



TELECOM



REPORTE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

2009

En un mundo donde la tecnología gana relevancia día a día, somos conscientes de la contribución que la industria de las telecomunicaciones realiza en nuestro país y en el mundo.

Brindamos 22 millones de accesos, con 16,3 millones de clientes móviles, 4,4 millones de líneas en servicio de telefonía fija y 1,3 millones de suscriptores de Internet. Ofrecemos soluciones integradas a empresas grandes, medianas y pequeñas; al Estado Nacional, a las provincias y a los municipios; y proveemos servicio a operadores nacionales e internacionales.

Empleamos a más de 15.000 personas en forma directa; nos relacionamos con más de 2.700 proveedores y dialogamos con el sector público, el sector privado y la sociedad civil.

Somos protagonistas de la evolución económica y social de la Argentina de los últimos 20 años. Es nuestro compromiso comprender y satisfacer las expectativas de los grupos de interés con los que nos relacionamos. Por ello, hace tres años decidimos poner en marcha un modelo de gestión de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE), que se incorpore a la estrategia del Grupo Telecom, integrando las mejores prácticas de gestión frente a las demandas de nuestra comunidad.

Durante 2009, hemos logrado y nos permitimos destacar algunos ejemplos que son prueba de nuestro avance:

- *Seguimos consolidando la cobertura de la red 3G e integramos los servicios de la web 2.0 en el mundo móvil.*
- *Fuimos protagonistas de la inauguración de la Red de Teletrabajo, un ámbito de cooperación público-privada para promover esta nueva práctica de trabajo en la Argentina, que contribuye a conciliar la vida laboral y personal de los empleados.*
- *Nos posicionamos como referentes en inversión social privada en educación, con programas enfocados en la inclusión y mejora educativa a través de la incorporación de nuevas tecnologías en la escuela, formando docentes y acortando la brecha digital en el aula.*
- *Pusimos en marcha distintas acciones en pos de un tratamiento amigable con el medio ambiente: el reciclado de baterías de celulares en desuso; la construcción de nuestro primer edificio verde; el lanzamiento de la factura digital en Telecom Personal; y el inicio de actividades de un comité interdisciplinario dedicado al ahorro del consumo energético.*

Para dar cuenta de nuestros avances en la gestión de la Responsabilidad Social Empresaria, utilizamos los indicadores propuestos por la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global. Además, rendimos cuentas del cumplimiento de los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, presentando este reporte como Comunicación para el Progreso.

Tal como lo destaca el Pacto Mundial, deseamos internalizar la RSE en la cultura, operación y gestión de la Compañía. Promovemos la sustentabilidad como valor corporativo y como factor de competitividad, no sólo internamente, sino también en nuestra esfera de influencia.

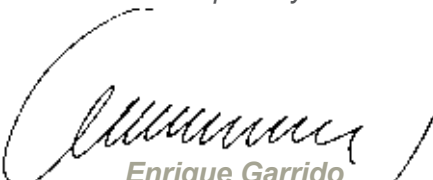
Tenemos muchos desafíos por delante y confiamos en que los alcanzaremos gracias a la capacidad humana, social, profesional y tecnológica que nos ha caracterizado a través de los 20 años de vida como Compañía.

Seguiremos compitiendo en los distintos segmentos del mercado de las telecomunicaciones, invirtiendo en infraestructura de red y en nuestra gente, evolucionando para conectar a la Argentina a la era digital, brindando soluciones innovadoras, abriendo nuevas puertas al conocimiento y al desarrollo, y promoviendo el uso responsable de la tecnología.

Celebramos patrióticamente los 200 años de nuestra Nación, festejamos con alegría los primeros 20 años de Telecom Argentina S.A. y, como siempre lo hemos hecho, seguiremos avanzando con objetivos claros para lograr el bienestar económico, social y ambiental de nuestra empresa y de nuestra comunidad.

Buenos Aires, Agosto de 2010




Enrique Garrido
Presidente

Es un orgullo presentar nuestro tercer Reporte de Responsabilidad Social Empresaria, correspondiente al período 2009.

Hace tres años, Telecom Argentina comenzó a incorporar la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) como un modelo de gestión en la organización. Definimos nuestros compromisos sociales y ambientales con los distintos públicos con los que nos relacionamos. Luego, acordamos los ejes rectores para avanzar. Y, finalmente, comprendimos que la sustentabilidad es un valor corporativo y un factor de competitividad.



Convocamos a un grupo de profesionales de las distintas áreas del Grupo Telecom para formar el Comité Operativo de RSE. Este equipo realizó una tarea importante al documentar la evolución de la gestión de RSE de Telecom Argentina, y colaboró en la definición de los desafíos futuros.

El Reporte informa, de manera clara y transparente, nuestro desempeño económico, social y ambiental, con prácticas, testimonios, desafíos y expectativas.

Sabemos que nuestros productos y servicios contribuyen a acortar las brechas comunicacionales y sociales. Creemos que la alfabetización digital es un camino para el desarrollo. Confiamos en educar para un uso responsable y positivo de las nuevas tecnologías. Adherimos a los principios de cuidado ambiental, derechos humanos, calidad en el empleo y lucha contra la corrupción, tal como lo establece el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Y, de esta manera, buscamos traducir en nuestro comportamiento y en nuestras acciones, aquellos valores corporativos que nos orientan.

Agradecemos a todos y cada uno de los que colaboraron para publicar este documento, e invitamos a ustedes, lectores, a que completen la encuesta de opinión para ayudarnos a avanzar en el camino de la responsabilidad y de la sustentabilidad.

La Responsabilidad Social Empresaria es un proceso de mejora continua. En este aprendizaje, nos guía la convicción de avanzar hacia una gestión sustentable, que beneficie a la empresa, a sus públicos, al entorno y a la sociedad en su conjunto.

Buenos Aires, Agosto de 2010

Mariano Cornejo
Director de Comunicación y Medios

1. INTRODUCCIÓN AL REPORTE DE RSE 8

1.1. Acerca del Reporte	9	
1.2. Selección de contenidos	9	
1.3. Etapas de elaboración del Reporte	17	

2. PERFIL DE LA EMPRESA 18

	2.1. El Grupo Telecom	19	
	2.2. Segmentos del negocio y empresas del Grupo Telecom	23	
	2.3. Principales indicadores económicos, sociales y ambientales	23	
	2.4. Nuestros valores	25	
	2.5. Gobierno corporativo	26	
	2.5.1. Código de Conducta y Ética Empresaria	30	
	2.6. Desarrollo organizativo	30	

3. NUESTRO MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 32

3.1. Herramientas y actores en el modelo de gestión de RSE	34	
3.2. Declaración de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom Argentina	35	
3.3. Nuestros grupos de interés	38	
3.4. Alianzas estratégicas en RSE	39	

4. COMPROMISO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS: AVANCES 2009 Y DESAFÍOS 2010 40

5. EMPLEADOS 50

5.1. Principales indicadores de Capital Humano	51	
5.2. Bienvenidos al Grupo Telecom	54	
5.3. Proceso de selección	55	
5.4. Desarrollo profesional	55	
5.5. Gestión del desempeño	56	
5.6. Equilibrio en Acción	57	
5.7. Comunicación interna	58	
5.8. Comité de Diversidad	60	
5.9. Red de Voluntarios	60	
5.10. Acciones solidarias en los contact centers de Telecom Personal	66	
5.11. Formación de nuestra gente	67	
5.12. Beneficios para nuestra gente	68	
5.13. Compensaciones	69	
5.14. Relaciones laborales	69	
5.15. Salud y seguridad	71	

6. INVERSORES 76

	6.1. Cancelación de la deuda financiera de Telecom Argentina	78	
	6.2. 15 años de cotización en la Bolsa de Nueva York	78	
	6.3. Comunicación con nuestros inversores	79	

7. CLIENTES 82

7.1. Telefonía Fija, Residencial y Negocios	85
7.2. Telefonía Móvil-Personal	92
7.3. Internet-Arnet	103
7.4. Solución Grandes Clientes	109
7.5. Wholesale Nacional	111
7.6. Wholesale Internacional	112

8. PROVEEDORES 114

8.1. Canales de diálogo con proveedores	116
8.2. Difusión del Código de Conducta entre nuestros proveedores	117
8.3. Optimización del proceso de selección y evaluación de proveedores	118
8.4. Control en salud, seguridad y medioambiente a proveedores	118
8.5. Evaluación de proveedores (Vendor Rate)	118

9. COMUNIDAD 120

9.1. Canales de diálogo con la comunidad	121
9.2. Educar para la era digital	122
9.2.1. TELECOM-Profesores para el Futuro	123
9.2.2. Senti2 Conecta2	124
9.3. Educación y tecnología	128
9.3.1. Campaña Internet en Familia	128
9.3.2. "Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Discusiones y opciones de política educativa"	129
9.3.3. Donaciones de equipamiento y materiales	129
9.4. Educación e inclusión social	130
9.4.1. Centros Pescar	130
9.4.2. Tecnología para Todos	134
9.4.3. Alianza con la Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER)	135
9.4.4. Proyecto Nexos	135
9.4.5. Escuelas del Bicentenario	136
9.4.6. Arte en las Escuelas	138
9.5. Recepción de requerimientos externos	139
9.6. Telecom y la cultura	140
9.6.1. Campaña de Igualdad de Género	140
9.6.2. Personal y la música	141
9.7. Telecom y el deporte	142
9.8. Otras actividades con la comunidad	143
9.9. Aliados en el trabajo con la comunidad	144
9.10. Acciones de Núcleo S.A. con la comunidad en Paraguay	145

10. MEDIOAMBIENTE 148

10.1. Acuerdo sobre redes y comunicaciones móviles	149
10.2. Reciclado y gestión de residuos	150
10.3. Uso racional de energía	155
10.4. Certificación del Green Building Certification Institute	156
10.5. Emisiones de gases efecto invernadero	158
10.6. Sensibilización y concientización ambiental	158

11. COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO. PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS 160

12. INDICADORES GRI 162

13. SIGAMOS COMUNICADOS 171



1. INTRODUCCIÓN AL REPORTE DE RSE

1.1. Acerca del Reporte

Presentamos nuestro 3^{er} Reporte de Responsabilidad Social Empresaria (en adelante, *el Reporte*), en el que comunicamos las actividades desarrolladas por el Grupo Telecom en materia económica, social y ambiental durante el ejercicio 2009. El alcance de la información publicada se centra principalmente en nuestras operaciones realizadas en la Argentina y en Paraguay.

De esta forma, avanzamos en el proceso de rendición de cuentas a nuestros grupos de interés -empleados, clientes, inversores, proveedores, comunidad, sector público y la sociedad en su conjunto-, con el fin de brindar cada año mayor información, con indicadores cuantitativos que reflejen la evolución de nuestra gestión de RSE.

Para la elaboración del Reporte, seguimos los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (en inglés, Global Reporting Initiative —GRI—) y los suplementos sectoriales para la industria de las telecomunicaciones, adaptando sus indicadores y protocolos a la realidad de la empresa y de la región. Este año el porcentaje de respuestas a indicadores GRI fue un 19.05% mayor que en el Reporte de RSE 2008, y se mantuvo el Nivel de Aplicación C.

A su vez, con esta publicación, damos cuenta del cumplimiento de los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en concepto de Comunicación para el Progreso (COP) 2009.

1.2. Selección de contenidos

En 2009 seguimos avanzando con el proceso de selección de contenidos clave a comunicar en el Reporte. Para ello, realizamos nuevas actividades, que nos permitieron profundizar el análisis de materialidad, principio de la Guía G3 de GRI.

Este año se consolidó la labor de un grupo representativo de todas las áreas de Telecom (coordinado por la Gerencia de RSE), denominado **Comité Operativo de RSE**. Este grupo es responsable de recopilar la información incluida en este documento y de establecer los desafíos futuros. El Comité está conformado por integrantes que poseen amplia experiencia en el desarrollo de las operaciones del negocio y un entendimiento profundo de la industria de las telecomunicaciones, y fueron designados por los máximos responsables de cada área del negocio.

En su labor, el Comité seleccionó 16 temas clave a incluir en este Reporte, y aportó de este modo su conocimiento sobre los grupos de interés con los que la organización tiene un vínculo directo. Estos temas sirvieron como base para el diálogo con referentes externos de RSE, para mejorar la calidad del Reporte.

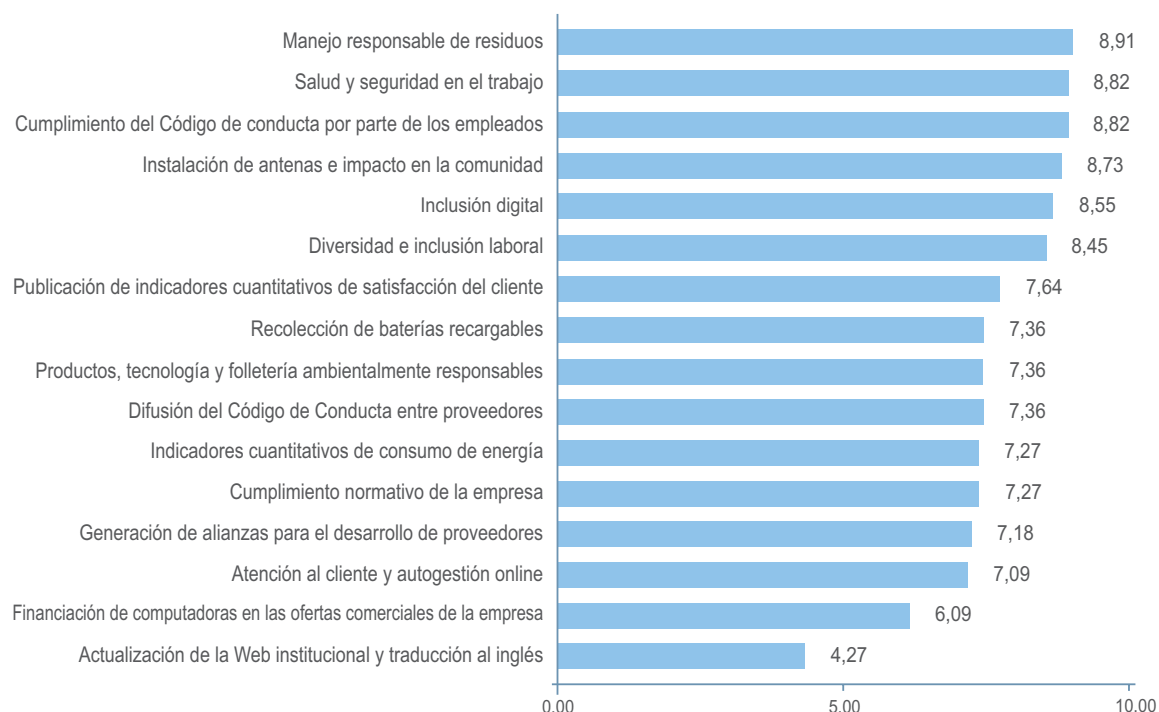
En marzo de 2010 realizamos un diálogo presencial con 12 referentes de RSE, de los ámbitos académico y privado, siguiendo los principios del estándar AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AccountAbility), con el objetivo de escuchar activamente sus opiniones y sugerencias sobre el Reporte 2008. En esa oportunidad relevamos 23 expectativas, a las que respondemos en este documento. A su vez, publicamos las expectativas que surgieron en el proceso de elaboración del Reporte anterior, que no fueron realizadas en su totalidad, e indicamos su estado de cumplimiento.



