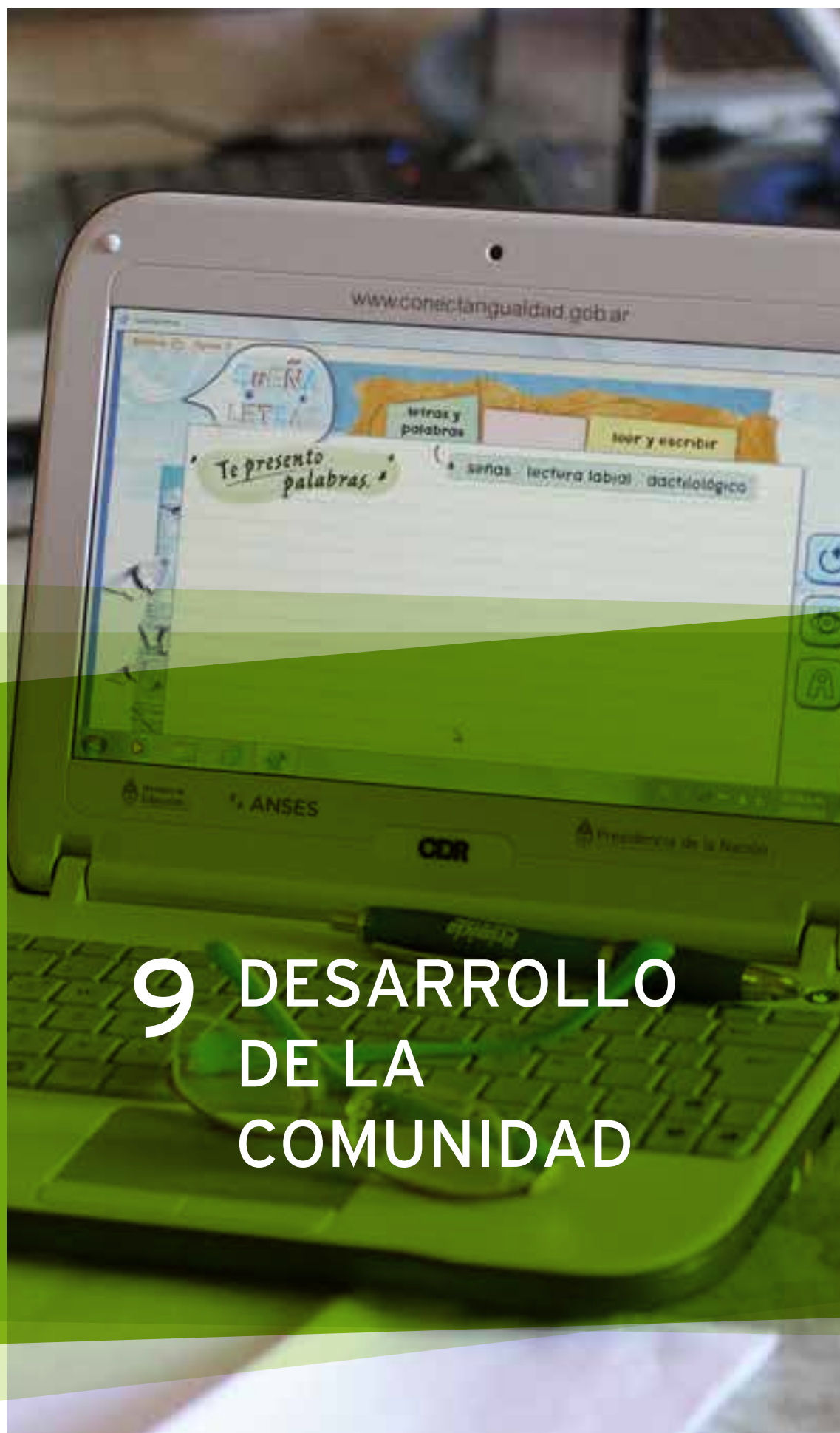
- Continuar con las mejoras del Sistema de Gestión de Calidad y Medio Ambiente, certificado en la norma ISO 14001.

Internet

- Ampliar el portfolio de altas velocidades sobre tecnología VDSL, GPON y FTTH.

Calidad de Servicio al Cliente

- Dar continuidad al Grupo de Trabajo Cross para el seguimiento de acciones y temas apuntados a la mejora de la calidad de la banda ancha fija.
- Optimizar la Experiencia de Usuario mediante el monitoreo en forma periódica de la calidad de experiencia de usuario en cuanto a navegación, visualización de videos online, redes sociales, entre otros.
- Mejorar la calidad y disponibilidad de información a través de los sistemas, mejorando el desempeño de los procesos asociados con impacto directo en el cliente.



9 DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

9. DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

¿Cómo informamos la gestión de asuntos clave sobre participación activa y desarrollo de la comunidad según la ISO 26.000?

ASUNTOS		ACCIONES INFORMADAS	PÁGINA
Asunto 1	Participación activa de la comunidad	Canales de comunicación con la comunidad Red de Voluntarios Acciones de Núcleo	177-178, 180-182, 190
Asunto 2	Educación y cultura	Educación y tecnología: educar Escuelas del Bicentenario Arte en las Escuelas Telecom y la cultura	160-162, 173-174, 184-188
Asunto 3	Creación de empleo y desarrollo de habilidades	Aula Móvil: Educando sobre Ruedas TesteAR Centro Pescar Telecom Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER)	163-164, 166, 169-170, 175
Asunto 4	Desarrollo y acceso a la tecnología	Tecnología e inclusión social Conciencia Celular Acciones de Núcleo	88-89, 163-171, 176, 190
Asunto 5	Generación de riqueza e ingresos	TesteAR Centro Pescar Telecom Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER)	166, 169-170, 175
Asunto 6	Salud	Uso social de las tecnologías móviles Canales de comunicación con la comunidad Telecom y el deporte	167, 177-178, 189
Asunto 7	Inversión social	Matriz de Inversión Social Privada Donaciones de equipamiento y materiales Canales de comunicación con la comunidad Red de Voluntarios Acciones de Núcleo	156-157, 176-178, 180-182, 190

En Telecom Argentina brindamos nuestro talento técnico y humano, y nuestro aporte económico, porque creemos que podemos mejorar la calidad de vida de las personas a través de las tecnologías de información y comunicación (TIC).

¿Qué dice la ISO 26.000 sobre la contribución de la participación activa y desarrollo de la comunidad a la Responsabilidad Social? ⁽¹⁸⁾

- La relación de las organizaciones con la comunidad debería basarse en la participación activa para contribuir al desarrollo de dicha comunidad.
- Las organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos, y los fortalecen.
- Tanto la participación activa, como el desarrollo de la comunidad, son partes integrales del desarrollo sostenible.
- La participación activa va más allá de identificar a las partes interesadas e involucrarse con ellas; también abarca el apoyo y la creación de una relación con la comunidad.
- La contribución de una organización al desarrollo de la comunidad puede ayudar a promover la mejora de la calidad de vida de una población.
- Los asuntos clave incluyen: la creación de empleo mediante la expansión y diversificación de las actividades económicas y el desarrollo tecnológico; inversiones sociales en la generación de riqueza e ingresos mediante iniciativas de desarrollo económico local; programas de educación y desarrollo de habilidades; promoción y preservación de la cultura y las artes; servicios de salud a la comunidad.
- Las áreas más importantes para la participación activa y el desarrollo de la comunidad dependerán de cada comunidad en particular y del conocimiento único, de los recursos y de la capacidad que cada organización aporte a la comunidad.

(18) Extraído de la Norma Internacional ISO 26000:2010 (traducción oficial).

9.1. MATRIZ DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

Telecom Argentina desarrolla su programa de inversión social en la comunidad, con foco en la educación y la inclusión a través del uso de las tecnologías. En este camino, favorecemos aquellas iniciativas que promueven el uso pedagógico de las tecnologías en el aula y que alientan al aprendizaje escolar con uso de TIC, cada vez más cotidianas en la vida de los niños, niñas y jóvenes. También desarrollamos acciones de alfabetización digital y de inclusión digital para el trabajo.

Planificamos nuestra estrategia de inversión en la comunidad y la enfocamos en los siguientes ejes:

- **EDUCAR**, buscando incrementar el uso pedagógico de las tecnologías y la alfabetización digital, en instancias de educación formal y no formal.
- **INCLUIR**, promoviendo la inclusión social de poblaciones vulnerables, y potenciando el uso de las tecnologías como herramienta para generar nuevas capacidades y favorecer el desarrollo humano.

Durante 2012, establecimos el siguiente marco lógico que nos ayudó a planificar la inversión social:

INVERSIÓN SOCIAL ESTRATÉGICA - TELECOM EN LA COMUNIDAD

FUNDAMENTACIÓN

En Telecom Argentina brindamos a la comunidad nuestro talento técnico y humano y nuestro aporte económico porque creemos en una mejor calidad de vida a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Las telecomunicaciones favorecen el acceso a la educación, al trabajo, a la salud y al desarrollo, y brindan así oportunidades de progreso individual y colectivo.

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a mejorar la educación en la era digital y favorecer la inclusión social a través de las tecnologías, articulando con el conocimiento y los intereses del negocio.

ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN

- a. Programas propios o en alianza:** teniendo como socios estratégicos ONGs, Municipios, Gobiernos, universidades y otras empresas.
- b. Socio Tecnológico:** acompañando las iniciativas de otros, a través del *know-how* propio y de nuestros empleados.
- c. Generación de conocimiento:** apoyando publicaciones, investigaciones, seminarios.
- d. Colaboraciones institucionales:** donaciones, auspicios, eventos, cenas.

Cobertura geográfica: A nivel nacional, con prioridad en aquellas provincias en donde se desarrolla el negocio (centro y norte del país).

OBJETIVO ESPECÍFICO: EDUCAR "EDUCACIÓN Y TECNOLOGÍA"

Fomentar y mejorar el uso pedagógico de las tecnologías y la alfabetización digital en la educación formal y no formal.

Destinatarios Directos: docentes de nivel primario y secundario, comunidad educativa en general vinculada al uso pedagógico de las TIC.

OBJETIVO ESPECÍFICO: INCLUIR "TECNOLOGÍA PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL"

Favorecer la inclusión social de poblaciones en situación de vulnerabilidad a través de la tecnología.

Destinatarios Directos: jóvenes en situación de vulnerabilidad, comunidad en general.

A continuación presentamos una síntesis de nuestros logros en el trabajo que realizamos con la comunidad:

- Llevamos a cabo el programa Senti2 Conecta2 con Sueñalettras para fortalecer la enseñanza del lenguaje de señas en niños sordos de escuelas de Corrientes, Córdoba y Santa Fe.
- Llevamos el Aula Móvil a Misiones y a Tucumán, y capacitamos en informática e Internet a más de 1.000 personas.
- Fuimos socios tecnológicos de la primera Universidad de la Puna, en Jujuy, donde 25 alumnos comenzaron una carrera universitaria, lo que es un verdadero hito histórico en la región.
- Desarrollamos Testear, un proyecto de inclusión laboral en la industria de las TIC para jóvenes, junto con Globant.
- Lanzamos la 6ª edición del Centro Pescar Telecom en Salta y formamos a 24 jóvenes en su ingreso al mundo laboral.
- Comenzamos una experiencia piloto para explorar el uso del celular como herramienta para informar sobre el cuidado infantil a mamás de bajos recursos en Venado Tuerto, en Santa Fe.

Inclusión y educación, pilares estratégicos

Las propuestas que desarrolló la empresa en el país tienen intervención en varias provincias del NEA, ya que la inclusión y educación fueron considerados pilares estratégicos. Se destaca la tarea afrontada a partir de "sentidos conectados" con sueltos, por medio del cual pretende profundizar y motorizar la educación e inclusión a través del uso de las tecnologías. Está destinado a docentes y alumnos de escuelas para niños con disminución auditiva.

El programa consiste en la producción de 200 ejemplares del kit didáctico que fueron distribuidos de manera gratuita en 40 escuelas especiales de Córdoba, Corrientes y Santa Fe, donde también se dictaron capacitaciones para su uso a los docentes.

El software está destinado a fortalecer el aprendizaje de la lengua de señas y, al mismo tiempo, servir como una herramienta de apoyo, tanto a docentes como padres en el proceso de enseñanza de lecto-escritura de niños

Aula móvil

Otra de las propuestas que se realiza por segundo año consecutivo es acompañada por la Fundación Educando y su aula móvil, un semitráilero equipado con recursos didácticos e informáticos que recorre localidades alejadas de centros urbanos para impartir a sus habitantes capacitación gratuita en nuevas tecnologías.

Los cursos están destinados a jóvenes y adultos; tienen como objetivo incrementar sus oportunidades laborales, impulsar una mejora en su calidad de vida y contribuir al desarrollo local a través del uso de tecnología.

Desde junio, el Aula Móvil recorre la localidad de Santa Fe, donde también se dictaron capacitaciones para su uso a los docentes. El software está destinado a fortalecer el aprendizaje de la lengua de señas y, al mismo tiempo, servir como una herramienta de apoyo, tanto a docentes como padres en el proceso de enseñanza de lecto-escritura de niños

guridad, permanecerá allí durante cuatro meses en los que dictará 50 cursos gratuitos.

Plan reciclado

El modelo de gestión responsable que lleva adelante la empresa posee -como uno de sus pilares estratégicos- el compromiso con el cuidado del medio ambiente. Es en este sentido, desde 2009 Telecom, a través de su marca Personal, lleva adelante el plan de reciclado de baterías celulares en desuso.

Una vez alcanzado el fin de su vida útil y si no es tratada responsablemente, la batería móvil puede ser contaminante, tal



www.educacion.com - 19 de junio de 2012

Telecom impulsa programa para el aprendizaje de chicos sordos



El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

Programa Sentidos Conectados

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.



El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

El programa "Sentidos Conectados", desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.



AULAS MOVILES, UNO DE LOS PROYECTOS EDUCATIVOS REALIZADOS EN EL NORTE DEL PAÍS

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Escuela Pescar

Capacitaciones del Centro Pescar-Telecom

La Gobernación de Entre Ríos, la Provincia de Entre Ríos y la Fundación Pescar celebraron el día de la inauguración del Centro Pescar-Telecom, mediante el cual se capacitará a docentes y alumnos de escuelas de la zona.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

Se inauguró en Abra Pampa, Jujuy, el primer centro universitario emplazado en la Puna

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

Un centro coya accede a la universidad a distancia

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

La inauguración del Centro Pescar-Telecom, desarrollado por Telecom, tiene como objetivo fortalecer el aprendizaje de chicos sordos a través de la inclusión y educación.

INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

CONCEPTO	MONTO EN \$
Educar	669.437,80
Incluir	383.967,00
Otras acciones con la comunidad ⁽¹⁾	1.004.322,72
Voluntariado ⁽²⁾	434.018,00
Otros gastos de RSE ⁽³⁾	1.494.596,03
TOTAL INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA ⁽⁴⁾	3.986.341,55

(1) Acompañamientos institucionales.

(2) Incluye presupuesto de la Dirección Comunicación y Medios, y Dirección Capital Humano.

(3) Incluye gastos de publicidad y comunicación, compra de merchandising, investigaciones y viáticos.

(4) No incluye Paraguay.



Participantes del Programa Aula Móvil en el acto de entrega de certificados de Wanda, Misiones.

9.2. EDUCAR: EDUCACIÓN Y TECNOLOGÍA

Creemos que la tecnología puede aprovecharse como una herramienta innovadora para la calidad educativa y para la inclusión. Por eso, propiciamos su uso pedagógico en el aula capacitando a los docentes y generando conocimiento sobre las fortalezas de las TIC en el ámbito educativo. Así, alineamos nuestra matriz de inversión en la comunidad con nuestro negocio.

9.2.1. SENTI2 CONECTA2

www.senti2conecta2.com.ar

En 2012 continuamos desarrollando el programa Senti2 Conecta2, una iniciativa dirigida a docentes y alumnos que ofrece distintas propuestas educativas para el uso de la tecnología en el aula.

El proyecto Identidad.ar integra recursos lingüísticos, audiovisuales, multimedia e informáticos con actividades destinadas a reflexionar sobre la identidad nacional. Durante 2012, las acciones se desarrollaron en un total de 29 escuelas de la provincia de Buenos Aires a través de talleres presenciales. Además, a pedido de la Dirección de Educación Especial de esa provincia, se organizó una jornada de capacitación en San Pedro para docentes de las localidades de Ramallo, Arrecifes, Baradero, San Nicolás y Capitán Sarmiento. Este proyecto benefició a 2.725 alumnos.

Asimismo, y como hito central del programa, desarrollamos Senti2 Conecta2 con Sueñalettras, un nuevo proyecto destinado a escuelas que integran a niños con disminución auditiva. El kit didáctico incluyó el software Sueñalettras, desarrollado por el Centro de Tecnologías de Inclusión (CEDETI) de la Universidad Católica de Chile. Este último estuvo destinado a fortalecer el aprendizaje de la lengua de señas y, al mismo tiempo, sirvió como una herramienta de apoyo para docentes y para padres en el proceso de enseñanza de lecto-escritura a niños sordos de entre 5 y 12 años.

Se distribuyeron 200 kits en 40 escuelas de educación especial en Córdoba, Corrientes y Santa Fe, que fueron acompañados por capacitaciones presenciales a docentes, para potenciar el uso pedagógico de las tecnologías. En cada una de las provincias, la difusión y la convocatoria se realizaron a través del área de Educación Especial de los ministerios provinciales y del equipo de Educación Especial del Programa Conectar Igualdad.



Alumna aprendiendo el lenguaje de señas con el kit de Sueñalettras, en la Escuela Especial N° 9 Helen Keller de Corrientes.

El proyecto benefició en forma directa a unos 2.100 alumnos.

