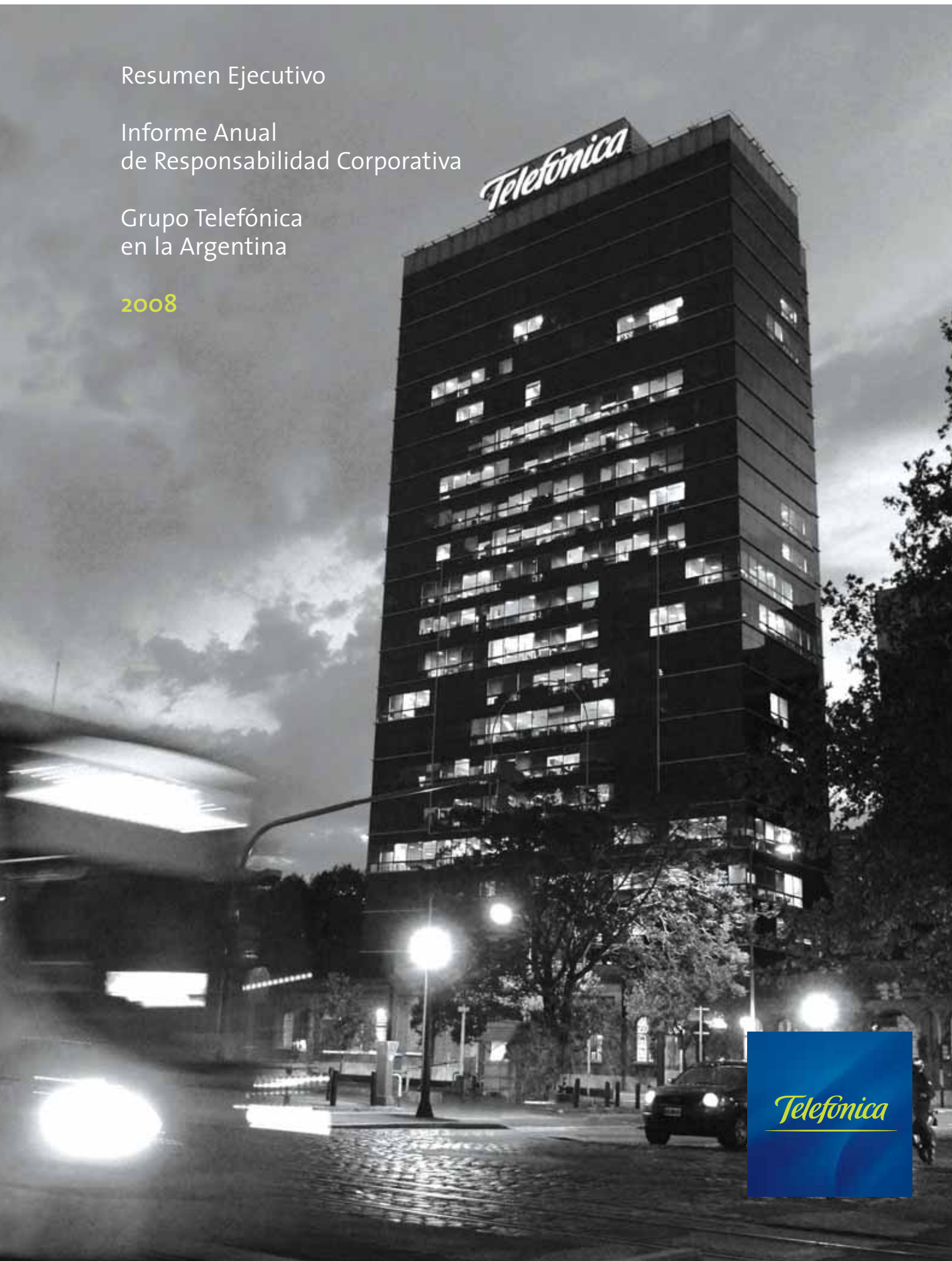


Resumen Ejecutivo

Informe Anual  
de Responsabilidad Corporativa

Grupo Telefónica  
en la Argentina

2008



# El Grupo Telefónica a nivel mundial

## Clientes

**259** millones de accesos de clientes

Presencia en **25** países

**196** millones de accesos de telefonía móvil

**43** millones de accesos de telefonía fija

Más de **12** millones de accesos minoristas a Internet de Banda Ancha

Más de **2** millones de accesos de televisión de pago

Un **6,92** (sobre 10) de Índice de Satisfacción de Clientes a cierre de 2008

## Resultados

**57.946** millones de euros en ingresos

**64%** de los ingresos proceden de fuera de España

Un beneficio neto de **7.592** millones de euros

**1,63** euros por acción de beneficio neto

**74.574** millones de euros de capitalización bursátil

## Inversión

**8.401** millones de euros de inversiones anuales (CapEx)

**4.614** millones de euros invertidos en I+D+I

## Profesionales

**257.000** profesionales

Un **69%** de Índice de Clima Laboral y Compromiso

## Responsabilidad Corporativa

**60.219** empleados con formación sobre los Principios de Actuación

Memoria RSC: Telefónica publica Informes de RC en 17 países. Para garantizar la materialidad y la rigurosidad, la Compañía se apoya en la verificación externa, siguiendo los parámetros más exigentes: GRI y AA1000.

## Acción social y cultural

Cerca de **115** millones de euros en acción social y cultural con **40** millones de personas beneficiadas por las iniciativas de 2008

Unos **22.000** empleados son Voluntarios Telefónica

**107.602** niños escolarizados por Proniño para contribuir a erradicar el trabajo infantil en Latinoamérica

## Medio Ambiente

Compromiso para reducir un **30%\*** el consumo eléctrico en sus redes en 2015

\* Kwh/ acceso equivalente

Resumen Ejecutivo

Informe Anual  
de Responsabilidad Corporativa

Grupo Telefónica  
en la Argentina

2008



# Índice

4 Carta del Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A.

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

8 Motor de Progreso

9 Hitos 2008

11 Estrategia

14 Excelencia en el negocio

Clientes 14

Empleados 17

1

27 Gestión íntegra y transparente

Principios de Actuación 27

Gobierno Corporativo 29

Medio Ambiente 30

Proveedores 32

Uso responsable de las TIC's 34

2

36 Contribución al progreso

Hacia la inclusión digital 36

3

38 Acción social y cultural

Fundación Telefónica 38

Educared 38

Proniño 40

Voluntarios 42

4

44 Comunicar y dialogar

Diálogo 44

5

45 Indicadores Clave RC 2008

46 Verificación

47 Retos 2009

48 Informes



# Carta del Presidente



Querid@ amig@,

El ejercicio 2008 ha sido para Telefónica un buen año en términos de RC por varios motivos. En primer lugar, porque para 2011 nos hemos marcado como meta incorporar la sostenibilidad del negocio en nuestras líneas estratégicas, con el fin de incorporar el compromiso con la sociedad al core business de la Compañía y, en consecuencia, de vincular definitivamente el comportamiento responsable con la gestión y la cuenta de resultados.

Esa vinculación nos está permitiendo cada año tener un mismo modelo global que aplica de manera cada día más uniforme en todo el teatro de operaciones de una compañía como Telefónica que está presente en 25 países, que cuenta con cerca de 260 millones de clientes, con más de 257.000 profesionales, y que durante el ejercicio de 2008 invirtió 8.400 millones euros en infraestructuras y otros 4.614 millones adicionales en I+D+i. Además, vincular la Responsabilidad Corporativa al negocio nos ha permitido en 2008 incrementar el índice de satisfacción de nuestros clientes, que, en media, se ha situado en 6,92, o mejorar el índice de clima y compromiso laboral de nuestros empleados, que se sitúa en una media del 69%.

En segundo lugar, 2008 ha sido un buen año en términos de RC porque hemos avanzado significativamente en la puesta en marcha de sistemas y procesos internos que afianzan la integridad de nuestra gestión a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa

del Consejo de Administración de Telefónica S.A. Los más de 60.000 profesionales formados en nuestros Principios de Actuación o la firma de la declaración “Derechos Humanos: una llamada a la Acción”, promovida por el Global Compact de Naciones Unidas;... son buenos ejemplos de cómo Telefónica avanza progresivamente en medidas para afianzar la integridad en nuestra gestión. Así nos lo han reconocido un año más renovando nuestra presencia en los dos índices de inversión socialmente responsable más relevantes del mundo: Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y FTSE4Good.

Adicionalmente, 2008 ha sido un año en el que hemos hecho un énfasis extraordinario en poner en valor el impacto positivo de nuestros productos, servicios y soluciones en la sociedad. Así, Telefónica invirtió más de 370 millones de euros para reducir la brecha digital: 275 millones se destinaron a los Fondos de Servicio Universal; cerca de 15 millones a actividades de formación en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; y más de 80 millones en proyectos para reducir la brecha económica y geográfica.

En cuarto lugar, el ejercicio de 2008 ha significado la ratificación del compromiso de Telefónica con los programas de acción social y cultural. Conforme al modelo de medición LBG, en 2008 la Compañía invirtió cerca de 115 millones de euros en estos programas. Entre ellos, quiero destacar especialmente Proniño, de Fundación Telefónica, que, por tercer año consecutivo, ha conseguido duplicar el número de niños escolarizados para contribuir a la lucha

contra el trabajo infantil: hoy más de 107.000 niños y niñas pueden ver un futuro mejor gracias al trabajo conjunto de Fundación Telefónica y más de 100 ONG's que operan en América Latina.

Para terminar, considero que 2008 ha sido un buen ejercicio en materia de RC porque hemos ido mejorando el modelo de reporte y comunicación sobre nuestros logros. Este informe de RC forma parte de los 17 informes que ya editamos en los países donde estamos presentes, haciendo real la estrategia de que la RC tiene un doble componente: global (tal y como impulsan las iniciativas multilaterales de Naciones Unidas, GRI o los índices del tipo DJSI) y local (respondiendo así a las demandas de los grupos de interés de cada país). Un ejercicio más, también, quisiera dejar constancia del compromiso firme que Telefónica tiene con el Global Compact de Naciones Unidas, así como con el cumplimiento de sus principios. Confío que la lectura de este Informe sea de su interés. Creemos que avanzamos cada año. Y ese avance es, en gran medida, gracias a quien, como usted, confía en nosotros y nos impulsa cada día a hacer las cosas mejor. Reciba mi más sincero agradecimiento.



**César Alierta**

Presidente Ejecutivo, Telefónica S.A.







José María Álvarez Pallete



Eduardo Caride

social y cultural del Grupo el cual es canalizado por la Fundación Telefónica, la cual invirtió la suma de 20.640.000 de pesos. Se logró consolidar y ampliar una importante red de protección a la infancia y de lucha contra el trabajo infantil, llegando a 9.000 beneficiarios en nuestro programa “Proniño”. El mismo tiene presencia en 11 provincias, cuenta con 31 organizaciones de la sociedad civil y lleva adelante más de 63 proyectos de educación como método principal para la integración e inserción social.

Adicionalmente se le dio un importante impulso al programa Educared, destinado a promover las nuevas tecnologías de la comunicación y la información en las escuelas. Dicho portal 19.027,501 visitas on line.

Por su parte se alentó el crecimiento del Programa Parques y Escuelas Interactivas, durante el 2008 se alcanzó a 51 escuelas en todo el país que recibieron conexión de banda ancha por tres años y capacitación sobre el uso de tecnologías. La meta es alcanzar en tres años 450 escuelas y llegar a 175.000 alumnos.

En ocasión del Día Universal de la Infancia, se presentó en Buenos Aires, el libro del programa “La generación interactiva en Iberoamérica, niños y adolescentes ante las pantallas”. Es un proyecto llevado a cabo por la Fundación Telefónica de España y la Universidad de Navarra y Civertice. La iniciativa aborda el estudio de las nuevas tecnologías en las comunidades escolares

de niños y adolescentes de entre 6 y 18 años. Se relevaron 179 escuelas, alcanzando a 3.197 alumnos de instituciones primarias y 4.809 de secundaria.

Respecto a la temática “cultura y tecnología”, el Espacio de la Fundación Telefónica en sus seis años de funcionamiento se ha convertido en un referente indiscutido. Durante el año informado tuvo más de 16.000 visitas.

Uno de los programas pilares que han sido sumamente valiosos para gran parte de la gestión social y educacional mencionada es el de “Voluntariado Corporativo”, más de 1.300 voluntarios invirtieron 14.149 horas de servicio en proyectos que beneficiaron de manera directa a 117.260 personas.

No podemos dejar de reconocer los avances obtenidos en materia medioambiental. Se han desarrollado múltiples acciones entre ellas el control y medición de las distintas emisiones de nuestra infraestructura, se dio continuidad al programa de reciclaje de baterías y se incorporó el reciclaje de residuos electrónicos de red, al tiempo que fue muy exitoso el programa oficinas sin papel y las campañas de ahorro de energía. Un año más hemos dejado constancia del firme compromiso del Grupo Telefónica con el Global Compact de Naciones Unidas y el cumplimiento de sus principios. Terminamos, ratificando el compromiso de Telefónica con nuestro país y toda su gente, deseamos ser motor de progreso, contribuir al desarrollo de las personas y las comunidades en las cuales actuamos,

potenciando valores éticos y de transparencia, y brindado un servicio de excelencia que sirva para acortar la brecha digital facilitando la inserción del mayor número de personas posibles a las tecnologías de la informática y la comunicación. Para esto trabajamos día a día. Para esto nos esforzamos. Para esto va nuestro compromiso renovado.

Afectuosamente

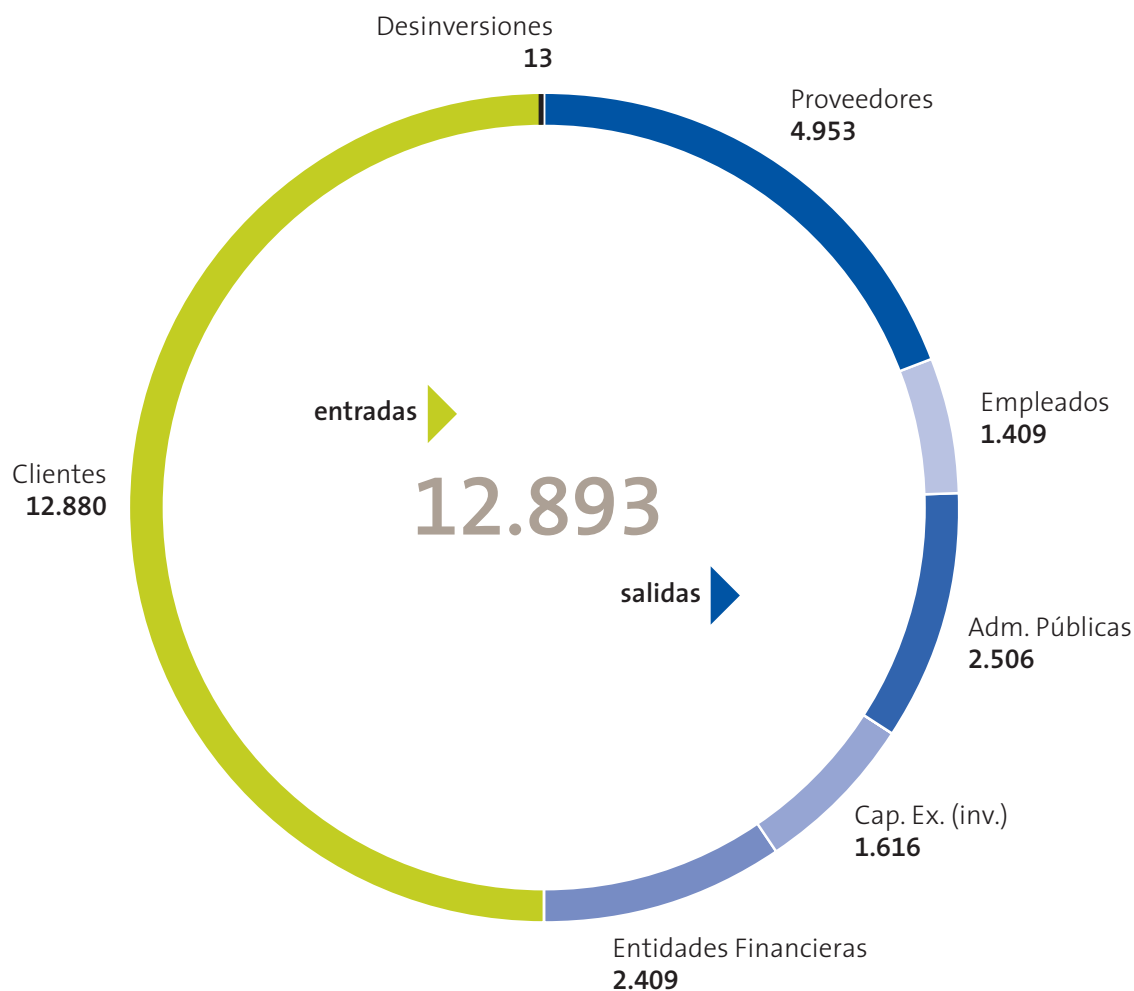
**José María Álvarez-Pallete**  
Presidente de  
Telefónica Latinoamérica

**Eduardo Caride**  
Presidente  
Telefónica de Argentina S.A.,  
Telefónica Data Argentina S.A. y  
Telefónica Móviles Argentina S.A.

# Motor de progreso

El Grupo Telefónica impacta en el desarrollo económico y social de los países en los que opera <sup>1</sup>

En 2008, el Grupo Telefónica en la Argentina tuvo ingresos por 12.893 millones de pesos. Esos flujos permitieron canalizar retribuciones por 1.409 millones de pesos a sus empleados; por 2.507 millones de pesos a las Administraciones Públicas (32% más que en 2007) y por 4.953 millones de pesos a sus proveedores (11% más que en 2007). Éstos son los resultados de la creación de riqueza propiciada por el Grupo.



<sup>1</sup> Datos en millones de pesos

Consolidado Telefónica de Argentina S.A.+ Telefónica Data Argentina S.A.+ Telefónica Móviles Argentina S.A.