En el encuentro con referentes externos, realizamos un ejercicio en el que los participantes clasificaron, con una puntuación del 1 al 10, los 16 temas seleccionados previamente por el Comité Operativo de RSE, que se muestra en el gráfico a continuación.

El tema que recibió la mayor puntuación por su importancia como cuestión de RSE fue el manejo responsable de los residuos (8,91/10), seguido de la salud y seguridad en el trabajo (8,82/10) y, en tercer lugar, el Código de Conducta para empleados (8,82/10).

Selección de temas clave por parte del Comité Operativo de RSE y su ponderación por parte de los referentes externos de RSE



“La inclusión digital consiste en garantizar el acceso a computadoras y conectividad a todos aquellos que hoy no lo tienen. Son las herramientas necesarias para aprender las nuevas formas de relacionamiento y comunicación que propone esta sociedad de la información, pero fundamentalmente para poder construir el conocimiento necesario para mejorar nuestras vidas y la de nuestra comunidad. El uso significativo de la tecnología es lo que inaugura la igualdad de oportunidades. Es en este sentido que la tecnología puede favorecer la inclusión social y la educación para el futuro.”

Carolina Aniño, Fundación Equidad

Resultados del diálogo con referentes externos de RSE en marzo de 2010

Tema	Expectativas relevadas	Respuestas de Telecom Argentina	
		A implementar en este Reporte	A evaluar para los futuros Reportes de RSE
Lectura	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrar un equilibrio entre la información cuantitativa y los contenidos cualitativos, para lograr un producto interesante, que resulte atractivo para el lector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajamos en la comunicación de resultados cuantitativos, buscando un balance con la descripción cualitativa de las actividades de RSE. 	
Extensión	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir la extensión del Reporte con la utilización de mayor cantidad de cuadros, gráficos, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nos enfocamos en redactar de forma más concisa, apoyándonos en cuadros y gráficos explicativos. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Incluir páginas de Internet, donde el lector pueda ingresar para obtener mayor información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporamos las direcciones de Internet que complementan la información reportada. 	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Incluir más indicadores cuantitativos para una mejor rendición de cuentas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agregamos mayor cantidad de tablas y gráficos con datos numéricos sobre la gestión de RSE. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer el porcentaje de papel reciclado en relación con el consumido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportamos la relación porcentual entre papel consumido y papel reciclado. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Detallar más información sobre antenas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incluimos una sección sobre este tema en el capítulo de medioambiente. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer qué se hace con respecto al reciclaje de baterías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicamos estas acciones en el capítulo de medioambiente. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar datos cuantitativos de Capital Humano: diversidad, salud y seguridad, género y clima laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumamos a la explicación cualitativa los datos de 2009. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar datos cuantitativos sobre la gestión de medioambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicamos mayor cantidad de resultados de nuestro desempeño ambiental. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Incluir más información de la gestión de RSE en la Cadena de Valor (proveedores). 	<ul style="list-style-type: none"> • Se brinda un capítulo sobre proveedores, que detalla el avance de la RSE en la Cadena de Valor durante 2009. 	<ul style="list-style-type: none"> • Durante 2010, tenemos previsto un primer encuentro formal de diálogo con un conjunto de proveedores de la Compañía.
	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer mención a las cuestiones de gobierno corporativo, dentro del capítulo de inversores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Indicamos el link de la Memoria Anual de la empresa, que hace referencia a estos temas. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar todas las acciones que realiza Telecom en materia de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporamos, en el capítulo de clientes, algunas actividades y herramientas utilizadas. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar en las cuestiones clave de RSE de Telecom en la carta introductoria al Reporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporamos, en la carta, los principales destacados y desafíos de la empresa en materia de RSE. 	

Resultados del diálogo con referentes externos de RSE en marzo de 2010

Tema	Expectativas relevadas	Respuestas de Telecom Argentina	
		A implementar en este Reporte	A evaluar para los futuros Reportes de RSE
Credibilidad	• Comunicar “errores y aprendizajes” como áreas de oportunidad a futuro.	• Incluimos las oportunidades de mejora en el proceso de elaboración del Reporte.	
	• Incluir, en el futuro, indicadores cuantitativos en los desafíos.		• Trabajaremos en incorporar objetivos cuantitativos y en reportar sus resultados.
Diseño	• Mejorar el diseño de tapa para darle más fuerza visual.	• Cambiamos el diseño de la tapa, buscando imágenes características de nuestra gestión de RSE.	
	• Encontrar el equilibrio entre texto, fotos y recuadros.	• Modificamos el diseño, disminuyendo la preponderancia de imágenes.	
	• Referenciar las fotografías publicadas en relación con los contenidos.	• Las imágenes elegidas están vinculadas a los contenidos expuestos.	
Formato	• Crear un formato digital del Reporte. • Realizar un resumen del Reporte.		• Analizaremos la posibilidad de realizar un resumen impreso y de comunicar el Reporte completo en formato digital.
	• Buscar distintos formatos según el público al que se apunte.		• Buscaremos crear nuevas herramientas de comunicación adaptadas a los diferentes públicos.
	• Imprimir el Reporte con alguna imprenta que certifique FSC (<i>Forest Stewardship Council</i>). Tal vez, se podría usar un papel un poco más delgado o con algunas páginas menos.	• Se incorporó esta variable al requerimiento técnico del proceso de contratación, para la impresión de este reporte.	

Nota: en el cuadro de expectativas del diálogo, también se incluyeron expectativas surgidas de encuestas respondidas por escrito.



Expectativas relevadas en el Reporte 2008 y su estado de avance

Tema	Expectativas	Respuesta publicada en Reporte 2008	Seguimiento de respuesta
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> Incluir más información sobre lo siguiente: Temas sensibles de Telecom y de la industria. 	<ul style="list-style-type: none"> En los futuros Reportes, evaluaremos la posibilidad de incluir contenidos específicos sobre las cuestiones relativas al sector de las telecomunicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Ampliamos el capítulo de medioambiente y el de clientes, comunicando aspectos de la gestión ligados al negocio de las telecomunicaciones.
	<ul style="list-style-type: none"> Antenas. 	<ul style="list-style-type: none"> Profundizaremos la información sobre las antenas y sus impactos sociales y ambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> Incluimos una sección especial sobre las antenas en el capítulo de medioambiente.
	<ul style="list-style-type: none"> Asociaciones de consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> Analizaremos la posibilidad de incorporar información sobre consumo responsable en futuros Reportes. 	<ul style="list-style-type: none"> Existe una relación continua con las asociaciones de consumidores a través del área de Gestión con Organismos de Defensa del Consumidor (Dirección de Marco Regulatorio de Telecom Argentina).
	<ul style="list-style-type: none"> Tecnología para la base de la pirámide. 	<ul style="list-style-type: none"> En 2009 haremos una investigación interna sobre negocios inclusivos en la industria. 	<ul style="list-style-type: none"> En 2010, tenemos prevista la presentación de los resultados de esta investigación.
	<ul style="list-style-type: none"> Datos de discapacidad, diversidad y rotación. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluaremos la posibilidad de incluir datos cuantitativos sobre la rotación de personal y sobre personal con discapacidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Incorporamos nuevos datos de rotación de personal por región, edad y género.
	<ul style="list-style-type: none"> Evaluar la posibilidad de verificar externamente el Reporte con algún grupo de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluaremos las diferentes opciones que existen para la realización de verificación externa, y la relevancia de la implementación en nuestro futuro Reporte. 	<ul style="list-style-type: none"> Seguimos evaluando la posibilidad de una verificación externa para futuros Reportes.
Formato y distribución	<ul style="list-style-type: none"> El Reporte debería ser un resumen ejecutivo para mostrar cómo se comunicó la empresa con cada grupo de interés. Hacer un Reporte para cada grupo de interés, y luego uno digital con toda la información completa, con la opción de la versión interactiva on-line. 	<ul style="list-style-type: none"> Analizaremos la posibilidad de realizar un resumen impreso y de comunicar el Reporte completo en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> Se evaluará innovar en formatos en Reporte 2010 y en futuros reportes.
	<ul style="list-style-type: none"> Enviar un e-mail a los empleados con el link del Reporte. Comunicar el Reporte a través de la revista interna de Telecom. Usar todos los canales de comunicación para hacer conocer el Reporte. Tener en cuenta la difusión del Reporte en el interior del país. 	<ul style="list-style-type: none"> Estaremos evaluando presentaciones del Reporte en las distintas provincias del país donde opera Telecom. 	<ul style="list-style-type: none"> Distribuimos el Reporte a los empleados a través de los canales de comunicación interna y, específicamente, en el marco del Programa de Desarrollo de Mandos Medios.

Opiniones sobre el Reporte 2008



Opiniones de referentes externos de RSE que participaron del diálogo

- La información es fácil de encontrar dentro del Reporte.
- El Reporte es de lectura ágil.
- El Reporte es más esquemático que el anterior.
- La extensión del Reporte sigue siendo un poco larga.
- “Muy buena la inclusión sobre temas relacionados con los empleados de la empresa”.
- Es positiva la inclusión de la sección Desafíos y Resultados.
- “Excelente diseño. Notable cambio positivo con respecto al Reporte anterior”.
- “Muy bueno el diseño, con una estructura más amigable que facilita la búsqueda de información”.
- “El diseño de tapa falló al intentar incluir demasiadas imágenes”.
- “Muy buenas las fotos vinculadas a los programas con la comunidad”.

Opiniones expresadas en la encuesta final del Reporte de RSE 2008

- “Es muy estimulante, para personas que trabajamos en organizaciones sociales, ver en forma directa y tangible la gran inversión que realizan en su propio capital humano, y el compromiso tan fuerte y diversificado que tienen con distintas organizaciones de la sociedad civil y del Estado”.
- “Muy completo todo lo vinculado a la estructura organizacional y reportes financieros de la empresa”.
- “En poco tiempo lograron un Reporte legible y agradable”.
- “Muy claro y ameno para la lectura”.

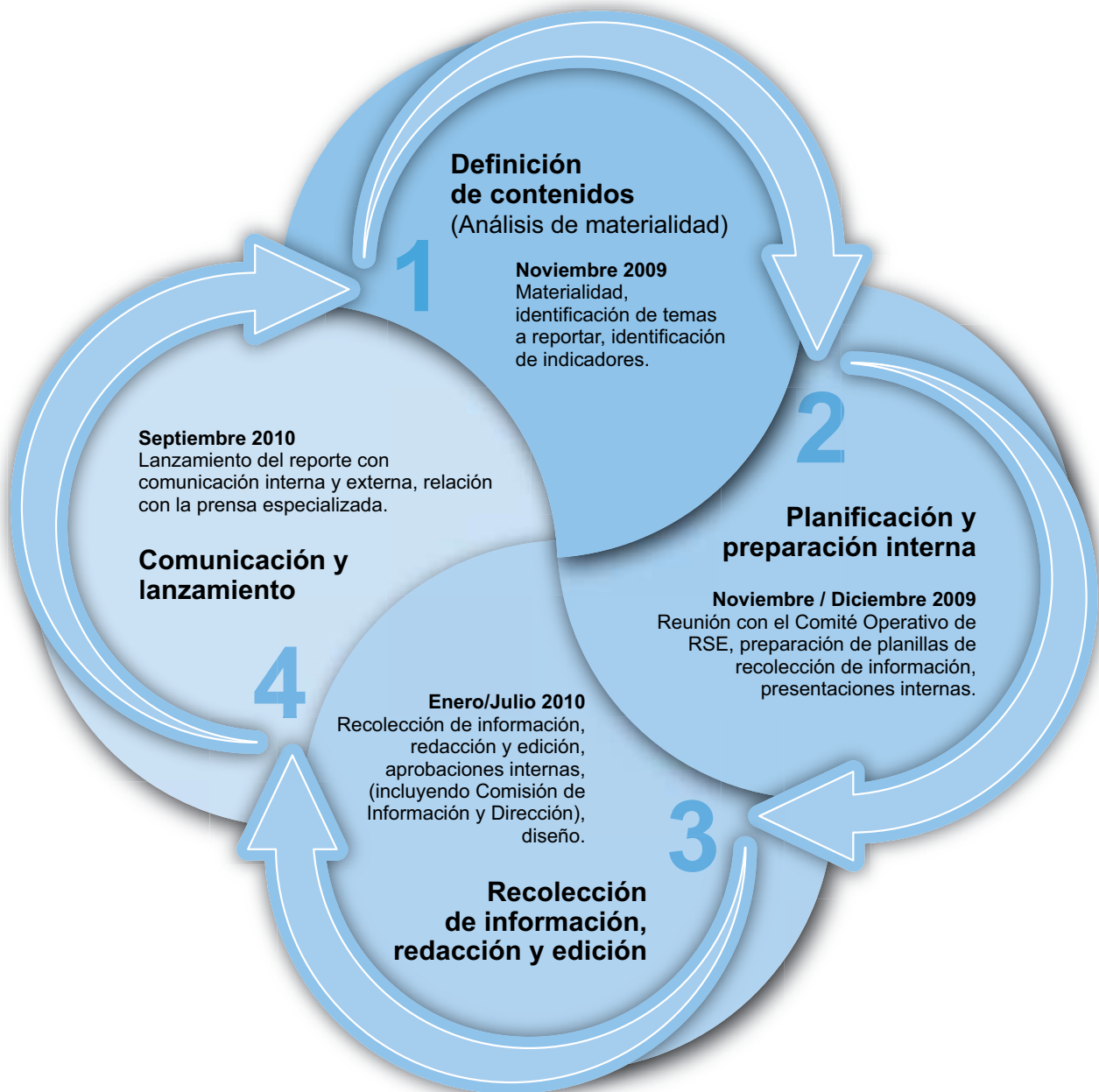
Testimonio del CEADS*

- “Si bien el 2008 ha sido un año complejo para la comunidad mundial y para las empresas en particular, Telecom Argentina ha presentado significativos avances en la incorporación de la responsabilidad social al planeamiento estratégico del negocio y en los procesos de diálogo con sus grupos de interés. Este informe presenta particularidades muy interesantes y dignas de imitar, tanto en lo referente a su materialidad como a su presentación y diseño. Incluir las expectativas de los grupos de interés, las respuestas de la empresa a esas demandas y los desafíos 2008 y su estado de cumplimiento ayudan a brindar la indispensable credibilidad, utilidad y transparencia a la información”.

** Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, extracto de la carta enviada luego de la publicación de nuestro Reporte RSE 2008 -*



1.3. Etapas de elaboración del Reporte





2. PERFIL DE LA EMPRESA

2.1. El Grupo Telecom

Desde noviembre de 1990, operamos en la República Argentina, ofreciendo servicios de telecomunicaciones fijos y móviles, basados en la innovación tecnológica y en la satisfacción de la demanda de nuestros clientes. A casi 2 décadas de estar en el mercado nacional, fuimos expandiendo nuestras líneas de negocio, con un importante incremento tanto de la base de clientes como de las ventas netas (+15% interanual en 2009) y obtuvimos una mayor utilidad de explotación en todos los segmentos de negocios (+35% interanual sobre la base de cifras consolidadas en 2009).

Para hacer posible esta expansión, en el ejercicio 2009 fue necesario incrementar las inversiones un 8% respecto de 2008. Éstas alcanzaron 1.821 millones de pesos, equivalentes al 15% de las ventas netas consolidadas. De esta forma, en 2009 los clientes de telefonía móvil de Telecom Personal en Argentina ascendieron a los 14,5 millones, y crecieron un 15% respecto de 2008, los clientes de Internet alcanzaron los 1,3 millones (+15% interanual) y la cantidad de líneas en servicio de telefonía fija fue de 4,4 millones, que representa un incremento de 1,5% respecto del año anterior.

A nuestros 15.300 empleados les ofrecemos programas de comunicación, capacitación y desarrollo. Además, promovemos el equilibrio entre la vida personal y laboral, facilitando el teletrabajo en un contexto de relaciones abiertas y transparentes con los individuos y con las organizaciones gremiales.



Por su parte, nuestras inversiones tecnológicas se encuentran enfocadas en la permanente adecuación de la cobertura y capacidad de nuestra infraestructura, y en nuevas plataformas de servicio, para atender con calidad los crecientes volúmenes de tráfico generados por la expansión de la base de clientes, los servicios de valor agregado, el acceso a las redes sociales y a contenidos.

Premios y reconocimientos obtenidos por el Grupo TELECOM en 2009

Cámara de Comercio e Industria Franco-Argentina. V Edición de los Premios a la Responsabilidad Social Empresaria, distinción en la categoría Megaempresa para el programa TELECOM-Profesores para el Futuro.

Cimientos (Fundación para la Igualdad de Oportunidades Educativas). Reconocimiento a Telecom por su compromiso con la educación de los niños y jóvenes de nuestro país.

Customer Innovation Awards. Premio otorgado por Genesys a Núcleo como único representante de América Latina que proporciona un **servicio al cliente calificado como “excelente”**, con el uso de la tecnología ambiental, y que compete con empresas de todo el mundo.

Effie Award de Oro. Premio (en la categoría Productos Varios) a las campañas por la estrategia de comunicación y por su creatividad: **Campaña de Personal Música, Tu Música en tu Celular.**

Fundación Pablo Martearena. Premio Padre Martearena 08/09 a la Actividad Educativa Destacada, otorgado al Centro Pescar Telecom de Salta, en el marco de la segunda entrega de los premios en Salta.

Fundamind. Estatuilla dorada en reconocimiento al apoyo brindado por Telecom en los últimos años.

Fundación Compromiso. Reconocimiento a Telecom como primer aliado estratégico.

Eikon. Primer puesto para la **Campaña Conciencia Celular** en la categoría Issues Management.

Lápiz de Oro a los mejores comerciales emitidos en la tanda publicitaria de la televisión abierta otorgado por la Editorial Dossier a la **Campaña de Internet Móvil Hippies, de Telecom Personal**

Luchemos por la Vida. Premio a la campaña **Conciencia Celular de Telecom Personal.**

Presencia Institucional 2009

Participamos en congresos, seminarios, ferias, exposiciones, foros y eventos.

Algunos fueron: Coloquio Anual de IDEA, Aniversario de la Cámara Argentina de Comercio (CAC), Usuaría, Expoagro, Agroactiva, Convergencia N Play (Córdoba), TV Digital para el Siglo XXI, Feria del Libro Infantil, Feria del Libro de Córdoba, Congreso Anual de la Asociación de Recursos Humanos de la Argentina (ADRHA), Jornadas Tributarias, Seminarios de Implementación de IFRS en Argentina de la Cámara de Sociedades Anónimas, Primer Coloquio de Teletrabajo y Lanzamiento de la Red de Teletrabajo (ADHRA y Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación).

Participamos activamente en las cámaras empresarias. Lo hicimos tanto en sus comisiones de trabajo como en los cuerpos directivos. Algunas de éstas son: Asociación Argentina del Derecho de las Telecomunicaciones, Asociación Empresaria Argentina, Asociación Iberoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (AHCJET), Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina (AmCham), Cámara Argentina de Anunciantes (CAA), Cámara Argentina de Comercio (CAC), Cámara de Sociedades Anónimas, GSM Association, Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA), Fundación Mediterránea, Unión Industrial Argentina, Consultores de Comercio Internacional y Asociación de Recursos Humanos de la Argentina.

Integramos grupos de trabajo en las siguientes organizaciones: ADRHA, CAC, Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad de la Argentina, Fundación Capital, Fundación Foro 14.000, Grupo de Fundaciones y Empresas (GDPE), IARSE, IDEA y la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil (CONAETI).

Participamos activamente en CICOMRA. La Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA) es la Cámara más representativa del sector; en sus distintas comisiones, se tratan todos los temas inherentes al Marco Regulatorio de la Industria, y se conforma una suerte de espacio de debate en el que todos los operadores y los proveedores discuten abiertamente sus opiniones. Participamos activamente de las reuniones y ocupamos cargos en la Comisión Directiva de la Cámara.

Realizamos aportes al fondo de becas de cursos, posgrados y actividades académicas. Por ejemplo, el curso de Economía para Periodistas, que lleva a cabo la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL); el Posgrado en Organizaciones sin Fines de Lucro de la Universidad de San Andrés; el Posgrado en Gestión de Organizaciones con Fines Sociales de la Universidad del Salvador, el Seminario para ONG de Comunía, la Diplomatura en Periodismo Político del Colegio Universitario de Periodismo de Córdoba; la Olimpiada Nacional

de Electrónica y Telecomunicaciones, de la Universidad Blas Pascal de Córdoba; y el apoyo al lanzamiento de la carrera de Ingeniería en Telecomunicaciones, de la Universidad Católica de Salta.

Realizamos la presentación de nuestro caso de RSE Telecom Argentina, en encuentros especializados: Seminario sobre Responsabilidad Social Empresaria, organizado por la Real Embajada de Noruega; Seminario de RSE para los alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Lomas de Zamora; Seminario “La RSE como estrategia integral al negocio”, en el 2° Congreso Regional de Estudiantes de Turismo, organizado por la Cámara de Turismo de la Provincia de Tucumán; presentación del caso de gestión de RSE de Telecom en el Curso de Experto en Responsabilidad Social Empresaria, organizado por el Departamento de RSE de la Universidad Tecnológica Nacional-Facultad Regional Buenos Aires; presentación en el Seminario de Inversión Social del GDFE-Grupo de Fundaciones y Empresas; y presentación del caso de gestión de RSE en AmbienTIC (Usuaria).

Participamos en conferencias sobre telecomunicaciones y nuevas tecnologías en diferentes congresos y exposiciones, brindadas en universidades y en centros tecnológicos. Entre éstos se encuentran Asociación del Derecho de las Telecomunicaciones (AADT), Asociación ORT Argentina, Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales, Instituto Argentino de Normalización y Certificación, Universidad de Buenos Aires, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Universidad de San Andrés y Universidad Tecnológica Nacional.

En el interior del país, colaboramos con numerosas organizaciones. Entre éstas se encuentran Rotary Club de Córdoba; Facultad de Ciencias Exactas y Tecnología de la Universidad Nacional de Tucumán; Fundación ProSalud de Córdoba; Fundación Padre Martearena de Salta; Fundación Manos Abiertas de Salta; AEDROS en Salta; Canal Once de Entre Ríos; y Ex Casa Cuna de Resistencia.



2.2. Segmentos del negocio y empresas del Grupo Telecom

En Telecom, desarrollamos actividades que se encuentran distribuidas en diferentes sociedades. Cada empresa representa una línea operativa que es agrupada en uno de los dos segmentos de negocio: Voz, Datos e Internet, y Telefonía Móvil.

Segmento del negocio	Principales productos y servicios	Sociedad del Grupo Telecom
Voz, Datos e Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones urbanas, interurbanas e internacionales. • Servicios suplementarios (llamada en espera, facturación detallada y contestador automático de llamadas, entre otros). • Interconexión a otros operadores, transmisión de datos (entre otros, redes privadas, tránsito dedicado, transporte de señal de radio y TV). • Servicios de Internet (Banda Ancha y dial-up). • Servicios de tercerización de soluciones informáticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Telecom Argentina S.A. • Telecom Argentina USA, Inc. • Micro Sistemas S.A.*
Telefonía Móvil	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios innovadores de comunicaciones móviles GSM y de Tercera Generación (3G) sobre redes UMTS/HSDPA. Entre ellos: internet móvil de alta velocidad (GPRS, EDGE y HSDPA), videollamada, full track download, mensajes multimedia, reproducción en línea de imágenes (on line streaming), correo electrónico corporativo, soluciones de BLACKBERRY. • Venta de dispositivos de comunicación móvil (teléfonos celulares, módems 3G, hot spots 3G – internet móvil – y netbooks). 	<ul style="list-style-type: none"> • Telecom Personal S.A. • Núcleo S.A. (Paraguay). • Springville S.A. (Uruguay).*

* Sociedad sin operaciones a la fecha de emisión del Reporte.

2.3. Principales indicadores económicos, sociales y ambientales

Principales indicadores del Grupo Telecom	2007	2008	2009
Magnitudes de la empresa			
Líneas en servicio-telefonía fija	4.208.000	4.299.000	4.364.000
Clientes de Internet ⁽¹⁾	866.000	1.122.000	1.290.000
Clientes en telefonía celular ⁽²⁾	12.285.000	14.375.000	16.269.000
Total de empleados	15.392	15.361	15.300
Total de proveedores ⁽³⁾	2.374	2.323	2.735
Cantidad de líneas en servicio (telefonía fija) por empleado	367	384	394
Clientes de telefonía móvil por empleado	3.135	3.498	3.854

Principales indicadores del Grupo Telecom	2007	2008	2009
Desempeño económico consolidado (en millones de pesos) ⁽⁴⁾			
Ventas netas	9.074	10.608	12.226
Costos operativos (sin amortizaciones)	(6.022)	(7.278)	(8.326)
Utilidad de la explotación antes de las amortizaciones	3.052	3.330	3.900
Amortizaciones de bienes de uso e intangibles	(1.416)	(1.289)	(1.138)
Utilidad de la explotación	1.636	2.041	2.762
Resultados financieros y por tenencia	(441)	(265)	(329)
Utilidad de las operaciones que continúan	782	961	1405
Utilidad de las operaciones en discontinuación	102	-	-
Utilidad neta	884	961	1.405
Utilidad neta por acción	0,90	0,98	1,43
Índices de rentabilidad (%)			
Utilidad neta sobre ventas netas	9,7	9,1	11,5
Rentabilidad operativa sobre activos al inicio (ROA)	18,8	22,2	28,6
Rentabilidad sobre patrimonio neto al inicio (ROE)	41,5	31,7	35,0
Cargas fiscales (en millones de pesos)			
Total de Impuestos a las Ganancias, Ingresos Brutos y otros	960	1.367	1.796
Impuesto a las Ganancias	292	535	797
Impuesto sobre los Ingresos Brutos	370	435	519
Otros impuestos, tasas y contribuciones	298	397	480
Inversiones en bienes de uso e intangibles (en millones de pesos)			
Inversiones totales en bienes de uso y activos intangibles	1.441	1.687	1.821
Argentina	1.339	1.576	1.702
Paraguay	96	102	116
Estados Unidos	6	9	2
Uruguay	0	0	1
Patrimonio neto (en millones de pesos)			
Patrimonio neto	3.030	4.020	5.436
Desempeño social			
% de mujeres en la plantilla de empleados	36%	36%	36%
Sueldos y cargas sociales (en millones de pesos) ⁽⁵⁾	960	1.217	1.504
% de proveedores nacionales	88,6%	88,8%	94%
Cantidad de requerimientos recibidos para participar en proyectos sociales ⁽⁶⁾	-	374	672
Cantidad de jornadas de diálogo realizadas con grupos de interés ⁽⁷⁾	0	2	2
Cantidad de alianzas en proyectos de gestión social	23	28	36
Desempeño ambiental			
Reciclado de papel (en kilos)	61.755	94.358	116.948

(1) Incluye 7.000, 15.000 y 12.000 clientes de Internet de Núcleo al 31 de diciembre de 2007, 2008 y 2009 respectivamente.