Senti2 Conecta2	2008	2009	2010	2011	Identidad	2012 Sueñalettras	Total 2008- 2012
Cantidad de docentes participantes	9.049	6.907	2.610	1.811	109	182	20.668
Cantidad de escuelas participantes	2.437	2.290	1.206	1.019	29	41	7.022
Cantidad de alumnos participantes	252.000	193.200	73.080	50.710	2.725	2.100	573.815
Cantidad de producciones realizadas/ trabajos subidos al sitio	1.270	1.950	2.557	916	354	56	7.103
Cantidad de docentes que participaron en capacitaciones presenciales	292	298	1.555	1.163	89	97	3.494
Cantidad de docentes que participaron en capacitaciones virtuales	241	208	209	166	N/A	N/A	824
Cantidad de visitas al sitio web	16.693	15.330	25.291	6.937	3.030	1.433	68.714
Cantidad de usuarios únicos del sitio web	6.742	7.334	11.378	3.857	N/A	N/A	29.311

Testimonios de docentes que participaron en el proyecto Senti2 Conecta2 con Sueñalettras

"Muy buena la propuesta del taller, excelente explicación de cada paso, igual que el material entregado como ayuda memoria y los recursos empleados. Se observó el trabajo, el esfuerzo y la dedicación. Muy buenas las vías de comunicación".

Mariela B., del Instituto Don Orione de Córdoba Capital.

"Debo decir que es la primera vez que asisto a un curso de capacitación específico para sordos, ya que en su mayoría son para adaptar a la problemática del sordo. Me pareció una excelente propuesta para realizar de manera fácil y dinámica".

Sandra R., del Centro de Atención para Discapacitados Auditivos de Río Cuarto.

9.2.2. WEBINAR 2012

www.webinar.org.ar

Con el auspicio de Telecom, en marzo se desarrolló el seminario en línea "Webinar 2012. Aprendizaje ubicuo: dispositivos móviles y contenidos digitales", organizado por el Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación de la UNESCO (IIPE UNESCO) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO Argentina).

El evento tuvo como objetivo estimular el diálogo y la reflexión acerca de las potencialidades del denominado "aprendizaje ubicuo" en relación con el uso de dispositivos móviles y contenidos digitales en educación. Así, se buscó contribuir con la formulación de políticas educativas en la región orientadas a la inclusión, la equidad y la educación de calidad para todos.

Durante tres días, especialistas y académicos de América Latina, América del Norte, África,

Asia y Europa expusieron sus puntos de vista y estuvieron abiertos al diálogo con 6.892 participantes de 24 países. A su vez, se expusieron 14 iniciativas de nivel nacional, estatal, municipal e institucional con las nuevas tendencias que se perciben en el horizonte educativo, de la mano de la creciente difusión de las llamadas tecnologías ubicuas (netbooks, tablets, smartphones, etcétera), que habilitan aprendizajes en todo tiempo y lugar.

El aprendizaje a través de tecnologías móviles tiene el potencial de atenuar algunas de las desigualdades sociales presentes en los sistemas educativos de la región a través del aumento del acceso de docentes y alumnos a recursos y programas educativos. Si bien el aprendizaje móvil no está muy extendido en América Latina, la proliferación de teléfonos móviles en la región representa una oportunidad significativa. El aprendizaje móvil es especialmente prometedor en su potencial para alcanzar a las poblaciones marginadas de la región, incluidas las personas que viven en zonas rurales y comunidades originarias. Esta época de tecnologías ubicuas, con redes que permean gran parte de las actividades humanas, obliga a repensar la enseñanza y el aprendizaje. Las oportunidades se dan “en todo tiempo y lugar”, y esto favorece situaciones de aprendizaje que van más allá de los contextos y de sus límites espaciales y temporales, lo que abre nuevas posibilidades para la enseñanza.

WEBINAR 2012

Cantidad de participantes	6.892
Cantidad de países participantes	24
Cantidad de iniciativas compartidas	14



9.3. INCLUIR: TECNOLOGÍA E INCLUSIÓN SOCIAL

En alianza con organizaciones sociales, empresas u organismos gubernamentales, capacitamos en el uso de las tecnologías para la inclusión social y laboral, a través de iniciativas que contribuyen al desarrollo de la comunidad donde la tecnología adopta un rol transformador.

9.3.1. AULA MÓVIL: EDUCANDO SOBRE RUEDAS



www.funedu.org.ar

En 2012 continuamos nuestra alianza con la Fundación Educando para llevar el Aula Móvil a nuevas localidades de la Argentina. Se trata de un aula montada en un semirremolque y equipada con recursos didácticos e informáticos que recorre el país ofreciendo capacitación gratuita a adultos mayores, docentes y a la comunidad en general en el uso de informática básica e Internet como herramientas que facilitan el desarrollo social y laboral.

De la mano de Telecom, Banco Macro y Andesmar, este año el Aula se instaló en Wanda, Misiones, y funcionó en la Escuela Normal Superior N° 9 y Anexo Comercial Juan XXIII. Allí, se capacitó durante cuatro meses a más de 500 personas de entre 18 y 82 años provenientes de Wanda, Puerto Esperanza y Puerto Libertad.

En noviembre, el Aula emprendió un nuevo viaje para visitar La Banda del Río Salí, en la provincia de Tucumán, y ofreció una nueva capacitación a más de 550 personas de esa localidad.

AULA MÓVIL	PARTICIPANTES	CANTIDAD DE CURSOS	HORAS CURSADAS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS
Salvador Mazza, Salta (2010)	550	27	1.296	3.900
Embarcación, Salta (2011)	680	54	1.347	6.120
Orán, Salta (2011)	685	51	1.290	6.165
Wanda, Misiones (2012)	643	49	1.176	5.787
Banda del Río Salí, Tucumán (2012)	553	35	840	4.977
TOTAL	3.111	216	5.949	26.949

¿CUÁL FUE EL IMPACTO DEL PROGRAMA AULA MÓVIL?

En 2011, el Programa se implementó en Embarcación, Salta. A partir de entonces, desarrollamos un estudio de opinión para conocer, por un lado, el nivel de satisfacción que la comunidad tenía del programa y, por el otro, comprender qué impacto había tenido la llegada de Internet en los hábitos de uso vinculados a la navegación.

El análisis de ambos aspectos consideró los resultados de dos muestras: una tomada en noviembre de 2011, antes de la instalación de la red y cuyos resultados reflejan la "línea de base" (denominada Serie 0) y una segunda, tomada en 2012, meses después de haberse concretado la instalación (Serie 1).

En términos generales, los encuestados en Embarcación registraron un cambio significativo en el tipo de conexión. El acceso a Internet por banda ancha fija experimentó, entre 2011 y 2012, un fuerte crecimiento entre los usuarios web (93%). Este comportamiento impactó especialmente en las posibilidades que brinda la web en términos de “relacionamiento”. Todos los indicadores vinculados con la interactividad, es decir, con la utilización de redes sociales y con el desarrollo de páginas web propias, acompañaron el cambio operado en la conectividad.

La población que afirmó haber navegado alguna vez por Internet experimentó entre 2011 y 2012 un crecimiento de 8 puntos porcentuales y alcanzó en la última serie al 72% de los encuestados (Serie 0= 64,5%). La cifra ascendió al 94% en los segmentos más jóvenes (Serie 0= 80%).

El 73% de los usuarios poseía conexión a Internet en su hogar (Serie 0= 66,9%). La banda ancha fija fue el método más frecuente de conexión (61%), a diferencia de la Serie 0, en la que dominó Internet móvil (41%).

La mayor parte de los usuarios realizaron actividades básicas en Internet: buscaron información, revisaron sus correos electrónicos, leyeron diarios online y chatearon. Sin embargo, se evidenció un crecimiento en la utilización de la Web 2.0 que estuvo impulsado por Facebook, en comparación con el registrado en la Serie 0.

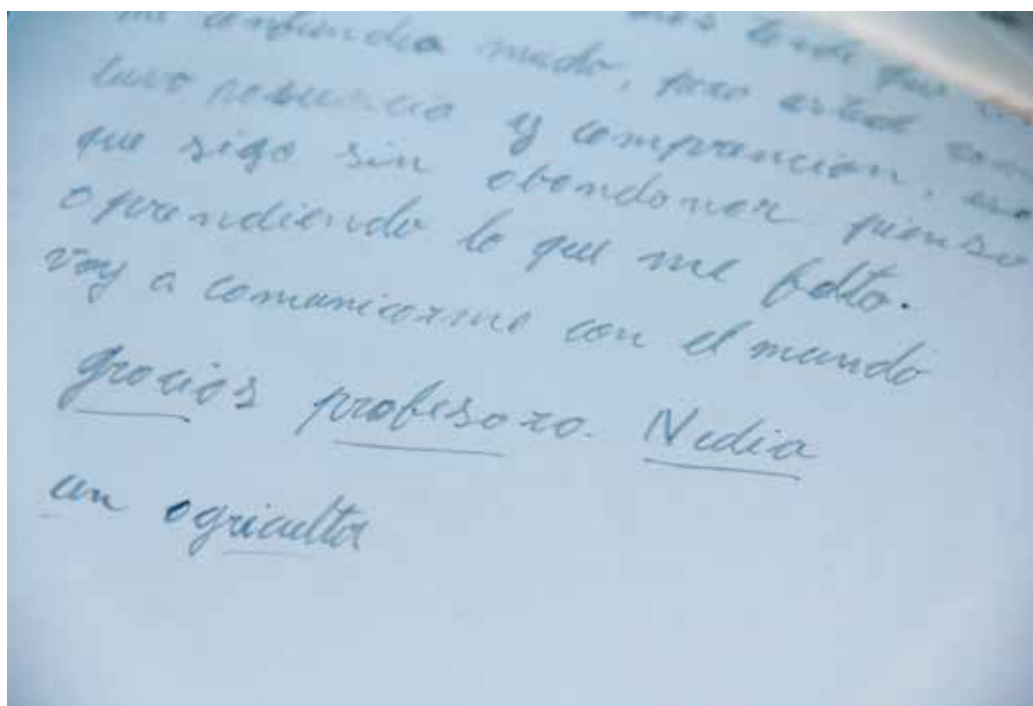
Por otro lado, fue significativo el nivel de recordación del programa Educando sobre Ruedas a más de un año de su difusión. El 78% de los entrevistados admitió conocerlo, solo 10 puntos menos respecto de la serie 2011. El 75% admitió haber participado en el programa o conocía a alguien que lo hubiera hecho. De este grupo, el 90% se encontraba satisfecho con los resultados.

“Muy meritorio resulta el esfuerzo realizado por Telecom en términos de investigación en el terreno de la evaluación del impacto generado por el desarrollo de las TIC y la aplicación de programas de RSE. Telecom emprende todos los años estudios que no solamente tienen como finalidad conocer resultados de su gestión sino también contribuir al desarrollo de herramientas y técnicas que logren acercar diferentes y distantes realidades sociales al conocimiento de equipos de trabajo también interesados en estos fenómenos y que exceden el ámbito cerrado de la vida corporativa. Para mí, como investigadora, ha resultado en un nutritivo aprendizaje”.

Cecilia Mosto, Socio Gerente de CIO Creative Investigation



El Aula Móvil en su paso por Wanda, Misiones.



9.3.2. TESTEAR

www.testear.org.ar

En 2012, auspiciado en forma conjunta con Globant y en alianza con Fundación Desarrollar, nos unimos en una nueva edición del Programa TesteAR, una iniciativa que brinda mejores oportunidades laborales a jóvenes de grupos sociales vulnerables a través de la capacitación en tecnología, una de las industrias de mayor crecimiento en el mundo.

Así, en el Centro Metropolitano de Diseño (CMD) y en el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), se realizaron dos cursos para un total de 33 personas durante 4 meses. Participaron jóvenes de entre 18 y 25 años con estudios secundarios finalizados o próximos a terminar, quienes, además, recibieron un aporte económico en concepto de beca y viáticos, y el acompañamiento permanente de un tutor.

TesteAR tuvo por objetivo la capacitación en *Manual Testing* (procesos que permiten verificar y relevar la calidad de un producto de *software*) e incluyó una previa nivelación en informática básica. Además, el proyecto abarcó distintos aspectos de formación, como la enseñanza de inglés técnico (dictada por el Instituto *Language Market*) y de desarrollo profesional y personal.

RESULTADOS TesteAR

Cantidad de cursos dictados	2
Horas reloj de formación por curso	320
Cantidad de alumnos capacitados	33



El 60% de los egresados del programa se encuentran empleados. De ellos, el 45% trabaja en la industria de software. A su vez, alrededor del 10% de los jóvenes comenzaron estudios relacionados con la informática después de haber realizado la capacitación.



Acto de entrega de certificados a alumnos del Programa Testear.

9.3.3. USO SOCIAL DE LAS TECNOLOGÍAS MÓVILES

Este proyecto, financiado por Telecom, Fundación Arcor, Fundación Danone y Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo, facilitó la divulgación de información y la coordinación de actividades sociales mediante el uso del celular.

El plan piloto se realizó en el barrio Esfuerzo Propio, ubicado en la periferia de la ciudad de Venado Tuerto, Santa Fe, en el marco de las actividades realizadas por la Fundación Maná para fortalecer el vínculo con las madres de niños entre 0 y 2 años, y para mejorar la problemática de la malnutrición infantil.

Se desarrolló una plataforma que permitió que las madres del barrio recibieran en su celular mensajes de texto con datos como confirmación o cambios de turnos con médicos o especialistas, información personalizada sobre vacunas para el bebé, consejos generales para el cuidado del bebé y recomendaciones puntuales (por ejemplo, cómo actuar ante una ola de calor).

En esta experiencia piloto participaron activamente 22 madres y miembros de la Fundación Maná entrenados en el uso de la plataforma (y que colaboraron en su diseño).

Las conclusiones para destacar de esta experiencia fueron las siguientes:

- Simplicidad de la herramienta.
- Uso y aprovechamiento de la herramienta: optimiza la comunicación con las madres, el tiempo de la gestión cotidiana, y permite transmitir información de urgencia.
- Percepción de cambios en las madres: mayor participación y protagonismo, mayor cumplimiento de las consultas con el pediatra, mayor asistencia a los talleres de cocina para una buena nutrición, mejor nivel de información de las madres, que les permite un diálogo más proactivo en la consulta con el pediatra.

A través de la ejecución y puesta en marcha de este proyecto, se revela el potencial de la tecnología para cambiar las condiciones de los sectores menos favorecidos. A la vez, permite a Telecom evaluar, a futuro, el potencial de las aplicaciones móviles como servicios de valor agregado.



9.3.4. RED COMUNIDADES RURALES

www.comunidadesrurales.org



Como cada año, en 2012 acompañamos a la Fundación Red Comunidades Rurales, que nos brinda un estado de situación de las comunidades rurales, y a la que aportamos nuestra visión específica sobre los usos sociales de las tecnologías y cómo estas pueden contribuir con el desarrollo rural. En 2012, auspiciamos su Asado Campero Solidario, para colaborar así con el fortalecimiento de sus principales acciones y programas.

Paralelamente, brindamos a nuestros empleados la posibilidad de sumar su apoyo a nivel individual, realizando una donación a la Fundación a través de su recibo de sueldo. Se recaudaron \$13.920.

La Red avanzó en la elaboración del libro *Uso de las TIC con fines educativos y de desarrollo comunitario en contextos rurales. De las experiencias y recursos a las buenas prácticas*. Este estudio se basa en las conclusiones de diferentes talleres e investigaciones realizados en varias provincias y en otras regiones del mundo. Allí se comparten innovadoras experiencias piloto en el uso de smartphones y otros dispositivos tecnológicos. A su vez, el libro incorpora resultados de la Encuesta sobre Educación y Desarrollo Comunitario realizada en 2011, para la cual facilitamos a la entidad, en forma temporaria, el uso de teléfonos celulares para la el proceso operativo de la encuesta.

En 2012, además, fuimos convocados a participar en la Planificación Interinstitucional Integrada que Red Comunidades Rurales organizó con reconocidas empresas, instituciones y organizaciones sociales, con el fin de colaborar en el diseño de iniciativas futuras que vinculen el uso de la tecnología con el desarrollo de las comunidades más alejadas.



Encuentro Global de Fútbol Comunitario Rural a más de 3.500 metros de altura sobre el nivel del mar.

9.3.5. CENTRO PESCAR TELECOM

www.pescar.org.ar



Por sexto año consecutivo, el Centro Pescar Telecom de Salta abrió sus puertas a un nuevo grupo de jóvenes que cursaron durante seis meses un programa teórico-práctico, además de una formación personal y ciudadana que les permitió prepararse para el futuro laboral.

El Proyecto Pescar vincula al sistema educativo con el mundo del trabajo para fortalecer la capacitación personal, profesional y ciudadana de alumnos en los últimos años de la escuela secundaria de zonas con menores oportunidades.

En esta edición, que además contó con el apoyo de la Subsecretaría de Financiamiento del Ministerio de Economía, Infraestructura y Servicios Públicos de la Provincia, se capacitó a 24 jóvenes de la Escuela San José, del barrio Universitario, y de la Escuela Fe y Alegría, del barrio Solidaridad. Las clases se dictaron en las instalaciones de Telecom.

Durante 2012, quince empleados participaron como voluntarios del programa y dictaron clases a los alumnos sobre materias de Atención al Cliente y Marketing, entre otras temáticas. Hubo nueve voluntarios en el Centro de Salta, y seis que participaron en el Centro Pescar que la empresa Palmero tiene en Mendoza.

DATOS CUANTITATIVOS	SALTA 2012	ACUMULADO 2010-2012
Cantidad de centros	1	5
Cantidad de egresados	24	94
Cantidad de horas de formación	239	2.123
Cantidad de provincias	1	3
Cantidad de jóvenes beneficiados	24	94
Porcentaje de finalización secundaria	(*)	70%
Cantidad de los egresados que continúan estudios superiores	(*)	12%
Porcentaje de inserción laboral	(*)	66% (**)

(*) Hasta marzo de 2013, algunos alumnos se encontraban rindiendo exámenes finales. Para el próximo relevamiento al primer semestre de 2013, se espera un aumento en las cifras de terminalidad escolar/inserción laboral.

(**) Los datos acumulados corresponden a todos los Centros Pescar Telecom.