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

# Hitos 2008

## Resultados de nuestra gestión en Responsabilidad Corporativa 2008

Responsabilidad Corporativa		Cumplimiento
1. Elaborar el quinto informe de RC del Grupo Telefónica en la Argentina.	Se elaboró el Informe de RC 2007	100%
2. Ampliar el Diálogo con los Grupos de Interés.	Se realizaron paneles de diálogo con stakeholders, uno específico con empleados y con sindicatos.	100%
3. Completar la formación de los PdA a todos los empleados.	Se avanzó en la formación a todos los empleados. Reforzándose la comunicación para el cumplimiento de esta meta.	50%
4. Capacitar a Pymes proveedoras en RSE.	Se realizó en septiembre 2008 el Taller para Pymes "Proveedores estratégicos de Telefónica" "R.S.E. UNA NUEVA MIRADA EMPRESARIAL" dictado por la Fundación del Tucumán y Forum EMPRESA.	100%
5. Avanzar con el proyecto Generaciones Interactivas junto con la Universidad de Navarra.	Se avanzó en la tercera fase del Proyecto. Se presentó en la Argentina el resultado del estudio.	100%

Clientes		Cumplimiento
6. Incluir en Internet a través de las páginas respectivas y a través de otros canales de divulgación, consejos sobre el uso responsable.	A través del Programa Generaciones Interactivas se trabajó acerca del Uso responsable de los menores en la Web.	60%
7. Ampliar el dialogo con los organismos de defensa del consumidor y las distintas asociaciones vinculadas con la temática. Realizar un panel de dialogo con las mismas.	Participación en Foros de debate y reuniones con distintas direcciones provinciales y municipales de Defensa del Consumidor y asociaciones.	100%
8. En el marco de los procesos de mejora continua, incrementar los niveles de satisfacción del cliente.	Se bajaron los índices de reclamos. Se incrementaron los índices de satisfacción del cliente. Durante 2008 Movistar lanzó plan de calidad focalizado en la mejora de la experiencia cliente.	100%

Medio Ambiente		Cumplimiento
9. Avanzar en el proceso de certificación de la ISO 14.001 en Movistar y en el desarrollo de un sistema de gestión ambiental interno.	Avance significativo en Movistar Argentina. Se participó en la elaboración del conjunto de normas y procedimientos que componen el Sistema de Gestión Ambiental del Grupo.	60%
10. Ampliar los sistemas de gestión de residuos a los residuos electrónicos y de otro tipo.	Se ampliaron los sistemas de gestión de residuos en Movistar Argentina. Se incorporó "Residuos y Sistemas". Se enviaron a la CONEA los detectores de humo iónicos para su disposición final. Se participó en seminarios y con estudiantes universitarios en trabajos relacionados con el tema.	85%
11. Continuar contribuyendo a la divulgación de conocimiento sobre las emisiones no ionizantes.	Acuerdo con la Federación Argentina de Municipios. Divulgación en la página web de Movistar.	80%
12. Implantar los proyectos corporativo relacionados con cambio climático y despliegue de red responsable	Durante 2008 se divulgó el Proyecto Corporativo de Cambio Climático.	70%

Empleados		Cumplimiento
13. Mejorar los índices de satisfacción de los empleados.	Se logró mejora tanto en Fija como en móvil.	100%
14. Mejorar los indicadores del Great Place to Work.	En el ranking general Movistar ocupó el puesto N° 39 y en el ranking de empresas de más de 1.000 empleados el puesto N° 13.	70%
15. Profundizar y ampliar los programas de satisfacción y beneficios a los empleados.	Durante 2008 se implementó la política de "Tiempo Flexible" con el objetivo de mejorar la satisfacción y productividad del empleados. La misma abarca los siguientes beneficios: Jornada Flexible, Jornada Part Time, Días Elásticos, Viernes de Verano, Navidad y Año Nuevo por partida doble, Jornada Abierta y Nuevas licencias.	100%
16. Establecer procesos de prevención de accidentes laborales desarrollar perfiles orientados a la gestión del negocio digital.	Sitio exclusivo de Seguridad Laboral y Ambiental en la intranet, donde se encuentran las políticas, campañas y avisos de seguridad.	100%
Proveedores		Cumplimiento
17. Alentar una política de compras a proveedores locales.	Se gestiona conforme con la normativa vigente en la República Argentina (Ley Compre Trabajo Argentino)	100%
18. Comenzar la divulgación de los PdA a la cadena de proveedores.	Se realizó en 2008 un encuentro con Pequeños y Medianos Proveedores donde se abordaron temas relacionados con la responsabilidad corporativa. Los Principios de Actuación se encuentran publicados en el Portal de Compras. Se enviaron durante el año, a determinados proveedores, una circularización (a nivel de autodiagnóstico) con temas referidos a la responsabilidad Corporativa y los Principios de Actuación.	100%
Sociedad		Cumplimiento
19. Desarrollar productos orientados a fomentar la inclusión digital.	Telefónica definió su estrategia de inclusión digital orientada a la disminución de las brechas geográfica, educativa, económica y tecnológica. Entre los Proyectos locales se encuentran Aulas Interactivas, Educared, Centro de Atención para hipoacúsicos, Programa Parques Nacionales, entre otros.	100%
20. Impulsar los proyectos del programa de voluntariado corporativo.	Durante 2008 se continuó con la formación de voluntarios y con el apoyo a las iniciativas presentadas por voluntarios.	100%
21. Crecer un 50% la cantidad de beneficiarios del Programa Proniño.	Durante 2008 se incrementó en un 50% los beneficiarios del Programa.	100%

# Estrategia

## La gestión de la Responsabilidad Corporativa en el Grupo Telefónica se integra en los objetivos y en la operativa del negocio

La base de la estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC) de la Compañía reside en hacer bien su negocio. Las iniciativas de RC se constituyen como una combinación equilibrada de impactos positivos y la prevención de los posibles impactos negativos de la cadena de valor para cada grupo de interés.

La visión de Telefónica, “queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores, basados en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”, es el punto de partida de la estrategia de Responsabilidad Corporativa del Grupo, que queda integrada y asimilada a los objetivos y la gestión del negocio.

Los impactos positivos y aquellos que pueden resultar negativos de naturaleza económica, social ó medioambiental, que la operación puede generar como consecuencia de su cadena de valor, se identifican y trabajan bajo un marco estratégico común de sustentabilidad, integrándose en los procesos del negocio de manera consistente.

## Sostenibilidad

Este marco distingue entre iniciativas que permiten posicionar de manera directa y efectiva el compromiso de Telefónica con un determinado grupo de interés, de otras que son condición necesaria para preservar la coherencia de su actividad frente al mismo grupo en el resto de los procesos de negocio. Todos estos procesos están contemplados en los cinco pasos que sintetizan la estrategia de RC de la Compañía.

### Los 5 pasos de la RC



## Marco de Gestión

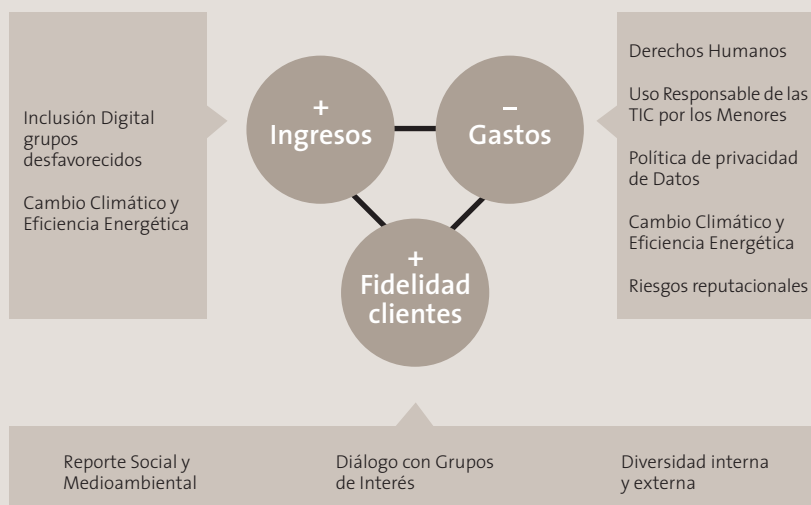
### 5 pasos de la RC en Telefónica

#### 1. Excelencia en el negocio

El pilar de la política RC del Grupo Telefónica sobre el que se construye el resto de la estrategia es “hacer bien nuestro negocio”, y más allá de esto, lograr una percepción positiva de ese hacer, es decir, alcanzar y mantener una buena reputación entre los distintos grupos de interés. Para ello, la Gestión de la Compañía monitorea varios indicadores, además de los económicos. Los índices de satisfacción de Cliente, del Clima laboral y el de Reputación Corporativa RepTrak™ elaborado por el Reputation Institute, Los atributos con más peso en la percepción externa son aquellos relacionados con la oferta de servicios y productos, los cuales se centran en la excelencia en el servicio y el cumplimiento



## La RC 2.0 - Vinculación de “lo público y lo social” con la cuenta de resultados



Las actuaciones de Responsabilidad Corporativa de Telefónica quedan vinculadas a la cuenta de resultados en la medida en la que generan ingresos en las unidades de negocio, y aumentan la fidelización de los clientes como efecto de una buena gestión de la reputación de la Compañía.

Es lo que Telefónica viene a denominar la RC 2.0, la cual, superada la fase de debate interno sobre la necesidad de tomar posición respecto a determinadas cuestiones de impacto social, económico y medioambiental, pone foco ahora en la definición e implementación efectiva de proyectos ligados a la consecución de objetivos RC específicos; metas que, en un ejercicio de transparencia, la Compañía publica en su Memoria anual.

de los compromisos asumidos con el cliente.

### 2. Gestión íntegra y transparente

*“Minimizar el impacto negativo de la cadena de valor”*, Mediante la gestión del día a día con ética e integridad. Los Principios de Actuación del Grupo son los postulados básicos sobre los que se edifican las políticas y normativas concretas para el cumplimiento de los mismos frente a los distintos grupos de interés. Ejemplo de ello son la norma de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro; a Proveedores Sociales; Protección de Datos y Contenido para Adultos.

El órgano encargado de difundir los Principios del Grupo Telefónica a nivel internacional, asegurar la existencia de procesos adecuados para su implantación, atender las consultas y denuncias de los distintos colectivos, y promover la elaboración de políticas y normativas, es la *Oficina de Principios de Actuación* que coordina desde España a las Oficinas Locales de Principios de Actuación que funcionan en cada país. La Oficina de Principios de Actuación depende de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa del Directorio de Telefónica S.A. En la Argentina se constituyó la

Oficina de Principios de Actuación en abril de 2007 con representantes de las áreas de Responsabilidad Corporativa, Recursos Humanos, Secretaría General y Auditoría Interna

### 3. Contribución al progreso

*“Potenciar los impactos positivos del negocio”*, para contribuir a mejorar la vida de las personas, el desarrollo de los negocios, y el progreso de las sociedades. Se trata de proyectos de inclusión que acortan las brechas geográfica, económica, educativa, de discapacidad, medioambiental y tecnológica a través de soluciones TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones). Son, en definitiva, servicios y aplicaciones inclusivos, integrados en las operaciones, y considerados como “motor de crecimiento”: programas formativos en el uso de las TIC, servicios para personas con discapacidad, aulas hospitalarias, etc.

### 4. Acción social y cultural

*“Maximizar nuestro impacto de acción social”*, a través de actividades apoyadas en las TIC para permitir disfrutar del progreso, independientemente de la condición y situación socioeconómica y cultural de las personas. La acción social y cultural en Telefónica se desarrolla a través de Fundación Telefónica y el área de Patrocinios del Grupo.

## La RC en la práctica

En la práctica, la integración de la política de Responsabilidad Corporativa en los procesos de negocio se refleja en proyectos coherentes entre sí como los que siguen a continuación:

- Programa Proniño, de Fundación Telefónica y Movistar, para la erradicación del trabajo infantil.
- EducaRed, Comunicación para dotar a padres y profesores de criterios para la formación de los menores en el uso responsable de las TIC.
- Programa Aulas Interactivas, destinado a cubrir la falta de acceso a las tecnologías.
- Normativa para la Provisión de Contenidos para Adultos.
- Política de “Compras Responsables”, que no solo busca garantizar la no existencia de empleo infantil en la cadena de suministro, así como de cumplir con criterios mínimos en las condiciones laborales.
- Colaboración con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado para combatir los delitos contra los menores en la Red.





Los programas Proniño, EducaRed, Voluntarios Telefónica, Arte y Tecnología, que lleva adelante la Fundación Telefónica son una muestra de la acción mencionada.

## 5. Comunicar y dialogar

*"Puesta en valor de las acciones RC a través de una comunicación transparente, y del diálogo efectivo con los grupos de interés"* que permitan posicionar a Telefónica como motor de progreso económico, tecnológico y social.

*Este Informe de Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica en la Argentina, correspondiente al período 2008, es el quinto que se publica, y el tercero con el estándar GRI y la norma AA1000AS.*

El Grupo Telefónica, además de su Informe de Responsabilidad Corporativa global, (<http://www.telefonica.com/responsabilidadcorporativa>) publica informes locales en 17 países en los que opera, siguiendo el estándar GRI (Global Reporting Initiative)<sup>1</sup>. De ellos, 12 se acreditan también bajo la norma AA1000 AS<sup>2</sup>.

La medición de la acción social y cultural sigue el estándar LBG<sup>3</sup>. El diálogo con grupos de interés es clave para mantener alineadas las iniciativas con las expectativas de estos últimos, y el objetivo es evolucionar de una estrategia multi-stakeholder a una mono-stakeholder que permita desarrollar una mejor aproximación a sus intereses y a los aspectos más relevantes, que ayuden a ajustar el foco de la estrategia RC del Grupo Telefónica.

## Programa AHORA

Desde su lanzamiento en 2007, el Plan buscó acelerar la integración de la nueva compañía fomentando el espíritu de pertenencia al Grupo, alinear los grandes temas a incluir en la agenda de gestión y acelerar la transformación del negocio en el mediano plazo, han sido la base de la operativa.

El Grupo Telefónica en la Argentina replicó la gestión alineada con sus grupos de interés buscando consolidar una cultura de alto desempeño. El desarrollo del Programa no se limita a las cuentas financieras, sino que se basa en cuatro ejes fundamentales:

**Clientes:** a quiénes se ofrece un servicio con calidad diferenciada.

**Empleados:** gestión centrada en la comunicación, las oportunidades, el liderazgo, el ejemplo, el reconocimiento y calidad de vida.

**Sociedad:** aliados estratégicos de la sociedad.

**Accionistas:** empresa de confianza para el inversor.

Claves del Programa Ahora para el año 2009:

1. Acelerar el crecimiento del servicio móvil.
2. Potenciar la oferta para el servicio fijo.
3. Evolucionar en los segmentos negocios y empresas.
4. Identificar nuevas oportunidades de crecimiento futuro.
5. Transformar el modelo operativo.
6. Ser la mejor experiencia para el cliente.
7. Ser el mejor lugar para trabajar.
8. Componer una óptima imagen pública.

1) <http://www.globalreporting.org>

2) <http://www.accountability21.net>

3) <http://www.lbg.es>

# Cientes

Movistar Argentina es la primera empresa de todo el Grupo en conseguir la certificación Customer Operations Performance Center (COPC)

Cerca de 21 millones de accesos en toda la Argentina

El Índice de Satisfacción del Cliente en Telefonía Móvil, pasó de 6.7 en 2007, a 7.64 puntos en 2008.

En 2008, los clientes finales del Grupo ascendieron a 20,72 millones en relación al año anterior en que fueron 19,46 millones

## Satisfacción de los clientes

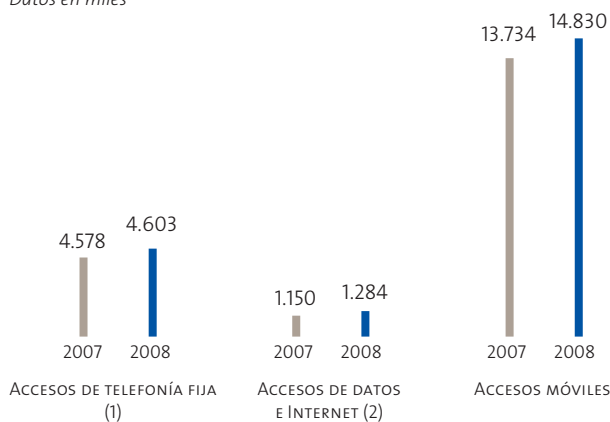
El Grupo Telefónica en la Argentina durante su gestión 2008 siguió trabajando para mejorar y gestionar con procesos de mejora continua la calidad y el funcionamiento de sus productos y servicios.

La gestión de la calidad es la línea rectora de la Compañía, que de acuerdo a un conjunto de criterios como el uso y la aplicación de las herramientas adecuadas, la dinámica de los equipos y los beneficios alcanzados fueron alineados con un modelo de gestión empresarial de excelencia.

Esto se vio reflejado en el incremento del índice de satisfacción del cliente en Telefonía Móvil, se pasó de 6,70 puntos en 2007 a 7,64 en 2008. En Telefonía fija se mantuvo el mismo promedio de 6, pero con un ligero incremento positivo. El número de clientes propios entrevistados en la encuesta de satisfacción fue de 7.200 para móviles y de 7.100 para telefonía fija. En cuanto a la atención al segmento Empresas, la empresa se preocupa por absolver las consultas o dudas de sus clientes, para lo cual cuenta con el portal <http://www.telefonica.com.ar/empresas/> a donde pueden acceder para obtener mayor transparencia de los servicios que ofrece. Cuando se firman los convenios con los clientes se les informa de esta página para que puedan manifestar todas sus inquietudes.

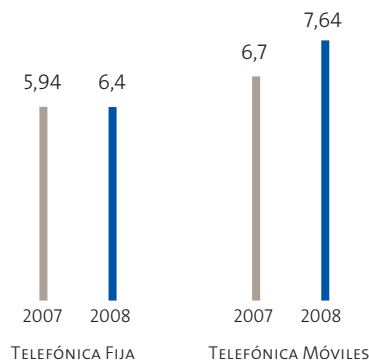
## Accesos clientes finales

Datos en miles



(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos "fixed wireless".  
(2) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

## Índice de satisfacción del cliente



Además, el segmento Empresas cuenta con un ejecutivo de cuenta asignado a cada cliente, donde los mismos tienen la posibilidad de comunicarse con ellos ante cualquier inquietud desde la página <http://www.telefonica.com.ar/negocios>, e inclusive pueden acceder a su facturación. Adicionalmente se cuenta con la atención telefónica 0800-333-9000 (gratuito) para todo el segmento Negocios gestiones o consultas técnicas y comerciales. Por otro lado, Telefónica siempre busca estar cerca de sus clientes para atender sus necesidades de manera directa. En 2008 Movistar instaló 970 puntos de venta más que en 2007 cuando solo contaba con 58 distribuidoras. Asimismo, en 2008 TASA cuenta con 95 tiendas propias (en 2007 contaba con 51), mientras MoviStar cuenta con 54 tiendas.

Con el objetivo de consolidar el liderazgo y fidelizar a los clientes se aumentó la participación del DUO (Speedy+TPL) llegando al 66% de la planta ADSL, realizándose además campañas de multiplicación de la velocidad, pasando del 4% de la planta ADSL con más de 1 MB en diciembre 2007 al 22% en diciembre 2008.

## Gestión de calidad: Segmento negocios

Durante 2008, este segmento especializado en pequeñas y medianas empresas (Pymes), comercios minoristas y profesionales, logró llevar adelante cambios en la gestión y en los procesos de calidad.

## Facturación del Grupo

	2007	2008
Número de clientes que reciben facturas electrónicas	852	3.675
% e-facturas	1,2%	4,4%
Nº de facturas emitidas	73.808	83.107

## Atención de llamadas en miles

	Telefónica Fija		Movistar	
	2007	2008	2007	2008
Dentro de los niveles de servicio establecidos internamente	14.896	9.099	n/a	18.013
En centros de atención al cliente	23.777	22.129	38.631	36.727

## Calidad en el servicio

Telefónica, en pos de alcanzar la excelencia de sus procesos, toma en cuenta los estándares internacionales auditados por terceros que garantizan la calidad de su servicio. Prueba de ello son las certificaciones logradas en el último año que acreditan los esfuerzos desplegados por la Compañía en pos de la mejora continua.

## Telefónica Fija: una empresa de Banda Ancha

A los efectos de acceder con mayor facilidad y velocidad en las comunicaciones por la Internet, se alcanzaron 1.081.986 líneas de ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) logrando un aumento de 32,1 % con respecto al 2007.

Telefónica Fija mantiene el liderazgo a nivel país con una participación del mercado del 31% y en la zona sur con un 69,5%, en diciembre de 2008.