(2) Incluye Núcleo S.A.

(3) El número corresponde a los proveedores con orden de compra durante el ejercicio 2009.

(4) Para más información, remitirse a la Memoria y Estados Contables 2009.

(5) Netas de recuperos y activaciones por 14, 27 y 30 millones de pesos al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007 respectivamente.

(6) Este indicador se sistematizó en 2008.

(7) En 2008 se realizó un diálogo con empleados y otro con referentes externos de RSE para conversar sobre el Reporte 2007.

En 2009 se realizó un diálogo con referentes externos de RSE para conversar sobre el Reporte 2008 y además, un foro cerrado organizado junto a CIPPEC.

2.4. Nuestros valores

Nuestra gestión se centra en ocho valores corporativos que acompañan nuestras labores cotidianas. Éstos nos inspiran y nos orientan a trabajar de forma responsable, para mejorar aún más la relación con todos nuestros grupos de interés y para lograr un vínculo de largo plazo para beneficio mutuo.



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



2.5. Gobierno corporativo

Las prácticas de gobierno corporativo del Grupo Telecom están respaldadas por la interacción y coordinación entre los distintos órganos internos y externos previstos en las regulaciones vigentes, en los estatutos sociales y procedimientos internos del Grupo Telecom, particularmente: la Asamblea de Accionistas, el Directorio, el Comité de Auditoría, la Comisión Fiscalizadora, la Comisión de Información y la Auditoría Externa.

A través de prácticas eficientes y transparentes de gobierno corporativo, buscamos posicionar al Grupo Telecom como uno de los grupos empresarios líderes del mercado de capitales argentinos. Los satisfactorios resultados en la exigente certificación de la Sección 404 de la Ley *Sarbanes Oxley* (SOX) son algunas de las evidencias más claras de la capacidad de cumplimiento de los más elevados estándares de buenas prácticas de gobierno corporativo.

La Asamblea de Accionistas

El órgano de gobierno de la Sociedad es la Asamblea de Accionistas en la que cada acción ordinaria confiere derecho a un voto. La Asamblea General Ordinaria resuelve, entre otros asuntos, sobre los siguientes temas: aprobación de los estados contables, la distribución de ganancias, la Memoria Anual, la designación y remoción de directores y síndicos y la fijación de su retribución, la evaluación del desempeño de directores y síndicos, la designación de los auditores externos independientes y, en general, sobre toda medida relativa a la gestión de la Sociedad que le compete resolver conforme a la Ley y el Estatuto o que sometan a su consideración el Directorio y en ciertas ocasiones, la Comisión Fiscalizadora.

La Asamblea Extraordinaria resuelve, entre otros asuntos, sobre: la modificación del estatuto de la Sociedad; la reducción y reintegro de capital; el rescate, reembolso y amortización de acciones; las reorganizaciones societarias; la limitación o suspensión del derecho de preferencia y todos los temas que no sean de competencia de la Asamblea Ordinaria.

El Directorio

La dirección y administración de la Sociedad está a cargo del Directorio compuesto por un número de miembros que fija la Asamblea Ordinaria entre un mínimo de tres y un máximo de nueve, con mandato por un ejercicio, siendo los mismos reelegibles. En 2009 el Directorio estuvo compuesto por seis directores titulares y seis suplentes, de los cuales dos directores titulares y un director suplente revisten el carácter de independientes según los criterios de la Comisión Nacional de Valores (CNV); y tres directores titulares y dos directores suplentes revisten el carácter de independientes según los criterios de la *Securities and Exchange Commission* (SEC).

El Directorio de Telecom tiene todas las facultades para administrar la Sociedad, incluso aquellas para las cuales la Ley requiere poderes especiales. El Directorio funciona con la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros y resuelve por mayoría de votos presentes. El Presidente tiene doble voto en caso de empate.

Directorio del Grupo Telecom al 31 de diciembre de 2009 ^{(8) (9)}

Presidente	Enrique Garrido (a)
Vicepresidente	Gerardo Werthein
Directores Titulares	Jorge Alberto Firpo Jorge Luis Pérez Alati Esteban Gabriel Macek (b) Domingo Jorge Messuti (c)
Directores Suplentes	Eduardo Federico Bauer Francesco Armato Gustavo Enrique Garrido (d) Esteban Pedro Villar (e) Luis Miguel Incera Adrián Werthein

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

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

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

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

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

(8) Los directores titulares y suplentes no poseen cargos ejecutivos en la Sociedad.

(9) Los miembros del Directorio y de la Comisión Fiscalizadora fueron designados por la Asamblea celebrada el 29 de abril de 2008 y han continuado en sus funciones hasta la fecha de emisión del presente documento.

Comisión Fiscalizadora

La fiscalización interna de la Sociedad está a cargo de una Comisión Fiscalizadora compuesta de tres o cinco Síndicos titulares y tres o cinco suplentes, elegidos por la Asamblea General Ordinaria por el término de un ejercicio, siendo los mismos reelegibles. Los Síndicos tienen el deber y el derecho de asistir a las reuniones de Directorio y Asambleas. La Comisión Fiscalizadora tiene la facultad de convocar Asambleas de Accionistas, requerir la inclusión de temas en el orden del día, y, en general, fiscalizar todos los asuntos de la empresa y el cumplimiento de la Ley y del Estatuto Social.

Comisión Fiscalizadora al 31 de diciembre de 2009 ⁽¹⁰⁾

Síndicos Titulares	Diego María Serrano Redonnet (Presidente) Jacqueline Berzón Gerardo Prieto
Síndicos Suplentes	Guillermo Eduardo Quiñoa Guillermo Feldberg

(10) Los miembros del Directorio y de la Comisión Fiscalizadora fueron designados por la Asamblea celebrada el 29 de abril de 2008 y han continuado en sus funciones hasta la fecha de emisión del presente documento



Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría está integrado por los Directores Titulares señores Domingo Jorge Messuti (Presidente), Esteban Gabriel Macek y Enrique Garrido. El Comité posee un plan de capacitación específico de sus miembros para asegurar su actualización en cuestiones referidas a sus obligaciones y facultades, normas contables locales e internacionales vigentes, regulaciones del mercado de capitales local e internacional.

Entre las principales funciones del Comité de Auditoría, pueden mencionarse:

- Emite opinión sobre la propuesta que el Directorio le formula anualmente a la Asamblea de Accionistas para la designación de los Auditores Externos, revisa sus planes de trabajo y evalúa su desempeño e independencia.
- Emite opinión sobre las propuestas que el Directorio le formula anualmente a la Asamblea de Accionistas con relación a los honorarios del Directorio y de los Auditores Externos.
- Emite opinión sobre operaciones relevantes con partes relacionadas a efectos de verificar que éstas se realicen en condiciones normales y habituales de mercado.
- Emite opinión acerca de operaciones en las cuales puedan existir conflictos de intereses con integrantes de los órganos sociales o accionistas controlantes.
- Supervisa el funcionamiento de los sistemas de control interno y la fiabilidad del sistema administrativo-contable y de la información cursada a los mercados.
- Revisa los planes de los Auditores Internos. Supervisa y evalúa su desempeño.
- Supervisa la aplicación de las políticas en materia de información sobre gestión de riesgos de la empresa.
- Verifica el cumplimiento del Código de Conducta y Ética Empresarial de Telecom, y evalúa las denuncias que se reciben sobre asuntos contables y/o de control interno.

Comisión de Información

Desde el año 2003 el Directorio de Telecom Argentina decidió la constitución de una Comisión de Información (CI) integrada por miembros de distintas áreas de la Compañía, la cual es responsable sustancialmente de:

- Colaborar con el Director General Ejecutivo y el Director de Administración, Finanzas y Control en el proceso de evaluación de la efectividad de los controles internos y procedimientos de información para la confección de documentos de divulgación pública.
- Verificar que el proceso de reunión de la información, procesamiento y control, cumpla con los procedimientos diseñados por las áreas responsables de la emisión de información pública.
- Asistir a los proveedores y revisores de información de divulgación pública.
- Controlar la información periódica de difusión pública (estados contables, Memoria Anual, Reseñas informativas, Form. 20-F, Reporte de RSE) a fin de asegurar que sea veraz, completa y fácilmente comprensible.
- Asegurar la presentación oportuna ante los organismos de control, de todos los documentos que contengan información relevante que deba ser objeto de divulgación pública.

Durante 2009, la Comisión estuvo integrada por los máximos responsables de las siguientes áreas: Reporte Contable y Cumplimiento SOX (Presidente de la CI), Finanzas (Vicepresidente de la CI), Relaciones con Inversores, Secretaría General, Asuntos Jurídicos, Auditoría Interna y el Gerente de Nortel (invitado).

El Grupo Telecom y sus accionistas

En la Memoria y Estados Contables al 31 de diciembre de 2009, Sección A.2.1, se podrá consultar todo lo referido a la conformación accionaria del Grupo. http://www.telecom.com.ar/prensa/pdf/tecofirmado_1209_110310.pdf

Para mayor información sobre el gobierno corporativo del Grupo Telecom consultar la sección de Gobierno Corporativo en nuestra página web: <http://www.telecom.com.ar/inversores/gobierno/index.html> y en Anexo I – INFORME SOBRE CODIGO DE GOBIERNO SOCIETARIO en virtud de la Resolución General CNV N° 516/07 de la Memoria Anual al 31 de diciembre de 2009.

2.5.1. Código de Conducta y Ética Empresarial

Contamos con un Código de Conducta y Ética Empresarial que fija las pautas de conducta y el seguimiento en el desempeño de las actividades que realizan todas las empresas del Grupo Telecom, y alienta a que las normas éticas guíen las relaciones internas del negocio y con la comunidad en general. A su vez, prevé, entre otras cuestiones, la conducta a seguir para evitar los conflictos de intereses y la información que debe divulgarse ante alguna situación relacionada con este tema.



El Código se encuentra disponible para su consulta en la Intranet del Grupo y en la página web corporativa (www.telecom.com.ar) y es aplicable a todos los miembros de los Directorios y de las Comisiones Fiscalizadoras, y a todos los empleados de las sociedades del Grupo Telecom. También se hace extensivo a proveedores, contratistas, asesores y consultores de la empresa, quienes reciben una copia del código.

2.6. Desarrollo organizativo

En 2009 nos enfocamos en la búsqueda de oportunidades para optimizar nuestras estructuras y funciones. En el negocio móvil, creamos la gerencia Telecom Personal Uruguay y la gerencia Calidad de Servicio al Cliente, con el fin de mejorar la calidad y la satisfacción de los clientes. Adicionalmente, en la Telefonía Fija, integramos las funciones de Grandes Clientes (Ventas de Grandes Clientes Corporativos y Gobierno, Ingeniería e Implementación de Soluciones, Marketing y Asistencia Posventa) y formamos el área *Datacenter* para consolidar bajo una única responsabilidad todos los *datacenter* que posee el Grupo Telecom.

Sitio web de denuncias

Promovemos permanentemente que cualquier persona a la que alcance nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial denuncie de inmediato cualquier violación efectiva o potencial de las leyes, normas o reglamentaciones vigentes o de las disposiciones del Código. Para ello, contamos con un sitio web de denuncias (www.telecom-denuncias.com.ar), al que puede acceder cualquier persona, sea o no empleado del Grupo, que garantiza la confidencialidad de la información recibida.



Damos la posibilidad de efectuar las denuncias en forma personal o por escrito ante cualquiera de los integrantes del Comité de Auditoría. El área de Auditoría Interna evalúa cada denuncia recibida y eleva un informe con un resumen de las mismas al Comité de Auditoría para su consideración. En caso que las denuncias involucren al Comité de Auditoría en su conjunto o a algún miembro de éste, serán tratadas por la Comisión Fiscalizadora de la Sociedad, quien evaluará la situación y, si el caso lo requiere, lo elevará al Directorio para que éste resuelva.

Primera línea gerencial al 31 de diciembre de 2009 (*)

Dirección General Ejecutiva (DGE)

Director General: Franco Bertone

Directores dependiendo de la DGE:

Abastecimiento: José M. Peña Fernández

Administración, Finanzas y Control:

Adrián Calaza

Asuntos Jurídicos: Carlos A. Zubiaur

Capital Humano: Marcelo E. Villegas

Comunicación y Medios: Mariano Cornejo

Grandes Clientes y Wholesale: ⁽¹¹⁾

Marco Regulatorio: Edmundo S. Poggio

Red: Mario F. Capalbo

Real Estate: María P. Levati

Servicios Informáticos:

Guillermo P. Desimoni

Telefonía Fija: Simone Battiferri

Telefonía Móvil: Federico Rossi

Gerentes dependiendo de la DGE:

Project Management Office:

Marcelo O. Fuentes

Seguridad: Gerardo H. Maurer

Dependiendo de la Presidencia

Auditoría: Ricardo D. Luttini

Secretaría General: María D. Carrera Sala

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

(11) Posición vacante al 31 de diciembre de 2009.



3. NUESTRO MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

A partir de 2008, definimos el alcance de la RSE para el Grupo Telecom, y diseñamos su política y estrategia como propuesta de modelo de gestión en el Grupo.