En el transcurso de estos seis años, hemos incorporado como empleados a 10 jóvenes egresados de Pescar, que actualmente se encuentran trabajando en oficinas comerciales de Personal y en atención en call centers.

PROYECTO "ASISTENTE VIRTUAL PARA ORIENTADOR DE PESCAR"

En 2012 trabajamos en el desarrollo de aplicaciones web y móviles para mejorar y modernizar los canales de comunicación entre los involucrados en las acciones de la Fundación Pescar.

El objetivo general fue brindar a los orientadores y al *staff* de la oficina central de la Fundación una herramienta móvil que les permitiera agilizar las tareas administrativas del día a día y mejorar las comunicaciones entre los diferentes centros Pescar a lo largo y ancho del país, ya que la dispersión geográfica dificultaba la comunicación.

De esta manera, el desarrollo permitirá, durante 2013, sistematizar la documentación enviada a las oficinas de Pescar desde los centros, agilizar procesos administrativos de los Orientadores Pescar, y mejorar la evaluación y el monitoreo de cada Centro Pescar.



Entrega de diplomas a los egresados del Programa Pescar en Salta.

9.3.6. UNIVERSIDAD DE LA PUNA

En marzo de 2012 se inauguró el Centro de Aprendizaje Universitario (CAU) de Abra Pampa, Jujuy, con nuestro apoyo y el de la Red Solidaria, la Fundación Soledad Pastorutti y otras empresas.

Gracias a un gran esfuerzo técnico y operativo de distintas áreas de la Compañía, realizamos una obra que nos permitió brindar el servicio de acceso a Internet (4MB) durante los meses de cursada.

El Centro Universitario Warmi Huasi Yachana, que en lengua quechua significa 'casa de aprendizaje warmi', es una iniciativa de la Asociación Civil Warmi Sayasjunco, liderada por Rosario Quispe, que permitirá aumentar el acceso a la educación superior para la comunidad coya. En alianza con la Universidad Siglo 21, el Centro dicta las carreras de Abogacía, Contador Público, Administración de Empresas y Administración Agraria. El dictado de clases es bajo la modalidad de Educación Distribuida, por medio de la cual cada alumno asiste al CAU solo una vez por semana. Además, se ofrece el dictado a distancia para aquellas personas que residan fuera de la comunidad Warmi. En 2012 fueron 25 los alumnos que comenzaron su carrera universitaria.

La apertura del Centro Warmi Huasi Yachana representa un nuevo horizonte para los 20.000 coyas que habitan la Puna argentina.



Inauguración del Centro Universitario Warmi Huasi Yachana, en Jujuy.



9.4. GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO

Impulsamos y acompañamos iniciativas de investigación y monitoreo del contexto para conocer de cerca cuáles son las tendencias y las expectativas que la sociedad demanda.

9.4.1. ENCUESTA DE CONSUMOS CULTURALES

Como parte de la inversión realizada en investigación, auspiciamos de manera exclusiva una amplia encuesta realizada por el Ministerio de Educación de la Nación, cuyo trabajo de campo estuvo a cargo de una consultora externa. El objetivo fue conocer los consumos y prácticas culturales, valores, expectativas, usos de tecnologías y la relación de los adolescentes y sus familias con las TIC, lo que incluye el uso de comunicaciones móviles e Internet.

Según la encuesta, 7 de cada 10 chicos y chicas de 11 a 17 años en la Argentina tienen computadora en su casa y forman parte de una red social. Lo que más valoran de acceder a Internet es la posibilidad de comunicarse con sus amigos, mucho más que la oportunidad de conocer gente nueva o de ampliar sus relaciones.

Casi 7 de cada 10 jóvenes poseen teléfono móvil y lo usan principalmente para enviar y recibir mensajes; en segundo lugar, para escuchar música, y, en tercer lugar, para comunicarse con sus padres. De esta manera, el estudio confirmó que los jóvenes están muy atravesados por la cultura audiovisual y por los consumos ligados a las nuevas tecnologías.

9.4.2. APROXIMACIONES A LA EDUCACIÓN SECUNDARIA EN LA ARGENTINA (2000-2012)

En 2012 financiamos la publicación del estudio *Aproximaciones a la educación secundaria en la Argentina (2000-2012)*, un informe preparado por el Grupo de Estudio sobre Educación Secundaria de la Facultad de Educación de la Universidad Católica de Córdoba.

El estudio focalizó el análisis del nivel secundario en la Argentina en el período correspondiente a la primera década del siglo XXI, en el contexto latinoamericano y mundial.

A partir de un conjunto de categorías de análisis, la investigación abordó los procesos de cambio educativo, los requerimientos que los nuevos escenarios le planteaban a la educación secundaria y las principales tendencias en políticas educativas y escolares a la luz de los conceptos que orientaban las reformas, innovaciones y transformaciones.

“En un contexto de desigualdad y heterogeneidad, subsiste el interrogante acerca del sentido del proceso de integración de Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en sistemas educativos y, por sobre todo, sobre sus implicancias pedagógicas. Frente a ello, pueden esgrimirse razones tanto sociales como pedagógicas que justifican su inclusión. En primer lugar, la integración de tecnologías en la educación es necesaria para propiciar la democratización del conocimiento y garantizar mayor justicia social y educación de calidad para todos. En segundo lugar, se trata de reconocer que las TIC en la educación pueden servir de ‘ventana de oportunidad’ para la revisión y transformación de la prácticas educativas, para enseñar más significativamente y aprender mejor. [...] Hoy una escuela secundaria ‘conectada’ y con el conocimiento puesto en el foco de la tarea es el lugar privilegiado de inclusión y de calidad educativa. Como condición necesaria, se destaca la recuperación del lugar de la escuela y del profesor, poniendo en valor el acompañamiento y la orientación del adulto en la adquisición de las nuevas capacidades del Siglo XXI, que no se sostienen

sin las TIC. Es esta tarea educadora -que no desconoce las diferencias tanto intra como intergeneracionales de los estudiantes- la que contribuirá a que las tecnologías sean una oportunidad de reducir el desfase entre objetivos, propuestas y necesidades que presenta la escuela secundaria en la actualidad”.

Extracto del Capítulo “Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en la escuela secundaria: una oportunidad para una mejor educación”, por María Teresa Lugo.

9.5. OTRAS ACCIONES CON LA COMUNIDAD

9.5.1. ESCUELAS DEL BICENTENARIO



www.ebicentenario.org.ar

Escuelas del Bicentenario es un proyecto que articula el sector público y privado con el doble objetivo de colaborar con la mejora de escuelas primarias públicas que atienden a población vulnerable en todo el país y contribuir con el diseño de políticas públicas desarrollando dispositivos de mejora escolar escalables, sustentables y replicables.

El proyecto tiene su sede en el IIPE UNESCO y cuenta con nuestro aporte y el de Banco Galicia, Fundación Jean Navajas, Fundación Mundo Sano y Bosques del Plata, socios que posibilitan el desarrollo del proyecto en la localidad de Gobernador Virasoro, Corrientes.

En 2012, último año de intervención en Virasoro, el trabajo involucró a los 17 establecimientos educativos urbanos y rurales que comprende el distrito escolar, con un total de 4.955 alumnos, 215 docentes y 23 directivos. El acompañamiento a estas escuelas incluyó capacitación a docentes y directivos, asesoramiento, materiales de trabajo y libros para los alumnos.

Durante el proyecto se donaron 8.400 libros en 2009 y 13.700 libros en 2011; 5.000 materiales didácticos en 2009 y 8.600 en 2012.

“Hace cuatro años, en Gobernador Virasoro dábamos los primeros pasos en esta alianza entre expertos en educación, el sector privado y el sector público. Nos movía el desafío, la necesidad de colaborar para que niños de escuelas vulnerables accedan a una mejor educación. No era una meta sencilla. Por primera vez en el país, el proyecto Escuelas del Bicentenario se aplicaba a todas las escuelas primarias públicas del distrito. Pero sabíamos que podíamos lograrlo: la articulación alcanzada entre investigadores, Estado y fundaciones o empresas, entre las que Telecom estuvo desde el inicio, fue el espíritu que nos mantuvo unidos detrás de aquel objetivo. Hoy los resultados nos dan la razón. Entre otros, la repitencia disminuyó, hay un equipo docente capacitado para seguir promoviendo mejoras y, sobre todo, la semilla germinó: habrá un Proyecto Local – Bicentenario Virasoro, compacto y de gestión propia, que capitalizará y consolidará el trabajo de este tiempo. La Municipalidad local lo abrazó entusiastamente y solo resta la aprobación final del Gobierno Provincial para concretar la continuidad de las capacitaciones durante dos años más. Será la afirmación de todo lo que hemos trabajado. Una continuidad que Telecom nos honra, una vez más, al acompañar, al igual que Galicia y Fundación Mundo Sano. No es común encontrar un acuerdo como el que sostenemos, con aliados que anhelan para nuestras ciudades, nuestras provincias y nuestro país lo mismo que nosotros. Un anhelo tan sencillo como ambicioso: una educación mejor. Una educación a la que podemos mejorar entre todos”.

Adolfo Navajas, Presidente de la Fundación Jean Navajas.

9.5.2. ARTE EN LAS ESCUELAS

www.arteenlasescuelas.com.ar



Desde el 2008, junto con la Fundación Standard Bank, Robert Bosch y Fundación Loma Negra, auspiciamos el Programa Arte en las Escuelas, que busca fortalecer escuelas del nivel medio de gestión estatal para mejorar la calidad de la educación y disminuir el fracaso escolar. La metodología se basa en la capacitación docente y el fortalecimiento de los equipos directivos.

Arte en las Escuelas está presente en las provincias de Santa Fe, Corrientes, Chaco, Santiago del Estero, Jujuy y Buenos Aires. Además se realizó una adaptación de las líneas fundamentales del Programa para aplicarlo en la ciudad de Buenos Aires y, desde fines de 2011, se está trabajando también en esta jurisdicción.

Durante 2012, se incorporaron escuelas secundarias de Olavarría. En total, doce instituciones educativas locales participaron en diferentes momentos de este ciclo de talleres. Al mismo tiempo, se trabajó en forma intensiva con la Escuela Fray Mamerto Esquiú y la ESS N° 6 (ex Colegio Nacional), para asistirles en la elaboración y en la puesta en marcha de sus proyectos. Además el Programa continuó brindando asistencia y orientación a las escuelas incorporadas en años anteriores.

RESULTADOS ARTE EN LAS ESCUELAS 2000-2012

Cantidad de alumnos beneficiados	12.500
Cantidad de docentes capacitados	2.400
Cantidad de escuelas involucradas	74



Asimismo, y a través de Arte en las Escuelas, la Argentina fue invitada a participar en los programas desarrollados por la Fundación Qatar Internacional. En este marco, cuatro estudiantes y dos docentes de las escuelas del Programa viajaron a Qatar (Medio Oriente) para participar en diferentes actividades de debate e intercambio sobre temas de medio ambiente con jóvenes de otros países.

“La oportunidad de conocer otras culturas, otros sistemas educativos; de intercambiar vivencias, pareceres y apreciaciones con docentes cataríes y estadounidenses; y de observar a alumnos y alumnas trabajando y estudiando en sus respectivas escuelas fue realmente invaluable. Agradezco al programa Arte en las Escuelas de la Fundación Standard Bank y a la Fundación Qatar Internacional por la oportunidad que le brindaron a nuestra escuela. Experiencias como la descrita abren un mundo de posibilidades para el crecimiento personal e institucional, que cada uno de los que participamos sabremos capitalizar y difundir”.

Liana Mansilla, docente y miembro del equipo directivo de la Escuela Media N° 1 de Los Toldos, provincia de Buenos Aires.



9.5.3. ASOCIACIÓN DE PADRINOS DE ALUMNOS Y ESCUELAS RURALES (APAER)

www.apaer.org.ar

Gracias a nuestro aporte anual, durante 2012 se concretaron dos Talleres de Panadería en la Escuela N° 537 y en la Escuela N° 463, ambas en la provincia de Misiones. Estos talleres no solo beneficiaron a los niños que asisten a las escuelas, sino también a sus familias, ya que algunas madres y padres participaron de dichos talleres.

ESCUELA	PROVINCIA	CANTIDAD DE ALUMNOS
Escuela N° 537	Misiones	56
Escuela N° 463	Misiones	115



9.5.4. ENTREGA DE EQUIPAMIENTO Y MATERIALES

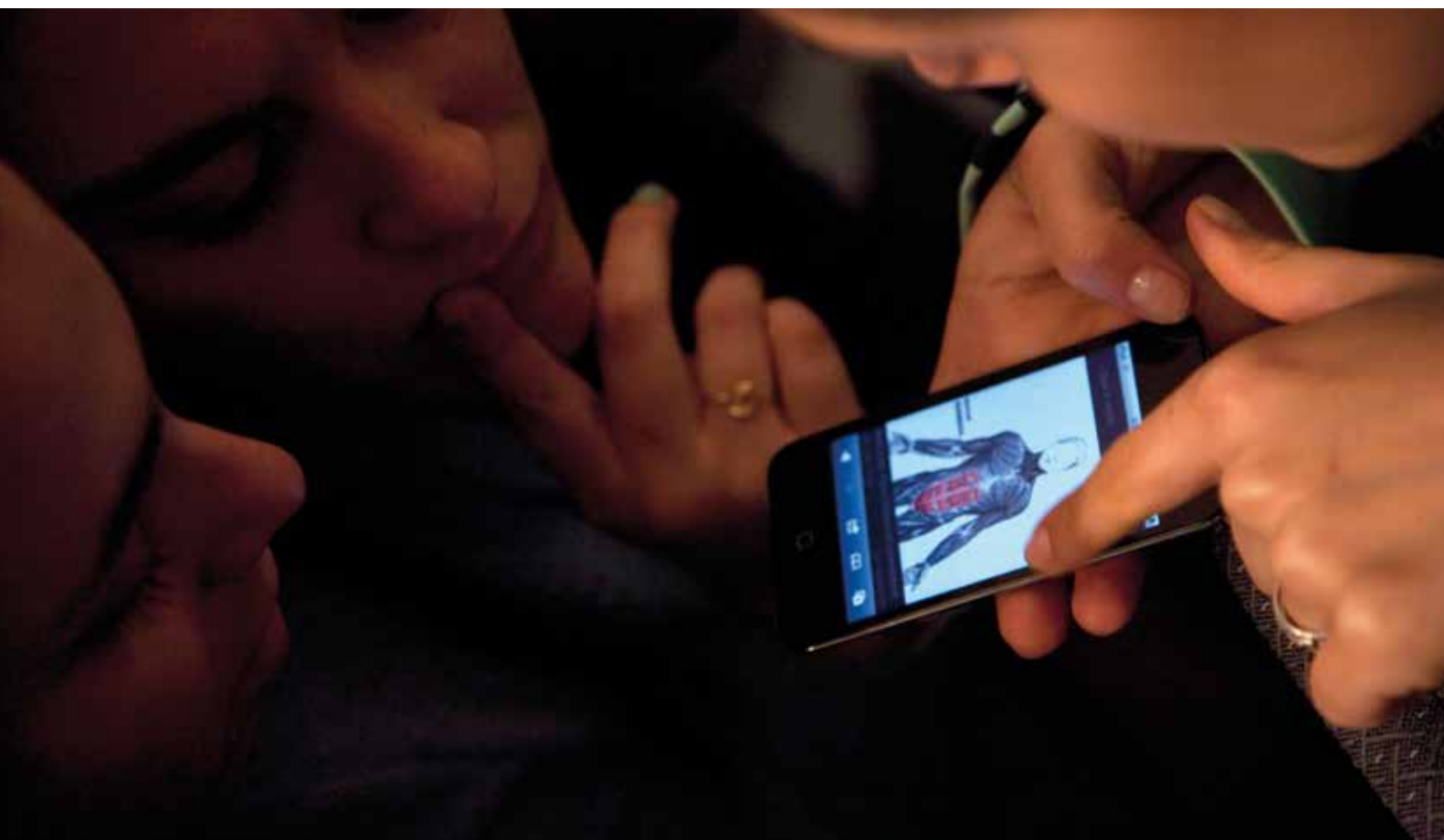
Con el objetivo de colaborar con organizaciones que se dedican a la educación y a la inclusión social, laboral y digital, entregamos materiales que no utilizamos a organizaciones sociales, como ser: Fundación Equidad, Centro Basura Cero, Asociación María de las Cárcels, Asociación Civil Va de Vuelta, escuelas rurales y técnicas, y centros comunitarios, entre otros.

9.6. CONCIENCIA CELULAR

La campaña Conciencia Celular es una iniciativa de Telecom Personal que, por séptimo año consecutivo, promueve el uso responsable del teléfono móvil y abarca distintos ejes de acción. La iniciativa busca concientizar en el uso del celular al conducir bajo la premisa "Hablar por teléfono, leer o escribir mensajes de texto mientras se conduce aumenta las situaciones de riesgo en el tránsito".

En esta línea, Personal apoya la iniciativa "Guarda con la Previa" de la ONG Alerta Vial, para educar a los jóvenes en la conducción responsable.

Como acción central durante 2012, se realizó una campaña de recolección de baterías de celulares en desuso para su correcta disposición y reciclado (*Para más información dirigirse al capítulo Medioambiente*).