## Certificación de Calidad bajo la norma ISO 9001:2000 en Centros Comerciales

El 12 de noviembre de 2008, Telefónica Residenciales alcanzó uno de los hitos más importantes para la compañía, revalidar y extender el alcance de la Certificación de Calidad, bajo la norma ISO 9001:2000 vigente desde 2005. A partir del compromiso y esfuerzo de un equipo de más de 600 empleados que participan del proceso de gestión en Centros Comerciales, consiguió ampliar la certificación a los procesos de ventas y cajas. De este modo se integró el proceso completo del centro comercial en los 51

centros comerciales que Telefónica tiene en todo el país.

El liderazgo y la satisfacción de los clientes están vinculados a la gestión con calidad y de este modo, la norma ISO 9001:2000 se convierte en una de las herramientas destacadas para alcanzarlo. La implementación de dicha norma, mundialmente reconocida, resulta imprescindible a la hora de mejorar la gestión de los procesos internos, y garantizar así la calidad de los productos y servicios que se le ofrecen al cliente.

Se hizo foco en la gestión personalizada por cliente y ventas multiproducto, lo que permitió mejorar la eficiencia de ventas por contacto y acciones para mejorar la tasa de rotación y la retención de clientes. Durante 2008 se desarrollaron varias mejoras en los procesos entre las que se destacan la “Llamada de Bienvenida” que permitió anticiparse proactivamente a los potenciales problemas del cliente y disminuir de esta forma los problemas de pedido de baja temprana, potenciar las fichas de clientes como fuentes de información para poder tomar decisiones más personalizadas y foco en los procesos de atención que permitieron elevar el nivel de llamados atendidos por arriba del 90%.

En 2008 se superó el millón de líneas en servicios, alcanzando un importante objetivo en cuanto a la mejora en la eficiencia de la atención a los clientes. La importancia del proyecto GAUDI radica en contar con una solución global y unificada que agilice las operaciones de atención a nuestros clientes.

## Gestión de reclamos

Otro de los temas claves para el Grupo Telefónica en la Argentina fue el seguimiento al número de reclamaciones que garantice la eficacia de la gestión comercial, la facturación, la cobranza, y la resolución de reclamos e inquietudes de los clientes.

Además de la preocupación por la identificación temprana de desvíos y la resolución de los mismos con foco en la mejora continua de los procesos que se gestionan, se buscó en forma permanente contribuir con el cumplimiento de los objetivos corporativos, y mejorar, a través de la calidad, la experiencia de los clientes de los distintos segmentos.

Durante 2008, el número total de reclamaciones por facturación que se registró fue de 2.496.748.

En la búsqueda de gestionar mejor las inquietudes de los clientes, la empresa implementó desde hace algunos años el sistema GAUDI, que ofrece una solución unificada a los pedidos de alta, reparación y mantenimiento de líneas.

## Movistar Argentina es la primera empresa del grupo, a nivel mundial, que consigue la certificación de la norma COPC

Movistar Argentina busca una experiencia única con sus clientes a través de la mejora del servicio y la calidad. Con dicho objetivo, desde 2005 lleva adelante la implantación del modelo de gestión COPC (Customer Operations Performance Center) para la gestión de todos sus procesos en cada una de las áreas de contacto con clientes.

COPC es un conjunto de prácticas de gestión, mediciones clave y capacitación para operaciones de servicio centradas en el cliente, para alcanzar el nivel más elevado de satisfacción. Brinda un marco de trabajo para el mejoramiento del servicio y la calidad, aumentando la eficiencia de los procesos.

Al alcanzar la Certificación COPC, Movistar se posiciona como una compañía donde se ejecutan consistentemente prácticas operacionales “world class”, garantizando la calidad y eficiencia del servicio.

En línea con la política de ser la mejor Experiencia de Cliente en Comunicaciones Móviles, durante 2009 y 2010 se avanzará en la implantación en el resto de las áreas de atención propias y de de

terceros, por las que se canaliza el 70% de las transacciones con nuestros clientes.

La proyección del Plan es la siguiente:

- Certificación de Procesos Claves del Negocio (BPO): entre ellos Satisfacción, Eficiencia (Costos) y *Back Office*;
- Recertificación Atención del Segmento Empresas Carterizadas
- Certificación VMO para atención telefónica de clientes Masivos; Alto Valor; Profesionales; Empresas no carterizadas; Retención; Cater (cambio de teléfonos); 2° líneas y BO.
- Diagnóstico, evaluación y certificación mediante expertos internos de los 54 Centros de Atención personal.
- Implementación del modelo en Agentes oficiales, proveedores de Servicio técnico y Empresas de Distribución domiciliaria de terminales.
- Implementación del modelo en Servicio de apoyo al vendedor, Televentas y ventas directas.

En este escenario, Movistar alcanzará consistencia en todos sus canales de atención, para que resulte en una experiencia única para sus clientes cualquiera sea el medio de contacto.



# Empleados

Durante 2008 se hizo foco sobre los Pilares de Organización, Relación con los Sindicatos, Cultura de Servicio, Promesa al Empleado buscando alcanzar el objetivo de ubicar a Telefónica entre las 10 mejores empresas para trabajar en la Argentina.

En 2008 el Grupo Telefónica en la Argentina empleó directamente a 21.550 personas e indirectamente a 18.602 personas.

## El modelo de Recursos Humanos

El trabajo de Recursos Humanos del Grupo Telefónica en la Argentina se basa en ejes de trabajo cuya razón es alinear y coordinar la gestión para facilitar el logro de los objetivos del negocio y asegurar un proyecto profesional atractivo y desafiante. La meta del Grupo de convertirse en el mejor lugar para trabajar le confiere sentido a los cuatro lineamientos de RR.HH. gestionados en 2008.

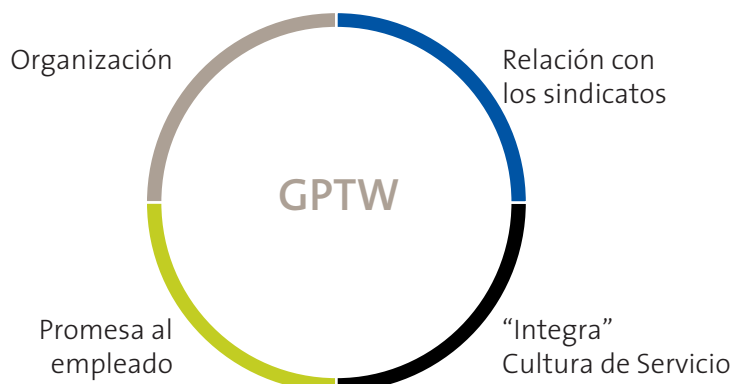
### Eje Organización

En este eje se enfatizaron las siguientes estrategias: diseño organizacional, eficiencia de plantilla y gestión de terceros.

Respecto al diseño organizacional y eficiencia de plantilla se desafió el modelo organizacional con objetivos de optimización que permitan lograr mayor velocidad en la toma de decisiones, procesos simples y ágiles, favoreciendo el crecimiento de los nuevos negocios.

Los objetivos organizacionales se extienden a toda la cadena de valor de nuestros productos y servicios, desarrollando una

## El Modelo de Recursos Humanos



estrategia de relación con las terceras empresas que contribuyen al desarrollo y mejora de procesos orientados a la satisfacción del cliente utilizando estándares de calidad propios de la corporación sustentados en herramientas internacionales como ser: ISO, Premio Nacional de Calidad o COPC. Es de destacar en este eje, la comunicación de los Principios de Actuación de la Compañía y la apertura de canales de

diálogo con todos los sindicatos, además de la distribución de un Manual de Convivencia a los empleados de Telefónica Fija.

### Plan Proyecta (Telefónica Fija)

Durante 2008 se continuó con el plan de jubilación anticipada que comenzó en 2006 dentro del proceso de renovación de plantilla. El proyecto brindó la posibilidad a los empleados de poder concluir una etapa con el reconocimiento debido e invertir y contribuir a su desarrollo para la nueva etapa. El plan fue dirigido al personal que cumplía con los 30 años de aportes y le restaban hasta 15 años para llegar a la edad jubilatoria, siendo 60 años de edad para las mujeres y 65 años de edad para los hombres.

En 2008 se adhirieron al plan 472 personas.

## Plantilla física del Grupo Telefónica en la Argentina

	2005	2006	2007	2008
Telefónica de Argentina S.A.	8.769	9.566	9.896	9.758
Movistar	2.885	2.657	3.250	3.389
Otros	7.202	7.175	8.347	8.403
<b>Total</b>	<b>18.856</b>	<b>19.398</b>	<b>21.493</b>	<b>21.550</b>

### Perfiles y diversidad de los empleados

Según la distribución de la plantilla del Grupo en la Argentina por funciones, se observa que en Movistar la mayoría del personal está concentrado en funciones comerciales (67,4%), mientras que este porcentaje es de 40,2% en Telefónica Fija, con un 54,7% dedicado a las funciones de producción y operación. El 43,3% de los empleados del Grupo son mujeres.

### Eje Relación con Sindicatos

En este eje se propone trabajar en relaciones basadas en la productividad, el desarrollo y el crecimiento mutuo, ampliando los espacios de diálogo con los gremios para aumentar la confianza. Como resultado de esto se consiguió una fluida interacción positiva, objetivo macro de la relación sindical. Se trabajó en cuatro grupos de asuntos de manera simultánea, todos igual de importantes.

## Distribución de la Planilla por Jerarquización

	Dirección	Mandos intermedios	Colaboradores
Fija	0,5%	4,6%	94,9%
Móvil	0,7%	8,1%	91,2%

## Indicadores 2008

	Distribución por género		Edad media	Antigüedad media
	% Mujeres	% Hombres	2008	2008
Telefónica de Argentina S.A.	33,3	66,7	40	14
Movistar	43,8	56,2	35	7



## Importante trabajo en relaciones laborales

En cuanto a asuntos sindicales, en 2008 hubo hechos significativamente distintos en relación a años anteriores. Dentro de las tareas más importantes se destacan.

### Acuerdo salarial:

Como resultado de las negociaciones con los diferentes sindicatos que agrupan a los empleados telefónicos, Telefónica de Argentina S.A. acordó en el Ministerio de Trabajo la recomposición salarial correspondiente al personal dentro de convenio, encuadrado en FOETRA y demás sindicatos adheridos a FATEL, FOEESITRA, FOPSTTA, UPIET y CEPETEL.

Estos acuerdos contribuyeron a mantener

el clima de confianza y diálogo social con los sindicatos y aseguraron la capacidad económica de los empleados posibilitando enfocar los objetivos de crecimiento, calidad y servicio a nuestros clientes.

Los acuerdos fueron suscritos de acuerdo a las recomendaciones que en materia de responsabilidad social y revisión salarial se recomendaron desde el Gobierno Nacional.

### Acuerdo con CEPETEL:

Después de varios años de discusiones se llegó a un acuerdo con el sindicato que permitió:

- Normalizar la relación entre ambas partes

- La aplicación del CCT 172/91 E a sus representados.
- Convencionar a más de 400 profesionales de acuerdo a las condiciones establecidas en el CCT.

El acuerdo conciliatorio en el juicio promovido por la entidad sindical en relación al cobro de aportes, logrando de esta manera la empresa un importante ahorro de dinero.

Se interactuó intensamente con las entidades sindicales para reducir toda hipótesis de conflicto que perjudique la productividad de la empresa, y también se manejaron distintas situaciones conflictivas.



## Eje Cultura de servicio

Busca generar actitudes y aptitudes de predisposición en los empleados hacia la calidad, eficiencia y satisfacción que redundará en la experiencia que tengan los clientes con la compañía.

En 2008 se diseñó el Proyecto Regional Inspira, que busca facilitar una transformación cultural para potenciar el desarrollo de los ejes de gestión en Argentina: crecimiento, eficiencia y calidad. Este proyecto involucra a todos los empleados para hacer realidad las promesas internas a los clientes, apoyándose en el plan de calidad, y en la metodología apreciativa.

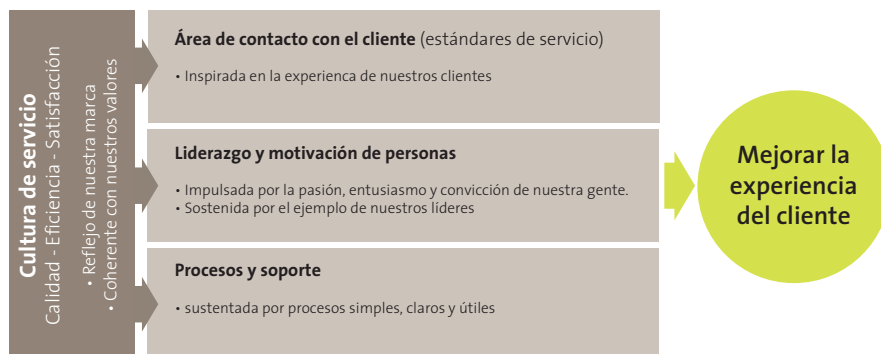
Dadas las condiciones competitivas del mercado y el nivel de alistamiento interno, decidimos iniciar este camino en el negocio móvil. El programa contó con la participación del 98% de los colaboradores, con un nivel de satisfacción del 80%. Fue impartido por 42 directores y gerentes de la organización. Los ejes del programa son:

- Tenemos interacciones simples
- Valoramos la lealtad de nuestros clientes
- Personas que se ocupan en dar soluciones
- Una necesidad, la mejor solución
- Cumplimos nuestros acuerdos
- Sólo ofrecemos productos y servicios confiables

## Eje Promesa al Empleado

Es un proyecto desarrollado desde 2007 que busca mejorar los índices de satisfacción y compromiso de los equipos de trabajo para llegar a convertirse en el mejor lugar para trabajar.

En la Argentina, el proyecto cuenta con cinco líneas: remuneración, comunicación, reconocimiento, desarrollo y calidad de vida, y ambiente de trabajo. El Grupo Telefónica ha adaptado su propia promesa al empleado de acuerdo a su cultura y estrategia.



### ¿Qué se hizo en cada promesa?

#### 1- Comunicación

- Encuentros Semestrales con equipo de liderazgo
- Reunión de Resultados por Segmento
- Gira y visitas espontáneas de los CEO's y Directivos de RRHH
- News de Líderes, anticipando las noticias a este colectivo
- Cascada Gerencial mensual
- Consolidación y desarrollo de la Comunidad de Facilitadores extendida en todo el Grupo.
- News quincenal Nosotros
- Revista +cerca

- Boletín electrónico diario para todo el personal "Día a Día"
- Carteleros físicos
- Lanzamiento de Blogs para comunidades afines a lo largo de todo el país y lanzamiento de la herramienta Communicator

#### 2- Reconocimiento

El 10% de nuestra dotación de Telefónica Fija, Presidencia y Empresas recibió algún tipo de reconocimiento. 1017 personas fueron premiadas: 483 reconocimientos individuales y 434 personas reconocidas en 57 equipos. En cuanto a Telefónica Móviles el "Programa

Protagonistas” generó más de 3000 reconocimientos incrementando la cultura de reconocimiento en un 100% con excelentes resultados de satisfacción.

### 3- Calidad de Vida

Se definió un nuevo eje de trabajo en el marco de la Promesa Empleado: *Calidad de Vida*. Para eso se realizó a principio de año un workshop a nivel regional en Buenos Aires. En enero de 2008 se implementó la política de tiempo flexible, compuesto por diversas iniciativas tales como viernes de verano, jornada flexible y jornada abierta, entre otras. Un 85% de los empleados estuvo satisfecho con el programa

#### Tiempo flexible

Para ser reconocidos por generar experiencias memorables en la calidad de vida, facilitamos el equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestros empleados con el programa “Tiempo Flexible”. Este programa fue diseñado para que las personas alcancen sus objetivos en un ambiente donde exista flexibilidad para organizar sus tiempos.

En enero de 2008 se implementó la política de tiempo flexible, integrada por distintos beneficios e iniciativas.

*Jornada Flexible:* los empleados pueden modificar el horario de ingreso y egreso, previo acuerdo con el jefe.

*Jornada Abierta:* permite optar por trabajar un día por semana fuera de la oficina.

*Jornada Part time:* las mamás pueden reducir la jornada laboral a 6 horas durante el primer año de vida de su hijo.

*Viernes de Verano y de Invierno:* Permite compensar horas durante los primeros cuatro días de la semana, para que el viernes se pueda retirar a partir de las 15 hs

*Días Elásticos:* dos jornadas o cuatro media jornadas que pueden tomarse cuando lo deseen.

*Licencias:* 15 días por paternidad y las madres tres meses por adopción.

Cabe destacar también que durante el 2008 se realizó *stretching* en los call centers, se participó en Maratones, hubo yogaterapia,

torneos de fútbol, voley, bowling, participación en Talleres de la Fundación “El Arte de Vivir” sobre el control del Stress, e información sobre consejos para la salud.

### 4- Desarrollo y Compensaciones Desarrollo

- People Review: 100% de la población directiva mapeada a junio 2008 y proceso cerrado en Empresas, Negocios, Residenciales. Control de Gestión. Iniciado en Compras, Mayoristas, Facturación y Cobros.
- Programa de Tutores: 27 tutores – 47 tutelados
- Rotaciones Internacionales: 5 personas rotaron – 4 personas recibidas
- Becas Carolina y Becas de Posgrado – Feria de Universidades in house abierta a colaboradores
- Valoración de Competencias 2008 y lanzamiento del Programa individual de Capacitación.
- Universidad Telefónica: 91% de la población directiva participó en los programas de UT en Barcelona, España

#### Compensaciones

- Activa participación del equipo de liderazgo en el proceso de Ajuste Marzo / Abril 2008, con
- Equiparación del target bonus en jefes
- Taller de compensaciones para Mandos
- Gastos de auto Gerentes Comerciales
- Unificación del mercado de comparación a nivel Grupo
- Unificación de política de Préstamos a nivel Grupo
- Extensión de correo electrónico Black Berry para gerentes y jefes
- Gastos de movilidad
- Unificación política de vehículo de la compañía para directivos

### 5- Liderazgo

Durante 2008 se realizó un profundo diagnóstico del estilo de liderazgo y, a través de la aplicación de distintas herramientas y análisis de la información de gestión, se obtuvo un Mapa de Liderazgo e Informes Individuales de Liderazgos, que permiten

diseñar un camino de desarrollo y cambio para cada líder y así cubrir los gaps respecto al perfil esperado. También se los acompañó con un plan de capacitación y formación asociado.

Suministramos a todos los líderes de la Compañía un cuestionario de personalidad laboral que junto con el feedback 360 le permite establecer su propio plan de desarrollo.

A su vez, en Movistar Argentina trabajamos con los líderes en el programa “Liderame en acción” otorgándoles herramientas para la gestión diaria, este era un programa de dos días de duración. Este programa es la continuación del Programa Lidérame que se realizó en el 2007 en el que participaron el 80% de los 600 líderes que tienen gente a cargo fue dictado por el Director de Capital Humano y el Director de Desarrollo Organizacional.

## Desarrollo y Capacitación

### Desarrollo

El Grupo Telefónica privilegia la transparencia en el proceso la movilidad interna de los empleados. Por ello las vacantes se publican y ofrecen primero internamente y para facilitar la comunicación se implementó un newsletter semanal de con las búsquedas destacadas, algunas claves para las entrevistas, lecturas recomendadas y testimonios de empleados que rotaron a través del programa de Oportunidades de Desarrollo. También se sistematizó el proceso de feedback personalizado a los ternados en cada búsqueda.