Para la implementación de este modelo, convocamos a interlocutores de las distintas áreas de la empresa a que participaran activamente en identificar los riesgos e impactos sociales y ambientales del Grupo. De esta forma pudimos detectar oportunidades de mejora en cada una de las operaciones de la empresa, y transformarlas en un cuadro de desafíos y logros para cada año.

El Plan de RSE Telecom 2009 incluyó las siguientes acciones:

- **Consolidación del Comité Operativo de RSE.** Convocamos a 31 representantes de las distintas áreas que componen el Grupo Telecom e invitamos a formar parte activa del proceso de elaboración del Reporte de RSE.
- **Capacitación de mandos medios.** Difundimos la política y estrategia de RSE de la empresa entre 1.350 gerentes y supervisores, y desarrollamos las cuestiones que hacen al desempeño social y ambiental de la industria y del Grupo.
- **Diálogo con grupos de interés.** Realizamos un diálogo con referentes externos de RSE para relevar expectativas sobre el Reporte 2008. A su vez, organizamos, junto con CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento), un foro cerrado con referentes de educación y tecnología sobre el uso de las tecnologías en las escuelas.
- **Cumplimiento de desafíos 2009.** Las diferentes áreas trabajaron en el cumplimiento de las acciones de RSE propuestas en 2008. De esta forma, seguimos incorporando actividades relacionadas con el desarrollo social y ambiental.
- **Elaboración del Reporte de RSE.** Sistematizamos el proceso de elaboración del Reporte. En dicho proceso, el Comité Operativo de RSE participa en la recolección de información y en la detección de oportunidades de mejora.
- **Difusión de la RSE.** Participamos en diferentes encuentros especializados, presentando nuestro modelo de gestión como caso de estudio. (Ver sección Presencia Institucional 2009 en este Reporte).



3.1. Herramientas y actores en el modelo de gestión de RSE

Herramientas

- **Declaración de RSE.** Política corporativa que opera como marco de referencia para instalar la RSE como modelo de gestión en la Compañía y establece nuestro alcance y dinámica.
- **Lineamientos estratégicos de RSE.** Compromisos declarados en relación con cada grupo de interés de la empresa.
- **Reporte de RSE.** Herramienta de gestión, diálogo y comunicación, utilizada para el ejercicio interno de autoevaluación de las acciones y eje de los planes de avance de RSE.
- **Diálogo con los grupos de interés.** Espacios para relevar expectativas y para enriquecer el proceso de aprendizaje de la RSE.
- **Concientización y capacitación interna.** Internalización del modelo de gestión entre los empleados de la empresa en todos los niveles, para incorporar gradualmente el valor de la sustentabilidad al negocio. La sustentabilidad es “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades” (Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, Comisión Brundtland: Nuestro Futuro Común, 1987).

Actores

- **Gerencia de RSE.** Coordina el modelo de gestión integral, es responsable de la relación institucional con la comunidad y desarrolla los programas de inversión social privada. Facilita la propuesta de trabajo internamente, coordinando el Comité Operativo de RSE.
- **Comité Operativo de RSE.** Es un grupo de trabajo de 31 funcionarios internos que dinamizan la RSE en la empresa.
- **Aliados estratégicos.** Están constituidos por redes internas y externas para aprender sobre las tendencias y mejores prácticas en materia de sustentabilidad. (Ver sección Alianzas Estratégicas en Nuestra Gestión de RSE en este Reporte).



3.2. Declaración de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom Argentina

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

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

Basándonos en nuestros valores, entendemos la Responsabilidad Social Empresaria como el desarrollo de una estrategia integral al negocio, que construye un concepto de marca que convoca a todos nuestros públicos para:

- Conectarlos a la era digital.
- Disponer el acceso al conocimiento para todos.
- Brindar soluciones innovadoras para futuras generaciones.
- Generar conciencia del uso responsable de la tecnología.

Proponemos la Responsabilidad Social Empresaria como un modelo de gestión transversal a todas las áreas del Grupo Telecom, incorporando las oportunidades de mejora detectadas a través del diálogo con los grupos de interés, en beneficio de un mejor desempeño económico, social y ambiental, contribuyendo al desarrollo sustentable del Grupo y de los países donde operamos.



Para conocer nuestros lineamientos estratégicos de RSE, ver páginas 24 y 25 del Reporte RSE 2008 de Telecom Argentina.

Hacia una gestión sustentable



Evolución de nuestro modelo de gestión de RSE

- **2007:** Definición de la RSE para el Grupo Telecom y decisión de los focos a atender con cada grupo de interés.

- **2008:** Elaboración del primer Reporte de RSE, sistematización de prácticas preexistentes, redacción de la declaración y lineamientos estratégicos de RSE y detección de oportunidades de mejora en las diferentes áreas.

- **2009:** Consolidación del Comité Operativo, diálogos con grupos de interés e inicio de la capacitación interna de RSE.

- **2010:** Consolidación interna del modelo de gestión de RSE, ampliación del alcance de los diálogos centrados en la comunidad, implementación de nuevas acciones de RSE y mayor divulgación de las prácticas a nivel interno y externo.

Áreas que componen el Comité Operativo de RSE (al 31/12/09)

Abastecimiento

Auditoría

Capital Humano

Customer Care-Telefonía Fija

Grandes Clientes

Marco Regulatorio

Medios y Comunicación Institucional

Real Estate

Red

Relaciones con Inversores

Reporte Contable y Cumplimiento SOX

Riesgos del Trabajo y Medioambiente

RSE (coordina el Comité)

Seguridad

Servicios Informáticos

Telefonía Móvil

Ventas Clientes Residenciales, Negocios y Telefonía

Wholesale Internacional

Wholesale Nacional

3.3. Nuestros grupos de interés



3.4. Alianzas estratégicas en RSE

Creemos que la participación activa en espacios de diálogo y de intercambio nos permite aumentar nuestro saber acerca de las cuestiones clave de la sostenibilidad. Con cada grupo de trabajo en el que estamos presentes, participamos en distintas comisiones para el desarrollo de temáticas y propuestas relacionadas.



APOYAMOS
EL PACTO MUNDIAL

**Pacto Mundial de las Naciones
Unidas** -adheridos desde 2004-.



Consejo Empresario Argentino
para el Desarrollo Sostenible

**Consejo Empresario
Argentino para el Desarrollo
Sostenible (CEADS)**
-adheridos desde 2009-.



**Red de Empresas
contra el Trabajo Infantil**
-adheridos desde 2007-.



**Club de Empresas
Comprometidas con la
Discapacidad**
-adheridos desde 2006-.



**Grupo de Fundaciones
y Empresas (GDFE)**
-adheridos desde 2008-.



División RSE de IDEA
-adheridos desde 2007-.



4. COMPROMISO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS: AVANCES 2009 Y DESAFÍOS 2010


GRUPO DE INTERÉS	DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010
 CLIENTES	Consolidar la cobertura de la red 3G de Personal y producir un importante crecimiento en la velocidad de transmisión de datos.	La red evolucionó, y se consolidó la cobertura de la red 3G. Se cubrió el 85% del volumen de tráfico de nuestros clientes, con un importante crecimiento en la velocidad de transmisión de datos y en la penetración del servicio.	Proceder a estimular el consumo de datos a través de un importante impulso al crecimiento del parque 3G, junto con la inversión de red en nuevos sitios 3G y el crecimiento del parque de Internet Móvil a ritmo sostenido.
	Mejorar la experiencia del cliente como generador de sus propios contenidos para el mundo Mobile 2.0. ⁽¹⁾	Brindamos dispositivos y planes orientados al consumo de datos a velocidades crecientes, con propuestas para todos los productos y con un amplio espectro de precios.	Complementar la gama de terminales con teléfonos de amplias funcionalidades. Diseñar una estrategia que combine oferta, planes Todo Incluido de navegación ilimitada, y terminales de alta tecnología, con el fin de apuntar a masificar el uso del Mundo 2.0 desde los celulares.
	Implementar el servicio Cuenta Online, de detalle de factura electrónica, para grandes clientes.	Lanzamos el servicio Cuenta Online, que permite a los grandes clientes acceder a la imagen y detalles de su factura, y posibilita el acceso a los 6 últimos vencimientos y su impresión vía Internet.	Consolidar el crecimiento de los servicios de valor agregado, a través de la ampliación de canales de venta, para permitir la masificación de los servicios.
	Afianzar la cartera de soluciones de seguridad, flexibles y escalables, concebidas por segmento de mercado, en función de las necesidades específicas de cada gran cliente.	Consolidamos la cartera de soluciones de seguridad, especialmente en el segmento Gobierno.	Afianzar el posicionamiento de marca Telecom Grandes Clientes por segmento vertical de mercado.
	Continuar a la vanguardia de las soluciones TIC convergentes, reafirmando y fortaleciendo alianzas estratégicas con organizaciones en tecnología mundial.	Nos mantuvimos a la vanguardia de soluciones convergentes y desarrollamos alianzas estratégicas con aliados tecnológicos de trayectoria internacional.	Posicionar a Telecom como proveedor de soluciones TIC, haciendo foco en las soluciones en nuestros datacenters.

(1) Integración de los servicios web 2.0 en el mundo móvil.

DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010	GRUPO DE INTERÉS
Trabajar en un programa que contribuya a la mejora del equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestros colaboradores.	Certificamos la norma de Work & Life Balance (equilibrio entre vida laboral y personal), en el marco de un programa originado en Alemania. La certificación no es un objetivo en sí mismo, sino un medio para facilitar un compromiso sostenible a largo plazo.	Ampliar la cantidad de iniciativas en relación con el equilibrio entre vida laboral y familiar de los empleados, en el marco del programa denominado “Equilibrio en Acción”.	
Trabajar en acciones de mejora a partir de las sugerencias y comentarios obtenidos en los <i>focus groups</i> con colaboradores de la empresa.	<p>Las acciones realizadas durante el transcurso de 2009 a partir de los hallazgos detectados, dentro de los <i>focus groups</i>; se enfocaron en los siguientes ejes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se mejoró la comunicación de los siguientes beneficios: el seguro de vida (adicional al colectivo de la empresa) y el explicativo de cómo se utiliza la Tarjeta Telecom Global. • Se retomaron las acciones del Telecom Junior dentro de la Compañía, a pedido de los empleados. • Se unificaron criterios respecto a las acciones del Mes del Niño en todo el país. • Se detectaron y se plasmaron oportunidades de mejora en los Planes Médicos y en los Planes de Empleados. • Se rediseñó el portal de beneficios para una mejor navegación y para un formato más amigable, y se dio la posibilidad al empleado de proponer beneficios que sean de su interés. 	Lograr una sinergia entre las sugerencias de los colaboradores a fin de mejorar los resultados obtenidos.	

EMPLEADOS

GRUPO DE INTERÉS	DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010
EMPLEADOS	Ampliar teletrabajo a mayor cantidad de empleados.	Ampliamos el alcance de 50 a 150 vacantes, con el aval de la Coordinación de Teletrabajo del MTEySS (Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social) a través del Programa de Implementación y Seguimiento del Teletrabajo en Empresas Privadas.	Extender la prueba de 150 a 350 vacantes. Fortalecer la idea de teletrabajo como herramienta de trabajo decente y de la inclusión de grupos vulnerados y su contribución al cuidado del medioambiente. Celebrar acuerdos con el resto de las organizaciones gremiales de la actividad. Mejorar el estándar de satisfacción de los participantes del proyecto.
	Continuar trabajando en la actualización de los líderes de nuestra Compañía y extender el alcance de los programas a Directores y a sus Gerentes de reporte directo.	Continuamos con el Programa de Mandos Medios, conformado por 4 módulos: liderazgo, motivación y desarrollo, delegación y <i>coaching</i> , y cooperación e integración (1.350 asistentes). Diseñamos, junto a la Universidad Di Tella, un Programa de Actualización Gerencial, destinado a todos los Directores y primeros Reportes de la empresa (180 asistentes).	Ampliar el Programa de Mandos Medios, focalizando por área de actividad profesional, donde se abordarán temas como <i>management</i> , para equipos de ventas y relaciones laborales para mandos medios con personal convencionado a cargo.
INVERSORES	Seguir siendo transparentes y confiables en nuestra gestión cotidiana, promoviendo la sustentabilidad del negocio.	Consolidamos el crecimiento en los tres pilares del negocio: ingresos, rentabilidad y participación del mercado.	Aumentar los canales de comunicación con inversores minoritarios.
	Rendir cuentas claras a nuestros inversores sobre el desempeño económico-financiero, social y medioambiental, y generar un vínculo directo para recibir comentarios y para informarlos sobre nuestras actividades.	Sumamos, a las teleconferencias trimestrales de resultados, conferencias de prensa, donde periodistas especializados pudieron consultar al Director General Ejecutivo sobre el desempeño de la Compañía.	Brindar de la manera más clara y accesible la información sobre el desempeño de la Compañía a través de nuestra página web.

DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010	GRUPO DE INTERÉS
Aumentar la cantidad de proveedores evaluados a través del Vendor Rate en los aspectos sociales, derechos humanos y condiciones laborales.	Hemos incrementado a 19 la cantidad de proveedores/prestaciones que son evaluados por el área de Control de Prestadores. La gerencia de Strategic Sourcing alineó los 10 principios de Pacto Global con las áreas correspondientes de la Compañía. Dicha alineación se refleja en los indicadores que conforman el sistema de evaluación de proveedores, Vendor Rate, en materia de Capital Humano. Se realiza un seguimiento de la evolución, a lo largo del año, del desempeño de los proveedores y del cumplimiento de dichas obligaciones.	Para lograr como resultado una visión integral (<i>end to end</i>) del proceso evolutivo desde proveedor potencial hasta llegar a conformar la base de proveedores, se generarán proyectos de mejora continua asociados a aquellos que nos vinculan con los proveedores/potenciales proveedores: a) Data <i>cleansing</i> de proveedores (depuración y actualización de base de datos de proveedores). b) Sinergia del proceso de desarrollo de proveedores a las necesidades de la Compañía. c) Enriquecer el proceso de evaluación de proveedores potenciales.	
Potenciar el proceso de fidelización con los proveedores, generando relaciones de largo plazo para beneficio mutuo.	<p>Se definió, y se encuentra en ejecución, un plan de acción para satisfacer las necesidades de la Compañía asociadas a productos y materiales. Dichas necesidades se resolvieron con fabricación local, que implica sustitución de importaciones y desarrollo de producción con fuentes de trabajo nacional.</p> <p>Durante 2009, se diseñaron y se planificaron encuentros y talleres de actualización y mejores prácticas con proveedores que conforman nuestra base activa. Estas actividades serán desarrolladas durante el ejercicio 2010, con la finalidad de incrementar conocimientos, de incentivar y optimizar la gestión de los colaboradores y proveedores participantes.</p>		

PROVEEDORES

GRUPO DE INTERÉS	DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010
PROVEEDORES	Difundir la herramienta Vendor Rate, con la finalidad de facilitar la generación de planes de acción que reflejen nuestro mismo enfoque y valores de RSE en la Cadena de Valor.	<p>Se realizó una reunión anual con las Direcciones involucradas, presentando la alineación de los 10 principios de Pacto Global con las áreas de incumbencia de la Compañía. Se generaron así planes de acción con una mirada integral: proveedor, requirente y abastecimiento.</p> <p>Se confeccionó una normativa asociada a Particularidades en la Contratación de Servicios Prestados por Terceros (Normativa interna 00/NI-0120/01). Esta norma tiene como objetivo controlar el cumplimiento de las obligaciones laborales, previsionales, impositivas y de riesgos del trabajo, del personal de terceros que presta servicios para Telecom Argentina S.A. y sus Sociedades Controladas.</p>	Aumentar la ponderación de las variables que contemplan las mejores prácticas en RSE en la herramienta de evaluación de proveedores.
	Diseñar e implementar prueba piloto de Programa de inducción a RSE con la Cadena de Valor.	Consensuamos contenidos, seleccionamos los proveedores y programamos el 1º Encuentro RSE con proveedores, para el primer semestre de 2010.	Realizar un encuentro en el primer semestre, para escuchar expectativas en una jornada de diálogo, para intercambiar políticas y prácticas de RSE con los proveedores asistentes y para realizar una planificación de trabajo con los emergentes del diálogo.

DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010	GRUPO DE INTERÉS
Consolidar el plan de Educación para la era digital , expandiendo TELECOM- Profesores para el Futuro y Senti2 Conecta2.	TELECOM - Profesores para el Futuro cumplió su 5º aniversario, como programa de capacitación docente, virtual, gratuito y con la participación de 443 docentes en 2009. Desarrollamos, por segundo año consecutivo, el programa Senti2 Conecta2, con 6.907 docentes adheridos y con 1.950 proyectos educativos.	Articular con ministerios provinciales e instituciones educativas para aprovechar y potenciar el impacto de los programas educativos que impulsa Telecom.	
Favorecer la publicación de un estudio acerca de prácticas de aplicación de uso pedagógico de las tecnologías, con opciones para diseñar una política pública.	Por iniciativa de Telecom, CIPPEC completó una investigación sobre el uso de TIC en la escuela. Se realizó, además, un foro de debate sobre el tema con la presencia de 17 especialistas de empresas, académicos y del sector público.	Establecer etapas de aprendizaje para posicionarnos como referentes en educación y tecnología en la Argentina, desde el sector privado.	
Expandir el uso pedagógico de tecnologías a todos los niveles educativos.	Ampliamos el programa TELECOM-Profesores para el Futuro, y llegamos a docentes de todos los niveles y asignaturas.		
Diseñar el proyecto de TELECOM-Tecnología para Todos, espacios de contención social e inclusión digital.	Implementamos un proyecto que convocó a 22 adolescentes en situación de riesgo social, junto al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con una duración de 8 meses y con capacitación en informática e Internet para uso social y laboral.	Diseñar e implementar una matriz de inversión enfocada en la inclusión social a través de la tecnología.	

COMUNIDAD

GRUPO DE INTERÉS	DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010
COMUNIDAD	Continuar apoyando programas que provean una mejora educativa integral (calidad académica, mejora de la escuela como institución y desarrollo de capacidades que queden instaladas en cada lugar).	Participamos como socios de los proyectos Escuelas del Bicentenario y Arte en las escuelas.	
	Sistematizar los criterios de evaluación, a través de una matriz que perfeccione los criterios de homogeneidad en las respuestas que damos a la comunidad.	Los criterios de evaluación de las propuestas que recibimos institucionalmente ya están sistematizados.	Documentar la política de inversión social privada de Telecom Argentina y publicar la matriz de evaluación de proyectos de RSE Telecom. Ampliar nuestra presencia en el interior del país, como referentes en RSE y en inversión social privada.
	Generar diálogos formales con la comunidad para relevar expectativas y dar respuesta.	Mantenemos un diálogo fluido con los diversos actores de la comunidad: gobierno, organizaciones sociales, empresas, empleados. Sus expectativas están consideradas en nuestro planeamiento de la inversión social. No tenemos sistematizada la información como diálogos formales.	Sistematizar un proceso de diálogo formal con la comunidad durante el año.

DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010	GRUPO DE INTERÉS
Realizar una campaña de sensibilización interna en medioambiente entre los empleados de Telecom.	Realizamos un curso de capacitación presencial sobre medioambiente para 30 personas, entre las que se encontraban directores y gerentes de la Compañía. El curso fue transmitido on-line a través de NeoTV (televisión interna de la empresa) y publicamos 2 comunicaciones en la revista interna, relacionadas con la temática. También se emitieron comunicación del tipo pop-up en las pantallas de las computadoras de los empleados.	<p>Ampliar la capacitación interna de medioambiente al 35% de la dotación de la empresa.</p> <p>Impulsar campañas de concientización sobre un mayor aprovechamiento de los recursos de oficina, como electricidad, insumos y otros.</p> <p>Lanzar una encuesta interna de hábitos de consumo, para tener una imagen más completa del uso que hace el personal de las instalaciones energéticas, e identificar aquellos comportamientos que causen un mayor impacto sobre el gasto energético de Telecom.</p>	 MEDIO AMBIENTE
Comunicaciones Móviles: implementar la factura digital por parte de Telecom Personal.	Comunicaciones Móviles: creamos una factura digital para los clientes de Telecom Personal, y logramos contribuir con el medioambiente al evitar la impresión de papel.	<p>Telefonía Fija: lanzar una línea de teléfonos inalámbricos ECO DECT (son sensibles con el medio ambiente y permiten un consumo de energía 60% menor que otras terminales convencionales).</p> <p>Internet: confeccionar cajas de módems con materiales reciclables y con impresiones en tintas biodegradables.</p>	
Lograr la aprobación del primer proyecto de construcción de un edificio del grupo Telecom, bajo la certificación Leed, como Green Building.	El edificio, Contact Center de Telecom Personal, fue registrado el 30 de diciembre de 2009 en GBCI (Green Building Certification Institute).	Avanzar con el proyecto de BMS (Building Management System), que controla el consumo energético y la calidad de aire interior. De esta manera, se obtendrá la certificación Leed antes de terminar el año.	

GRUPO DE INTERÉS	DESAFÍOS 2009	CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2010
MEDIO AMBIENTE	<p>Planear proyectos de inversión en adecuaciones edilicias para producir ahorros medibles en el consumo de agua y de energía.</p>	<p>Diseñamos el modelo de eficiencia energética para edificios de oficinas, y se adecuaron instalaciones.</p> <p>Conformamos el Comité de Ahorro Energético en la Compañía. Se iniciaron actividades de relevamiento y diseño de posibles acciones, para 4 edificios del Grupo considerados clave.</p>	<p>Implementar un modelo de eficiencia energética en edificios de alta densidad ocupacional.</p> <p>Sistematizar la medición de emisiones de gases de efecto invernadero, directas e indirectas, y diseñar iniciativas para reducir dichas emisiones.</p>



5. EMPLEADOS

Destacados 2009

- Destacados 2009
- Ampliamos el alcance del teletrabajo de 50 a 150 empleados y participamos del lanzamiento de la Red de Teletrabajo para promover esta práctica en las empresas e instituciones nacionales.
- Certificamos la Norma Work & Life Balance, con el objetivo de promover y aplicar prácticas que mejoren el equilibrio entre la vida laboral y personal de nuestros empleados.
- Creamos la Red de Voluntarios Telecom, con el fin de generar espacios que impulsen el espíritu solidario entre nuestros colaboradores.

Con nuestro lema, “Todos hacemos Telecom”, buscamos generar un ámbito de diálogo, respeto, ética y espíritu de equipo, para aspirar al crecimiento profesional y personal de todos los que hacemos Telecom.

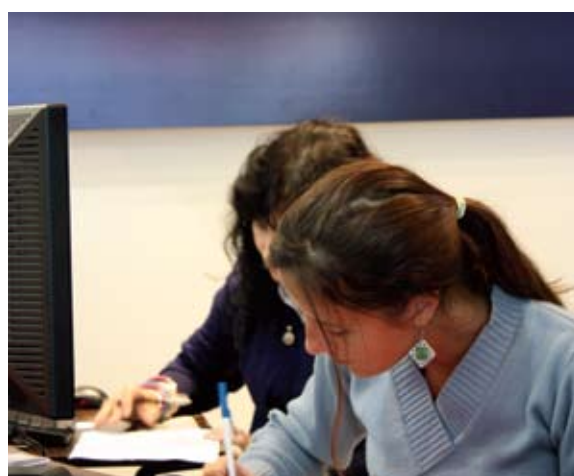
5.1. Principales indicadores de Capital Humano

Empleados	2008	2009
Datos Generales		
TOTAL	15.361	15.300
VOZ, DATOS E INTERNET	11.252	11.079
Telecom Argentina*	11.249	11.076
Telecom USA	3	3
TELEFONÍA CELULAR	4.109	4.221
Personal	3.683	3.799
Núcleo	426	422
Por tipo de contrato		
Fuera de Convenio		
Analista	3.069	3.404
Empleado	948	605
Especialista	149	173
Pasante	0	0
Jefe	37	60
Responsable	166	249
Secretaria	66	86
Supervisor	62	153
Otros	201	0
Macroestructura		
Director	32	32
Gerente	543	537
Dentro de Convenio	10.088	10.001
Por género		
Empleados mujeres	36%	36%
Empleados hombres	64%	64%

Por antigüedad**		
0 a 5	32,79%	32,88%
6 a 10	20,59%	19,83%
11 a 15	10,64%	13,74%
16 a 20	7,13%	6,95%
21 a 25	11,82%	7,06%
26 a 30	11,68%	12,40%
Más de 31	5,35%	7,14%

* Al 31 de diciembre de 2008, se incluyen 46 empleados efectivos correspondientes a Cubecorp S.A., sociedad fusionada con Telecom Argentina S.A. a partir del 1 de enero de 2009.

** Fe de erratas: Se revisaron los porcentajes de distribución por antigüedad publicados en 2008, y se confirman los datos aquí publicados para ambos períodos, 2008 y 2009.



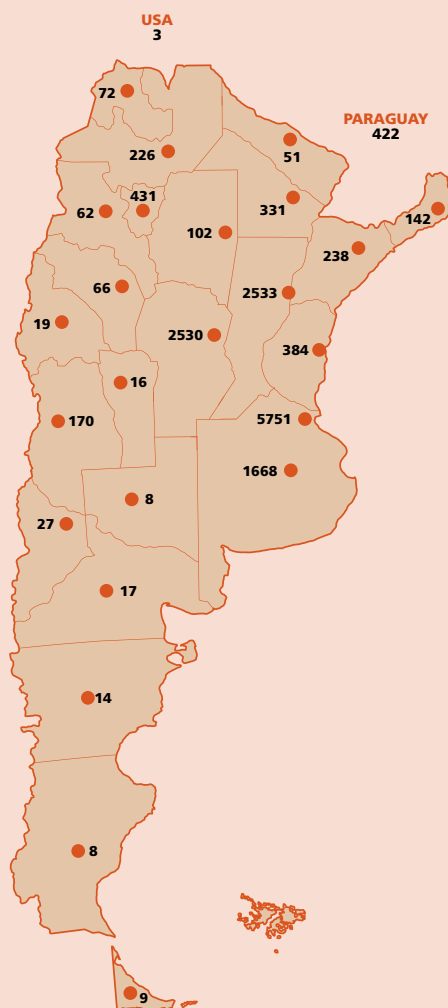
Empleados por región	2008	2009
Buenos Aires	1.706	1.668
Capital Federal	5.733	5.751
Catamarca	62	62
Chaco	321	331
Chubut	9	14
Córdoba	2.579	2.530
Corrientes	234	238
Entre Ríos	405	384
Formosa	49	51
Jujuy	70	72
La Pampa	6	8
La Rioja	68	66
Mendoza	177	170
Misiones	141	142
Neuquén	27	27
Río Negro	13	17
Salta	226	226
San Juan	21	19
San Luis	11	16
Santa Cruz	8	8
Santa Fe	2.539	2.533
Santiago del Estero	102	102
Tierra del Fuego	7	9
Tucumán	418	431
Estados Unidos	3	3
Paraguay	426	422

Datos de rotación⁽¹⁾ 2009

Por región	Cantidad de empleados	%
Buenos Aires	76	10,00%
Capital Federal	299	39,34%
Catamarca	1	0,13%
Chaco	9	1,18%
Córdoba	162	21,32%
Corrientes	4	0,53%
Entre Ríos	19	2,50%
Formosa	2	0,26%
Jujuy	5	0,66%
La Rioja	2	0,26%
Mendoza	20	2,63%
Misiones	4	0,53%
Neuquén	3	0,39%
Río Negro	1	0,13%
Salta	13	1,71%
San Juan	4	0,53%
Santa Cruz	2	0,26%
Santa Fe	81	10,66%
Santiago del Estero	6	0,79%
Tucumán	6	0,79%
Paraguay	41	5,39%
Por sexo		
Masculino	438	57,63%
Femenino	322	42,37%
Por edad		
18 a 20	1	0,13%
20 a 29	285	37,50%
30 a 39	273	35,92%
40 a 49	86	11,32%
50 a 59	79	10,39%
Más de 60	36	4,74%

(1) Egresos de la Compañía

EMPLEADOS POR REGIÓN



Todos hacemos Telecom

5.2. Bienvenidos al Grupo Telecom

En Telecom Argentina contamos con un programa de inducción realizado desde hace cuatro años, que brinda a los nuevos empleados la información necesaria para facilitar su adaptación dentro de la empresa. Se trata de un proceso de socialización en el que transmitimos actitudes, criterios, conductas y valores propios de la Compañía, y orientamos a los colaboradores sobre su rol y otros aspectos administrativos. Durante 2009 realizamos 791 incorporaciones para distintos puestos de trabajo.