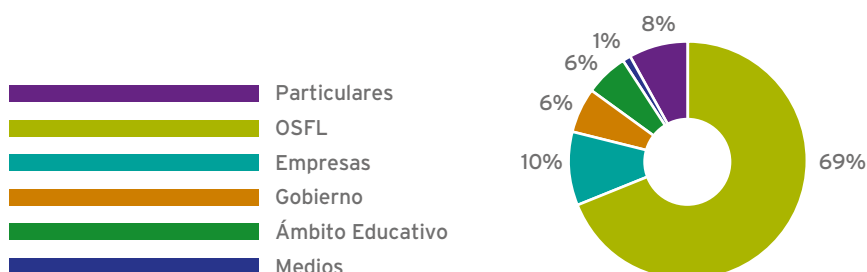
9.7. DIÁLOGO CON LA COMUNIDAD

Telecom, a través de la gerencia de RSE, así como de otras áreas internas, mantiene como principio de trabajo el diálogo con los distintos actores de la comunidad a fin de comprender las expectativas de los diferentes públicos. En la planificación de la inversión social, la gerencia de RSE mantiene canales de diálogo y escucha con todas las instituciones que se acercan a la empresa. De allí surge el siguiente gráfico de recepción de requerimientos comunitarios:

REQUERIMIENTOS EXTERNOS	2010	2011	2012
Cantidad total de requerimientos recibidos	495	502	344
PROPUESTAS SEGÚN SU ESTADO			
Pedidos aceptados	110	95	71
Pedidos denegados	355	342	239
Pedidos stand by	5	20	9
Pedidos cerrados ⁽¹⁾	25	45	25

(1) Corresponden a aquellos requerimientos que son derivados a otras áreas de la Compañía o a otras organizaciones por exceder el alcance de la Gerencia de RSE.

PROPUESTAS POR TIPO DE ORGANIZACIÓN



Para una planificación proactiva, mantenemos un ciclo de reuniones periódicas con las instituciones que nos enseñan y nos enriquecen tanto en la gestión de RSE como en la inversión social privada. Así, tenemos encuentros periódicos en el marco de los grupos de RSE de CEADS, AmCham, IDEA, y Red Argentina de Pacto Global.

Además, participamos activamente del Grupo de Afinidad de Educación del Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE) y somos parte de su Comisión Directiva. Todo esto nos brinda mucha información y análisis de fuentes secundarias para nuestra tarea de diagnóstico social y elaboración de los planes de trabajo.

Hemos tenido especial incidencia para crear y potenciar el grupo Norte Sustentable, el primer nodo de RSE de la provincia de Salta, otra fuente de información e inspiración para la tarea social.

Norte Sustentable es un grupo de personas y empresas salteñas comprometidas con un futuro sustentable que decidió trabajar para promover la RSE en la provincia. Hoy ya son más de 25 las empresas miembros que participan y trabajan en este nodo.

Seguimos enfocados en ajustar nuestra labor social de acuerdo con las recomendaciones del panel de diálogo que mantuvimos en 2010, en un ejercicio moderado por el Dr. Gabriel Berger (Director de la Especialización en Organizaciones sin fines de lucro de la Universidad de San Andrés), con la presencia de altos referentes sociales. Las recomendaciones siguieron teniendo vigencia en 2012: avanzamos en la profesionalización de la gestión de ISP, asignándole importancia clave a la función de monitoreo, acompañamiento y evaluación de las iniciativas; continuamos analizando el uso de productos y servicios propios con contenido social; y consideramos procesos de gestión asociada a través de colaboraciones empresariales e intersectoriales.

Por otra parte, el informe de IIPE UNESCO sobre nuestra gestión de educación y TIC nos permitió corregir y acentuar algunas funciones y tareas. Las evaluaciones han señalado la importancia de prestar atención a los contextos de aplicación (regional y sociocultural) así como a las tradiciones de las disciplinas escolares cuando la formación en capacidades para el uso de los recursos tecnológicos en el aula es acompañada por la provisión de materiales didácticos y cuando se busca un salto de escala en la convocatoria. La experiencia muestra, también, la importancia de incorporar mediadores pedagógicos en el rol de facilitadores para la apropiación de los materiales por parte de docentes y alumnos. Además, tanto los mediadores como otras instancias de apoyo del programa incrementan su eficacia cuando mantienen algún grado de integración con las estructuras de apoyo técnico del sistema institucional provincial o local. En este sentido, confirmamos la importancia de desarrollar sólidos vínculos con las administraciones educativas de las jurisdicciones del sistema educativo.

Del análisis de materialidad realizado a inicios de 2012, la planificación de comunidad tuvo en consideración algunos aspectos destacados, como la necesidad de tener un trabajo intenso en educación para un uso seguro de Internet, la necesidad de diálogo permanente y de alianza con el sector público para un desarrollo sostenible de los planes de trabajo de Telecom en la comunidad.

Trabajamos en la comunidad con las siguientes organizaciones:

ORGANIZACIONES	PROYECTO	TERRITORIO
ÁMBITO ACADÉMICO		
Centro Metropolitano de Diseño	Programa TesteAR	Ciudad de Bs. As.
Escuela Fe y Alegría	Centro Pescar	Salta
Escuela Normal Superior N°9 y Anexo Comercial Juan XXIII	Sede del Aula Móvil en Wanda	Misiones
Escuela San José	Centro Pescar	Salta
FLACSO	Webinar 2012	Nacional
Instituto Privado Santo Cristo	Sede del Aula Móvil en la Banda del Río Salí	Tucumán
Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA)	Programa TesteAR	Ciudad de Buenos Aires
Universidad Católica de Chile, Centro de Desarrollo de Tecnologías de Inclusión	Senti2 Conecta2 con Sueñaletas	Córdoba, Santa Fe y Corrientes
Universidad Católica de Córdoba, Facultad de Educación	Auspicio del libro <i>"Aproximaciones a la Educación Secundaria en la Argentina"</i>	Córdoba
Universidad Católica de Salta	Ciclo de charlas técnicas a alumnos de Ingeniería en Telecomunicaciones	Salta
Universidad Siglo 21	Centro Universitario Warmi Huasi Yachana	Jujuy
Universidad Tecnológica de Córdoba	Conferencia Tecom 2012: La microtecnología llegó a la fibra óptica	Córdoba

SECTOR PÚBLICO		
Dirección de Educación Especial del Programa Conectar Igualdad.	Senti2 Conecta2 con Sueñalettras	Córdoba, Santa Fe, Corrientes
Dirección de Educación Especial de la Provincia de Buenos Aires	Senti2 Conecta2 - Proyecto Identidad.ar	Provincia de Buenos Aires
Ministerio de Educación de la Nación	Encuesta de consumos culturales	Nacional
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social - CONAETI	Red de Empresas contra el Trabajo Infantil	Nacional
ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL		
AMIA	Colaboración anual	Buenos Aires
Asociación Civil Warmi Sayasjunco	Centro Universitario Warmi Huasi Yachana	Jujuy
Asociación Conciencia	Colaboración en Jardines de cosecha (préstamo de celulares)	Salta y Jujuy
Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER)	Colaboración anual	Misiones
CIPPEC	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Arcor	Proyecto: Uso de tecnologías móviles	Santa Fe
Fundación Danone	Proyecto: Uso de tecnologías móviles	Santa Fe
Fundación Desarrollar	Programa TesteAR	Ciudad de Bs. As.
Fundación Educando	Programa Aula Móvil	Misiones y Tucumán
Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobos	Proyecto: Uso de tecnologías móviles	Santa Fe
Fundación Familia	Campaña de reciclado de papel	Córdoba
Fundación Funway	Colaboración (préstamo de celulares)	Córdoba
Fundación Garrahan	Campaña de reciclado de papel	Buenos Aires
Fundación Jean Navajas	Escuelas del Bicentenario	Corrientes
Fundación Maná	Proyecto: Uso de tecnologías móviles	Santa Fe
Fundación Manos Abiertas Salta	Campaña de reciclado de papel	Salta
Fundación Nordelta	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Pescar	Centro Pescar	Salta
Fundación Prosalud	Colaboración (préstamo de celulares)	Córdoba
Fundación Standard Bank	Arte en las Escuelas	Nacional
Fundación Tzedaká	Colaboración anual	Buenos Aires
FUNDALEU	Colaboración anual	Buenos Aires
IIPE UNESCO	Webinar 2012 / Escuelas del Bicentenario	Nacional
Pacto Global de Naciones Unidas	Auspicio de cátedra	Salta
Red Comunidades Rurales	Colaboración anual	Nacional
Red Solidaria / Fundación SI	Centro Universitario Warmi Huasi Yachana	Jujuy
Techo	Colaboración (préstamo de celulares)	Salta

Nota: Se destacan en el cuadro aquellas organizaciones con las que estamos en proyectos sociales de mediano / largo plazo.

9.8. RED DE VOLUNTARIOS

CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2012

OBJETIVO	Empleados que participan en la Red de Voluntarios
UNIDAD DE MEDIDA	Nº
OBJETIVO 2012	650
REAL 2012	566

Durante el 2012, 566 empleados se involucraron en acciones de voluntariado, alcanzando parcialmente el objetivo establecido.

Seguiremos impulsando la participación de los colaboradores en cada una de las iniciativas desarrolladas desde la Red de Voluntarios.

La Red de Voluntarios tiene como propósito desarrollar iniciativas que generen un espacio para la acción solidaria de los colaboradores y, así, contribuir con el bienestar de la comunidad. Los empleados realizan actividades de carácter social en las temáticas de alimentación, educación, cultura y recreación, salud y empleabilidad.

Antes de cada actividad, los interesados reciben una capacitación relacionada con la acción a implementar. Algunas capacitaciones se realizan de forma virtual y otras de forma presencial con participación de las organizaciones sociales involucradas.

La Red de Voluntarios alcanza a los colaboradores tanto de Telecom Argentina como de Telecom Personal en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Córdoba Capital, Ciudad de Salta, Rosario, Río Cuarto, Neuquén, Resistencia, Ciudad de Corrientes, San Miguel de Tucumán y San Salvador de Jujuy.

En 2012, se llevaron a cabo reuniones con las distintas organizaciones de la sociedad civil con las que se realizan los proyectos para coordinar las acciones que se implementarían en cada ciudad en donde la Red está presente.

Además, se efectuaron dos campañas de donación voluntaria a través del recibo de sueldo; lo recaudado fue destinado a Red Comunidades Rurales (\$13.920) y a La Casa de Ronald McDonald (\$22.600). Además, impulsamos tres colectas: una en conjunto con el Municipio de La Matanza, para los damnificados por las inundaciones en ese partido; otra en conjunto con la Comisión de empleados excombatientes de Malvinas, para la Escuela Nº 714 de la Provincia de Chaco; y por último una colecta para los damnificados por el temporal en Rosario, específicamente por las inundaciones en la localidad de Luis Palacios.

Los proyectos de la Red de Voluntarios se difundieron a través de las distintas herramientas de comunicación de la compañía. Las más utilizadas fueron: *mails*, intranet corporativa, revista interna, afiches.



ACCIÓN	PLAZA	VOLUNTARIOS
Jornada por la Infancia	Buenos Aires	33
	Chaco-Corrientes	31
	Córdoba	13
	Jujuy	8
	Río Cuarto	8
	Tucumán	14
	Salta	28
1 Minuto de Vos	Buenos Aires	242
Socios por un Día	Buenos Aires	9
Vocación Junior	Buenos Aires	26
Convocatoria de iniciativas	Todas las plazas	35
Colecta Banco de Alimentos	Córdoba	16
	Rosario	14
	Tucumán	7
Campaña por un Buen Día	Buenos Aires	4
Jornada Cultural	Buenos Aires	20
Nochebuena para Todos	Buenos Aires	39
	Jujuy	9
	Tucumán	7
	Rosario	14
	Río Cuarto	15
	Córdoba	14
	Chaco-Corrientes	5
	Salta	2
	Mendoza	6
Centros Pescar	Salta	9
	Jujuy	5
TOTAL (*)		633

(*) El voluntario puede haber participado en más de una actividad.



INDICADORES DE LA RED DE VOLUNTARIOS	2010	2011	2012
Voluntarios (*)	431	485	566
Voluntarios capacitados	251	265	55
Horas de capacitación	442	506	78
Capacitaciones brindadas	15	18	5
Proyectos realizados	41	47	35
Voluntarios coordinadores de proyectos	26	39	44
Instituciones involucradas	34	41	28
Beneficiarios directos	2.663	2.589	1.359
Horas laborales invertidas	2.493	1.748	1.089
Horas no laborales invertidas	2.768	3.946	946
Horas totales de voluntariado	5.261	5.694	2.035

(*) Este indicador contabiliza a cada voluntario por única vez, independientemente de la cantidad de actividades en las que haya participado.





9.9. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN TECNOLÓGICA

Nos interesa difundir nuestro conocimiento sobre la tecnología y las telecomunicaciones. Por eso, nuestros empleados participan como expositores de diversas conferencias en entidades educativas, organizamos visitas a nuestras instalaciones y apoyamos iniciativas vinculadas a la tecnología.

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA: Ciclo de Charlas Tecnológicas para la carrera de Ingeniería en Telecomunicaciones.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CÓRDOBA: Participación en la Conferencia Tecom 2012: “La microtecnología llegó a la fibra óptica”.

RED UNIVERSITARIA DE INGENIERÍA ELECTRÓNICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA: En septiembre, auspiciamos el III Congreso de Microelectrónica Aplicada organizado por la Escuela de Ingeniería Electrónica de la Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura de la Universidad Nacional de Rosario. El encuentro tuvo tres objetivos principales:

- Constituir un foro de intercambio de experiencias entre profesionales y estudiantes.
- Comunicar a la sociedad los logros y resultados de los grupos de investigación y desarrollo que trabajan en el área de la electrónica, incluyendo micro y nanoelectrónica, y sus aplicaciones.
- Incrementar la cooperación de los grupos académicos de la Argentina y Latinoamérica que desarrollan actividades en el campo de la electrónica y sus aplicaciones con los sectores industriales y de servicios.

9.10. TELECOM Y LA CULTURA

9.10.1. TELECOM PERSONAL Y LA MÚSICA

Desarrollamos una estrategia de marca vinculada con la innovación y con la evolución de los servicios móviles de la mano de la tercera generación, la banda ancha móvil y el lanzamiento de terminales icónicas.

FIESTA DE LA P

Durante 2012, Personal presentó la Fiesta de la P en Mar del Plata con Bruno Mars, Fiesta Move On Punta del Este, Fiesta de la P Corrientes con Calle 13, Roger Waters/The Wall, Personal Pop Festival con Bjork, Noel Gallagher, Little Dragon, James Blake, Hugh Laurie, Teen Festival, Opening Personal Fest y Personal Fest 2012.

PERSONAL MÚSICA EN TECNÓPOLIS

En septiembre brindamos un ciclo de recitales de diversos artistas y estilos en la megamuestra de ciencia y tecnología. Así, en el escenario del Parque Bicentenario participaron los grupos de música tropical más reconocidos del país. El ciclo continuó con la presentación de las bandas EME15 y Virus.

Con esta nueva iniciativa de Personal Música, Personal continúa poniendo a disposición de sus clientes el más amplio catálogo de música para disfrutar en vivo o a través del celular.

PERSONAL FEST 2012

La edición 2012 del festival más importante de música del país fue el *Personal Fest de todos! Porque en todos lados hubo Fest!* A las más de 40.000 personas que presenciaron el festival en el Club GEBA de Buenos Aires, sumamos la novedad del *streaming* en vivo a través de YouTube con más de 500.000 visitas.

En el festival, participaron bandas nacionales e internacionales, como Kings of Leon, Illya Kuriaky and the Valderramas, Babasónicos, Molotov, Soja, The Cribs, James Murphy (DJ set), The Virgins, Dirty projectors, Divine fest, Clap your hands say yeah, Litte Boots, Natalia Lafourcade y Devotchka.

El Personal Fest invitó a todos los interesados a presentar un logo del festival en la *fanpage* [facebook.com/cadapersonaesunmundo](https://www.facebook.com/cadapersonaesunmundo).



9.10.2. ARNET CULTURA

Arnet Cultura es el programa creado para unir el arte y la gente bajo un mismo lenguaje. En este marco se llevaron a cabo las siguientes acciones:

■ **ARTE PARA CHICOS - 5ª EDICIÓN.** La propuesta contribuye a demostrar que acercar a los chicos a las disciplinas artísticas, mediante el juego y la recreación, incentiva el aprendizaje y promueve un vínculo único y enriquecedor que surge a partir de la apreciación artística y el desarrollo de la sensibilidad creativa. Como todos los años llevamos a cabo talleres en diferentes disciplinas artísticas dirigidos a los chicos que visitaron el Parador Arnet en Playa Grande (Mar del Plata) en las vacaciones de verano. Se brindaron talleres de artes visuales, literatura, música y teatro. 1.500 niños participaron de las actividades y espectáculos. Además, acompañamos al Museo del Jugete (San Isidro, Buenos Aires) a lo largo del año 2012 y durante el receso escolar de invierno realizamos allí el evento "Arte para Chicos - Invierno". En dicho contexto ofrecimos distintos talleres vinculados con la tecnología, el arte y el juego, alcanzando a más de 500 chicos.

■ **PREMIO ARNET A CIELO ABIERTO - ESCULTURAS E INSTALACIONES - 4ª EDICIÓN.** En su cuarta edición consecutiva, el Premio Arnet A Cielo Abierto siguió recorriendo el país afirmando así su carácter federal. Abierto a artistas plásticos y audiovisuales, fotógrafos, diseñadores y arquitectos, el Premio busca no solo destacar la labor de los creadores sino también embellecer el espacio público mediante la donación de la obra ganadora al patrimonio cultural de todos los argentinos. La obra elegida por el Jurado de Premiación para emplazar en la Rotonda de Av. de la Costa y Av. Francia de Puerto Norte, Rosario, Santa Fe, fue "Barquito de Papel", de los arquitectos Gustavo Augsburguer y Daniel Kosik (ambos de Rosario, Santa Fe), quienes se hicieron acreedores de un premio de 60.000 pesos para el desarrollo de la propuesta seleccionada. Se recibieron 83 proyectos de artistas de todo el país, de los cuales el jurado seleccionó 12 propuestas que obtuvieron una Mención Honorífica y dentro de ese mismo listado se seleccionó una Mención Especial del Jurado y el Primer Premio Adquisición.