Los empleados de Telefónica Fija cuentan con un Plan de Formación Individual acordado con su jefe, en el que la capacitación por e-learning es un facilitador de oportunidades.

Para poder hacer foco en el desarrollo y formación de los Jóvenes Profesionales, se creó un programa de Tutores Internos, líderes de diferentes áreas, para poder acompañarlos y ayudarlos en su camino de aprendizajes.

También se realizaron prácticas de Verano con los hijos y hermanos de empleados que no tuviesen ninguna experiencia laboral, facilitando la integración entre la empresa, las familias y la sociedad.

Para favorecer el desarrollo de los empleados con desempeño destacado y de potencial, se otorgaron Becas de Posgrado y Masters tanto en el país como en España. Por otro lado, Telefónica S.A. cuenta con una Universidad Corporativa en Barcelona para el desarrollo de todo su equipo directivo y gerentes identificados como cuadros de reemplazo, donde realizan una vez al año programas de estudio de la más alta calidad académica internacional.

En Movistar Argentina con el objetivo de que nuestros analistas sean los protagonistas de su desarrollo se implantó un programa de talleres en los que con la ayuda de herramientas auto administrables brindamos información para el conocimiento personal.

#### **Programas de talento**

En 2008 se trabajó fuertemente en la gestión del talento, entendiendo como tal a la capacidad y el compromiso de una persona puestos en práctica para alcanzar los desafiantes objetivos que plantea el negocio. Se hizo foco especialmente en el talento joven, con el Plan de Capacitación y Desarrollo del Programa Corporativo, el Programa de Atractividad y Cercanía con las Universidades.

#### **Proceso de detección de talento:**

##### **People Review**

La metodología de People Review permite conocer a cada uno de los empleados. Posibilita además una gestión diferenciada y segmentada de las personas conforme a su talento y desempeño, implantar acciones de desarrollo y fidelización, encuadrar a las personas en los puestos en el momento adecuado y generar espacios formales de feedback y desarrollo. Durante este proceso se identifica al personal destacado y puestos críticos, y se asocian distintas acciones de desarrollo según los resultados obtenidos. A fin de 2008 a través del proceso de People

Review se evaluaron 270 personas entre directores, gerentes, jefes y profesionales destacados.

#### **Programa de Oportunidades de Desarrollo**

El Programa cuenta con un proceso y una política que lo respalda.

##### **La gestión de Telefónica Fija en números:**

- Se publicaron 336 vacantes de diversas posiciones
- Se seleccionaron 279 personas para rotar.
- Se cubrieron: 56 posiciones de mando y 223 vacantes sin personal a cargo.
- Se publicaron 53 convocatorias (proceso de búsqueda para dentro de convenio) y se generaron 134 recategorizaciones de puestos, también dentro de convenio.

##### **La gestión de Movistar Argentina en números:**

- Se publicaron 1184 búsquedas, con un ratio de 64% de cobertura externa, posibilitando de esta manera la apertura de la compañía al mercado, reclutando talentos y posicionándose como una de las más atractivas del mercado Argentino. Dentro de esta importante cantidad de búsquedas, destacamos que el 83% fueron cubiertas en un periodo menor a las 6 semanas

Además durante 2008 se diseñó un proceso de selección masiva para ampliar la Comunidad de Instructores internos. Esto permitió entrevistar a 750 empleados y seleccionar a 187 Instructores Técnicos y Comerciales. Los seleccionados recibieron un plan de capacitación, desarrollo y comunicación a medida, que les acercó herramientas para compartir conocimientos y desplegar habilidades pedagógicas como una actividad complementaria a sus trabajos habituales en la Empresa.

También se seleccionaron perfiles de auditoría y Líderes de Proyectos, para liderar grupos de proyectos para las certificaciones de COPC y de ISO, que impactan en la cultura de toda la Organización. Si bien algunos de estos roles se realizan en forma paralela al trabajo habitual, es una gran experiencia de desarrollo, que impacta en el

perfeccionamiento competencial de todos los participantes.

Respecto a las búsquedas externas, el primer semestre 2008 presentó grandes desafíos con la satisfacción de clientes. Para garantizar el servicio se reforzaron las áreas técnicas en todo el país. Para eso se evaluaron 878 candidatos con exámenes técnicos, evaluaciones psicolaborales, assesment y entrevistas personales. Fueron incorporadas 227 personas: 147 en Zona AMBA/La Plata y otras 80 en 26 localidades del interior, para funciones de Instalador, Revisor, Empalmador y Técnico de equipos para Planta Interna.

Los ingresantes fueron capacitados en cursos intensivos en temas de seguridad, instalaciones, equipos y atención al cliente.

#### **Universidad Telefónica**

La Universidad Corporativa es una herramienta de aplicación de la estrategia corporativa que busca el desarrollo continuo de sus profesionales y la creación de un estilo de gestión y liderazgo propios para construir "la nueva Telefónica". Utiliza un Modelo de desarrollo según itinerarios integrados en las necesidades de los negocios, compartiendo "internal best practices", fomentando la comunicación entre los profesionales y el acceso al Senior Management. El modelo de aprendizaje de la Universidad aúna los procesos formales y los informales.

En 2008, el 91% de los directivos del Grupo en Argentina participaron en este programa.

#### **Becas Fundación Carolina**

Las becas posibilitan a los empleados el acceso a un curso de posgrado de un año de duración en prestigiosas instituciones educativas de España, con todos los gastos pagos. Son otorgadas por la Fundación Carolina, quien brinda esta posibilidad a países miembros de la Comunidad Iberoamericana de Naciones. El costo para los empleados que participan es solventado en su totalidad por Telefónica.

Para otorgar las becas en Argentina se diseñó un proceso exhaustivo y riguroso de selección. A través de los canales de

## Formación y desarrollo profesional

Empleados con plan de formación individualizado	9.614
Plantilla evaluada por competencias	7.019

comunicación interna se dio a conocer esta importante y diferencial oportunidad de desarrollo. Así, 28 empleados respondieron postulándose al proceso de selección que incluyó la realización de una prueba aptitudinal y posteriormente un *assessment center*. De allí surgieron los 4 profesionales, 2 del Negocio Móvil y 2 del Fijo, que obtuvieron las becas en el Master de Finanzas Internacionales y Gestión de Finanzas Corporativas y MBA Internacional.

### Capacitación

*El Plan Anual de Capacitación 2008 continuó con las actividades pendientes de la detección de necesidades de capacitación 2007 que fueron suspendidas por crisis operativa y por la situación sindical. También se sumaron actividades de acuerdo al Plan estratégico y a la normativa en seguridad e higiene.*

*Particularmente en Movistar el plan anual de capacitación se realizó tomando como ejes de trabajo las competencias de autodesarrollo, comunicación y relaciones transparentes y en el caso de las personas con gente a cargo la competencia Liderazgo. El plan contenía cursos que ayudaban a trabajar esos temas.*

*Como programa Lidérame en acción, Liderazgo Personal, presentaciones orales eficaces, negociación y train the trainers entre otras temáticas relacionadas con el desarrollo de esas competencias.*

*La capacitación tuvo por objeto apuntalar los ejes de transformación y la profesionalización de las funciones. Contó con acciones transversales y por segmento de negocio, tanto en modalidad presencial como e-Learning y mixturada.*

### Reconvertir y Adecuar la organización

Dentro de la transformación requerida para contar con las capacidades adecuadas para el nuevo marco competitivo y de negocio de la empresa, se encararon las siguientes acciones:

**Talento Joven:** para fortalecer la incorporación de talento joven, se diseñaron planes de capacitación para los programas “Jóvenes Profesionales Externo” (JPE), “Jóvenes Profesionales Interno” (JPI) y “Programa Interno de Profesionales” (PIP). Estos planes buscan el

desarrollo de las competencias requeridas por el Grupo, la mejora de las habilidades de gestión, la incorporación del modelo de autodesarrollo de la empresa y la generación de una red de contacto entre los profesionales.

### Programa Horizonte para Jóvenes

**profesionales de Telefónica:** un programa corporativo que junta a jóvenes talentos de diferentes países de Latinoamérica para trabajar en su desarrollo y orientación dentro del Grupo a partir de actividades grupales y de integración, como así también ayudándolos a detectar sus fortalezas y debilidades.

**Cercanía con los sindicatos:** Desde Capacitación se realizó un acuerdo con los sindicatos para realizar “Escuelas de Nivelación Técnica”. Dicha actividad estuvo destinada a los afiliados del sindicato que quieran obtener el título de “Auxiliar Técnico certificado en redes telefónicas”. La Escuela tiene una duración de 200 hs. aprox., se realiza en la sede del sindicato y Telefónica asumió el costo del curso, materiales y el equipamiento del aula.

Debe destacarse el compromiso y la participación de los 18 egresados que tuvo la Escuela de Nivelación Técnica FOESITRA.

### Programa mixturado de Formación en Tecnologías de Transmisión y ADSL para personal del Conmutador (COM):

Con el objetivo de capacitar a los técnicos de Conmutación Sur (Dir. Gestión de Red), en contenidos de transmisión y tecnología ADSL, se elaboró el Programa mixturado de Formación en Tecnologías de Transmisión y ADSL (63hs). Además de contenidos de tecnología, se orientó al desarrollo de habilidades y competencias para desempeñarse favorablemente en el nuevo escenario tecnológico que atraviesa la compañía. En esta primera etapa participaron 47 empleados del COM Lomas de Zamora.

**Capacitación asociada a implementaciones:** conjuntamente con las Direcciones de Gestión de Red y Planificación e Ingeniería se organizaron las capacitaciones asociadas a despliegue de equipos por compras de nueva tecnología (SDH, DWDM, HDX) a través de proveedores como Siemens, Nortel, Alcatel y Huawei. En los mismos participaron más de

200 alumnos durante todo el año.

### Estela (Escuela Técnica de Telefónica

**Latinoamericana):** el Programa se sustenta en la detección del Gap entre el nivel de las competencias laborales actuales y el propuesto por ESTELA para cada técnico. Dichos Gap's son trabajados con el objetivo de incorporar las habilidades, aptitudes y conocimientos necesarios para alcanzar la certificación de las mismas. Durante el 2008 se capacitaron 82 supervisores y se entregaron 250 combos a técnicos de Adsl.

**Ser Digital:** el programa tiene como objetivo concienciar a los técnicos de diferentes áreas sobre los nuevos métodos de trabajo y la necesidad de mantenerse actualizados. En 2008 se formaron más de 750 técnicos de la Dirección de Servicio de Atención al Cliente.

### Programa integral de Centros Comerciales:

Busca actualizar las competencias del personal de atención, ventas y cajas, así como también brindar más herramientas a los mandos para la gestión del negocio en particular. En 2008 fueron capacitados 532 alumnos.

## Compensaciones y Beneficios

El desafío del área es desarrollar programas y planes de compensaciones y beneficios que prioricen la equidad interna entre las áreas, la creación de una cultura de transparencia y la retención del talento; a través de:

- La continua referencia al mercado (sueldos, beneficios y best practice)
- El desarrollo de herramientas objetivas para la toma de decisiones.
- El asesoramiento de los actores involucrados (personal, líderes y Consultores de RR.HH.)
- La participación activa en la comunidad de Recursos Humanos (Fija, Latam y Grupo)
- Activa participación en foros empresariales especializados en la materia.

Se trabajó fuertemente para posicionar los beneficios como un elemento diferencial dentro del paquete compensatorio, teniendo

en cuenta las necesidades internas y el mercado.

Las propuestas estuvieron orientadas a agregar valor a los empleados y a mejorar la percepción de la amplia gama de beneficios con la que se cuenta.

Entre las distintas propuestas se encuentran el otorgamiento de préstamos para el personal que cubren diferentes necesidades, descuentos en productos del Grupo, un Portal de Compras, entrega de cajas navideñas y Kits de útiles escolares, colonia de vacaciones, guardería, participación en competencias (carreras de aventura, maratones, corridas: través de estas actividades, el Grupo busca promover la actividad física, el trabajo en equipo y la tenacidad, propiciando actividades que requieren de mucho esfuerzo, voluntad y cooperación.)

## Compensación

Empleados con convenio negociado	15.236
Plantilla evaluada por objetivos	5.078
Plantilla sujeta a convenios colectivos	15.648
Plantilla que cuenta con seguros médicos privados	6.988
Plantilla que cuenta con seguros de vida	20.016
Plantilla que cuenta con ayuda para alimentación	15.878

## Gestión de clima y cultura

*Durante 2008 se trabajó sobre la base de los resultados de la encuesta que finalizó en enero del 2008. Se reforzó la comunicación, generando instancias que permitieron mayor fluidez y transparencia en todos los segmentos y se trabajó en la implementación de acciones de mejoras en distintos segmentos de la organización mediante el desarrollo y puesta*

*en marcha de un Plan de Clima Laboral. Los resultados de la encuesta realizada a Telefónica Fija durante diciembre de 2008 alcanzaron un nivel de favorabilidad del 74,8%, con el 70% de participación.*

*La encuesta corporativa correspondiente a Movistar Argentina obtuvo un 83% de favorabilidad y un porcentaje de participación del 62%*

### Estrategia de consolidación cultural

En el 2° año del programa corporativo AHORA, entre mayo y junio se reunieron más de 2000 empleados en eventos masivos de comunicación realizados en el AMBA (en Parque Norte) y en 4 cabeceras del interior del país.

En Movistar Argentina, en los meses de mayo y diciembre se llevaron adelante los encuentros presenciales AHORA, en la que participaron en cada uno todos los colaboradores de AMBA con una réplica en las cabeceras del país.

En diciembre de 2008 finalizaron los encuentros Ahora Inspira, orientados a fortalecer la cultura de servicio hacia los clientes externos e internos. Durante los encuentros se dieron a conocer las promesas a clientes y se trabajó fuertemente en la metodología apreciativa. Pasaron 4140 colaboradores, casi el 100% de la población alcanzada, la satisfacción de los talleres fue del 80%.

Durante los encuentros de Inspira, entre todos los empleados surgieron los 15 comportamientos que se deben distinguir en Movistar Argentina. A través de una encuesta online, todos pudieron elegir los 10 iniciativas que más queremos que nos representen.

## Programas generales

Programa de capacitación	Población	Temas
e- Learning	10.474 hs. Movistar 139.080 hs. Telefónica Fija	110 cursos de temáticas varias
Seguridad e Higiene	4.794 alumnos	Diversos módulos ajustados a los tipos de riesgo que implica cada tarea
Herramientas informáticas	50 empleados en Movistar Argentina 640 empleados en Telefónica Fija	Manejo de aplicaciones informáticas
Ciclo de Seminarios Mensuales	Más de 260 empleados	Tendencias económico-políticas, tendencias tecnológicas e innovación
Curso de Idiomas	250 empleados en Movistar Argentina 352 empleados en Telefónica Fija	Inglés y portugués



## Lo que queremos ver más

1 Tenemos equilibrio de vida personal y laboral

2 Trabajamos en equipo por un objetivo común

3 Estimulamos el desarrollo y la capacitación

4 Lideramos dando el ejemplo

5 Somos coherentes y transparentes

6 Tenemos cultura de reconocimiento

7 Tenemos una compensación competitiva

8 Siempre tenemos actitud positiva

9 Tenemos procesos simples

10 Nos caracteriza el compromiso

## Acciones para la mejora del clima laboral

### Acciones Transversales

A partir de los resultados de la encuesta 2007, se diseñó la estrategia para la mejora del clima laboral. Durante 2008 se implementó un plan general a nivel compañía y planes particulares a nivel Segmento, que en algunos casos se vieron truncados por cuestiones operativas y de reestructuración del segmento.

Para la elaboración de estos planes se contó con la participación de todos los niveles de la organización. Las acciones transversales se planificaron para mejorar los factores de comunicación, reconocimiento, condiciones de trabajo, Capacitación y Desarrollo. Las acciones implantadas y en vías de, son apalancadas por una Promesa a los Empleados.

Un pilar importante del plan de clima contempló la necesidad de reforzar el Programa de Reconocimiento "Protagonistas".

### Identificación de Segmentos Críticos

Se identificaron los segmentos críticos a nivel organizacional y en cada segmento en particular. De esta forma, se pudieron realizar acciones a medida para mejorar la satisfacción de nuestros empleados.

### Relevamientos y resultados 2008

#### Encuesta anual

Entre el 16 de Diciembre de 2008 y el 13 de Enero de 2009 se hizo el relevamiento anual de la encuesta de clima laboral. Participó el 70% de los empleados a través de Internet bajo una modalidad que resguardó el anonimato de los encuestados.

Procesada la información, 2008 es el año que registró el mejor resultado de clima laboral

en Telefónica, alcanzando un 74,8% de respuestas favorables.

	ECL 2008	ECL 2007
Liderazgo Jefe Directo	80	78
Liderazgo Dirección	62	62
Imagen / Orgullo	79	77
Trabajo Diario	74	72
Desarrollo	70	69
Cliente	70	65

Para Movistar Argentina, la favorabilidad alcanzada fue del 83%, 9 puntos por encima del año 2007. La participación alcanzada fue del 62% de los colaboradores. Dada la segmentación, los resultados obtenidos permitieron que todo líder con más de 3 respuestas obtenidas tuviera su informe de clima.

	ECL 2008	ECL 2007
Liderazgo Jefe Directo	83	80
Liderazgo Dirección	76	65
Imagen / Orgullo	90	78
Trabajo Diario	83	73
Desarrollo	77	69
Cliente	86	75

### Termómetros de clima laboral

En abril de 2008 se implementó la medición de termómetros de clima. Esta herramienta consta de 12 preguntas corporativas, que se toman en forma mensual a una muestra representativa de cada segmento de la organización.

### Encuesta Great Place to Work (GPTW)

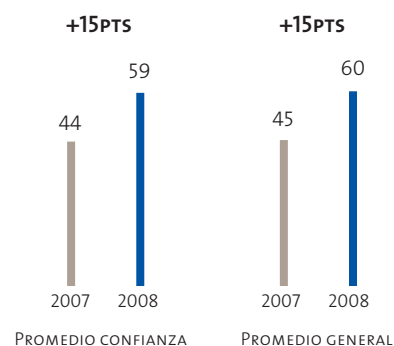
Great Place To Work Institute es una institución dedicada al estudio del clima laboral y su impacto dentro de las organizaciones, considerando las prácticas y

herramientas que permiten mejorarlo. Los resultados obtenidos permiten confeccionar un ranking de "Las Mejores Empresas para Trabajar" compuesto por 50 compañías de diferentes rubros y dimensiones. El ranking además es publicado por Clarín y permite también la comparación local con otras empresas, en un *benchmark* de prestigio internacional.

Movistar Argentina participó de la encuesta de clima gestionada por la consultora GPTW, podemos afirmar que en el 2008 5 de cada 10 empleados consideran a la misma como un excelente lugar para trabajar.

La mejora en la percepción general de los empleados se incrementó 15 puntos en relación con el año anterior.

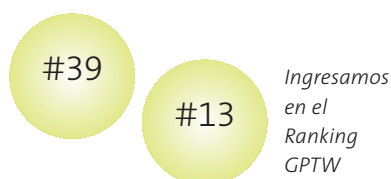
Así como ha mejorado la percepción, del mismo modo lo ha hecho cada una de las dimensiones notablemente. Respeto y Camaradería denotan los incrementos más significativos en relación con el 2007





En la muestra de septiembre de 2008, Movistar Argentina ingresó en el ranking de las 50 Mejores empresas para trabajar, obteniendo el puesto #39 en el ranking general y puesto #13 en las empresas de más de 1000 empleados.