5.3. Proceso de selección

Durante 2009 incorporamos a 791 empleados (254 nuevas posiciones de trabajo y 537 cobertura de puestos existentes). Entre las distintas iniciativas llevadas a cabo para la selección del personal, se encuentran las siguientes:

Cobertura de posiciones de especialistas y macroestructura. Realizamos búsquedas internas para candidatos que detectamos a través de nuestras herramientas de desarrollo. En 2009 describimos y evaluamos 145 cargos, incluyendo directores y gerentes de primer nivel de Reporte, a través de entrevistas individuales.

Programa de Profesionales Trainees-Talentos 2.0. En 2009, el programa estuvo orientado a incorporar graduados recientes o próximos a recibirse de las carreras de Ingeniería Electrónica, Telecomunicaciones, Industrial o Sistemas. De esta forma, sumamos 7 profesionales trainees a la Compañía, que desarrollaron su entrenamiento en las gerencias.

5.4. Desarrollo profesional

Para impulsar el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores, utilizamos estas herramientas:

Management Review (MR). Está destinada a gerentes de la empresa y tiene el objetivo de evaluar el desempeño cualitativo y potencial de desarrollo, detectando fortalezas y aspectos a desarrollar; de armar los planes de sucesión y/o posibilidades de rotación de nuestros gerentes; y de identificar potenciales reemplazantes

para las posiciones de macroestructura. Este año nos focalizamos en la actualización de las matrices por Dirección, y por ello introdujimos cambios que se adecuan a la realidad cambiante del negocio.

Knowledge Review (KR). Está destinada a especialistas y técnicos, y su función es la de medir el potencial de crecimiento de los empleados, considerando los conocimientos técnicos de su función y gestión, y el nivel de desempeño. Durante 2009 trabajamos en la mejora de la herramienta, adaptándonos al contexto actual de la industria.



Pool de Talentos. A través de esta herramienta, podemos identificar a los colaboradores críticos con potencial de crecimiento. En este marco realizamos acciones diferenciadas de entrenamiento, experiencia, desarrollo personal y profesional, para definir nuestro mapa de talentos. En 2009 comenzamos con la etapa de diagnóstico de 200 especialistas, analistas, responsables, referentes y supervisores. Sobre la base de las potencialidades detectadas, implementaremos propuestas de desarrollo individualizadas para cada uno de los recursos identificados.

5.5. Gestión del desempeño

Avanzamos en el fortalecimiento del Modelo de Gestión del Desempeño, encargado de maximizar la contribución del empleado en el negocio. Para ello realizamos las siguientes acciones:

- Talleres de entrenamiento en Buenos Aires y en cinco provincias del interior del país (Chaco, Córdoba, Corrientes, Formosa y Santa Fe) para 300 empleados.
- Tarjetones digitales dirigidos a evaluadores y colaboradores, con el propósito de fortalecer conductas orientadas al cumplimiento de fechas, comunicación de objetivos, entrevistas de devolución y expectativas.
- Diseño e implementación de un desplegable sobre la diversidad generacional en el trabajo, dirigido a los evaluadores, para introducirlos en el desafío de entender y liderar a las cuatro generaciones que conviven en nuestra Compañía.



5.6. Equilibrio en Acción

Desarrollamos el Programa Equilibrio en Acción, con el objetivo de mejorar el balance entre la vida personal y laboral de nuestros colaboradores.



Este programa culminó su primera fase en diciembre de 2009, con la certificación internacional en Normas de Work & Life Balance (W&LB), y nos convirtió así en la primera empresa en Argentina con mayor cantidad de colaboradores que certificó esta norma (este logro fue posible gracias al compromiso de todos los colaboradores). Se generaron prácticas innovadoras acordes a las demandas del mercado y nos enfocamos en nuestro cliente interno.

Como parte del proceso de certificación, trabajamos en la promoción e implementación de políticas, programas y acciones tendientes a mantener un equilibrio entre la vida personal y laboral a través de la optimización del tiempo. Seleccionamos a 95 mandos medios y gerentes de todas las áreas de la empresa para que sean los embajadores de estas iniciativas y de esta filosofía de trabajo, y actúen como agentes de cambio y multiplicadores de los mensajes y acciones de este programa. Para 2010 tenemos el desafío de seguir trabajando en este programa para lograr un mayor alcance y para construir entre todos un mejor lugar de trabajo.

Red de Teletrabajo

En Telecom buscamos dar la posibilidad a todos nuestros colaboradores para que puedan realizar sus tareas laborales habituales, tanto en la oficina como fuera de ésta.

En este marco, durante 2009 consolidamos la modalidad de teletrabajo, y ampliamos su alcance de 50 a 150 empleados.

A su vez, inauguramos la Red de Teletrabajo, un ámbito de cooperación entre organismos públicos y privados para promover esta nueva práctica de trabajo en las empresas e instituciones

nacionales. En 2009 recibimos, junto a otras dos Compañías, la membresía fundacional de esta Red en virtud de la participación pionera en el Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (PROPET), una iniciativa del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.



5.7. Comunicación interna

Neoportal (Intranet)



En 2009 publicamos en el sitio 243 noticias con novedades de la Compañía, en donde tratamos diferentes temas, como la motivación e integración con la familia, la concientización sobre las enfermedades de gripe H1N1 y de dengue, el Mes de la Mujer, la seguridad vial y la seguridad informática.

Buzón de Sugerencias

Es una casilla de comunicación interna adonde nos llegan sugerencias de nuestros empleados y devoluciones sobre temas de interés dentro de la empresa.

Radio ECO

Es un canal multimedia de noticias y de entretenimiento para nuestros colaboradores. Este año llevamos a cabo 66 artísticas (promociones) con una programación emitida las 24 horas.

Telecom en tu Vida

Es nuestra revista interna bimestral. Durante 2009 realizamos seis ediciones, con un promedio de 60 páginas cada una. En respuesta a las sugerencias recibidas en la encuesta 2008, implementamos un cambio en su diseño y agregamos una sección denominada “Telecom Salud”.



Carteleras

Realizamos un relevamiento por edificio y, según la cantidad de personas, agregamos carteleras de corcho en todo el país.

Flash News de Capital Humano

Durante el transcurso del año, enviamos 44 novedades de tipo *flash news* por correo electrónico a todo el personal, con información sobre empleos, desarrollo, organización, beneficios y temas de capital humano en general.

Servicio 6500

Ofrecemos un servicio de atención integral para todos nuestros empleados, que contempla tres formas de comunicación: teléfono, correo electrónico y página web dentro del Neoportal. En 2009 atendimos 23.323 llamadas y alcanzamos un porcentaje de atención, en promedio anual, del 96% de satisfacción. Las principales consultas se refirieron a actualización de datos personales, confección de certificados laborales, reposición de la credencial de ingreso, plan de empleados y liquidación de haberes.

Blogs

Creamos blogs corporativos que nos ayudan a dar respuesta a las necesidades surgidas desde las áreas de negocio de la empresa, por ejemplo, sobre la Copa del Mundo Telecom o sobre el teletrabajo.

NEO TV

Implementamos un nuevo canal de comunicación interno de audio y video, que logró transmitir cinco programas en vivo, en formato televisivo, sobre temas de interés para nuestros empleados.

Programa Descubriendo el Negocio



Durante 2009, realizamos 6 charlas con expertos, a las que asistieron 320 personas. Allí se trataron cuestiones relacionadas con la modernidad, el marketing, los nuevos negocios y el futuro de las telecomunicaciones.

5.8. Comité de Diversidad



En noviembre de 2008, creamos el Comité de Diversidad, integrado por 30 empleados pertenecientes a diferentes áreas de negocio, con el objetivo de instalar el concepto de diversidad como un valor en nuestra empresa, con miras a trabajar juntos en el desarrollo de políticas y acciones que harán foco en los distintos grupos que conforman la población del Grupo Telecom.

Durante 2009 se brindó una conferencia a cargo de Alberto Franicevich, profesor del área de Comportamiento Humano del IAE Business School, quien ha profundizado su mirada sobre la gestión de la diversidad cultural como factor clave del éxito para la adaptación e integración de personas y empresas. El objetivo de esta reunión fue reflexionar sobre el alcance del concepto de diversidad en la Compañía y de definirlo. Alberto Franicevich publicó, junto a Eugenio A. Marchiori, el libro *La diversidad en acción. Transformando la diversidad en fuente de ventajas competitivas*.

5.9. Red de Voluntarios



En 2009 lanzamos la Red de Voluntarios, con el objetivo de generar oportunidades para la acción solidaria de los colaboradores y, a su vez, para desarrollar iniciativas que contribuyan al bienestar de

la comunidad. A través de esta iniciativa, los empleados tienen la posibilidad de realizar actividades de carácter social, tanto dentro como fuera del horario laboral. Para ello, desarrollamos capacitaciones previas a cada actividad.



Este año la Red concentró su lanzamiento en Salta Capital, Ciudad de Córdoba, Ciudad de Buenos Aires y conurbano bonaerense, y también se sumaron acciones en Entre Ríos, Tucumán y Chaco. Se destinaron más de 1.170 horas de voluntariado a 13 proyectos, que llegaron a 654 beneficiarios directos y a 16.100 beneficiarios indirectos.



Testimonios ⁽²⁾

“El voluntariado nos permite dar contención, afecto o alegría, no sólo plata y elementos materiales, sino tiempo y capacidades; dar un acompañamiento a los proyectos y continuidad en el tiempo. Es el desarrollo de vínculos entre quien ayuda y es ayudado”.

“Es una oportunidad para mejorar como personas y para reforzar los vínculos internos, y posibilita salir de la rutina diaria del trabajo y aportar ‘algo’ a la sociedad”.

(2) Testimonios extraídos de los *focus groups* realizados en Buenos Aires, Ciudad de Salta y Ciudad de Córdoba.



Actividades realizadas

• Colecta anual de Fundación Banco de Alimentos

Voluntarios de Telecom de las ciudades de Salta y de Córdoba participaron de la Colecta Anual e invitaron a los clientes de cadenas de supermercados a donar alimentos para la campaña. Gracias a la participación de los voluntarios, se lograron juntar más de 1.800 kg de alimentos que fueron distribuidos en comedores infantiles. Así se benefició a más de 16.000 niños.



Indicadores generales de 2009:

254 voluntarios.
88 voluntarios capacitados.
23 horas de capacitación.
7 capacitaciones brindadas.
12 proyectos realizados.
3 voluntarios coordinadores de proyectos.
15 instituciones involucradas.
847 beneficiarios directos.
1.292 horas laborales invertidas.
383 horas no laborales invertidas.
1.675 horas totales de voluntariado.



Testimonio

“Si bien la solidaridad y el amor al prójimo es algo que se practica todos los días, la colecta me dio la oportunidad de hacer un aporte significativo a una necesidad tan básica como es la comida, para los que sin duda serán el futuro de nuestra sociedad. Y estoy plenamente seguro de que, entre todos los chicos que reciben esa ayuda, más de uno el día de mañana va a estar agradecido por haber recibido esa oportunidad de salir adelante y se va convertir en alguien que va a marcar la diferencia”.

Javier Carril, empleado de Telecom en Salta.

• Jornadas por la Infancia en hogares de CILSA-Buenos Aires

Más de 100 voluntarios organizaron y desarrollaron actividades recreativas para casi 200 niños que asisten a 2 hogares de CILSA en el Gran Buenos Aires.

• Colecta de alimentos en las fiestas de fin de año de Telecom

Los colaboradores de Córdoba, Salta y Tucumán fueron invitados a donar alimentos no perecederos en las fiestas de fin de año organizadas por la Compañía, para ser destinados a comedores infantiles. Los casi 500 kg de alimentos recolectados fueron donados a la Fundación Banco de Alimentos de cada ciudad.



Testimonio

“El ingreso a una fiesta supone siempre un estado de alegría, emociones e incertidumbres acerca de cómo la pasaremos, pero ese día me pareció que nos olvidamos de esa incertidumbre y sólo quedó la alegría, la emoción y una pregunta que repetía cada invitado al ingreso: ‘¿Dónde dejo mi colaboración?’. Agregar el sentimiento de solidaridad a una fiesta es grandioso y crea un espíritu y una forma de disfrutar realmente gratificante”.

Verónica Sandruss, empleada de Telecom en Tucumán.

• Campaña Nochebuena para Todos-Buenos Aires

Gracias a la participación de 14 edificios, logramos reunir 94 cajas con alimentos y regalos destinados a más de 70 familias de la Parroquia José Obrero de Jujuy, Hogar de Abuelitos Santa María del Camino de Boulogne, Asociación Civil María de las Cárceles, Asociación Civil Sol Naciente y a otras 20 familias de Buenos Aires. Además, en Entre Ríos, los empleados realizaron una colecta para los damnificados por las inundaciones en la ciudad de Concordia.

Voluntariado profesional

- **Senti2 Conecta2**

Se realizó una experiencia piloto de inserción de voluntarios en el programa Senti2 Conecta2. Ocho voluntarias participaron del desarrollo de actividades pedagógicas en escuelas, aplicando dinámicas grupales y el uso de tecnología. Destinaron 30 horas laborales trabajadas y 16 horas no laborales para planificar las actividades.