ARNET
CULTURA
PARA
TODOS
2012

Arnet

ARTE
PARA
CHICOS
EN EL m
museo del juguete

ARNET
CULTURA
PARA
TODOS
2012



PREMIO ARNET
A CIELO ABIERTO

Esculturas e Instalaciones - 4ta. Edición

Bases y Condiciones

CASTAGNINO ♦ m:to



Arnet

■ **arteBA'12.** Por sexto año consecutivo Arnet participó de arteBA, la Feria de Arte Contemporáneo de mayor relevancia de las artes visuales en América Latina. Participamos con un espacio propio y siendo sponsor del evento. Reafirmamos nuestra propuesta de continuar trabajando en la interacción de los artistas con el público. En el marco del “Premio Arnet A Cielo Abierto 2012”, se convocó a los artistas premiados en las anteriores ediciones a presentar proyectos que impliquen una reflexión sobre el arte, lo lúdico y el espacio público. El espacio Arnet en arteBA'12 se convirtió así en un gran taller que ofreció un lugar de participación activa para el público que visitó la Feria y a la vez un contacto cercano entre los artistas y la gente. Esta edición de arteBA contó con más de 100.000 visitantes, y se registraron más de 1.500 personas de participación activa en las propuestas del stand.



■ **ENCUENTROS ARNET PARA MUJERES.** Presentamos un nuevo ciclo denominado “Encuentros Arnet para Mujeres”, que tuvo lugar entre abril y noviembre en diferentes espacios de la ciudad de Buenos Aires: ArteBA, Vilas Club y Daín, Usina Cultural. Los encuentros contaron con invitados especiales, cada uno referente en su área o disciplina, y se abordaron temáticas variadas y actuales desde música, literatura, arte y coleccionismo hasta medios audiovisuales, estética y experiencias de vida. Algunos de los expositores y disertantes fueron Delfina Olivier, Tini de Bocourt, Canela Gigliola Zecchin, Aldana Duhalde, Máximo Jacoby y Sebastián Correa.



■ **CIUDAD CULTURAL KONEX.** Durante 2012, Arnet patrocinó nuevamente a Ciudad Cultural Konex sumándose así a la programación de la institución, caracterizada por la diversidad, riqueza y calidad de sus propuestas. Su misión es estimular y difundir la expresión cultural, acercándole a la comunidad una oferta innovadora y vanguardista de calidad. Los visitantes también pueden acceder al Arnet Point, un espacio exclusivo del bar de la organización.



9.11. TELECOM Y EL DEPORTE

Además de acompañar a nuestros deportistas, nuestra marca Personal auspicia eventos deportivos de máximo nivel.

AUTOMOVILISMO

Brindamos servicios móviles de calidad y acompañamos a los organizadores del Dakar. También auspiciamos el Rally de Córdoba.

RUGBY

Como todos los años, en 2012 acompañamos a este deporte en el Seven de Rugby Pinamar, Seven de Rugby de Punta del Este, y Copa Personal-Los Pumas vs. Francia (San Juan y Córdoba). Asimismo, auspiciamos el Personal Rugby Championship.

VÓLEY

Fuimos main sponsors del Personal Bolívar de la Liga Nacional de vóley.



9.12. ACCIONES DE NÚCLEO

El Programa de RSE de Núcleo, en Paraguay, estuvo a cargo de la gerencia de Relaciones Externas y, durante 2012, continuó desarrollándose según los objetivos y criterios definidos:

1. Apoyar a la niñez en lo referente a salud y a educación (con énfasis en el interior del país), y apoyo a la seguridad ciudadana.
2. Preservar el medioambiente y controlar los efectos de la operación sobre este.
3. Involucrar y comprometer a la organización en el cumplimiento de su responsabilidad social.
4. Influenciar positivamente en otras organizaciones.
5. Apoyar el fortalecimiento de los programas de educación, la promoción de la cultura y la excelencia.

Entre las acciones más importantes se destacaron las siguientes:

■ **UNA COMPUTADORA POR NIÑO.** Núcleo continuó apoyando al proyecto *One Laptop per Child* desarrollado en Caacupé por la organización Paraguay Educa, y acompañó el inicio del proyecto OLPC en Concepción con el Rotary Club Concepción. Gracias al servicio de Internet de Núcleo, se benefició a 9.734 alumnos y a 365 docentes de 35 escuelas de la ciudad de Caacupé; a estos se sumaron durante 2012, 1.170 alumnos y 53 docentes de 5 escuelas ubicadas en 4 localidades del Departamento de Concepción.

<http://www.youtube.com/watch?v=Z8UDUjJ3AAE>

■ **UN LIBRO, UNA ESPERANZA.** Por décimo año consecutivo, la campaña *Un libro, una esperanza*, que se realiza en conjunto con Fundación en Alianza, entregó textos escolares del área de comunicación y matemáticas en escuelas de escasos recursos de todo Paraguay. De esta manera, luego de diez años de trabajo, ya fueron beneficiados más de 30.000 niños de 200 escuelas.

■ **SERVICIO DE INTERNET SIN COSTO.** Núcleo siguió proveyendo durante 2012 el servicio de internet sin costo a 29 salas de informática donadas en otras tantas instituciones de enseñanza.

■ **OPERACIÓN SONRISA.** Continuó la cooperación con la Fundación Operación Sonrisa Paraguay, que brinda cirugías gratuitas a niños con paladar hendido y labio fisurado. Por séptimo año consecutivo, durante los cuales más de 1.200 niños fueron operados exitosamente, Núcleo brindó comunicación sin costo a la Fundación, colaboración en efectivo e impulsó además el voluntariado corporativo de sus empleados. Durante 2012, más de 30 empleados de Núcleo colaboraron en dos misiones y en la colecta anual a nivel nacional.

http://www.youtube.com/watch?v=WG7pAD5_Evc

■ **FUNDACIÓN TIERRA NUESTRA.** Núcleo y Fundación Tierra Nuestra firmaron un convenio de cooperación para apoyar a Sonidos de la Tierra, un proyecto de integración social y comunitaria dirigido a niños y jóvenes a través de la formación de escuelas de música, agrupaciones musicales y asociaciones culturales. Sonidos de la Tierra trabaja actualmente con 14.000 niños, niñas y jóvenes de 172 comunidades de Paraguay.

<http://www.youtube.com/watch?v=NNbZ-sNBss0>

■ **WWF PARAGUAY.** Por segundo año consecutivo, Núcleo trabajó con WWF Paraguay, se adhirió a La Hora del Planeta y desarrolló acciones de reforestación con la participación de empleados de la compañía y sus familiares en espacios públicos ubicados principalmente en los departamentos que se encuentran dentro del área del Bosque Atlántico del Alto Paraná.

Núcleo realizó además acciones de apoyo a la comunidad en la campaña de lucha contra el dengue y contra la influenza H1N1, instalación de Wi-Fi gratuito en espacios públicos (plazas), construcción de viviendas de emergencia en asentamientos con TECHO Paraguay. Además auspició el IV Congreso Internacional de RSE organizado por la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC).

<http://www.youtube.com/watch?v=t97pPY8Okgc>

También en 2012 se lanzó una fuerte campaña de difusión del programa de RSE de Paraguay con spots en TV, radios y gráfica, centrada en tres proyectos: One laptop per child (educación), Operación Sonrisa (salud) y Techo (inclusión social).



hacer un Paraguay mejor es una Responsabilidad Personal

Desde Personal apoyamos proyectos que ayudan a mejorar la educación del país, como **"Una computadora por Niño"**, **"Un Libro, Una Esperanza"** y **"Salas de Informática"**. También para mejorar la salud como **"Operación Sonrisa"** y **"Global Infancia"**. Para hacer una sociedad más inclusiva, como **"Techo"** y **"Olimpiadas Especiales"**. Además de otros proyectos para la cultura, la comunidad y el medio ambiente.

Estamos orgullosos de apoyar los mundos que ayudan a los demás.

Para conocer más ingresá a personal.com.py/rse

en
Alianza
FUNDACIÓN

PARAGUAY
educa

GLOBAL...
INFANCIA

Operación Sonrisa

Wi Fi
En Plazas

CONSEJO
MUNICIPAL
CABILDO

Olimpiadas Especiales
Paraguay

TECHO
UN TECHO SIN FINES

ADEC

FP

WWF

SONIDOS
DE LA
TIERRA

10

Personal
cada persona es un mundo

9.13. AVANCES 2012 Y OBJETIVOS A FUTURO

DESAFÍOS 2012	CUMPLIMIENTO 2012
COMUNIDAD	
Asegurar la consistencia del Plan Anual de Inversión Social 2012 con el marco lógico establecido.	El Programa de Inversión en la Comunidad desarrollado por el Grupo Telecom en 2012 se realizó acorde al marco lógico definido por la gerencia de RSE en función de los aprendizajes adquiridos y a experiencia de los primeros 4 años y del diagnóstico que surge del diálogo con aliados de la sociedad civil y de los distintos sectores de la sociedad. Sus proyectos fueron clasificados de acuerdo con dos objetivos específicos: EDUCAR e INCLUIR a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Este programa se implementó bajo diversas estrategias de inversión: proyectos propios o en alianza; generación del conocimiento o presencia como socios tecnológicos. Los criterios de selección de los proyectos incluyeron: las demandas de los <i>stakeholders</i> , el impacto esperado en la comunidad, el alineamiento estratégico con la esencia del negocio de Telecom, y la posibilidad de divulgar los resultados e impactos de los proyectos.
Sistematizar el proceso de inversión social incluyendo selección, gestión, monitoreo y evaluación de los proyectos.	Este año sistematizamos la presentación de proyectos a la Gerencia de RSE, a través de un formulario que permitió a las organizaciones describir su propuesta de forma integral desde la concepción de la idea y fundamentación, hasta los resultados esperados. En cuanto al monitoreo y evaluación, hemos realizado reuniones periódicas con los aliados y coordinadores de los proyectos, y realizamos visitas en campo para presenciar las actividades, además de contar con los respectivos informes de avance y cierre. En el desarrollo de los proyectos, hemos considerado las recomendaciones obtenidas, que resultaron del diálogo con la comunidad de 2010 y de la evaluación realizada por el IIPE UNESCO.
Diseñar e implementar una estrategia de comunicación y visibilidad del aporte de Telecom a la comunidad	Hemos desarrollado una estrategia de comunicación externa e interna del Programa de Comunidad. Desde la planificación del proyecto, en su presentación y en las cartas acuerdo, se define cómo será su divulgación; además, se realizó un registro audiovisual y fílmico de las experiencias en todo el país. A esto se agregó una campaña de comunicación externa para difundir dos ideas fuerza a nivel

nacional y regional, “Trabajamos desde hace más de 20 años para construir mayor capital humano y social en nuestro país” y “Ofrecemos nuestro talento técnico y humano porque creemos en una mejor calidad de vida a través de las tecnologías”.

DESAFÍOS 2013

COMUNIDAD

Actualizar la Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad del Grupo Telecom 2013-2015, que nos permita encauzar los esfuerzos tras las causas de Sustentabilidad y de desarrollo de la Comunidad.

Trabajar en alineación con las áreas comerciales, para integrar el trabajo de Comunidad como insumo para explorar pilotos de negocio con valor social.

Evaluar el lanzamiento de un proyecto de RSE de escala, relacionado con nuestra actividad empresarial.



10 SOBRE ESTE REPORTE

10. SOBRE ESTE REPORTE

El Reporte de Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad 2012 es la sexta publicación acerca de nuestro desempeño económico, social y medioambiental, por Argentina y Paraguay. El documento constituye para nosotros no solo una herramienta de comunicación, sino especialmente una de evaluación y seguimiento de la gestión.

Este ejercicio de Reporte anual se realiza sobre la base de la **Guía G3** para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de la organización **GRI (Global Reporting Initiative)**. Incluye resultados de nuestro trabajo durante el año 2012 y presenta información comparativa de los años 2010 y 2011. Como resultado de nuestro trabajo sobre la mejora continua de la información presentada, este año avanzamos hacia el **Nivel de Aplicación GRI "B+"**. Este Reporte está **verificado externamente por PwC**.

Destacamos, este año, la adopción por primera vez de los principios, materias fundamentales y recomendaciones de la **Norma ISO 26000:2010 de Responsabilidad Social**, tanto para nuestra gestión de la RSE como para la elaboración de este Reporte. De esta manera, integramos dicha Norma como una guía para la responsabilidad social en nuestros valores y prácticas.

Con esta guía, el Reporte de RSE 2012 se estructuró de acuerdo con las siete materias fundamentales de la ISO 26000:2010. Al comienzo de cada capítulo se incluyen extractos de la norma, con lo que buscamos dar a conocer los conceptos básicos de la ISO 26000, como parte de nuestra responsabilidad en la difusión de la sustentabilidad.

A su vez, a través de este documento, damos cumplimiento a los 10 principios del **Pacto Mundial de Naciones Unidas**, al que adherimos desde 2004, con la presentación de la **Comunicación para el Progreso (COP) 2012**.

10.1. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Para la selección de los contenidos a comunicar en este Reporte, realizamos un **Análisis de Materialidad** siguiendo el Protocolo Técnico elaborado por la Iniciativa de Reporte Global (GRI) en el marco del lanzamiento de la nueva Guía G3.1, y de la versión final del estándar AA1000SES.

Durante este ejercicio llevamos a cabo las siguientes actividades:

- **Consideramos una serie de documentos e informes** como insumos para la identificación de temas a reportar: *"The Contribution the ICT Industry Can Make to Sustainable Development - A Materiality Assessment by the Global Sustainability Initiative"* elaborado por la organización **Global e-Sustainability Initiative (GeSI)** de abril de 2008; el **análisis de materialidad de Telecom Italia** para su Balance de Sostenibilidad 2011; el informe de **Benchmark** realizado por consultor externo; el proceso de relevamiento de información a cargo del **Grupo Operativo** entre otros.
- Realizamos una **identificación de los factores internos y externos** a comunicar en función de los intereses de los públicos clave de la empresa y de Telecom.
- Consideramos las recomendaciones del **área de Sustentabilidad de Telecom Italia**, en torno a las temáticas relevantes en materia social, de derechos humanos y ambiental.

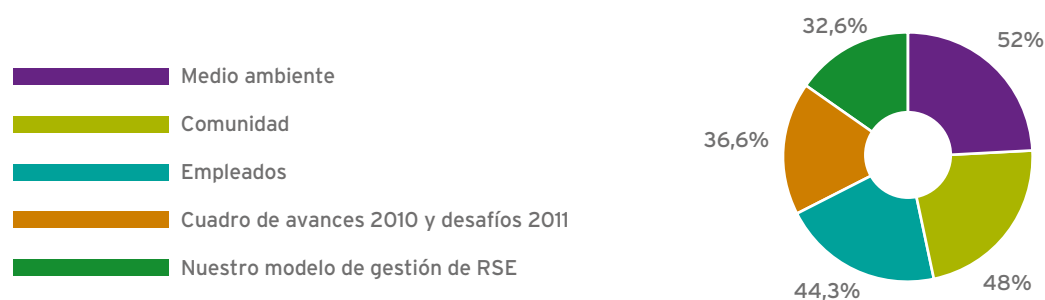
■ Se consideró el **listado de 17 temas relevantes** para la Compañía, como resultado básicamente de los insumos de GeSI y de Telecom Italia, entre final de 2011 y principios de 2012:

- Brecha digital y Acceso a las telecomunicaciones
- Uso de materiales y residuos
- Servicios de telecomunicaciones relacionados con la lucha contra el Cambio climático
- Relaciones con inversores y accionistas
- Relaciones con el sector público y participación en políticas públicas
- Relaciones con las comunidades locales
- Desarrollo económico
- Mejora de la calidad de vida de los empleados
- Impactos en la cadena de valor
- Privacidad y seguridad de la información
- Atención y satisfacción del cliente
- Uso de los productos y servicios
- Alianzas con organizaciones e instituciones
- Relaciones con los medios de comunicación
- Libertad de expresión
- Relaciones con la competencia
- Tutela de los menores

■ Realizamos una **encuesta online** por muestreo a cargo de una consultora externa; con una muestra de 1.545 casos, dirigida a los siguientes grupos de interés: clientes de Telecom, Personal y Arnet (609 casos), instituciones, referentes de RSE y académicos (84 casos), proveedores de Telecom (37 casos), empleados del Grupo Telecom (793 casos) y directivos de Telecom (25 casos). El trabajo de campo se realizó entre enero y mayo de 2012. De los temas identificados arriba, los encuestados seleccionaron como más relevantes para la gestión de RSE las relaciones con el sector público; el desarrollo económico; y la protección de los menores y uso responsable de la tecnología.

■ Los encuestados también opinaron acerca del Reporte de RSE 2011 (base: 298 casos que declararon conocer el Reporte de RSE de Telecom):

TEMÁTICAS MÁS INTERESANTES DEL REPORTE DE RSE DE TELECOM:



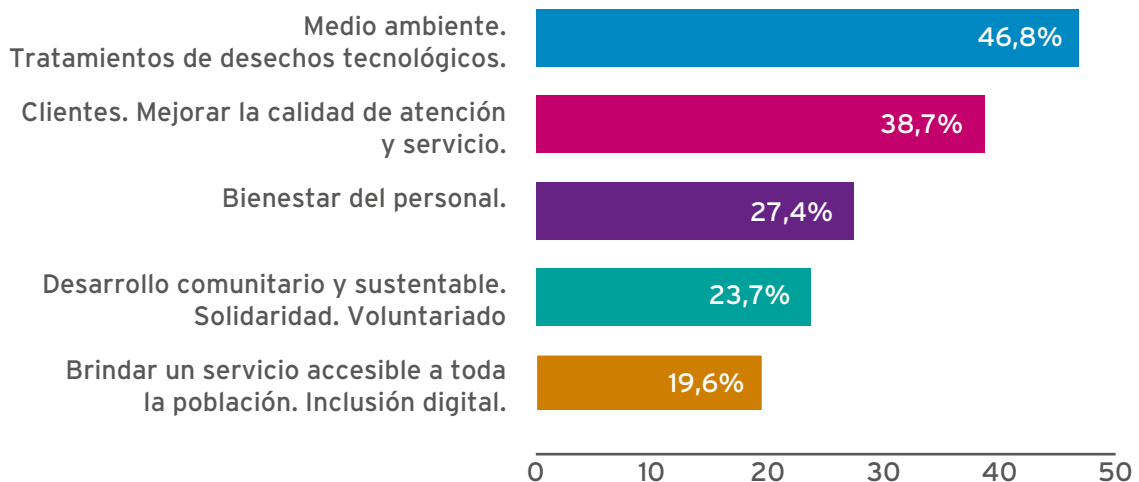
TEMÁTICAS QUE REQUIEREN MAYOR DESARROLLO EN EL REPORTE DE RSE:



Como respuesta espontánea, los temas más importantes que debería atender Telecom en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial, en la opinión de los 1.545 encuestados, fueron los siguientes:

¿Cuáles son, a su criterio, los temas más importantes que debería atender Telecom en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial?