### Great Place to Work



**Puesto #39; Ranking global de GPTW**  
**Puesto #13: Empresas de más de 1000 empleados**

### Reconocimiento

En octubre se lanzó el programa corporativo “Protagonistas, nuestro programa de reconocimiento”. Con este nuevo programa se busca generar una cultura en la que el reconocimiento estimule la confianza y el trabajo en equipo, favorezca la cercanía entre líderes y colaboradores, fomente el reconocimiento entre pares y permita premiar acciones extraordinarias, contribuyendo a desarrollar nuestros tres ejes claves de gestión: el crecimiento, la calidad y la eficiencia.

Durante el 2008 el 10% de la dotación de Telefónica Fija, Presidencia y Empresas recibió algún tipo reconocimiento, 1017 personas fueron premiadas por su esfuerzo y trabajo. Se otorgaron 583 reconocimientos individuales y 434 personas reconocidas en 37 equipos de trabajo.

### El protagonista sos vos

Segmento	Cantidad de reconocidos
Empresas	35
Negocios	29
Presidencia	93
Red	264
Residenciales	95
RR.HH.	18
SCA	49

**583 Reconocimientos individuales**

### Protagonistas en equipo

Segmento	Cantidad de equipos	Cantidad de personas
Empresas	7	44
Negocios	4	48
Presidencia	11	139
Red	8	155
Residenciales	2	16
RR.HH.	1	8
SCA	3	24

**434 reconocidas en 37 equipos**

En lo concerniente a Movistar Argentina, durante 2008, desde el lanzamiento del programa en el mes de agosto, se entregaron 4.610 reconocimientos de los tres tipos: Protagonistas Sos vos, Protagonistas del día y Protagonistas en equipo.

### El protagonista sos vos

Administración y control	75
Centro de desarrollo	18
Comercial	1.408
Marketing	40
Personas y recursos	43
Tecnología	288

### Protagonistas del día

Administración y control	62
Centro de desarrollo	21
Comercial	1.759
Marketing	67
Personas y recursos	72
Tecnología	282

### Protagonistas en equipo

Segmento	Cantidad de equipos	Cantidad de personas
Administración y control	1	16
Centro de desarrollo	4	35
Comercial	25	265
Marketing	1	6
Personas y recursos	1	7
Tecnología	13	139

Asimismo, durante el mes de diciembre se realizó una votación en la que cada empleado podía reconocer a quien considerara tuviera un comportamiento alineado a los cuatro ejes del Plan Ahora. Durante los eventos presenciales de diciembre, se reconocieron a 26 colaboradores de todo el país.

### Compromiso Ahora

- Orientados a reconocer trimestralmente a colaboradores, equipos y mandos medios que hayan demostrado un **compromiso frente a la consecución de los objetivos del Plan Ahora** y de los ejes de gestión.
- Puede ser utilizado por Directores y Gerentes sólo en los eventos o reuniones de Resultados.

### Protagonistas en equipo

- Orientados a **celebrar el logro en equipo** de un desafío o hito compartido frente a la consecución de los objetivos de los ejes de gestión.
- Puede ser utilizado por Directores, Gerentes y Jefes.

### El protagonista sos vos

- Orientado a reconocer a quien **se destaca por su actitud y por las acciones que exceden la responsabilidad de su puesto.**
- Puede ser utilizado por Directores, Gerentes y Jefes que deseen reconocer a un colaborador.



## Seguridad y Salud en el Trabajo

En el período reportado, la labor se concentró en evaluar las condiciones de trabajo, en particular dentro de los edificios de la empresa. Se evaluaron 130 edificios críticos (determinados así por sus funcionalidades) de Telefónica Fija y 56 edificios de Movistar Argentina. En estas actividades se evaluaron los desvíos encontrados y se elaboró un programa de mejora de las condiciones de trabajo que involucró en una primera etapa a 18 edificios. También se inició un programa de reparación y recambio de escaleras de repartidores, punto neurálgico de atención a las nuevas demandas tecnológicas.

### Programa de Concientización

Durante el año 2008 se realizó una campaña de prevención que tuvo como destinatario a la familia del trabajador. La campaña se denominó “La Seguridad empieza por Casa”, y todos los empleados recibieron una guía práctica para prevenir accidentes en el hogar. Con esta acción se espera que se incorporen hábitos preventivos en todos los ámbitos, tanto personales como laborales.

### Programa de capacitación, entrenamiento y formación

- Se continuó con el programa de capacitación en prevención de riesgos de acuerdo a la actividad laboral.
- Se capacitaron 6.500 personas, en 633 cursos presenciales

- Se implementó la modalidad *e-learning*, de la que participaron 1.300 alumnos
- Se focalizó en prevención de trabajos en el plantel exterior, actuación en la emergencia y prevención de enfermedades profesionales en *call center*.

### Entrenamiento de la organización para la emergencia:

Se ejecutó con excelentes resultados el programa actuación en caso de emergencias:

- Edificios alcanzados por simulacros de evacuaciones: 93 en Fija y 103 en Movistar.
- Personal involucrado en los ejercicios: 9.224 en Fija y 3.130 en Movistar (dato estimado no verificado).

El plan de capacitación llevada a cabo por Movistar Argentina respecto del necesario entrenamiento del personal para casos de emergencia alcanzó a 3.130 empleados (dato estimado no verificado).

### Mejora de procesos

Durante el año Movistar Argentina certificó en la norma de calidad de atención a clientes COPC. Dentro de esta certificación, los puntos referidos a Recursos Humanos obtuvieron el 100% de la puntuación requerida en la auditoría, lo cual condujo a desarrollar e implementar un enfoque estructurado de recursos humanos con foco en la calidad y rentabilidad.

Durante el año 2008 se llevaron a cabo dos procesos de Six Sigma en el área de liquidación de comisiones, con el fin de disminuir los ajustes sobre la remuneración variable de los vendedores y representantes

de atención personal. Como resultado se redujo el nivel de ajustes logrando alcanzar un 3,5% de ajuste mensual, planteándose como objetivo en la etapa de herencia llegar a un 2% de ajuste, alineado con los niveles de servicios esperados por el cliente. Paralelamente continuamos con el trabajo en mejora de atención y disminución de la demanda realizado en el six sigma del 2007 en la mesa de ayuda de RR.HH., logrando una disminución de la demanda en el orden de un 25%.

### Gestión de Consultas y Reclamos Cliente interno:

A través del canal RR.HH. +Cerca de Telefónica Fija:

Ingresaron 9.653 solicitudes entre Consultas y Reclamos, un promedio mensual de 804 solicitudes. Las áreas que más utilizaron este recurso para canalizar sus inquietudes son Red y Residenciales (las más distribuidas geográficamente). Las temáticas más frecuentes surgidas en el 2008, se relacionan con Mi Recibo de Haberes, Beneficios para el Personal, y Certificados.

La mesa de RR.HH. de Móviles (\*612) gestionó un total de 33.522 contactos, de los cuales el 94% fueron resueltos dentro de los plazos establecidos.

# Principios de actuación

En la Argentina se ha desarrollado el Manual de Convivencia el cual ha sido distribuido entre los empleados de Telefónica Fija y t-Gestiona.

La Oficina de Principios de Actuación está conformada por representantes de Responsabilidad Corporativa, Secretaría General, Auditoría Interna y Recursos Humanos, tanto de Telefónica como de Telefónica Móviles.

La reputación constituye uno de los principales activos de una compañía y cada una de las decisiones que se toman influye sobre ella. En este sentido, los Principios de Actuación (PdA) orientan de manera permanente a los colaboradores del Grupo Telefónica y son la guía ética para el desarrollo de sus tareas.

Son cuatro los principios generales que rigen el accionar de Telefónica:

- Honestidad y confianza
- Respeto por la ley
- Integridad
- Derechos Humanos

Estos principios están orientados hacia los distintos extremos humanos del Grupo Telefónica en la Argentina:

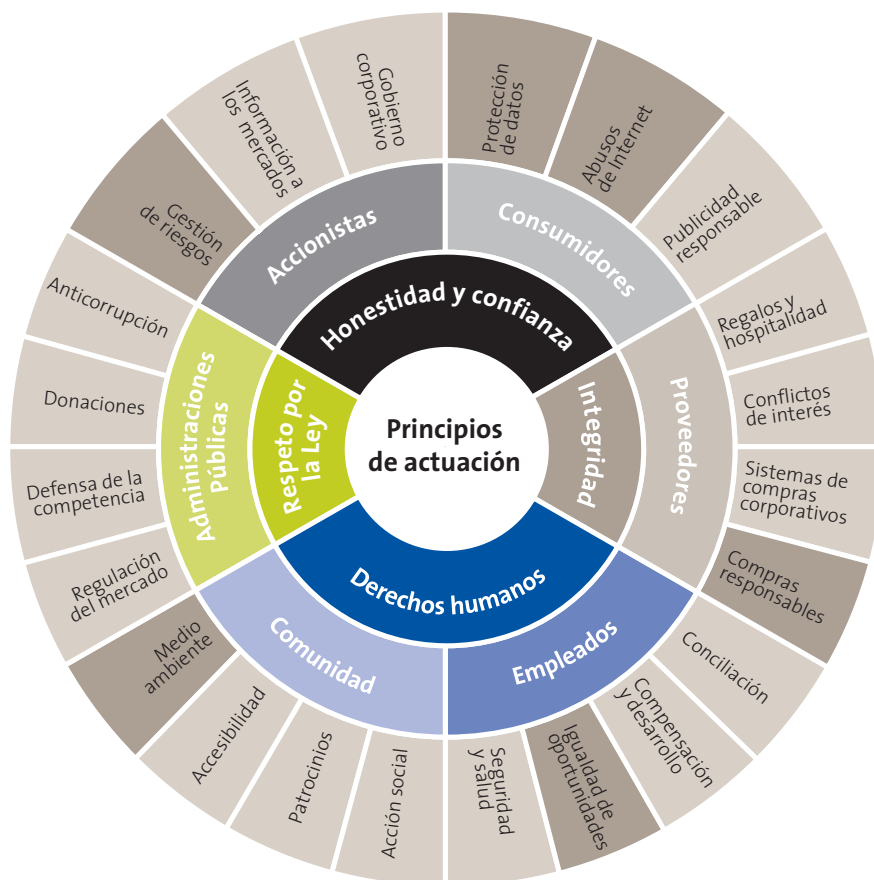
**A los empleados;** fomenta y gestiona su desarrollo, otorgándoles una retribución justa, rechazando cualquier tipo de forma de trabajo infantil o de modo forzado por amenazas, abuso o violencia, brindando siempre un entorno laboral seguro y saludable.

**Los clientes;** ofrece productos y servicios confiables e innovadores, asegurando que los mismos cumplen con todos los estándares de seguridad y calidad de fabricación, siendo honestos con información brindada, procurando que sea clara, útil y precisa en la comercialización.

**Los accionistas;** gestiona la Compañía de acuerdo a las mejores prácticas en materia de gobierno corporativo, creando valor haciendo uso eficiente de los activos, facilitando el acceso a la información relevante, estableciendo controles internos y colaborando con las auditorías e intervenciones externas.

**Los proveedores;** dispone de controles que eviten conflictos económicos en procesos de compra, garantizar igualdad de oportunidades para todos los proveedores promoviendo la leal competencia, adjudicando sobre la base de los criterios objetivos.

**La comunidad;** contribuye al progreso social, tecnológico y económico del país, implementando inversiones, generando empleo y mejorando la calidad de vida de todas las personas. También busca contribuir con organizaciones con fines de bien común,



## Telefónica S.A. aprobó una política sobre protección de datos para todo el Grupo

En septiembre de 2008, Telefónica S.A. aprobó la Política Corporativa sobre Protección de Datos de Carácter Personal para todo el Grupo cuyo fin es el de definir principios fundamentales, establecer procedimientos y niveles de protección esenciales. Esta política alcanza y se aplicará en las sedes de todos los países donde el Grupo opera. La norma gira en torno a determinados criterios esenciales:

- Forma de recolección de los datos,
  - Proporcionalidad cualitativa en función del destino de los datos.
  - Proporcionalidad cuantitativa de los datos en relación al ámbito y finalidades determinadas.
  - Veracidad de los datos.
  - Conservación limitada de los datos en función de su destino.
  - Seguridad física y lógica de los datos.
- Durante 2009 el Grupo está desarrollando

la normativa y reportará los avances durante el ejercicio del Informe de Responsabilidad Corporativa de 2009. En la Argentina, durante el período reportado no se registró ninguna reclamación por incumplimiento de la normativa de protección de datos y privacidad ante la autoridad competente, mientras fueron 2 las peticiones de información sobre clientes por parte de la autoridad.

estableciendo en cada acción el compromiso con el medio ambiente y su desarrollo sostenible.

### Oficina de los Principios de Actuación

Para cumplir y hacer observar los PdA, en Telefónica S.A. se ha creado la Oficina de Principios de Actuación Corporativa, integrada por las áreas corporativas de Recursos Humanos, Secretaría General y Jurídica, Auditoría Interna y Secretaría Técnica de Presidencia que tiene cuatro finalidades básicas:

- Divulgar los Principios de Actuación,
- Identificar e impulsar las políticas necesarias para su aplicación,
- Estudiar y dar respuesta a las quejas, dudas o sugerencias que pudieran ser planteadas, y llevar adelante el canal de denuncias.
- Informar, difundir y trasladar a las áreas afectadas, las pautas de conducta que deben primar y guiar las relaciones de Telefónica con carácter global y de manera integrada.

### Formación de Principios de Actuación

La implementación de los Principios de Actuación, está coordinada por la Oficina de los Principios, que se encarga de su divulgación y promoción y del seguimiento periódico de la observancia adecuada de los mismos. Con el objetivo de informar y crear conciencia de la necesidad de adoptar los Principios de Actuación como base para todo tipo de decisiones dentro de la empresa, se imparte a los empleados un curso online de

Formación sobre los Principios de Actuación, el cual otorgará a aquellos que superen dicha instancia un "certificado" o constancia. Al 30 de marzo de 2009, el 36% (5.288 usuarios) de la plantilla del Grupo Telefónica en la Argentina había finalizado el curso de formación.

#### Los principales objetivos del curso fueron:

- Dar a conocer la relación entre la Visión, los valores, y los Principios de Actuación de Telefónica.
- Explicar la importancia de los Principios de Actuación para Telefónica y sus grupos de interés.
- Indicar como benefician los Principios de Actuación a la imagen de marca, cultura y clima empresarial.

Se tratan a través de teoría, casos prácticos y ejercicios, de forma amena y muy interactiva.

### Oficina de los Principios de Actuación en la Argentina

Para lograr la correcta implantación y divulgación de los PdA se articularon oficinas similares en cada uno de los países. En Argentina está conformada por representantes de Responsabilidad Corporativa, Secretaría General, Auditoría Interna y Recursos Humanos, tanto de Telefónica como de Telefónica Móviles. Los que conforman la Oficina de los Principios de Actuación, son a su vez los responsables de implantar, difundir y aplicar los PdA en todas y cada una de las áreas del Grupo. La tarea de difundir se realiza a través de la Intranet y otros canales de comunicación interna. En mayo de 2008 se comunicó la

nueva versión con la modificación en el apartado "Respeto por la ley" un nuevo principio relativo a la información pública del Grupo, satisfaciendo así las obligaciones establecidas en la Ley Sarbanes-Oxley (recogidas hasta ahora en las normas de conducta para Financieros).

El nuevo principio permite refundir en un único texto todos los códigos de ética anteriormente existentes en el Grupo y seguir dando cumplimiento a lo exigido por la regulación norteamericana. Será la oficina de Telefónica S.A. la encargada de unificar los criterios rectores a utilizar para las respuestas de las consultas y eventuales denuncias que pudieran surgir. Los principios difundidos a los empleados desde el pasado año, constituyen una herramienta fundamental para la creación de una cultura común en todo el Grupo.

En 2008 se distribuyó el Manual de Convivencia junto al recibo de haberes, el cual es una de las políticas marco que ejemplifica la aplicación marco que ejemplifica la aplicación práctica de los Principios de Actuación. A través del Manual, la Compañía procura establecer las pautas concretas que los empleados deben seguir en el desempeño de sus actividades cotidianas y en las conductas esperables en la relación con los demás fortaleciendo el sentimiento de pertenencia a una organización ética y responsable. Finalmente, este canal de comunicación se fundamenta en cuatro premisas básicas: confidencialidad, exhaustividad, respeto y fundamentación.

## La transparencia constituye uno de los principios que rige el buen gobierno corporativo

En mayo de 2008 se aprobó la constitución en el Directorio de Telefónica de Argentina S.A. (Telefónica Fija), de una Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno.

Los principios que inspiran el gobierno corporativo del Grupo Telefónica en la Argentina, aprobados por el Directorio de Telefónica Fija y el Directorio de Telefónica Móviles Argentina en agosto de 2007, son: La maximización del valor de la compañía en interés de los accionistas. El papel esencial del Directorio en la dirección y administración de la sociedad. La transparencia informativa en las relaciones con los empleados, accionistas, inversores y clientes.

### El Directorio

Actualmente el Directorio de Telefónica Fija está compuesto por ocho directores titulares y seis directores Suplentes que son designados por la Asamblea de Accionistas. Por su parte, el Directorio de Telefónica Móviles está compuesto actualmente por tres directores titulares y dos directores suplentes que son designados por la Asamblea de Accionistas. En concordancia con los Principios de Actuación de las Compañías, cuando se produce la elección de los miembros del Directorio se vela para que no exista ninguna forma de discriminación. Las Compañías adoptan las medidas necesarias para asegurar que los Directores dispongan con antelación precisa de la información suficiente, específicamente elaborada y orientada para preparar las sesiones del Directorio y sus comisiones.

### Transparencia en la información

El Grupo en la Argentina publica sus últimos avances en materia de Buen Gobierno Corporativo y las comunicaciones de hechos relevantes en el sitio web <http://www.telefonica.com.ar/gobiernocorporativo>. Además, existe un área específica de atención a los accionistas e inversores, denominado Relaciones con Inversores, que atiende consultas e inquietudes que se canalizan a través de la siguiente página web: <http://www.telefonica.com.ar/corporativo/inversores/contacto.asp>

### Comisión de nombramientos, retribuciones y buen gobierno

El 6 de mayo del 2008, el Directorio de Telefónica Fija aprobó la constitución de una Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno. Esta comisión tendrá las siguientes características:

**a- Composición:** Estará conformada por tres o más Directores, la mayoría de los cuales debe reunir la condición de independientes, de acuerdo con las normas de la Comisión Nacional de Valores, quienes nombrarán a su presidente.

- b-** Entre sus principales competencias están:
- Comunicar de manera objetiva sobre las propuestas de nombramiento, reelección y cese de Directores y altos directivos de la Compañía y de sus sociedades filiales, evaluando las competencias necesarias de los candidatos que deban cubrir las vacantes.
  - Organizar y coordinar, junto al Presidente del Directorio, la evaluación periódica del Directorio.
  - Supervisar el cumplimiento de los códigos internos de conducta de la Compañía y de las reglas de gobierno corporativo asumidas por la misma, y vigentes en cada momento.

**c- Funcionamiento:** Se reunirá cada vez que el Directorio de la Compañía o su Presidente solicite la emisión de un informe o la aprobación de propuestas en el ámbito y competencias y siempre que, a juicio del Presidente de la Comisión, resulte conveniente para el buen desarrollo de sus funciones.



# Medio Ambiente

Telefónica no solo reporta las emisiones directas de dióxido de carbono sino también las originadas como impactos indirectos de su acción empresarial.

Durante 2008, Telefónica Fija realizó 24 estudios de impacto ambiental y Movistar Argentina, 189

**En el año se dio un impulso importante a la implantación del Sistema de gestión ambiental diseñado acorde a la Norma ISO 14001.**

El Grupo Telefónica sigue una política que establece líneas de acción en materia ambiental y de cambio climático de todas y cada una de sus unidades de negocio y empleados, ella es:

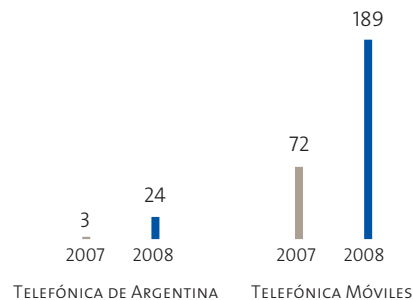
- 1 Garantizar el cumplimiento de la legalidad vigente y de todos aquellos compromisos voluntarios que Telefónica suscriba en materia de medio ambiente en los países en los que opera; y adoptar, de forma complementaria y conforme al principio de precaución, normas y directrices internas más restrictivas allí donde no existe un desarrollo de la legislación ambiental adecuado.
- 2 Implantar sistemas de gestión ambiental que prevengan y reduzcan los impactos negativos que las actividades e infraestructuras puedan causar sobre el medio ambiente, identificando y extendiendo las mejores prácticas en todo el Grupo.
- 3 Aplicar la mejora continua en toda la Compañía, mediante la evaluación sistemática y periódica del comportamiento ambiental a través de índices específicos, y el establecimiento de objetivos ambientales.
- 4 Hacer un uso sostenible de los recursos naturales, promoviendo la compra de productos cuyo origen y fabricación sean más respetuosos con el medio ambiente; minimizando el consumo de materias primas y la generación de residuos; y fomentando el reciclado, la recuperación de materiales y el tratamiento adecuado de residuos.
- 5 Transmitir a la cadena de suministro y proveedores de servicios los procedimientos y requisitos ambientales relativos a su actividad con Telefónica y asegurar el cumplimiento de los mismos.
- 6 Establecer los procesos necesarios para garantizar la comunicación, sensibilización y formación en materia ambiental de los empleados del Grupo.
- 7 Hacer público anualmente el comportamiento ambiental de la Compañía, incluyendo los indicadores más relevantes y los objetivos alcanzados.
- 8 Ayudar a combatir el cambio climático, a través de la reducción interna de emisiones de Gases de Efecto Invernadero, y el desarrollo de servicios y productos que contribuyan a que otros sectores puedan reducir sus emisiones.
- 9 Promover la creación de servicios de telecomunicación que contribuyan al desarrollo sostenible de la sociedad.
- 10 Trabajar con otras organizaciones en la búsqueda de modos de desarrollo más sostenibles.

consumo de recursos y materias primas. Dicha norma junto con otras de carácter interno establecen el modo en que la organización debe definir su política y objetivos en materia ambiental y así mantener bajo control, los impactos ambientales que deriven de su actividad. Este sistema será certificado por una entidad externa durante 2009.

## Control de las operaciones

En el 2008 se puso énfasis en realizar estudios de impacto ambiental que permitan conocer los impactos generados y tomar decisiones asertivas para trazar las mejores estrategias con el fin de minimizar o revertir dichos efectos en el medio ambiente.

## Estudios de impacto ambiental



## Impacto de las instalaciones

Durante el 2008 se implementó en Movistar el sistema de gestión ambiental según las pautas de la norma de Gestión Ambiental ISO 14001 como parte del compromiso para fomentar las mejores prácticas relacionadas con su despliegue de red y la eficiencia en el





## Consumo eléctrico (en Mwh)



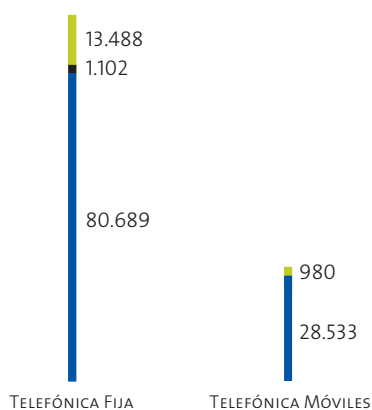
Es por ello que Telefónica Fija realizó 24 estudios de impacto ambiental y Movistar Argentina, 189, incrementando de manera sustancial el número de estudios realizados en el 2007.

Telefónica Móviles ha llevado a cabo en el 2008 iniciativas para tener control sobre el impacto ambiental de sus operaciones, por lo que ha ejecutado 126 mediciones de ruido, 423 mediciones de campos electromagnéticos (RNI) en sitios propios y 577 mediciones del mismo tenor en emplazamientos compartidos con otros operadoras.

## Diagnóstico ambiental 2008

	Argentina Fija	Argentina Móvil
Compromiso	😊	😊
Cumplimiento de requisitos legales	😐	😊
Control operacional	😐	😊
Sistema de Gestión Ambiental	😞	😊
Verificación Interna	😞	😊
Certificación Externa	😞	😞

## Emisiones de CO<sub>2</sub>



■ Emisiones indirectas (electricidad)  
 ■ Emisiones indirectas (otras)  
 ■ Emisiones directas

En toneladas de CO<sub>2</sub>

**Emisiones directas:** provenientes del consumo de combustible de la flota vehicular y combustible de las instalaciones de Telefónica para climatizar o grupos electrógenos.

**Emisiones indirectas (electricidad):** provenientes del consumo de energía eléctrica de oficinas e instalaciones de red.

**Emisiones indirectas (otras):** provenientes de desplazamientos en avión del personal de la Compañía.

## Residuos (datos en kg)

	2007	2008
Residuos urbanos	107.823	93.575
Residuos peligrosos	171.786	122.300

## Consumo de recursos

	2007	2008
Consumo de agua (miles de l)	1.935.222	1.216.852
Consumo de papel (en kg)	1.075.731	2.614.843

# Proveedores

En 2008 se definió un área nueva en la Dirección de RRHH, "Gestión de Terceros" para integrar a estos a la estrategia, políticas y planes de Recursos Humanos, dado que representan más de 50% de la fuerza laboral del Grupo.

El Grupo Telefónica en la Argentina trabaja con más del 94% de proveedores locales, cifra que se mantiene desde el año 2006

**El Grupo realizó, en septiembre de 2008, un encuentro con pequeños y medianos proveedores en donde se abordaron distintos temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial y los Principios de Actuación de la Compañía.**

Para el Grupo Telefónica, los proveedores son aliados en su actuar socialmente responsable. Es por ello, que las acciones desarrolladas durante el año 2008 se han orientado a promover buenas prácticas y divulgar los principios de actuación en su cadena de valor.

El modelo de compras de Telefónica (MCT) es un esquema de funcionamiento en la gestión de las compras orientado a la globalización y que, a su vez, da respuesta al factor local-país y a los enfoques específicos de los Negocios.

2007 las empresas Pymes contratadas alcanzaron un volumen aproximado de 1.300 proveedores y durante 2008 fueron 1.324 proveedores Pyme.

Como parte del plan de difusión de la Responsabilidad Social en la cadena de valor el Grupo Telefónica, en septiembre de 2008, realizó un encuentro con pequeños y medianos proveedores en donde se abordaron distintos temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial y los Principios de Actuación de la Compañía.

equipos de telecomunicaciones, servicios de instalación y/o mantenimiento de redes, productos de merchandising o actividades de telemarketing). Durante el 2008 se evaluaron 194 proveedores y se auditaron 9 de ellos.

- Gestión de Terceros: En 2008 se definió un área nueva en la Dirección de RR.HH., "Gestión de Terceros" para integrar a éstos a la estrategia, políticas y planes de RR.HH. dado que representan más de 50% de la fuerza laboral del Grupo en Argentina.

## Difusión de la Responsabilidad Corporativa para Pyme

El Grupo Telefónica en Argentina cuenta cada año con un número creciente de suministradores Pymes, es así que en el

## Iniciativas con la Cadena de Valor

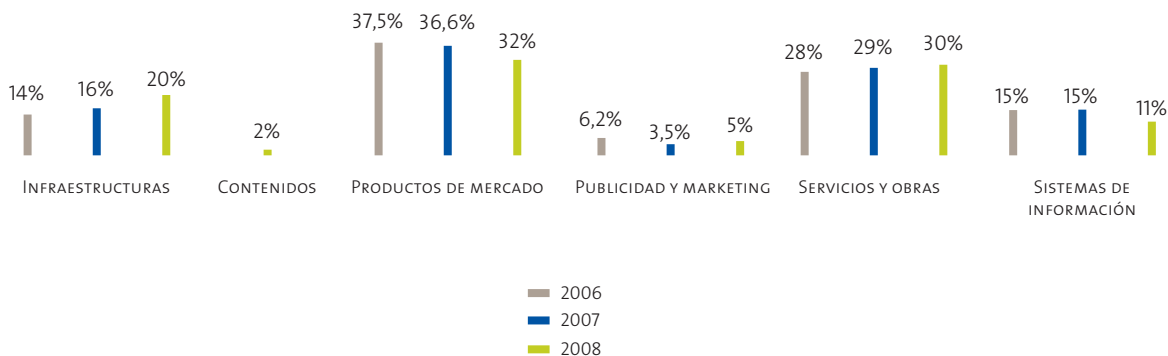
- Difusión de la Responsabilidad Corporativa para PYMES: sensibilización y capacitación en RC
- Evaluación de proveedores que suministran productos o servicios considerados de riesgo RC (terminales y

## Gestión de Compras

El Grupo Telefónica en la Argentina trabaja con más del 94% de proveedores locales, cifra que se mantiene desde el año 2006 y que demuestra la apuesta de la empresa por generar oportunidades de empleo y crecimiento para el país.

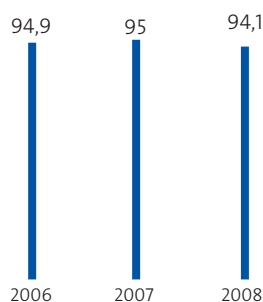
La responsabilidad corporativa en la gestión de compras fomenta la transparencia en los

## Distribución de compras por línea de producto

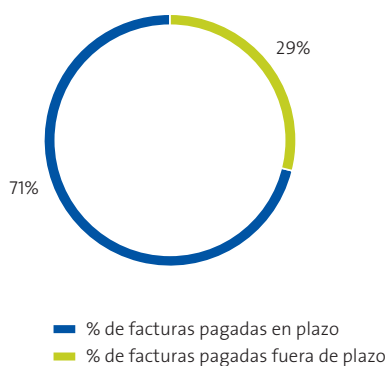




### Proveedores locales en porcentajes



### Puntualidad en el pago de facturas



procesos y el acceso equitativo a las oportunidades para generar relaciones comerciales satisfactorias entre los distintos actores del mercado.

En este sentido el Grupo Telefónica fomenta el uso del comercio electrónico a través de la plataforma global para el uso de los proveedores de la Compañía.

En la Argentina se ha dado un incremento anual significativo en las negociaciones y acuerdos formales establecidos a través del Internet.

En cuanto al pago de facturas la Empresa ha realizado esfuerzos en el 2008 para mejorar sus estándares de puntualidad en el pago a los proveedores: 71% de las facturas se pagaron dentro del plazo estipulado.

Durante el 2009 se seguirá trabajando para disminuir la cifra de facturas pagadas fuera de plazo.

### Modelo de compras

Modelo de compras	2006	2007	2008
Número de procesos de compra negociados por e-Sourcing	2.358	2.320	2.332
Número de procesos de compras negociadas por subastas	278	318	343
Número de acuerdos formales realizados electrónicamente con el proveedor	198	2.467	3.377

# Uso Responsable de las TIC's

El Grupo cuenta en la actualidad con una política que garantiza la seguridad en todos los procesos, tanto internos como los relacionados con el cliente.

Autorregulación, productos y servicios específicos, alianzas y educación son los fundamentos del uso responsable.

A partir de los resultados del Estudio Generaciones Interactivas, el Grupo Telefónica en la Argentina desarrollará nuevas herramientas de protección al menor.

## Protección al menor

La estrategia del Grupo Telefónica a nivel internacional para promover un uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías por parte de los menores se basa en cuatro pilares: autorregulación; productos y servicios específicos; alianzas y educación.

En la Argentina, se están desarrollando servicios para evitar exponer a los chicos a situaciones de riesgo cuando usan las tecnologías como Internet.

El producto Suite de Seguridad McAfee, dirigido a los clientes Speedy (para las velocidades más bajas con cargo y, a partir de 1MB, sin cargo), es un conjunto de herramientas donde se incluye una funcionalidad de control parental que permite configurar distintos perfiles de usuarios, limita contenidos, horarios de navegación y hace posible llevar un control exhaustivo de toda la actividad realizada en Internet por cada usuario (sitios accedidos, bloqueados, etc.).



Objetivos del Programa Generaciones Interactivas

1. **Conocer** con detalle el grado de uso y posesión de las tecnologías de la información y de la comunicación entre los niños y adolescentes de 6 y 18 años en Iberoamérica, y el impacto que este uso está teniendo en sus relaciones sociales y familiares.
2. Partiendo de información **ofrecer recursos** educativos que permitan a los agentes implicados en la educación de este grupo de edad (padres y profesores) entenderles mejor y sacar el máximo partido a la situación minimizando los posibles riesgos.
3. **Formar** a los formadores de la Generación Interactiva tanto en el uso de las tecnologías como en la enseñanza de éstas.

4. **compartir el conocimiento** adquirido con todos los agentes educativos implicados: niños, padres, docentes, académicos, investigadores, empresas y la sociedad en general.

5. **facilitar la colaboración** y compartición de experiencias entre todos los grupos antes mencionados.

En 2008, se desarrolló la segunda fase del proyecto (la tercera se hallaba aún en ejecución al cierre de este informe), del que ya participaron 179 escuelas, 3.197 alumnos de instituciones primarias y 4.809 de secundarias, lo que sumó un total de 7.603 niños y adolescentes.

En esta segunda etapa, la acción se concentró en la difusión del proyecto. Para ello, se elaboraron artículos para su newsletter, se hizo un constante mantenimiento del sitio web, y se crearon

## Generaciones interactivas

<http://www.generacionesinteractivas.org>

**Generaciones Interactivas (GI).** Se trata de un proyecto llevado a cabo por Fundación Telefónica de España, la Universidad de Navarra y *Civertice*, una iniciativa que aborda el estudio de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en comunidades escolares de niños y adolescentes de 6 a 18 años de Iberoamérica.





secciones nuevas. También se llevó a cabo la dinamización de su Foro y se publicaron de videos temáticos, con el fin de potenciar el sitio como espacio de comunidad, gestionar la participación de los alumnos y docentes involucrados en la investigación y generar las demandas de los usuarios a través del correo electrónico.

Además de buscar la sinergia con otras iniciativas de **EducaRed**, a través de la capacitación docente (Uso de blogs, Webquest, Uso Seguro de Internet, Taller de proyectos) y de foros con escuelas participantes, GI trabajó para la creación de un curso virtual sobre la temática específica.

Y, en forma adicional, GI dictó el curso de capacitación virtual “Primer Contacto”, para miembros del programa **Voluntarios Telefónica**. Esta capacitación estuvo destinada a dar a conocer el proyecto Generaciones Interactivas en Latinoamérica, informar y concientizar sobre la importancia del uso de las nuevas tecnologías en el aula y proporcionar consejos básicos de navegación en Internet para guiar a niños y adolescentes.

*El 20 de noviembre de 2008, coincidiendo con el Día Universal de la Infancia, se presentó en Buenos Aires el Libro del Programa: “La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas”*

Entre las conclusiones que se recogen en el Estudio se incluyen las siguientes:

- El 73% de los niños encuestados navega en solitario.
- Apenas un 10% de los menores tiene instalado en la PC de casa un filtro de contenidos.

- El 82,8% de los niños entre 10 y 18 años tienen teléfono móvil.

Para estos jóvenes, Internet es uno de sus medios preferidos, incluso aunque no dispongan de acceso a la red en casa, ya que multiplica las posibilidades de acceso y generación de contenidos y de comunicación con sus iguales. La Generación Interactiva es una generación enteramente “celularizada”, ya que el teléfono les acompaña en todas las facetas de su vida y relaciones sociales.

Para dar continuidad en el tiempo al proyecto con nuevas iniciativas, Telefónica, la UNAV y la Organización Universitaria Interamericana (OUI) constituyeron en 2008 el Foro Generaciones Interactivas, que está abierto a entidades públicas y privadas.

## Seguridad y Clientes

Telefónica cuenta en la actualidad con una política que garantiza la seguridad en todos los procesos, tanto internos como los relacionados con el cliente. En 2008, la Compañía desarrolló una tercera versión, alineada con las últimas indicaciones de la ISO 27000 y adaptada a la realidad actual de la empresa, caracterizada por una mayor presencia en Europa y un incremento constante del despliegue de servicios en Latinoamérica.

En paralelo, siguió desarrollando actividades de acuerdo con su Política de Uso Aceptable de los Servicios en Internet para el Grupo Telefónica, que abarca aspectos tales como el spam; los

contenidos de pornografía infantil; el secreto de las comunicaciones; el derecho de la propiedad intelectual; y la prevención de actividades de hacking, entre otras.

## La protección ante todo

El Grupo en la Argentina desarrolla servicios que garantizan procesos seguros cuando los usuarios navegan por Internet.

El producto Suite de Seguridad McAfee, dirigido a los clientes Speedy es un conjunto de herramientas donde que protege a las computadoras con acceso a Internet ante factores de riesgo como virus, piratas informáticos, etc. Asimismo, ofrece filtros de seguridad pues resguarda la privacidad de los usuarios y des sus familias.

# Hacia la Inclusión Digital

Telefónica trata de fomentar una sociedad inclusiva incrementando el acceso a las telecomunicaciones a los ciudadanos.

Contribuir a crear una sociedad inclusiva a través de las TICs es parte de la estrategia de responsabilidad corporativa definida por el Grupo Telefónica para 2008.



## Aulas Interactivas

El programa **Aulas Interactivas** está orientado a cubrir la falta de acceso a las tecnologías evitando los efectos colaterales, como ser: pérdida de oportunidad laboral, aumento de delincuencia, falta de bienestar que traen aparejado la discriminación y la exclusión social. Está destinado a alumnos de ciclo primario y secundario de escuelas públicas de todo el país, siendo prioritarias las de escaso o nulo acceso a Internet. También este programa contempla a instituciones educativas rurales y establecimientos de educación especial. “**Aulas Interactivas**” no sólo brinda el acceso a estas herramientas tecnológicas mediante la donación de equipos y de conectividad, sino que también contempla la capacitación virtual de docentes a través del portal **Educared Argentina** (<http://www.educared.org.ar>) –que lleva adelante **Fundación Telefónica**–, la capacitación presencial en cada institución de los alumnos a través de prácticas de navegación, búsqueda de información con un sentido crítico, simulación de cacerías en red, entre otros; y finalmente charlas exclusivas para padres. En todos los casos, el tema abordado es la responsabilidad en el uso y acceso de la información, para tal fin Telefónica este año presentó un informe pionero que refleja el consumo de niños y adolescentes ante las pantallas bajo el programa “Generaciones Interactivas”, un compromiso asumido por la Compañía para promover el uso responsable de las nuevas tecnologías.