TOP TEN



■ Por último, al finalizar el año, llevamos a cabo una **consulta presencial** incluyendo a empleados, referentes de RSE y de la comunidad y a grandes clientes, con el objetivo de mejorar tanto el Modelo de Sustentabilidad como el Reporte de RSE. **Para más información sobre los resultados de dicha consulta ver la sección "Diálogo con los grupos de interés" en el Capítulo "Telecom y el Desarrollo Sostenible".**

De esta manera, durante 2012 profundizamos en la selección, la priorización y el análisis de contenidos clave para la sustentabilidad, de forma que constituya una guía tanto para el Reporte de RSE así como para la gestión.



11 TABLA DE INDICADORES GRI

Aclaraciones:

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

 Indicadores que responden a los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

F: Indicador Fundamental

A: Indicador Adicional

Grado de Cumplimiento 2012:

 Indicador no disponible

 Indicador respondido parcialmente

 Indicador respondido de manera completa.

TELECOM ARGENTINA REPORTE DE RSE 2012

INDICADORES GRI			
GRI	INDICADOR	REPORTE DE RSE 2012 (páginas)	CLAUSULAS ISO 26000
PERFIL			
Estrategia y análisis			
■ 1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	5-6	6.2
■ 1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	5-6, 27, 30, 78-79, 94, 117-118, 151-153, 192-193, 195-197.	6.2
Perfil de la organización			
■ 2.1	Nombre de la organización.	5-6, 9	
■ 2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	9	
■ 2.3	Estructura operativa de la organización.	9, 104-105	6.2
■ 2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Buenos Aires, Argentina	
■ 2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en el Reporte.	9	
■ 2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	9	
■ 2.7	Mercados servidos	9, 122	
■ 2.8	Dimensiones de la organización informante.	12-13, 53	
■ 2.9	Cambios significativos durante el período cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	104-105. No se produjeron cambios significativos en Telecom Argentina durante 2012.	
■ 2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	43	
Parámetros del Reporte			
Perfil del Reporte			
■ 3.1	Período cubierto por la información contenida en el Reporte.	195-197	
■ 3.2	Fecha del Reporte anterior más reciente.	El Reporte anterior fue publicado sobre el desempeño de 2011.	
■ 3.3	Ciclo de presentación de Reportes.	El Reporte de RSE es de publicación anual.	
■ 3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido.	209	
Alcance y cobertura del Reporte			
■ 3.5	Proceso de definición del contenido del Reporte.	195-197	
■ 3.6	Cobertura del Reporte.	195-197	
■ 3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Reporte.	Las limitaciones en el alcance de la información publicada fueron referenciadas explícitamente a lo largo del Reporte.	
■ 3.8	Información en el caso de joint ventures, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades relevantes.	No se produjeron cambios significativos en Telecom Argentina durante 2012 que puedan afectar la comparabilidad de la información.	
■ 3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes.	195-197. Las técnicas y bases para la medición de los datos, así como los cambios significativos relativos a períodos anteriores se encuentran informados a lo largo del Reporte en el caso que corresponda.	
■ 3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a Reportes anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	En caso de reexpresión de información se referencia explícitamente en el Reporte.	
■ 3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Reporte.	195-197. Las técnicas y bases para la medición de los datos, así como los cambios significativos relativos a períodos anteriores se encuentran informados a lo largo del Reporte en el caso que corresponda.	
Índice del contenido del GRI			
■ 3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en el Reporte.	199-203	
Verificación			
■ 3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa en el Reporte.	205-207	7.5.3

Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés			
Gobierno			
■ 4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	17-24	6.2
■ 4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	19, 20, 22	6.2
■ 4.3	Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	19, 20, 22	6.2
■ 4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	26, 72, 106-107	6.2
■ 4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	26	6.2
■ 4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	97	6.2
■ 4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	24-25, 32-33	6.2
■ 4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	11, 30, 97	6.2
■ 4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social.	24-25, 34	6.2
■ 4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	26	6.2
Compromisos con iniciativas externas			
■ 4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	27, 30, 46, 57, 74-75, 82, 101, 112	6.2
■ 4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	84, 88-91, 160-190	6.2
■ 4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	42, 178-179	6.2
Participación de los grupos de interés			
■ 4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	35	6.2
■ 4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	35. Dentro del Proceso de elaboración del Reporte realizamos junto al Grupo Operativo de RSE el ejercicio de identificación y definición de los grupos de interés de la empresa que aparecen en esta publicación.	6.2
■ 4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	35-40, 72-73, 106-107, 109, 113-114, 124, 130-132, 138-140, 142-143, 145-150, 177-178	6.2
■ 4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración del Reporte.	37-40, 72-73, 113-114, 139, 143, 145-150, 177-178	6.2
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
Desempeño Económico			
■ EC1F	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	13	6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9
■ EC2F	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	27. Considerando que el cambio climático no tiene impacto directo en las actividades relacionadas con las telecomunicaciones, Telecom Argentina no analiza las posibles consecuencias financieras, riesgos y oportunidades que pueda tener la empresa relacionada estrictamente con esta materia.	6.5.5
■ EC3F	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	Actualmente, la empresa no cuenta con programas de beneficios sociales que excedan al sistema de jubilaciones conforme a la Ley 24.241 y sus normas modificatorias o complementarias; o a los previstos en las convenciones colectivas de trabajo firmadas con las organizaciones sindicales. En ningún caso, una vez egresado el empleado de la compañía, la misma está obligada a brindar alguna contraprestación al respecto.	
■ EC4F	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	No recibimos ayudas significativas de gobiernos.	
Presencia en el Mercado			
■ EC5A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	70	6.4.4, 6.8
■ EC6F	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	110	6.6.6, 6.8, 6.8.5, 6.8.7
■ EC7F	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	22-24. Tanto la Política de Capital Humano como el procedimiento de selección e incorporación de personal no hacen referencia a la preferencia de residentes locales ya que no se hará discriminación en cuanto a origen, sexo, raza, etc. Las personas que no sean de nacionalidad argentina deberán cumplir con las regulaciones que fija la ley de nuestro país en materia laboral y migratoria.	6.8, 6.8.5, 6.8.7
Impactos Económicos Indirectos			
■ EC8F	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	123, 126, 136-137, 141-142, 156-157, 163-164, 171, 190	6.3.9, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9
■ EC9A	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	12-13, 108-116, 122-123, 128, 141-142, 160-171	6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9
INDICADORES DESEMPEÑO SOCIAL			
Prácticas laborales y trabajo decente			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
Empleo			
■ LA1F	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	53-55	6.4, 6.4.3
■ LA2F	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	54-56	6.4, 6.4.3

■ LA3 A	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	59-60, 70	6.4, 6.4.3, 6.4.4
Relaciones Empresa/Trabajadores			
■ LA4 F	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	65	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.3.10
■ LA5 F	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	64. El mínimo de semanas en donde se comunican cambios organizativos a los empleados es de 2 semanas. Los cambios relacionados con modificaciones en la estructura organizativa de la empresa no son comunicados con antelación al personal.	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5
Salud y Seguridad en el Trabajo			
■ LA6 A	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	74. Telecom no cuenta con comités de salud y seguridad con representación conjunta con miembros de la gerencia y miembros de la fuerza laboral. Sin embargo, el Comité de Seguridad Red conformado por miembros de la gerencia representa a aproximadamente 5.600 empleados, un 36% del total.	6.4, 6.4.6
■ LA7 F	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	77. El número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo para 2012 fue cero.	6.4, 6.4.6
■ LA8 F	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	74-76.	6.4, 6.4.6, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.8
■ LA9 A	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	64	6.4, 6.4.6
Formación y Educación			
■ LA10 F	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	68	6.4, 6.4.7
■ LA11 A	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	65-68	6.4, 6.4.7, 6.8.5
■ LA12 A	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	69	6.4, 6.4.7
Diversidad e Igualdad de oportunidades			
■ LA13 F	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	22-24, 54-55	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3
■ LA14 F	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	71	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3, 6.4.4
DERECHOS HUMANOS			
ENFOQUE DE GESTIÓN		46-47	6.2, 6.3
Prácticas de inversión y abastecimiento			
■ HR1 F	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	46-49, 112-114	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.6.6
■ HR2 F	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	48, 112	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6
■ HR3 A	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	49. Un total de 517 personas participaron de los Talleres de RSE y Sustentabilidad, en 1.814,5 horas de formación. Los Talleres de Diversidad e Inclusión contaron con la participación de 322 empleados, alcanzando un total de 2.576 horas de formación. 96 personas fueron capacitadas en el Taller de Gestión de la Diversidad en un total de 768 horas.	6.3, 6.3.5
No discriminación			
■ HR4 F	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	57-59. No hubo incidentes de discriminación que redundaran en una multa significativa. Además hemos generado políticas y prácticas de sensibilización e integración de la diversidad y contamos con un Comité de Diversidad.	6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3
Libertad de asociación y convenios colectivos			
■ HR5 F	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	64-65. No hay actividades en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos. Respetamos el derecho fundamental de libre participación de los empleados en las actividades gremiales y promovemos el diálogo directo con las organizaciones gremiales.	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.5
Trabajo infantil			
■ HR6 F	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	No hay actividades que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Nuestro procedimiento de contratación incluye la obligatoriedad de que los empleados sean mayores de edad. Además, somos miembros de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil (CONAETI).	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10
Trabajos forzados			
■ HR7 F	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	59-60, 64. No hay operaciones con riesgo de ser origen de trabajo forzado o no consentido. Trabajamos activamente para promover el equilibrio entre la vida laboral y personal de nuestros empleados, mediante el Programa "Equilibrio en Acción". Para el caso del personal dentro de convenio, se aplican las condiciones de contraprestación por trabajos realizados en exceso de la jornada laboral que se encuentran receptadas en los respectivos convenios colectivos de trabajo. Para el caso del personal fuera de convenio, dado que existe un régimen de mayor flexibilidad horaria y beneficios, y de participación en proyectos especiales que podrían implicar una mayor carga horaria, se aplican políticas que pueden contemplar un pago de carácter extraordinario y/o un esquema de devolución en tiempos de descanso.	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10
Prácticas de seguridad			
■ HR8 A	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	N/D	6.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6
Derechos de los indígenas			
■ HR9 A	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No hubo incidentes relacionados con violaciones de los derechos indígenas.	6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7

SOCIEDAD			
ENFOQUE DE GESTIÓN		156-157	6.2, 6.6, 6.8
Comunidad			
S01 F	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	160-177	6.3.9, 6.8, 6.8.5, 6.6.7
Corrupción			
S02 F	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	N/D	6.6, 6.6.3
S03 F	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	65-66, 97-98	6.6, 6.6.3
S04 F	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	No hubo incidentes de corrupción.	6.6, 6.6.3
Política Pública			
S05 F	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	98. La empresa se comunica a través de las Cámaras, tanto en lo que respecta a acciones regulatorias como políticas públicas. Adicionalmente la empresa mantiene una posición apartidaria aunque construye y fortalece vínculos con autoridades locales, provinciales y nacionales, participando de los espacios generados por el sector público. En el capítulo 9 del Código de Conducta y Ética se establecen normativas al respecto.	6.6, 6.6.4, 6.8.3
S06 A	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	98. No se han realizado aportes a partidos políticos. En el Capítulo 9 del Código de Conducta y Ética se establece que la Sociedad no realizará aportes ni contribuciones a partidos o agrupaciones políticas.	6.6, 6.6.4, 6.8.3
Comportamiento de competencia desleal			
S07 A	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	99-102. No hubo acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	6.6, 6.6.5, 6.6.7
Comportamiento normativa			
S08 F	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	14. No se registraron sanciones significativas derivadas de incumplimientos regulatorios.	6.6, 6.6.7
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
ENFOQUE DE GESTIÓN		121-123, 127-130, 135, 140-142	6.2, 6.6, 6.7
Salud y seguridad del cliente			
PR1 F	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	88, 92, 102-103, 129-130, 176	6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5
PR2 A	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se registraron incidentes significativos derivados de incumplimientos regulatorios.	6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5
Etiquetado de productos y servicios			
PR3 F	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	14, 92, 102-103, 135, 141, 176	6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9
PR4 A	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No hubo reclamos que redundaran en una multa significativa.	6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9
PR5 A	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	127, 132, 135, 139, 143-150	6.7, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.8, 6.7.9
Comunicaciones de marketing			
PR6 F	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	14, 176. Telecom Argentina participa en la Cámara Argentina de Anunciantes y el Interactive Advertising Bureau (IAB).	6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9
PR7 A	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/D	6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9
Privacidad del cliente			
PR8 A	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	102-103	6.7, 6.7.7
Cumplimiento normativo			
PR9 F	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	N/D	6.7, 6.7.6
INDICADORES DESEMPEÑO AMBIENTAL			
ENFOQUE DE GESTIÓN		81-83	6.2, 6.5
Materiales			
EN1 F	Materiales utilizados, por peso o volumen.	91	6.5, 6.5.4
EN2 F	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	91	6.5, 6.5.4
Energía			
EN3 F	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	86	6.5, 6.5.4
EN4 F	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	87	6.5, 6.5.4
EN5 A	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	86-87	6.5, 6.5.4
EN6 A	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	84-85, 122	6.5, 6.5.4
EN7 A	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	86-87	6.5, 6.5.4
Agua			
EN8 F	Captación total de agua por fuentes.	87	6.5, 6.5.4
EN9 A	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	84-85. Telecom Argentina se abastece de agua a través de servicios de suministro públicos, no afectando fuentes de agua de manera significativa; ni recicla o reutiliza este recurso.	6.5, 6.5.4
EN10 A	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	84-85. Telecom Argentina se abastece de agua a través de servicios de suministro públicos, no afectando fuentes de agua de manera significativa; ni recicla o reutiliza este recurso.	6.5, 6.5.4

Biodiversidad			
■ EN11 F	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	N/D	6.5, 6.5.6
■ EN12 F	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	N/D	6.5, 6.5.6
■ EN13 A	Hábitat protegidos o restaurados.	N/D	6.5, 6.5.6
■ EN14 A	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/D	6.5, 6.5.6
■ EN15 A	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	N/D	6.5, 6.5.6
Emisiones, Vertidos y Residuos			
■ EN16 F	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	86	6.5, 6.5.5
■ EN17 F	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	86	6.5, 6.5.5
■ EN18 A	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	85-87	6.5, 6.5.5
■ EN19 F	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	N/D	6.5, 6.5.3
■ EN20 F	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N/D	6.5
■ EN21 F	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N/D	6.5
■ EN22 F	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	91	6.5
■ EN23 F	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	En Telecom Argentina se produjo un derrame de sustancias químicas, implicando 2 litros de producto, para lo cual se tomaron las medidas correspondientes. Por otra parte, se produjeron 4 derrames de combustibles, implicando un total de 2.301 litros.	6.5
■ EN24 A	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Total de residuos entregados al transportista: 473.983 kgs (incluye baterías de automotores, filtros de aceite, aceite y baterías de centrales). Total de otros residuos entregados al transportista: 677.626 kgs. Otros residuos: postes 9.107.000 kg, neumáticos 57.305 kg, donación equipamiento informático 1.184 kg.	6.5
■ EN25 A	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Las actividades de Telecom Argentina no generan un impacto directo en recursos hídricos y hábitats relacionados, por lo que este indicador no aplica a la empresa.	6.5, 6.5.4, 6.5.6
Productos y Servicios			
■ EN26 F	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	84-85, 88-89, 122, 128, 176	6.5, 6.5.4, 6.6.6, 6.7.5
■ EN27 F	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son reclamados al final de su vida útil, por categorías de productos.	88-89, 176	6.5, 6.5.4, 6.7.5
Cumplimiento Normativo			
■ EN28 F	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	No se registraron multas significativas durante el ejercicio.	6.5
Transporte			
■ EN29 A	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal.	85-86	6.5, 6.5.4, 6.6.6
General			
■ EN30 A	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	N/D	6.5



12 VERIFICACIÓN EXTERNA



Informe De Seguridad Independiente

A los señores Presidente y Directores de
Telecom Argentina S.A.
Alicia Moreau de Justo 50
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Introducción

Hemos sido contratados por los directores de Telecom Argentina S.A. para realizar un encargo de seguridad limitada sobre cierta información contenida en el "Reporte de Responsabilidad Social Empresaria" (en adelante el "Reporte de Responsabilidad Social Empresaria") por el ejercicio finalizado el 31 de Diciembre de 2012. La preparación del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria es responsabilidad del Directorio de la Sociedad. Nuestra responsabilidad consiste en emitir un informe de seguridad limitada e independiente sobre el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria con el alcance detallado en el presente informe.

Información sujeta a análisis

Nuestro trabajo de seguridad limitada consistió en la revisión de la siguiente información contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria:

- indicadores claves detallados en el anexo adjunto;
- la autodeclaración realizada por Telecom Argentina S.A. respecto a que se ha cumplido con los contenidos básicos recomendados en la Guía para la elaboración de reportes de sustentabilidad del "Global Reporting Initiative", versión G3 (en adelante "GRI G3") para un nivel de aplicación B+;

Responsabilidad del Directorio

El Directorio de Telecom Argentina S.A. es responsable por:

- el contenido del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria;
- haber establecido como criterio para el reporte los lineamientos del GRI G3 y los indicados en el Anexo adjunto;
- realizar la medición del desempeño basados en la guía GRI G3;
- el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos para que la preparación de la información sujeta a análisis esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error; y
- mantener registros adecuados para respaldar el proceso de información.