Entre las iniciativas de Inclusión Digital se destacan:

### Iniciativas de Inclusión digital en la Argentina

Para reducir la brecha de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aula 365 <a href="http://argentina.aula365.com">http://argentina.aula365.com</a> Aula365 Speedy es un servicio de apoyo escolar que conecta gente con intereses comunes de aprendizaje</li> <li>Educared <a href="http://www.educared.org.ar">http://www.educared.org.ar</a></li> <li>“Aulas interactivas”</li> </ul>
Para reducir la brecha económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>“Puesto de trabajo informático”</li> <li>Productos prepago (fija y móvil)</li> </ul>
Para reducir la brecha de salud y discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Centro de intermediación para sordos</li> <li>MOVISTAR PARA TODOS: A través de esta iniciativa, se ofrecen Planes y Servicios pensados para resolver las necesidades específicas relativas a comunicaciones móviles, de personas con capacidades especiales. El propósito es favorecer la comunicación entre todos y por este motivo se trabaja buscando soluciones que faciliten el acceso y uso a la telefonía móvil de personas con discapacidades tanto visuales, como auditivas y del habla.</li> <li>Integrared: Educar para integrar <a href="http://www.educared.org.ar/integrared/">http://www.educared.org.ar/integrared/</a></li> </ul>

## Principales magnitudes de inclusión digital

### Brecha geográfica

Cobertura poblacional del servicio móvil	88,9%
--	-------

### Brecha económica

Clientes de servicios fijos control o prepago	1.006.000
Clientes móviles prepago	9.688.000
Teléfonos públicos	98.000





Cada año, el programa Aulas Interactivas, realiza la planificación estimativa de los recursos necesarios para su implementación y la selección de los establecimientos educativos propuestos por Telefónica de Argentina y por acuerdos con Municipios y Gobernaciones, priorizando en todos los casos aquellos con menores oportunidades de acceso a las nuevas tecnologías y escuelas que sean viables, desde lo tecnológico, para su implementación. Todas las escuelas son provistas en forma totalmente gratuita de una cuenta de acceso a Internet de banda ancha (ADSL) por un período de 3 años y, en los casos que sea necesario, se les instala un aula en red (PC, impresora, scanner, webcams, etc). Aulas Interactivas se inició en el 2001 junto con la introducción de las nuevas tecnologías de banda ancha para el acceso a Internet, una iniciativa de empleados del Grupo Telefónica que a través de sus conocimientos y el acceso a las tecnologías voluntariamente contribuyen al compromiso educativo. Desde entonces, participaron del programa más de 120.000 alumnos; se capacitaron a más de 800 docentes, se brindó una cuenta de ADSL para facilitar la



navegación por banda ancha que benefició a 311 instituciones educativas de 82 localidades en 13 provincias del país, de las cuales 98 recibieron la provisión e instalación del aula en red que contempla 3 computadoras con sus respectivas webcams y una impresora multifunción.

Durante el 2008, el programa Aulas Interactivas, alcanzó a 51 escuelas de todo el país que recibieron conexión de banda ancha por tres años y capacitación sobre el uso responsable de Internet. De este total fueron 35 las instituciones a las que se les instaló el aula en red.

Los certámenes propuestos para las escuelas participantes, en forma anual, contribuyen a ampliar horizontes de búsquedas y enriquecer las fuentes de conocimiento disponibles a través de las actividades de resolución grupal que propone el programa, procurando generar desafíos en los estudiantes mediante la búsqueda, validación y reconstrucción de la información extraída principalmente de la web y en el marco de situaciones de enseñanza genuina. Desde lo pedagógico, se estimula la hiperlectura, es decir la búsqueda de la información con un sentido crítico y su correspondiente validación. Como desafío a futuro, Aulas propone conformar una "Comunidad Educativa Virtual" de Escuelas Públicas, estimando poder alcanzar en los próximos tres años a 450 escuelas y a 175.000 alumnos aproximadamente.

## Integred: Educar para integrar

**Espacio dedicado a la promoción de una educación integradora e inclusiva, que busca favorecer el acceso de las personas con discapacidad a las nuevas tecnologías.**

En 2008, una de las acciones más destacadas, realizadas en el marco de este área, fue la organización y puesta en marcha de un buscador especializado de escuelas y organizaciones que prestan servicios a personas con discapacidad; de legislación actualizada; de procedimientos para realizar trámites. La herramienta incorporó, además, una agenda de eventos, cursos y afines relacionados con la temática; y artículos de profesionales y videos desarrollados por Integred.

Por otra parte, se lanzó el proyecto "Acceso para todos", en alianza con la organización CARE, que tiene por objetivo dotar de computadoras con adaptaciones para personas con discapacidad y personas mayores a diversos ámbitos públicos y privados que reciban público en general. En el marco de este proyecto, se armó una unidad de demostración de equipos adaptados el **Espacio Fundación Telefónica**, se entregaron dos computadoras con adaptaciones y se capacitó acerca del uso del lector de pantalla NVDA a personal de la Municipalidad de Luján.

En 2008, Integred – Educar para Integrar fue invitada a participar en la "Red de Iniciativas para la Inclusión de Personas con Necesidades Educativas Especiales", la Semana de la Educación Especial, organizada por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

# Acción social y cultural

Educared en 2008 tuvo un promedio mensual de 1.500.000 de visitantes y brindó un espacio para que 6,962 docentes de más de 1,700 escuelas se capaciten

El Grupo Telefónica en la Argentina invirtió 20,69 millones de pesos en acción social y cultural durante el 2008

Proniño extendió su cobertura en un 50% durante 2008

117.260 personas fueron beneficiadas por el trabajo social de 1.215 voluntarios que invirtieron 8.780 horas de servicio

El Grupo Telefónica está convencido del papel que cumplen las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la mejora de la educación y la promoción de la igualdad de oportunidades. Por ello, para elevar la calidad de vida de las personas es que emprende acciones sociales y culturales donde las TIC juegan un rol fundamental como promotoras de progreso de las personas.

Las acciones sociales del Grupo en la Argentina se desarrollan a través de:

- La Fundación Telefónica y de
- Patrocinios a iniciativas y actividades en educación, arte y cultura.

## Inversión del Grupo Telefónica en la Argentina

Inversión Fundación Telefónica	20.640.000
Inversión en Patrocinios	47.000
<b>Total</b>	<b>20.687.000</b>

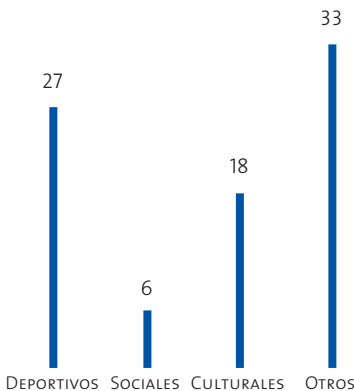
De este monto, el 87% corresponde a aportaciones económicas a los programas e iniciativas, mientras que el 13% está referido a costos de gestión.

## Fundación Telefónica

<http://www.fundacion.telefonica.com.ar>

Es la institución que desarrolla la acción social y cultural de Telefónica y emprende proyectos cuyo eje prioritario son la educación y el acceso a la cultura por parte de la sociedad en general. Presente en la Argentina desde 1991, trabaja a través de

## Patrocinios 2008



programas que potencian el proceso educativo mediante la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Su estrategia se soporta en cinco líneas de actuación:

- **EducaRed**, para contribuir con la calidad de la educación a través del uso de TIC
- **Proniño**, programa cuyo objetivo es contribuir a erradicar el trabajo infantil por la vía de la escolarización
- **Forum**, que impulsa la investigación y la generación del conocimiento en el entorno de la Sociedad de la Información;
- El programa de **Voluntarios Telefónica**, que busca canalizar el espíritu solidario de los empleados del Grupo Telefónica en la Argentina
- El **programa de Arte y tecnología** cuyo foco es la gestión del patrimonio artístico, histórico y tecnológico del Grupo utilizando el Arte como herramienta de apoyo a la educación.

**educared**

## Educared

<http://www.educared.org.ar>

Es el portal educativo de la **Fundación Telefónica** destinado a promover la inclusión de las nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información (TICs) en las escuelas, con el propósito de enriquecer las prácticas de la enseñanza, favorecer el aprendizaje y contribuir a la calidad de la educación.

En la Argentina, **Educared** está presente desde 2002. Su accionar se apoya sobre el portal de Internet que lleva su mismo nombre, donde pueden seguirse todas sus líneas de actuación, acceder a contenidos especializados y utilizar herramientas

## Una red para integrar

En 2008, por segundo año consecutivo, Educared recibió el "Premio al Emprendedor Solidario" que otorga el Foro Ecuménico Social, en reconocimiento por la labor a favor de una educación inclusiva que realiza través de IntegraRed, el área de la web Educared destinada a la formación de personas con discapacidades.

La iniciativa "IntegraRed – Educar para Integrar" fomenta el conocimiento objetivo de la realidad de las personas con discapacidad, promueve el respeto por las diferencias y favorece la igualdad de oportunidades en el acceso a la información y las nuevas tecnologías.



pensadas para la tarea pedagógica y el trabajo colaborativo *online*; no obstante, el alcance del programa va más allá de la gran Red de Redes a través de una intensa agenda de formación y actividades de encuentro y debate dirigidas a docentes, alumnos e instituciones.

Tanto en su formato virtual como presencial, las propuestas de **Educared** se dirigen a toda la comunidad educativa, con un especial énfasis en los educadores y alumnos pertenecientes a la Educación General Básica, Educación Secundaria Básica, nivel Secundario/ Polimodal, Educación Especial e Institutos de Formación Docente.

Su accionar incluye, en muchas de sus iniciativas, la articulación con el sector público, privado y social; un hecho que se

plasma a través de valiosas alianzas como las que tuvieron con las siguientes entidades, organismos y empresas: Centro de información y noticias referentes al sector educativo (es el único portal especializado que renueva diariamente su información), el portal **Educared** organiza sus contenidos, así como sus propuestas de formación y actividades presenciales, en cinco nodos conceptuales, con objetivos de actuación bien delineados y diferenciados.

Ellos son:

- Comunidades virtuales
- Enseñanza en Foco
- Infancia en Red
- Integrared: Educar para integrar
- Tecnología en las Aulas

Durante 2008 este portal educativo tuvo un promedio mensual de 1.500.000 de visitantes y brindó un espacio para que 6.962 docentes de más de 1.700 escuelas pudieran capacitarse en el uso de la tecnología en el aula y articular proyectos colaborativos.

En 2008, Educared redobló sus esfuerzos en lo que respecta a facilitar e impulsar la incorporación de las TIC en las prácticas de enseñanza, tanto a través de los contenidos e instancias de capacitación virtual como mediante la firma de convenios con ministerios de educación de las provincias, y la participación de actividades y ferias dirigidas a docentes y estudiantes como “San Luis Digital” y “Entre Docentes”, esta última organizada por el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y Expo Argentina Educativa.

## Algunos proyectos

### Aulas Hospitalarias

Es una red de atención educativa dirigida al niño hospitalizado. Surgió por iniciativa de Fundación Telefónica, en España. Allí se desarrollaron las primeras experiencias para luego extenderse hacia los distintos países de Latinoamérica donde EDUCARED está presente. El proyecto contempla la instalación de computadoras de escritorio y *laptops*, así como conectividad *WI-FI* (Speedy), para conformar un aula móvil hospitalaria donde los niños internados pueden continuar con sus clases mientras reciben tratamiento. El programa también la donación de los materiales educativos y los recursos humanos necesarios para su funcionamiento.

En 2008, se diseñó, implementó y desarrolló el curso en línea “*La pluridimensionalidad del rol docente en el contexto hospitalario y las nuevas tecnologías*”, destinado a profundizar y optimizar el quehacer del docente hospitalario, domiciliario o del área especial. Contó con la participación de 140 docentes de Argentina y de otros países. Como resultado, en el blogs de los docentes de la capacitación, se creó una sección que presenta las producciones finales de los participantes de la iniciativa y está disponible para su consulta *online*.

Entre otras novedades, en el sitio web de este proyecto se abrió la nueva sección “Espacio para compartir” que presenta los relatos de experiencias de escuelas hospitalarias del programa. Además, la iniciativa se presentó en las “Jornadas Nacionales de Escuelas Hospitalarias”, realizadas en el Hospital Garrahan, y de las cuales participaron más de 300 docentes de todo el país, y en las “IV Jornadas Nacionales de Escuelas Hospitalarias y Domiciliarias”.

En el marco del proyecto se programaron y realizaron visitas a hospitales, escuelas hospitalarias y se mantuvieron entrevistas con referentes de la especialidad. Además, se dictó una capacitación presencial en escuelas hospitalarias, sobre la integración de los recursos tecnológicos con los curriculares; y se realizó un *weblog* para escuelas hospitalarias con participación de docentes y niños.

### Programa Parques y Escuelas Interactivas

Programa educativo, inédito en la Argentina, que vincula a través de nuevas tecnologías a docentes, alumnos, guardaparques e investigadores de Parques Nacionales y escuelas aledañas. A partir de una alianza estratégica de Telefónica y Fundación Telefónica, Microsoft y la Fundación Bajo la Cruz del Sur, la iniciativa se propuso trabajar inicialmente con 13 escuelas rurales y 13 parques nacionales en red para desarrollar un proyecto orientado a la defensa y puesta en valor del patrimonio natural y cultural de nuestro país.

En 2008, se inició la segunda etapa del proyecto –lanzado en 2007–, a través de la cual se amplió la cantidad de escuelas y sedes alcanzadas, ofreciendo dotación tecnológica a otras 9 escuelas públicas. Cada una de las instituciones que se sumaron al programa recibió un aula informática (equipada con tres computadoras, impresora, webcam y scanner) y conectividad gratuita de banda (conexión satelital). Además, los docentes de las escuelas y los guardaparques de las respectivas áreas naturales protegidas recibieron una capacitación, en la Ciudad de Buenos Aires, sobre el uso de las nuevas tecnologías.



Las nueve escuelas incorporadas en el año 2008 fueron:

**Misiones:** Escuela Especial N° 27 y Escuela N° 722

**Tucumán:** Escuela 365 "Jorge Sánchez Morales" - Piedra Grande

**Salta:** Escuela N° 4560 "San Pedro Apóstol" - Los Toldos, y Escuela 4156 "Prof. Néstor Acosta"

**Jujuy:** Escuela de Alternancia de Valle Grande

**San Luis:** Escuela N° 137 "J. M. Ojeda" - Paraje Hualtarán

**Córdoba:** Escuela Centro Educativo "Arturo Pagliari" - Puesto Pedernera - Punilla

**Neuquén:** Escuela Provincial N° 58 - Paraje Ruca Choroí

## Proniño

<http://www.pronino.com.ar/>

En 2008 Proniño incrementó en un 50% sus beneficiarios

Proniño es el programa emblemático de la acción social del Grupo Telefónica que tiene como finalidad prevenir y erradicar progresivamente el trabajo infantil en 13 países de Latinoamérica. En la Argentina, esta iniciativa –ejecutada por la Fundación Telefónica y Movistar– logró extender su cobertura a 9.000 niños, niñas y adolescentes, es decir, un 50% más que el año anterior (6.000 beneficiarios). Su misión es contribuir con la prevención y erradicación progresiva del trabajo infantil, que vulnera los derechos de los niños/as y adolescentes, a través de acciones integrales en red que benefician al niño, su familia, la escuela y la sociedad, apoyándose en la

**pronino**

fortaleza territorial y las capacidades tecnológicas del Grupo Telefónica en Argentina.

En este año Proniño logró extender en forma significativa su alcance geográfico pasando de 41 a 63 sedes de proyecto. Esta meta pudo ser lograda gracias al esfuerzo desplegado junto a las 31 Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) con las que trabaja.

## Aulas Fundación Telefónica - Sinergia con Proniño

En 2008, Educared se sumó a los esfuerzos de Proniño en la prevención y progresiva erradicación del trabajo infantil, aportando su conocimiento para contribuir con la labor del pilar del programa que trabaja sobre la mejora de la calidad educativa en zonas afectadas por la problemática.

El proyecto, que recibió el nombre de "Aulas Fundación Telefónica", busca fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje a través de compartir con docentes y miembros de comunidades afectadas por el trabajo infantil lo que las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) pueden aportar, tanto en el aula como en la sociabilización de la comunidad y la difusión de la temática.

Durante 2008, se procedió al diseño y conformación final del proyecto, y se mantuvieron reuniones con autoridades provinciales, municipales y de los centros educativos, vinculados con el programa Proniño, donde funcionarán estas aulas. A través de la iniciativa, se proveerá de un laboratorio de informática y conexión a Internet. Educared brindó, por su parte, las primeras capacitaciones a los docentes que estarán encargados de dinamizar el trabajo pedagógico en estos ámbitos.

## Educared en Números:

### Portal EducaRed en Internet

Nº total de usuarios registrados en el portal	19.515
Nº total de suscriptores al boletín electrónico	21.037
Nº total de visitas	19.027.501
Nº total de visitantes únicos	13.698.928
Nº total de páginas consultadas	76.106.718

### Certámenes, concursos y actividades interactivas

Nº total de certámenes / concursos <i>on line</i> organizados	12
Nº total de participantes	9.520
Nº total de trabajos presentados	373

### Formación *on line* y presencial

Nº total de cursos de formación <i>on line</i> desarrollados	35
Nº total de cursos de formación presencial desarrollados	56

### Nº total de cursos de formación desarrollados

Nº total de participantes <i>on line</i> formados	5.317
Nº total de participantes presencial formados	2.560
<b>Nº total de participantes formados</b>	<b>7.877</b>
Nº total de horas de formación <i>on line</i> impartidas	150.000
Nº total de horas de formación presencial impartidas	64.880
<b>Nº total de horas de formación impartidas</b>	<b>214.880</b>

### Participación en otros proyectos de EducaRed

<b>Nº total de otros participantes</b>	<b>6.660</b>
--	--------------

A través de acciones integrales y en red, que benefician al niño, su familia, la escuela y la comunidad, Proniño busca aportar conocimiento y herramientas, trabajando de la mano con ONGs a través de iniciativas enfocadas en esta problemática y articulando con instancias del Estado, para transformar una realidad que hoy infringe los derechos de millones de chicos en la Argentina.



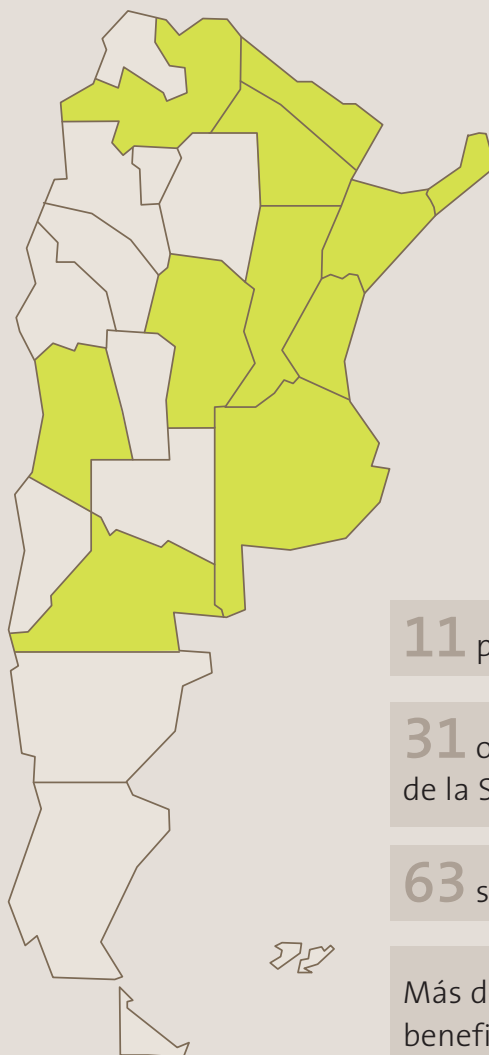
#### Una salida mediante la escolarización

Proniño basa su compleja intervención en tres ejes estratégicos:

- **Protección integral:** El objetivo es desvincularlos del entorno laboral. Atiende a los niños y niñas y a su entorno familiar y comunitario, generando condiciones para que los chicos permanezcan en la escuela.
- **Calidad educativa:** Además de mejorar las infraestructuras de los centros, Proniño utiliza las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para lograr la inclusión digital de los más pequeños y de todo su entorno, como única vía para asegurar oportunidades reales de desarrollo y un acceso digno al mundo laboral.
- **Fortalecimiento socio-institucional:** Se encarga de garantizar la sostenibilidad a largo plazo del programa, mediante el desarrollo de estrategias institucionales como:
  - Generación y divulgación de conocimiento sobre el trabajo infantil y su impacto en los niños, sus familias y la comunidad.
  - Sensibilización social e institucional para promover compromisos de actuación.
  - Fortalecimiento de los actores que deben implicarse en el combate contra el trabajo infantil.
  - Creación de redes de intervención y prevención que puedan hacerse cargo del problema.

Proniño cuenta, además, en Argentina, con el apoyo y el asesoramiento de organismos especializados en la problemática del trabajo infantil, tanto nacionales como

#### Proniño en la Argentina



Salta  
Formosa  
Chaco  
Santa Fe  
Misiones  
Corrientes  
Entre Ríos  
Córdoba  
Buenos Aires  
Mendoza  
Río Negro

11 provincias

31 organizaciones  
de la Sociedad Civil

63 sedes de proyectos

Más de 9.000  
beneficiarios del Programa





internacionales, estos últimos representados por los equipos de las oficinas que tienen en el país.

- Comisión Nacional de Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI).
- Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM)
- UNESCO
- UNICEF

## Voluntarios

<http://www.voluntariadocorp.org.ar/>

A diciembre de 2008, 117.260 personas fueron beneficiadas por el trabajo de 1.215 voluntarios que invirtieron 8.780 horas de servicio.

Voluntarios Telefónica es el programa de voluntariado corporativo del Grupo Telefónica. Se trata de una “red humana interconectada”, constituida voluntariamente por las personas que trabajan en las empresas del Grupo Telefónica, con el fin de realizar acciones de interés social, en forma proactiva y en concordancia con los valores de la compañía. En la Argentina, el programa dio sus primeros pasos en noviembre de 2000. Desde entonces, se han realizado 780 proyectos, y se han incorporado a sus filas voluntarios pertenecientes a 20 provincias argentinas y a todas las unidades de negocio y empresas del Grupo Telefónica. El programa es considerado uno de los pilares estratégicos del accionar de la Fundación Telefónica en Argentina y ha beneficiado a más de 117.000 niños, jóvenes y adultos mayores en condiciones de vulnerabilidad y con necesidades básicas insatisfechas, como así también por personas con discapacidad, durante sus más de ocho años de vida.

### Principios y estrategias adoptados para alcanzar los resultados

El programa Voluntarios Telefónica cuenta, en la Argentina, con tres pilares fundamentales que lo sustentan:



### Capacitaciones presenciales y en línea

En 2008, con la colaboración de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), se formaron a 36 voluntarios para brindarles las herramientas necesarias para el uso eficiente de los recursos y de una adecuada formulación de proyectos sostenibles, que abarquen las distintas cuestiones sociales relacionadas con educación, salud, promoción social, discapacidad, cultura, brecha digital y deporte.

Durante este período se realizaron en total 91 proyectos con una inversión de 671.480 pesos, entre los que se pueden mencionar: provisión de bibliotecas y juegotecas, mejoras edilicias, provisión de mobiliario, micro emprendimientos, apoyo escolar, fortalecimiento institucional, actividades culturales y recreativas.

Uno de los puntos innovadores del programa en la Argentina se basa en que toda su gestión se realiza a través de Internet. La presentación de proyectos se da en forma exclusiva a través del portal del programa, bajo el consejo experto de los responsables de la iniciativa que guían a los

voluntarios desde Fundación Telefónica. El sitio cuenta con formularios online para cada uno de los grupos de proyectos y permite una ordenada y transparente presentación, seguimiento y gestión de cada uno de los emprendimientos.

### Voluntarios profesionales interconectados

En 2008, se aprobaron 780 proyectos. Este substancial incremento es un indicador de la pertinencia y profesionalismo de los proyectos presentados por los voluntarios año a año.

Los empleados que participan del programa se organizan en nodos geográficos con el fin de facilitar la comunicación y la interrelación de los voluntarios que integran el programa en cada una de las unidades de negocio y empresas del Grupo a las que pertenecen. Por cada una de ellas, los voluntarios cuentan con un coordinador próximo a su ámbito de actuación.

El esquema actual comprende 10 nodos: Bahía Blanca, Buenos Aires, Centro, Cuyo, La Pampa, Mar del Plata, Neuquén, Noreste, Noroeste y Patagonia. A diciembre de 2008, el programa cuenta con 51 coordinadores voluntarios, agrupados en seis comités de trabajo: Comité de Emergencias, Comité de Comunicación, Comité Internacional, Comité de Campañas, Comité de Capacitación y Comité de Evaluación de Proyectos.

Este sistema de trabajo interconectado ha permitido ampliar el área de cobertura y trabajar en red, optimizando así las horas dedicadas por los voluntarios de cada área; durante el año se completaron 8.780 horas invertidas en proyectos sociales.

### Alianzas con ONG

Para llevar adelante los distintos emprendimientos, los voluntarios se asocian con organizaciones sociales inmersas en la problemática que desean abordar. El aporte de las ONG's radica en una visión realista y documentada acerca de las necesidades a solventar en la





sociedad. A diciembre de 2008, unas 725 organizaciones participan de distintas iniciativas que forman parte del programa.

## Premio

En 2008, el programa Voluntarios fue galardonado junto a la Asociación Civil AMAR con la distinción a la “Responsabilidad Social Comunicativa”, en la categoría “ONG’S y empresas”, por el proyecto de certificación de calidad bajo normas ISO 9001 implementado por voluntarios en el hogar de día de la institución. La distinción se otorga desde 2004 a partir de una iniciativa del periodista Guillermo Petrucci y cuenta con el padrinazgo de Juan Carr, el presidente de la Red Solidaria. El galardón tiene como premisa principal premiar a empresas, ONGs y medios de comunicación con actuaciones destacadas en temas relativos a la solidaridad y el bien público, incentivando la comunicación de estas prácticas como modo vinculante entre quienes la propician y sus destinatarios.

## Espacio Fundación Telefónica

**E S P A C I O**  
Fundación Telefónica

Los avances tecnológicos que se han producido en los últimos tiempos, no solo han estimulado una serie de

cambios sociales, sino que han abierto un abanico de posibilidades para la creación artística pues se han convertido en un soporte de su expresión.

Espacio Fundación Telefónica (EFT) se ha convertido en sus seis años de funcionamiento en un activo participante de la vida cultural y artística de la Argentina, y en el referente en la difusión de la producción artística basada en las nuevas tecnologías.

El EFT, que cuenta a su vez con una mediateca, un laboratorio multimedia y una sala de videoconferencias como para Visitas Guiadas Virtuales, trabaja a través de 4 actividades principales.

- **Exposiciones**
- **Educación**
- **Extensión Cultural**
- **Publicaciones**

Durante 2008 Espacio Fundación Telefónica logró concitar el interés de 16.000 visitantes que tuvieron acceso a exposiciones y talleres diversos relacionados al arte, la educación y las tecnologías.

De esta manera, la Fundación Telefónica estimula el encuentro, la reflexión y el intercambio entre los distintos sectores de la cultura en torno a la aproximación entre el arte y las nuevas tecnologías mediante la investigación, la producción de obras o la difusión de proyectos culturales de este tipo.



## Nueva estructura de proyectos Voluntarios Telefónica

### Cercanía con Comunidades Educativas

En 2008, el monto total afectado a esta categoría fue de \$ 240.000. Dicho dinero fue destinado a 30 proyectos sociales, siendo asignada a cada uno de los proyectos la suma de \$ 8.000 en promedio. Algunos de los proyectos desarrollados en 2008 fueron:

**“Murales para integrar”.**  
**“Alfabetización Digital para la tercera edad”.**  
**“Pizarra Digital”.**

### Concurso Nacional de Proyectos Sociales

En el marco de esta categoría de proyectos, se asignó un total de \$ 150.000, para la ejecución de 15 iniciativas ganadoras en el “V Concurso Nacional de Proyectos Sociales”, desarrollado en 2008

### Proniño

En esta categoría se tiene por finalidad apoyar la concreción de proyectos sociales que se desarrollen en organizaciones del programa Proniño, iniciativa de Fundación Telefónica que busca prevenir y erradicar progresivamente el trabajo infantil.

### Campañas

Los miembros del programa Voluntarios Telefónica también respondieron solidariamente a las necesidades derivadas de emergencias sociales o naturales puntuales. Las mismas son convocadas desde el programa a través de los coordinadores. Durante 2008 se realizaron las siguientes campañas: inicio de clases, Día del Niño, Navidad, etc.

# Diálogo

Las opiniones, aportes y sugerencias extraídos de estas experiencias redundarán en la mejora de los contenidos y organización de futuros Informes y el desarrollo de los encuentros.

El Grupo Telefónica organizó tres experiencias de diálogo, dos de ellas exclusivamente para empleados y sindicatos.

A los tradicionales paneles de diálogo multi-stakeholder sobre el Informe de RC, el pasado año, se sumaron nuevas experiencias mono-stakeholder y on line.

En la estrategia RC 2.0 planteada por la Compañía a nivel global, el diálogo con los grupos de interés gana peso para convertirse en una herramienta de crecimiento. Durante 2008, el proceso de diálogo avanzó en Latinoamérica y en líneas generales, se intensificó la tendencia a tratar temas concretos, de interés para las partes y/o incluidos en las agendas públicas. El objetivo es profundizar en aspectos más específicos y alcanzar conclusiones que de otra manera no se debaten. Por otro lado, se realizaron acciones para incluir a los empleados en estas consultas, grupo éste que agrega gran valor a los resultados.

extraídos de estas experiencias redundarán en la mejora de los contenidos y organización del Informe y el desarrollo de los encuentros.

Por otro lado, durante mayo de 2008 se realizaron tres sesiones de un panel con los sindicatos CEPETEL, FOETRA y FOESITRA donde se presentaron los Principios de Actuación y se identificaron aspectos positivos, aspectos a mejorar y sugerencias. La organización, convocatoria y desarrollo de los paneles de diálogo realizados por el Grupo Telefónica de Argentina el 2008 muestran una práctica que ya ha alcanzado un grado de consolidación importante y que se vio reflejado en el clima logrado en ambos encuentros así como en la fluidez del diálogo logrado con los participantes.

## Diálogos en la Argentina

En la Argentina, el Grupo organizó dos paneles de diálogo básicamente para obtener feed back acerca del Informe de Responsabilidad Corporativa. Un primer encuentro reunió a sus stakeholders locales y fue realizado en la ciudad de Buenos Aires, el 17 de octubre de 2008. En este espacio de debate participaron del encuentro 11 personas, representantes de los diversos grupos de interés de la compañía. De la misma manera, se organizó adicionalmente un segundo espacio de diálogo exclusivamente con representantes de los empleados, realizado también en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires el 20 de octubre de 2008. Participaron del encuentro 14 empleados representantes de las unidades de negocios del Grupo. Las opiniones, aportes y sugerencias

## Balance de gestión responsable

El modelo de gestión de la RC en la compañía está ligado a indicadores sobre el impacto social y el cumplimiento de los principios de actuación que rigen sus acciones

### Impacto Económico

Ingresos (miles de pesos)	12.893.000
Pagos a Administraciones Públicas (miles de pesos)	2.507.000
Pagos a empleados (miles de pesos)	1.409.000
Inversiones en Infraestructuras (miles de pesos)	1.616.000
Volumen de compras adjudicadas (miles de pesos)	4.953.000

### Empleo

Número total de empleados	21.550
% mujeres	43
Horas promedio de formación por empleado	37

### Clientes<sup>1</sup>

Número total de clientes (miles)	20.727
Número total de reclamaciones por facturación (miles)	2.497
Cuota de mercado Banda Ancha	33
Cuotas de mercado de accesos fijo	48,2
Cuota de mercado de accesos móviles	34,6
Cobertura poblacional del servicio móvil (%)	88,9
% acceso prepago móvil	65,3

### Medio Ambiente y despliegue de redes

Residuos equipos electrónicos (Kg)	506.330
Emisiones CO <sub>2</sub> Indirectas (de toneladas equivalente)	110.324
Emisiones CO <sub>2</sub> Directas (de toneladas equivalentes)	14.469

### Proveedores

Número total de proveedores adjudicatarios	1.510
--	-------

### Sociedad

Total inversión social (miles de pesos)	20.687
Niños Beneficiarios programa Proniño	9.000

<sup>1</sup> Total de clientes en base a información interna. Incluye acceso mayoristas.

## INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE (VERIFICACIÓN) DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2008 DEL GRUPO TELEFÓNICA EN ARGENTINA.

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

### Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 del Grupo Telefónica en Argentina (en adelante, Telefónica), disponible en [www.telefonica.com.ar/rc08](http://www.telefonica.com.ar/rc08), y su adaptación conforme a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), para el perímetro de Telefónica Argentina.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Argentina.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión limitada de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

### Procedimientos realizados

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección Corporativa, así como a la de las diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Realización de entrevistas con directivos y personal de las áreas de Responsabilidad Corporativa de Telefónica, S.A. y una selección de directivos y personal clave de las líneas de negocio de telefonía fija y de móviles de Argentina. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Responsabilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en las estrategias de las entidades.
2. Revisión de información relevante, tal como las actas de las reuniones del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. o las actas de las reuniones celebradas por la Comisión de Recursos Humanos y

Reputación Corporativa, en las que se han tratado asuntos relacionados con la Responsabilidad Corporativa.

3. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.
4. Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
5. Comprobación selectiva de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

Los procedimientos aplicados para cada indicador se detallan en la Tabla de Indicadores GRI que se adjunta a continuación y que forma parte integrante de este Informe, habiéndose obtenido para cada uno de ellos documentación soporte correspondiente.

### Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

### Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 de Telefónica contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3)
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).

En esta hoja se recogen los principales procedimientos y conclusiones de nuestra verificación; el contenido íntegro del presente informe de revisión, junto con las recomendaciones y detalle de los procedimientos de verificación aplicados a los indicadores GRI G3 se encuentra en: [www.telefonica.com.ar/rc08](http://www.telefonica.com.ar/rc08)

# Retos 2009

En el año 2009, Telefónica mantiene su compromiso con la sociedad fijando sus objetivos sobre la base de su estrategia de RC

## Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación

Continuar con la formación sobre Principios de Actuación y la promoción de prácticas de diálogo con empleados.

Desarrollo e implementación de políticas y normativas basadas en los Principios de Actuación.

Potenciar la continuidad del diálogo con los grupos de interés y trasladar conclusiones al negocio.

Desarrollo de un sitio web de Uso Responsable de las TIC por los niños y los adolescentes.

Desarrollo de una intranet de Responsabilidad Corporativa

## Clientes

Implantación de la Política de Publicidad Responsable

Ampliar el diálogo con los organismos de defensa del consumidor y las distintas asociaciones vinculadas con la temática. Realizar un panel de diálogo con las mismas.

En el marco de los procesos de mejora continua, incrementar los niveles de satisfacción del cliente.

## Empleados

Consolidar la relación de confianza con los sindicatos que permita gestionar la reconversión de la organización sin mayores conflictos.

Establecer un modelo organizacional acorde a los desafíos del negocio

Garantizar la sustentabilidad del negocio a través de equipos talentosos.

Estar entre las 10 mejores empresas para trabajar en la Argentina

Simplificación en los procesos

## Proveedores

Continuar con la difusión de los PdA y realización de auditorías en materia de gestión de RRHH y Seguridad Social en caso de detectarse “proveedores de riesgo”

## Sociedad

Continuar desplegando proyectos para la reducción de las brechas económicas, educativas, tecnológicas, de empleabilidad, y de salud y discapacidad.

Profundizar el Programa Proniño.

Mejora de la Reputación percibida por el Público General.

## Medio Ambiente

Realizar el análisis de la situación local en función de la implantación del Sistema de Gestión Ambiental Global.

Difundir la contribución del Sector de las TICs al Cambio Climático



# Informes

La Compañía da cuenta del grado de cumplimiento de sus objetivos y presenta sus retos adquiriendo compromisos específicos para el próximo ejercicio

## Telefónica publica Informes de Responsabilidad Corporativa en 17 países

Para garantizar la materialidad de la información y la rigurosidad, se apoya en la verificación externa, siguiendo los parámetros más exigentes del mundo: GRI y AA1000AS.

Adicionalmente, el Grupo aplica la metodología LBG, modelo para la gestión, medición y comunicación de la contribución social a la comunidad.

## Informes de Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica en la Argentina



2004  
✓ GRI



2005  
✓ GRI



2006  
✓ GRI  
✓ AA1000  
[www.telefonica.com.ar/rc/2006](http://www.telefonica.com.ar/rc/2006)



2007  
✓ GRI  
✓ AA1000  
[www.telefonica.com.ar/rc/2007](http://www.telefonica.com.ar/rc/2007)



2008  
✓ GRI  
✓ AA1000  
[www.telefonica.com.ar/rc08](http://www.telefonica.com.ar/rc08)

El Grupo Telefónica en la Argentina publica en [www.telefonica.com.ar/rc08](http://www.telefonica.com.ar/rc08) la versión ampliada del Informe de RC 2008.

✓ Tipo de verificación  
GRI: Global Reporting Initiative  
AA1000: estándar AA1000AS (AccountAbility).

## Informes locales de Responsabilidad Corporativa en los países



Alemania<sup>1</sup> (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS  
✓ LBG



Centroamérica<sup>2</sup> (desde 2006)  
✓ GRI (G3)



Ecuador (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



México (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



República Checa<sup>3</sup> (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ LBG



Argentina (desde 2004)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



Chile (desde 2003)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



España (desde 1999)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



Perú (desde 2003)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



Venezuela (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS

✓ Verificación 2008  
1 Informes on line.  
2 Incluye El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá.  
3 Informe Anual



Brasil (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



Colombia (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS



Irlanda (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS  
✓ LBG



Reino Unido<sup>1</sup> (desde 2006)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS  
✓ LBG



Informe corporativo (desde 2002)  
✓ GRI (G3)  
✓ AA1000AS  
✓ LBG





[www.telefonica.com.ar](http://www.telefonica.com.ar)

## Grupo Telefónica en la Argentina

Resumen Ejecutivo

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

[www.telefonica.com.ar/rc08](http://www.telefonica.com.ar/rc08)

Para cualquier comentario sobre este informe, por favor, diríjase a:  
[responsabilidadcorporativa@telefonica.com.ar](mailto:responsabilidadcorporativa@telefonica.com.ar)