Responsabilidad del profesional interviniente

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión independiente, con base en nuestros procedimientos de seguridad limitada, acerca de la existencia de algún tema que nos haya llamado la atención para indicar que la información de sustentabilidad, identificada en la sección "Información sujeta a análisis", contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria no se ha manifestado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con los criterios de presentación de la información.

Llevamos a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Resolución Técnica N° 35 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias

Económicas (FACPCE) en lo que respecta a las Normas Internacionales de Compromisos de Seguridad 3000 (ISAE 3000 por sus siglas en inglés) "Compromisos de aseguramiento diferentes de auditoría o revisión de información financiera histórica". Esta norma requiere que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo para obtener un grado de seguridad limitado sobre la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe.

Resumen del trabajo realizado

Nuestros procedimientos incluyen el examen, en función de pruebas sobre bases selectivas, de la evidencia relacionada con la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe. También se incluye una evaluación de las estimaciones o juicios significativos realizados por el Directorio para preparar esa información. Los procedimientos para obtener información fueron más limitados en comparación con una auditoría y, por ello, el nivel de seguridad es menor que el que se habría obtenido en un trabajo de auditoría o de seguridad razonable.

Nuestro trabajo consistió, entre otros procedimientos, en:

- evaluar el diseño de los procesos claves y controles para monitorear, registrar y reportar la información seleccionada. Nuestro trabajo no incluye el testeo de la efectividad de los controles operativos para el periodo bajo análisis;
- realizar pruebas, sobre bases selectivas, para verificar la exactitud de la información presentada;
- realizar entrevistas con la gerencia y altos directivos para evaluar la aplicación de los lineamientos GRI G3;
- inspeccionar, sobre bases selectivas, la documentación para corroborar las manifestaciones de la gerencia y altos directivos en nuestras entrevistas;
- revisar la tabla resumen de GRI para considerar la afirmación de la gerencia en relación con la aplicación de los lineamientos del GRI G3.

Creemos que la evidencia que obtuvimos es suficiente y adecuada para brindarnos una base para nuestra conclusión de seguridad limitada.

La información no financiera está sujeta a limitaciones propias distintas que la información financiera, dada su naturaleza y los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar valores. Las interpretaciones cualitativas de relevancia, materialidad y exactitud de los datos están sujetas a suposiciones y criterios individuales.

No hemos llevado a cabo ningún trabajo sobre información presentada correspondiente a períodos anteriores o con relación a objetivos y proyecciones futuras. No hemos realizado ningún trabajo fuera del alcance acordado y por ello, nuestra conclusión se limita solamente a la información de sustentabilidad identificada y revisada.

Conclusión

Sobre la base del trabajo descrito en el presente informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que la información sujeta a análisis, incluida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom Argentina S.A., referente al ejercicio finalizado el 31 de Diciembre de 2012, no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos GRI G3 y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 5 de agosto de 2013

PRICE WATERHOUSE & CO.
ASESORES DE EMPRESAS S.R.L.

(Socio)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 18
Dr. Norberto N. Rodríguez
Contador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 209 F° 33

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., Bouchard 557, piso 8°, C1106ABG - Ciudad de Buenos Aires, T: +(54.11) 4850.6000, F: +(54.11) 4850.6100, www.pwc.com/ar

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. es una firma miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Cada una de las firmas es una entidad legal separada que no actúa como mandataria de PwCIL ni de cualquier otra firma miembro de la red.

ANEXO – Indicadores objeto de la revisión

Indicador	Denominación	Criterios adicionales a la Guía GRI G3 definidos por Telecom Argentina S.A.
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos	
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Operaciones significativas: Argentina
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Operaciones significativas: mercado geográfico en donde se realizan la mayor cantidad de transacciones, Argentina. Local: País en donde se desarrollan las operaciones significativas
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Programas asistenciales: entendiéndose como tales los de Educación formación y prevención (exámenes médicos) aplicados a los trabajadores.
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Alta dirección: Miembros del Directorio y/o Primera Línea Gerencial.
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Formación en aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades: se contempla la formación en temas de RSE y Sustentabilidad y diversidad.
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Se contemplan los programas para mitigar los impactos de la organización: programas de Educación e Inclusión.
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Formación en políticas y procedimientos anticorrupción: se contempla la formación sobre Derechos Societario y Defensa de la compañía y Código de Ética y conducta empresarial.

ANEXO – Indicadores objeto de la revisión

PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Las fases incluidas son: certificación y suministro y uso del servicio.
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Encuestas de satisfacción de clientes de Internet y telefonía fija, clientes de telefonía móvil y de segmentos: grandes clientes, Wholesale Nacional y Wholesale Internacional
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	
EN8	Captación total de agua por fuentes.	
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	



13 SIGAMOS COMUNICADOS

NOS INTERESA SU OPINIÓN.

Lo invitamos a que acerque sus comentarios sobre este Reporte, enviando un mail a rse@ta.telecom.com.ar.

ELABORACIÓN DEL REPORTE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Publicado en Septiembre de 2013.

COORDINACIÓN GENERAL:

Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria

Dirección de Comunicación y Medios

Telecom Argentina

rse@ta.telecom.com.ar

www.telecom.com.ar

EQUIPO DE ELABORACIÓN:

Grupo Operativo RSE

FACILITADORES EXTERNOS:

ReporteSocial

www.reportesocial.com

DISEÑO E IMPRESIÓN:

besingular

GLOSARIO

Las siguientes definiciones no tienen la intención de ser definiciones técnicas, sino que ayudan al lector a comprender algunos términos utilizados en el Reporte.

- **2G:** Se conoce como telefonía móvil 2G a la segunda generación de telefonía móvil.
- **3G:** Es la abreviación de tercera generación de transmisión de voz y datos a través de telefonía móvil, incluyendo UMTS (Universal Mobile Telecommunications System o Servicio Universal de Telecomunicaciones Móviles).
- **AA1000SES:** Esta norma proporciona un marco normativo para ayudar a las organizaciones a asegurarse del compromiso y cumplimiento de sus grupos de interés. Los principios de esta norma son involucramiento e integración; objetivo, enfoque y determinación de los grupos de interés; y proceso de involucramiento.
- **AccountAbility:** Es una organización global que ofrece soluciones innovadoras a los desafíos más importantes en materia de responsabilidad corporativa y del desarrollo sostenible. Ayuda a empresas, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos a integrar la responsabilidad social y ambiental en su ADN organizativo. Más información en www.accountability.org.
- **ADECSE:** Asociación de Defensa al Consumidor de Santiago del Estero.
- **ADELCO:** Acción del Consumidor. Más información en www.adelco.org.
- **ADR:** American Deposit Receipt. Es un instrumento financiero negociable en los mercados bursátiles de Estados Unidos, que representa una cantidad determinada de acciones de sociedades constituidas fuera de dicho país. De esta forma, se permite a empresas extranjeras emitir acciones directamente en el mercado estadounidense.
- **ADSL:** Asymmetric Digital Subscriber Line (Línea de Abonado Digital Asimétrica). Es un tipo de tecnología de transmisión de datos sobre líneas de cobre, más rápida que los módems que utilizan la banda vocal. Es una tecnología de acceso a Internet de banda ancha.
- **Android:** Es un sistema operativo basado en Linux, diseñado principalmente para móviles con pantalla táctil como teléfonos inteligentes o tablets, inicialmente desarrollados por Android Inc. (comprada por Google en 2005). El desarrollo de Android fue anunciado en 2007 junto con la fundación del Open Handset Alliance: un consorcio de compañías de hardware, software y telecomunicaciones. El primer móvil con el sistema operativo Android se vendió en octubre de 2008.
- **Aplicación:** Una aplicación móvil es un programa que se puede descargar y al que se accede directamente desde un teléfono celular o desde algún otro aparato móvil, como por ejemplo una tablet. Para descargar y usar una aplicación, se necesita tener un aparato móvil con acceso a Internet. No todas las aplicaciones funcionan en todos los aparatos móviles. Los sistemas operativos móviles Android, Apple, Microsoft y BlackBerry tienen tiendas de aplicaciones que operan en línea, en donde se pueden buscar, descargar e instalar las aplicaciones. También suelen denominarse "app".
- **ARSAT:** Empresa Argentina de Soluciones Satelitales S.A. De acuerdo con su Estatuto, incluido en la Ley 26.092 que crea la empresa, ARSAT tiene por objeto social "el diseño, el desarrollo, la construcción en el país, el lanzamiento y/o la puesta en servicio de satélites geoestacionarios de telecomunicaciones en posiciones orbitales que resulten o que resultaren de los procedimientos de coordinación internacionales ante la Unión Internacional de Telecomunicaciones (U.I.T.) y bandas de frecuencias asociadas". Además, está a su cargo "la correspondiente explotación, uso, provisión de facilidades satelitales y/o comercialización de servicios satelitales y/o conexos", que podrá "realizar por sí, o por cuenta de terceros o asociada a terceros". (Más información en www.arsat.com.ar). Recientemente le fueron adjudicadas frecuencias para la explotación de un servicio de telefonía y la correspondiente licencia.
- **Baby boomers:** Se refiere a las personas que nacieron durante el Baby Boom (explosión de natalidad), que sucedió en algunos países anglosajones en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre los años 1946 y 1960.
- **Banda ancha:** Este término normalmente se refiere al acceso de alta velocidad a Internet.
- **Bullying:** Acto que daña deliberadamente a otra persona, de manera física o psicológica. Sus modos son varios: acosar, molestar, excluir, denigrar, hostigar, humillar, agredir físicamente o verbalmente a alguien.
- **Carrier:** Son empresas que interconectan distintos operadores localizados en lugares distantes o redes locales de un mismo operador separadas por largas distancias con enlaces inalámbricos (microondas, satélite, etc.) y/o terrestres (cable multipar, coaxil, fibra óptica, etc.); en general, no dan servicio a usuarios finales de servicios de telecomunicaciones.
- **CDN:** Content Delivery Network (Red de Entrega de Contenidos). Es un conjunto de servidores que contienen copias de una misma serie de contenidos y que están ubicados en puntos diversos de una red, para poder servir los contenidos de manera más eficiente a los clientes.
- **CEPETEL:** Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicaciones. Más información en www.cepstel.org.ar.
- **CFC:** Clorofluorocarburos. Son gases derivados de los hidrocarburos saturados obtenidos mediante la sustitución de átomos de hidrógeno por átomos de flúor y/o cloro principalmente. Se emplean en múltiples aplicaciones, principalmente en la industria de la refrigeración y de propelentes de aerosoles.
- **CITEDEF:** Instituto de Investigaciones Científicas y Técnicas para la Defensa. Más información en www.citedef.gob.ar.

- **Cloud:** Es un nuevo paradigma en el que la información se almacena de manera permanente en servidores de Internet, de modo que los usuarios puedan acceder a los servicios disponibles "en la nube de Internet". Cloud computing es un nuevo modelo de prestación de servicios de negocio y tecnología, que permite incluso al usuario acceder a un catálogo de servicios estandarizados y responder con ellos a las necesidades de su negocio, de forma flexible y adaptativa.
- **CNC:** Comisión Nacional de Comunicaciones. Es un organismo descentralizado que funciona en el ámbito de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, cuya misión y funciones son la regulación, contralor, fiscalización y verificación de los aspectos vinculados a la prestación de los servicios de telecomunicaciones, postales y de uso del Espectro Radioeléctrico. La CNC, creada por el Decreto 660/96, es el resultado de la fusión de dos Organismos: la CNT (Comisión Nacional de Telecomunicaciones) y la CNCT (Comisión Nacional de Correos y Telégrafos), y se consolidó así un único ente del Estado con competencia de control sobre los servicios de comunicaciones. Más información en www.cnc.gov.ar.
- **CNV:** Comisión Nacional de Valores. Fue creada por la Ley de Oferta Pública No 17.811, y su objetivo es autorizar la oferta pública de títulos valores velando por la transparencia de los mercados de valores y la correcta formación de precios en estos, así como la protección de los inversores. La acción de la CNV se proyecta sobre las sociedades que emiten títulos valores para ser colocados de forma pública, sobre los mercados secundarios de títulos valores y sobre los intermediarios en dichos mercados. Su acción también se proyecta sobre la oferta pública de contratos a término, de futuros y opciones, sobre sus mercados y cámaras de compensación, y sobre sus intermediarios. Más información en www.cnv.gob.ar.
- **CO2:** Dióxido de carbono. Es un gas cuyas moléculas están compuestas por dos átomos de oxígeno y uno de carbono. El dióxido de carbono, junto al vapor de agua y otros gases, es uno de los gases de efecto invernadero (G.E.I.) que contribuyen a que la Tierra tenga una temperatura tolerable para la biomasa. Un exceso de dióxido de carbono acentúa el fenómeno conocido como "efecto invernadero" y reduce la emisión de calor al espacio y provoca un mayor calentamiento del planeta.
- **Comunidad:** La comunidad se compone por las personas que viven alrededor del lugar donde opera la Compañía o donde ofrece servicios. Las acciones que implementamos y las decisiones que tomamos impactan en su vida cotidiana. Sus acciones pueden afectar la reputación de la Compañía y pueden generar lazos de alianza y colaboración mutua.
Algunas acciones que pueden llevarse a cabo en relación con el grupo de interés Comunidad dentro de la estrategia de responsabilidad social son establecer el diálogo con los líderes de la comunidad; conocer sus costumbres, creencias, cultura y problemática de la comunidad donde operamos; identificar posibles conflictos de interés; divulgar las actividades y políticas de la empresa; generar programas de desarrollo local (económicos y sociales); divulgar el impacto económico, social y ecológico de la actividad; conocer a las ONG y hacer alianzas fomentando el trabajo en red con organizaciones de la sociedad civil, el ámbito educativo y los organismos públicos.
- **CONAETI:** Comisión Nacional de Erradicación del Trabajo Infantil, dependiente del Ministerio de Trabajo de la Nación. Su función es coordinar, evaluar y dar seguimiento a los esfuerzos en favor de la prevención y erradicación real y efectiva del trabajo infantil.
- **CONATEL:** Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Paraguay. Más información en www.conatel.gov.py.
- **COPITEC:** Consejo Profesional de Ingeniería de Telecomunicaciones, Electrónica y Computación. Más información en www.copitec.org.ar.
- **Customer Care:** Servicio de atención posventa orientado al cuidado del cliente.
- **Cyberbullying:** Es el uso de información electrónica y medios de comunicación tales como correo electrónico, redes sociales, blogs, mensajería instantánea, mensajes de texto, teléfonos móviles, y websites difamatorios para acosar a un individuo o grupo, mediante ataques personales u otros medios. Puede constituir un delito penal. El ciberacoso es voluntario e implica un daño recurrente y repetitivo infligido a través del medio del texto electrónico.
- **DAIA:** Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas. Más información en www.daia.org.ar.
- **DWDM:** Dense Wavelength Division Multiplexing (Multiplexación por división en longitudes de onda densas). Tecnología que permite multiplexar y transmitir simultáneamente diferentes longitudes de onda por una fibra óptica. Es aplicable también al equipamiento que utiliza esta tecnología para el transporte de datos.
- **ECO-DECT:** La tecnología ECO DECT, de Gigaset, es una nueva tecnología que reduce la potencia de consumo y transmisión de los teléfonos. Más información en <http://gigaset.com/ar/es/cms/PageECODECT.html>.
- **Ethernet:** Es un estándar de redes de área local que utiliza acceso al medio por contienda CSMA/CD (Acceso Múltiple por Detección de Portadora con Detección de Colisiones). Ethernet ha evolucionado para operar sobre una variedad de medios (par trenzado, fibra óptica, etc.) a múltiples tasas de transferencia de datos.
- **FAECYS:** Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios. Más información en www.faecys.org.ar.
- **FAM:** Federación Argentina de Municipios. Es una entidad pública sin fines de lucro, creada por Ley Nacional No 24.807, facultada para representar a todos los municipios de nuestro país, mediante su asociación voluntaria. Más información en www.famargentina.org.
- **Fanpage:** Es una herramienta gratuita de Facebook dirigida a empresas, que les permite crear un perfil, y de esa manera comunicarse con sus clientes. La fanpage ofrece aplicaciones que permiten promocionar un negocio y comercializar una marca.
- **FATEL:** Federación Argentina de Telecomunicaciones. Más información en www.fatel.org.ar.
- **FCC:** Federal Communications Commission. Es una agencia estatal independiente de Estados Unidos, bajo responsabilidad directa del Congreso. Fue creada en 1934 con la Ley de Comunicaciones y es la encargada de la

regulación de telecomunicaciones interestatales e internacionales por radio, televisión, redes inalámbricas, teléfonos, satélite y cable. La FCC otorga licencias a las estaciones transmisoras de radio y televisión, asigna frecuencias de radio y vela por el cumplimiento de las reglas creadas para garantizar que las tarifas de los servicios por cable sean razonables. La FCC regula los servicios de transmisión comunes, por ejemplo, las compañías de teléfonos y telégrafos, así como a los proveedores de servicios de telecomunicaciones inalámbricas. Más información en www.fcc.gov.

- **FECOSUR:** Federación de Cooperativas Telefónicas de la Zona Sur. Más información en www.fecosur.com.ar.
- **Fibra óptica:** Es un medio de transmisión empleado habitualmente en redes de datos; un hilo muy fino de material transparente, vidrio o materiales plásticos, por el que se envían pulsos de luz que representan los datos a transmitir. Las fibras se utilizan ampliamente en telecomunicaciones, ya que son un medio de transmisión que permite transmitir datos a altas velocidades.
- **FOESITRA:** Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina. Más información en www.foesitra.com.ar.
- **FOETRA:** Federación de Obreros y Empleados de Telecomunicaciones. Más información en www.foetra.org.ar.
- **FOPSTTA:** Federación de Organizaciones del Personal de Supervisión y Técnicos Telefónicos Argentinos.
- **Formulario 20-F:** Es un reporte anual exigido por la Securities and Exchange Commission a aquellas sociedades extranjeras cuyas acciones cotizan en el mercado estadounidense. Su objetivo es estandarizar los reportes financieros de las empresas extranjeras que cotizan en el mercado estadounidense para que puedan ser evaluadas junto a las empresas locales.
- **FSC:** Forest Stewardship Council (Consejo de Administración Forestal). Es una organización global, sin fines de lucro, dedicada a promover el manejo forestal responsable en todo el mundo. El papel FSC es aquel cuya materia prima, la madera, procede de bosques gestionados de manera sostenible, con prácticas de tala certificadas conforme a los requisitos de los estándares internacionales FSC.
- **FTTH:** Fiber To The Home. Es el término utilizado para describir una arquitectura de red donde la fibra óptica llega hasta el domicilio del cliente. Es una topología de red basada en fibra óptica, que se despliega en zonas predeterminadas por Telecom, que reemplaza el tradicional cable de cobre, y posibilita así el acceso a servicios de Internet con un amplio ancho de banda y muy altas velocidades de carga y descarga de datos (hasta 100Mb de bajada y 50 Mb de subida); maximiza la calidad, además del servicio de telefonía básica.
- **FUVA:** Federación Única de Viajantes de la República Argentina. Más información en www.fuva.org.ar.
- **GBC Health:** Global Business Coalition (Coalición Empresarial Mundial). Es una asociación de más de 200 empresas y organizaciones miembros que invierten recursos para hacer un mundo más saludable para sus empleados, las comunidades en las que trabajan, y para el mundo en general. Más información en www.gbchealth.org.
- **Generación X:** Incluye desde las personas nacidas a mediados o finales de los años 60 hasta a aquellos nacidos a principios de los años 80.
- **Generación Y:** Incluye a las personas nacidas entre 1981 y 1997.
- **GPON:** Gigabit-Capable Passive Optical Network (Red Óptica Pasiva con Capacidad de Gigabit). Es una tecnología de acceso que permite conectar, con una fibra óptica desde la oficina central, a múltiples clientes. Soporta distintos servicios y velocidades de transferencia de datos.
- **GRI:** Global Reporting Initiative (Iniciativa de Reporte Global). Es una organización holandesa que impulsa la elaboración de Reportes de Sustentabilidad en todo tipo de organizaciones. GRI produce un completo marco para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad, cuyo uso está muy extendido en todo el mundo. De esta manera se establecen los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social. Más información en www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx.
- **GSM:** Es un sistema estándar de telefonía móvil digital. GSM se considera, por su velocidad de transmisión y otras características, un estándar de segunda generación (2G).
- **HSPA:** High Speed Packet Access. Permite a las redes basadas en UMTS obtener mayores velocidades de transferencia de datos y capacidad.
- **HSPA+:** Evolución de HSPA.
- **Huella de carbono:** Es la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto.
- **INTI:** Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Más información en www.inti.gob.ar.
- **Inversión Social Privada:** Implica el uso responsable, estratégico y eficiente de recursos privados en pos del bien público. El retorno esperado es el bienestar de la comunidad y su desarrollo en el largo plazo. Los programas de ISP se basan en diagnósticos y análisis de las necesidades de la comunidad; están orientados a la promoción y al desarrollo sustentable, requieren planificación, monitoreo y evaluación de resultados e impacto, e implican el desarrollo de alianzas estratégicas y una focalización de las acciones.
- **IP:** Principal protocolo de comunicaciones utilizado en Internet.
- **ISO 14001:** La norma ISO 14000 es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo.
- **ISO 26000:** Es una guía que proporciona orientación sobre cómo poner en práctica e integrar la Responsabilidad Social en cualquier empresa u organización del mundo que desee abrazar esta modalidad de gestión. No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.
- **ISO 9001:** Especifica los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) que pueden utilizarse para su

aplicación interna por las organizaciones, sin importar si el producto o servicio lo brinda una organización pública o empresa privada, cualquiera sea su tamaño, para su certificación o con fines contractuales.

- **IVR:** Interactive Voice Response (Respuesta de Voz Interactiva). Consiste en un sistema telefónico capaz de recibir una llamada e interactuar con el humano a través de grabaciones de voz y del reconocimiento de respuestas simples, como "sí", "no", u otras. Es un sistema automatizado de respuesta interactiva, orientado a entregar y/o capturar información a través del teléfono, que permite el acceso a servicios de información u otras operaciones.
- **KPI:** Key Performance Indicators (Indicadores Clave de Desempeño). Son métricas financieras o no financieras, utilizadas para cuantificar objetivos que reflejan el rendimiento de una organización, y que generalmente se recogen en su plan estratégico. Estos indicadores son utilizados en inteligencia de negocio para asistir o ayudar al estado actual de un negocio a prescribir una línea de acción futura.
- **LEED:** Leadership in Energy and Environmental Design. Es un sistema de certificación de edificios sostenibles, desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos (US Green Building Council). Se compone de un conjunto de normas sobre la utilización de estrategias encaminadas a la sostenibilidad en edificios de todo tipo. Se basa en la incorporación en el proyecto de aspectos relacionados con la eficiencia energética, el uso de energías alternativas, la mejora de la calidad ambiental interior, la eficiencia del consumo de agua, el desarrollo sostenible de los espacios libres de la parcela y la selección de materiales.
- **LED:** Light-Emitting Diode (Diodo Emisor de Luz). Los ledes se usan como indicadores en muchos dispositivos y en iluminación. Los primeros ledes emitían luz roja de baja intensidad, pero los dispositivos actuales emiten luz de alto brillo en el espectro infrarrojo, visible y ultravioleta. Debido a sus altas frecuencias de operación son también útiles en tecnologías avanzadas de comunicaciones.
- **Media Gateways:** En el caso de la red móvil, los Media Gateways realizan la conmutación física de las llamadas de voz, la conversión de medios y de señalización.
- **MMS:** Multimedia Messaging System (Sistema de Mensajería Multimedia). Es un estándar de mensajería que les permite a los teléfonos móviles enviar y recibir contenidos multimedia, incorporando sonido, video, fotos, etc.
- **NGN:** Next Generation Networking (Red de la Próxima Generación). Red basada en la transmisión de paquetes, capaz de proveer servicios integrados en diferentes terminales. Se refiere a la evolución de la actual infraestructura de redes de telecomunicación y acceso telefónico con el objetivo de lograr la convergencia de servicios multimedia (voz, datos, video).
- **NIIF:** Normas Internacionales de Información Financiera. Son normas contables emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB), institución privada con sede en Londres. Constituyen las normas contables aplicadas por el Grupo Telecom.
- **NYSE:** New York Stock Exchange. La Bolsa de Nueva York es el mayor mercado de valores del mundo en volumen monetario y el primero en número de empresas adscritas. Más información en <https://nyse.nyx.com>.
- **OIT:** Organización Internacional del Trabajo. Es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y a las relaciones laborales. Fue fundada el 11 de abril de 1919, en virtud del Tratado de Versalles. Más información en www.ilo.org/spanish.
- **OLPC:** One Laptop per Child (Una computadora por niño). Es un proyecto centrado en la distribución de una PC fabricada con el propósito de proporcionar a cualquier niño del mundo conocimiento y acceso a la tecnología de la información como formas modernas de educación. Este proyecto es desarrollado por la One Laptop Per Child, una organización sin fines de lucro con sede en Delaware, creada por catedráticos del Laboratorio de Multimedia del MIT para diseñar, fabricar y distribuir estas computadoras portátiles.
- **On demand:** Es un sistema de televisión que permite al cliente el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada, y ofrece de este modo la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que el telespectador lo desee.
- **ONUSIDA:** Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/sida. Es un programa de las Naciones Unidas destinado a coordinar las actividades de los distintos organismos especializados de la ONU en su lucha contra el sida. Más información en www.unaids.org/en/.
- **OTT:** Over The Top. Es la distribución de contenidos de audio y video por Internet, sin el involucramiento de un operador en el control o en la distribución. El proveedor puede estar al tanto de los contenidos de las IP de los paquetes, pero no es responsable de estos, ni es capaz de controlar las capacidades de visualización, derechos de autor y/o redistribución de otra índole del contenido. Servicios como Whatsapp o Skype entran en esta categoría.
- **PAC:** Programa de Asistencia al Colaborador. Este programa del Grupo Telecom tiene como objetivo apoyar y mejorar el desempeño de los colaboradores, y ayudarlos a manejar diferentes situaciones de manera oportuna y eficaz. El PAC es gratuito y completamente confidencial tanto para los colaboradores como para sus familiares directos; brinda asistencia en las áreas de psicología, y temas legales y financiero-contables. Se accede a través de una línea telefónica gratuita y es atendido por profesionales especializados.
- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** En 1999, en el Foro Económico Mundial de Davos (Suiza), el Secretario General propuso un "Pacto Mundial" entre las Naciones Unidas y el mundo de los negocios. El Pacto Mundial pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción, que se concentran en 10 principios de adhesión voluntaria. Aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente, lo que fomenta sociedades más prósperas. Más información en www.unglobalcompact.org y en www.pactoglobal.org.ar.
- **Portabilidad numérica:** Es la posibilidad que tiene un cliente de cambiar de una compañía celular a otra,

conservando su número telefónico.

- **PP&E:** Property, plant and equipment (Propiedades, planta y equipo). Son aquellos bienes tangibles destinados a ser utilizados en la actividad principal de la Sociedad, y no a la venta habitual, que tengan una vida útil estimada superior a un año. También se consideran dentro de este rubro aquellos que están en construcción.
- **Radiobase:** En una red móvil, las radiobases brindan cobertura celular mediante el espectro disponible, proporcionan y controlan el acceso a los terminales, así como el envío y recepción de información hacia la red.
- **RAV:** Régimen de Autorizaciones Vigente. La compañía dispone de un Régimen de Autorizaciones en el que se describen los niveles jerárquicos requeridos para aprobar los diferentes tipos de transacciones. Dicho régimen es actualizado periódicamente y es aprobado por el Directorio. Se compone de cinco capítulos que regulan los diferentes tipos de operaciones: gestión de compras, gestión de materiales y bienes, gestión del capital humano, gestión comercial y gestión de flujo de fondos (pagos en general, gastos de viajes y liquidación de impuestos). Los niveles autorizantes van desde gerentes hasta el Directorio y varían en función de la significatividad de la transacción. El cumplimiento del RAV constituye uno de los pilares del control interno. Su cumplimiento para operaciones involucradas en la generación de información contable de uso público es monitoreado dentro del alcance de la Certificación Sarbanes-Oxley.
- **HSDPA:** High Speed Downlink Packet Access. Es la optimización de la tecnología espectral UMTS/WCDMA, una tecnología basada en conexiones minis, de menor velocidad que el promedio de la actual 3G, y consiste en un nuevo canal compartido en el enlace descendente que mejora significativamente la capacidad máxima de transferencia de información y puede alcanzar tasas de bajada de hasta 14 Mbps.
- **RNI:** Radiaciones No Ionizantes. Son aquellas radiaciones del espectro electromagnético que no tienen energía suficiente para ionizar la materia.
- **Roaming:** Es una función que permite a los clientes móviles a utilizar el servicio en las redes de otros operadores distintos de aquel con el que se firmó el contrato inicial. El servicio de roaming está activo cuando un dispositivo móvil se utiliza en un país extranjero (incluido en la red GSM).
- **RSE:** Es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica. Definición de ISO 26000, primera edición, 2010.
- **SAR:** Specific Absorption Rate (Índice de Absorción Específica). Es una medida de la potencia máxima con que un campo electromagnético de radiofrecuencia es absorbido por el tejido vivo, aunque, también se puede referir a la absorción de otras formas de energía por el tejido, incluyendo ultrasonido. Se define como la potencia absorbida por la masa de los tejidos y tiene unidades de vatios por kilogramo (W/Kg). Se emplea para frecuencias entre 100 kHz y 100 GHz, es decir, radiación no ionizante, y en particular para teléfonos móviles.
- **SAT:** Servicio de Asesoramiento Técnico. Es un órgano creado por la Federación Argentina de Municipios. Su objetivo es colaborar en el desarrollo de normativas municipales para el despliegue de Sistemas de Comunicaciones Móviles y sus infraestructuras asociadas. Más información en www.satfam.org.
- **SC:** Secretaría de Comunicaciones. Es un organismo cuyo principal objetivo es asistir al Ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios en la elaboración, propuesta y ejecución de las políticas a aplicar en el ámbito de las comunicaciones y actividades postales de la Nación, tendientes a lograr la actualización tecnológica de dichos servicios. Más información en www.secom.gov.ar.
- **SEC:** Securities Exchange Commission. Es una agencia del gobierno de Estados Unidos que tiene como responsabilidad principal regular y hacer cumplir las leyes federales respecto del funcionamiento de mercados de valores estadounidense, y velar por los derechos de los inversores. Más información en www.sec.gov.
- **Smartphone:** Es un teléfono móvil inteligente, construido sobre una plataforma informática móvil, con una mayor capacidad de almacenar datos y de realizar actividades semejantes a las de una mini computadora, y con mayor conectividad que la de un teléfono móvil convencional. El término "inteligente" hace referencia a la capacidad de usarse como una computadora de bolsillo. Entre algunas características comunes está la función multitarea, el acceso a Internet vía WiFi o red 3G, función multimedia (cámara y reproductor de videos/mp3), a los programas de agenda, acceso al correo electrónico, administración de contactos, GPS y algunos programas de navegación, así como ocasionalmente la habilidad de leer documentos en variedad de formatos como PDF y Microsoft Office.
- **SMS:** Short Message Service (Servicio de Mensajes Cortos). Es un servicio disponible que permite el envío de mensajes cortos entre teléfonos móviles.
- **Sostenibilidad:** Significa "satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades". Esta definición se formalizó por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. En otras palabras, la sustentabilidad apunta al bienestar de las futuras generaciones, sin perjudicar nuestro ecosistema y sus recursos; tiene que ver con mantener el equilibrio que existe en la relación de los seres humanos con el medio, para lograr un desarrollo económico próspero sin dañar la dinámica del medio ambiente y para generar condiciones de vida favorables.
- **SOX:** Sarbanes-Oxley Act. La Ley Sarbanes Oxley nace en Estados Unidos en 2002, con el fin de monitorear las empresas que cotizan en bolsa de valores de Estados Unidos, y evitar que las acciones de aquellas sean alteradas de manera dudosa. Esta ley, más allá del ámbito nacional, involucra todas las empresas que cotizan en NYSE (Bolsa de Valores de Nueva York), así como sus filiales. Nació en respuesta a los escándalos financieros de algunas grandes corporaciones, como los de Enron, Tyco International, WorldCom y Peregrine Systems, casos que hicieron caer la confianza de la opinión pública en las empresas de auditoría y contabilidad.

- **Spam:** Se llama spam o correo basura a los mensajes no solicitados, no deseados o de remitente no conocido (correo anónimo), habitualmente de tipo publicitario, generalmente enviados en grandes cantidades (incluso masivas), que perjudican de alguna o varias maneras al receptor. La acción de enviar dichos mensajes se denomina spamming.
- **Stakeholders:** Término inglés utilizado por primera vez por R. E. Freeman en su obra: *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Pitman, 1984), para referirse a “quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa”. Estos grupos son los públicos interesados o el entorno interesado, que deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios.
- **Streaming:** Es la distribución de contenido multimedia a través de una red de computadoras de manera que el cliente consume el producto al mismo tiempo que se descarga. El término se aplica habitualmente a la difusión de audio o de video.
- **Sustentabilidad:** Ver definición de “Sostenibilidad”.
- **TDA:** Televisión Digital Abierta. Es el sistema de televisión de aire de modo gratuito. Más información en www.tda.gob.ar.
- **TIC:** Tecnologías de la Información y la Comunicación. Constan de equipos de programas informáticos y medios de comunicación para reunir, almacenar, procesar, transmitir y presentar información en cualquier formato, es decir, voz, datos, textos e imágenes. Es un conjunto de tecnologías aplicadas para proveer información y comunicación a través de medios tecnológicos de última generación.
- **Triple Play:** Se define como el empaquetamiento de servicios y contenidos audiovisuales (telefonía, banda ancha y televisión).
- **UMTS:** Universal Mobile Telecommunications System (Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles). Es una de las tecnologías usadas por los móviles de tercera generación.
- **UPJET:** Unión del Personal Jerárquico de Empresas de Telecomunicaciones de la República Argentina. Más información en www.upjet.org.ar.
- **USSD:** Unstructured Supplementary Service Data (Servicio Suplementario de Datos no Estructurados). Es un servicio para el envío de datos a través de móviles GSM.
- **UTN:** Universidad Tecnológica Nacional. Más información en www.utn.edu.ar.
- **VDSL:** Very High Bit-Rate Digital Subscriber Line (DSL de muy alta tasa de transferencia). Se trata de una tecnología de acceso a Internet de Banda Ancha, perteneciente a la familia de tecnologías xDSL que transmiten datos sobre pares de cobre. Telecom está introduciendo la nueva tecnología de VDSL en su red, lo que permitirá incrementar la velocidad de bajada y subida de datos hasta 50Mb. Por otro lado, como complemento, se está readecuando la topología de red instalando estos nuevos equipos más cerca del cliente para acortar la distancia entre equipo y hogar, dado que esta condiciona la velocidad y calidad del servicio.
- **VPN:** Virtual Private Network (Red Privada Virtual). Es una tecnología de red que permite una extensión de la red privada sobre una red pública o no controlada como Internet. Permite que la computadora en la red envíe y reciba datos sobre redes compartidas o públicas como si fuera una red privada con toda la funcionalidad, seguridad y políticas de gestión de una red privada.
- **WAP:** Wireless Application Protocol (Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas). Es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, por ejemplo, acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.
- **WiFi:** Es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica. Los dispositivos habilitados con Wi-Fi, tales como una computadora personal, una consola de videojuegos, un smartphone, etc., pueden conectarse a Internet a través de un punto de acceso de red inalámbrica.
- **WWF:** World Wildlife Fund (Fondo Mundial para la Naturaleza). Es la mayor organización conservacionista independiente del mundo. Su misión es detener la degradación del ambiente natural del planeta y construir un futuro en donde los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza. Más información en www.wwf.org.