- **Tecnología para Todos**

Es un programa implementado en articulación con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Diez Voluntarios de las Gerencias Desarrollo de Sistemas Técnicos, Planeamiento y Arquitectura Aplicativa y Desarrollo de Portales ofrecieron cursos de computación a 24 jóvenes de entre 14 y 18 años en situación de vulnerabilidad social, en el marco del Programa Adolescencia de la Ciudad de Buenos Aires.

Apoyo a damnificados por el alud en la ciudad de Tartagal

En febrero de 2009, un alud de lodo provocado por lluvias torrenciales arrasó con parte de la ciudad de Tartagal, sita en la provincia de Salta. A partir de ese momento, se puso en marcha la voluntad solidaria y espontánea de más de 130 empleados de Telecom, de todo el país, quienes se organizaron para recolectar 900 bultos con ropa, pañales y medicamentos. La Compañía organizó la logística para transportar los elementos donados hasta el lugar.



5.10. Acciones solidarias en los contact centers de Telecom Personal

Con el objetivo de generar un buen clima laboral, durante 2009 se realizaron distintas acciones fomentando la integración entre los miembros de los contact centers de Telecom Personal.

Entre las actividades más destacadas, podemos mencionar las siguientes:

- Acciones de interacción: actividades grupales dentro y fuera del horario laboral para incentivar la comunicación entre los equipos de trabajo: Día del Trabajo Divertido, Viernes Temáticos, Día de la Primavera, entre otros.



- Campañas de concientización sobre el cuidado del medioambiente.
- Día Internacional de la Alfabetización: se realizó una actividad para fomentar la lectura y para divulgar la importancia de la alfabetización en nuestro país.
- Campañas solidarias: Se implementó el proyecto Abrigando Corazones, que tiene como objetivo ayudar a niños y adultos víctimas de abusos o de maltratos. Se colaboró con Fundación Querubines, Hogar del Huérfano, Corazones Unidos, Escuelita de Chancani, entre otras instituciones.

Además, se organizaron colectas solidarias para colaborar con los damnificados de catástrofes ambientales, como las ocurridas en Misiones, Tartagal y Chaco. Se recolectaron más de 1.500 pañales, más de 500 kg de alimentos no perecederos, 138 cajas de ropa, medicamentos y más de 1.000 artículos de librería.

5.11. Formación de nuestra gente

Durante 2009 implementamos más de 30 programas de capacitación, en función de las necesidades de cada área. Capacitamos a 19.570 participantes en cursos presenciales realizados en todo el país, que implicaron el dictado de 218.340 horas alumno.

Formación y capacitación	2007	2008	2009
Empleados capacitados	19.919	18.336	19.750
Horas/alumno	146.517	215.406	218.340

Programa Inteligencia del Negocio

En 2009, junto con la Universidad Austral, realizamos la segunda edición de este programa, en el que participaron 50 colaboradores en 8 jornadas de 8 horas cada una.

Programa de Mandos Medios (PMM)

El programa integró los módulos de Liderazgo, Motivación y Desarrollo, Delegación y Coaching, RSE, y Cooperación e Integración. Contó con la participación de 1.350 empleados en 177 talleres (9 en Telecom Paraguay, 110 en Buenos Aires, 29 en Rosario y 29 en Córdoba).

Programas Cross

Llevamos adelante los cursos de “Negociación básica y avanzada”, “Contabilidad para no Contables”, “Finanzas”, “Toma de decisiones”, “Evaluación de proyectos de inversión”, “Presentaciones efectivas”, “Formación de formadores” y “Taller de redacción”. Durante 2009 efectuamos 88 dictados de cursos de los que formaron parte 2.230 alumnos, en cursos de 16 horas de duración cada uno. Al finalizar la formación, realizamos una Encuesta de Satisfacción, con un puntaje promedio de 4,36 en una escala del 1 al 5.

Programa de Acreditación de Saberes Técnicos

Tiene como objetivo contribuir a la profesionalización de nuestro personal técnico operativo de la Red a partir de la nivelación de sus conocimientos. Esta iniciativa está enmarcada en el proyecto de certificaciones profesionales del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, y además cuenta con el aval académico del ITBA (Instituto Tecnológico Buenos Aires).

5.12. Beneficios para nuestra gente



- Seguro de Vida adicional al obligatorio por un total de 16 sueldos.
- Licencia por paternidad de 15 días corridos, utilizada por 333 empleados en 2009.
- Guardería para los hijos de 841 empleadas mujeres entre 45 días y 6 años, para un total de 1.048 niños. Se destinaron \$332.435.
- Ayuda económica al hijo con discapacidad para 266 colaboradores. Se invirtió un total de \$179.232.
- Colonia de Vacaciones durante enero y febrero, donde participaron 1.900 niños en 17 localidades de todo el país. En las localidades donde dejamos de hacer la Colonia Telecom, otorgamos el beneficio de colonia vía reintegro contra presentación de factura a 102 empleados. Se destinaron \$40.169.
- Feriado Flexible: 2 días libres al año por elección. En 2009 alcanzó a 7.138 empleados.
- Mundial de Fútbol (Copa del Mundo Telecom) a nivel nacional en todas las provincias. En 2009 participaron 2.000 empleados.
- Asesoramiento provisional y gestión de trámites jubilatorios, brindados a todos los empleados y sus familiares a través de una consultora.
- Kits de útiles escolares para los hijos de empleados en edad escolar (6 a 17 años). Entregamos 7.424 kits.

- Día del Niño, con 9.000 obsequios para todos los hijos de empleados que tienen hasta 12 años.
- Mes de la Mujer, con acciones de concientización sobre temas de interés para nuestras empleadas, 2.000 participantes y 5.800 regalos.
- Día de la Secretaria, con entrega de 320 presentes.
- Programa de Descuentos Más por Vos en 1.500 comercios en todo el país.
- Medicina prepaga a cargo de la Compañía.
- Vestimenta informal durante los meses de verano.
- Club Personal con una oferta especial de beneficios.
- Becas para posgrados.
- 100% de cobertura para aquellos colaboradores que requieran capacitación en idiomas.



5.13. Compensaciones

A principio de año, actualizamos las escalas salariales y dispusimos un pago único de \$800 remunerativo para todo el personal fuera de convenio.

A su vez, de acuerdo con los datos arrojados por la encuesta de salarios realizada en enero de 2009, decidimos aplicar una pauta general de ajuste. El criterio de asignación fue el mérito, y se logró alcanzar al 85% de nuestros empleados. Frente a un Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVM) local de \$1.240, seguimos progresando y, al cierre de 2009, alcanzamos un total de \$1.440. También llevamos a cabo un proceso de revisión salarial de casos particulares, apuntando a los colaboradores promocionados y con desempeños sobresalientes.

Cabe destacar que incorporamos, dentro de la política de bono anual, los niveles de gerencias iniciales y a la población de especialistas. Además, revisamos los criterios de incentivos comerciales, con el objetivo de mantener una relación equilibrada entre remuneración fija y variable.

5.14. Relaciones laborales

Mantenemos un contacto fluido y permanente con los sindicatos, para generar vínculos orientados a prevenir o administrar los conflictos. En relación con el personal

convencionado, durante junio de 2009, firmamos acuerdos con todas las organizaciones gremiales en los que contemplamos aumentos salariales y otras condiciones laborales. Asimismo aplicamos los acuerdos de la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (FAECyS).

Las organizaciones sindicales tienen a su disposición un interlocutor válido de acuerdo con el nivel y materia de cada problemática. Así las reuniones que se celebran entre los representantes del empleador y de los trabajadores responden a la dinámica propia de las necesidades cotidianas.

En lo referente a seguridad y salud laboral, poseemos acuerdos con diferentes sindicatos sobre las condiciones y ambiente de trabajo en tareas de telegestión, trabajo en altura, evacuación de edificios en emergencias, trabajo en cámaras subterráneas y elementos de protección personal, entre otros.

Segmento del negocio	Compañía Año 2009	Tipo de contrato	Cantidad de empleados	% por tipo de contrato
Fijo	Telecom Argentina S.A.	Fuera de Convenio*	3.015	27,18%
		Dentro de Convenio	8.061	72,75%
	Telecom USA	Fuera de Convenio*	3	0,07%
Móvil	Telecom Personal	Fuera de Convenio*	1.859	44,16%
		Dentro de Convenio	1.940	46,04%
	Núcleo	Fuera de Convenio	422	9,80%

*Incluye macroestructura



5.15. Salud y seguridad

Como parte de nuestro compromiso con la salud y seguridad de nuestros empleados, en 2008 realizamos un diagnóstico interno, considerando los criterios de la normativa OHSAS 18001 y en 2009 trabajamos intensamente para seguir alineados con este estándar.



El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional de la norma OHSAS 18001, reconocido internacionalmente, se aplica a cualquier organización, tanto del sector de servicios como del sector de manufactura. Su certificación demuestra el compromiso y decisión de mejorar las condiciones de seguridad y de salud en el lugar de trabajo. Por otra parte, permite a la empresa mejorar su desempeño y distinguirse competitivamente en el mercado.

En 2009 concientizamos sobre la prevención y promoción de la salud de nuestra gente y sus familias. Brindamos a nuestros colaboradores un servicio con consultorios internos en nuestros edificios, continuamos con los programas de exámenes

médicos, contratamos asesoramiento infectológico y sumamos la figura de fonoaudiología en los lugares de trabajo, para ofrecer asistencia a nuestro personal.

La Compañía cuenta con 22 consultorios médicos (9 en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, 7 en la región del Litoral y 6 en la región Mediterránea). Entre los principales servicios brindados, se encuentran los siguientes:

- Programar exámenes médicos periódicos para el personal.
- Coordinar los planes de vacunación.
- Seguir el ausentismo de los empleados.
- Brindar respuesta a las consultas médicas.

Salud interactiva

Disponemos de un espacio especial dentro de la Intranet para impulsar temas de salud, donde facilitamos información para que los empleados y sus familias alcancen un estilo de vida más saludable. Durante 2009 nos enfocamos en la campaña de prevención e información sobre el dengue y sobre la gripe H1N1.

Comité de Asuntos Sanitarios

Frente a la amenaza del dengue y de la gripe H1N1, decidimos fundar este Comité, conformado por miembros de todas las direcciones, para llevar adelante dos campañas de concientización y de prevención. El Comité se reunió 23 veces en el año y determinó la implementación de las siguientes acciones:

- Campaña de sensibilización y de capacitación.
- Distribución de alcohol en gel entre todos los empleados.
- Controles de temperatura corporal por medio de termógrafos de alta inteligencia en los edificios de mayor densidad.
- Disminución de la densidad de población en época de mayor epidemiología, a través del teletrabajo.
- Compra de insumos para combatir ambas enfermedades.
- Vigilancia y control epidemiológico en el ingreso a los lugares de trabajo.

¡Detené el contagio de gérmenes que te enferman a vos y a otros!

Cubrite al toser



Cubrite la boca y la nariz con un pañuelo cuando tosas o estornudes



o cubrite con la parte superior del brazo cuando tosas o estornudes, no con las manos



Tirá el pañuelo usado a la basura

Lavate las manos después de toser o estornudar



Lavate las manos con agua tibia y jabón



o utilizá un limpiador de manos a base de alcohol

TELECOM
Gerencia Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente

Controlando al mosquito, controlamos la enfermedad.

Dengue

¿Cómo es el mosquito Aedes Aegypti?

Es un insecto pequeño que tiene el cuerpo oscuro, con rayas blancas en el dorso y en sus patas.



¿Qué hábitos tiene?

- La hembra suele utilizar recipientes con agua limpia para depositar los huevos, los cuales se transforman en larvas que alcanzan la forma adulta en 7 a 10 días.
- Es común encontrar huevos del mosquito en los floreros, macetas, baldes, etc., y en cualquier recipiente donde se acumule agua de lluvia. **Todos estos lugares son muy buenos criaderos de mosquitos Aedes y deben, en la medida de lo posible, ser eliminados.**
- Para alimentarse, la hembra pica a la persona, preferentemente por la mañana y al atardecer (hábito diurno), y es insistente en su intento de picar.

TELECOM
GRH - Dirección Capital Humano

Programa de Recuperación de la Salud (PROSAT)

Durante este año 128 empleados participaron del programa destinado a restablecer su salud. Un total de 22 de ellos se recuperó en forma completa (retomaron su actividad normal) y otros 16 mejoraron sus parámetros, pero no en su totalidad.

Datos de salud ocupacional	2008	2009
Exámenes periódicos	4.354	4.149
Exámenes preocupacionales	1.389	901
Exámenes de egreso	263	238
Personas (incluidos algunos familiares directos) vacunadas (*)	300	643
Empleados que participaron mensualmente del programa de <i>stretching</i> en call centers	4.850	3.400
Empleados capacitados en temas de salud (**)	1.150	3.117

* En 2009 fueron 120 por fiebre amarilla y 523 por Plan Antitetánico.

** Estrés, resucitación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios, mal de altura, etc.

Comité de Seguridad

Continuamos impulsando el trabajo del Comité de Seguridad, integrado por 15 autoridades de la empresa de las Direcciones de Red, Real Estate, Abastecimiento y Capital Humano, para centrar la mirada en las problemáticas de Seguridad Laboral. En 2009 realizamos 5 reuniones del Comité de Seguridad, donde se trataron diferentes cuestiones, entre éstas:

- Siniestralidad.
- Mejoras edilicias.
- Programas de entrenamiento.
- Plan de auditorías de seguridad.
- Situación de empresas prestadoras de servicios de seguridad.

Indicadores de Siniestralidad

Tasa de Incidencia del Grupo (accidentes de trabajo con baja por cada mil trabajadores; medición anual).

2007: 26,35

2008: 22,38

2009: 17,18

Plan de Riesgos de Trabajo

En el marco de este plan, realizamos 3.906 inspecciones al personal propio del nivel de accidentología y 2.466 al contratado; ampliamos el temario de las capacitaciones, incorporando riesgos especiales de determinados puestos de trabajo, integrando nuevos elementos de protección personal, como botellón lavajos de

emergencia para salas de baterías, anteojos de seguridad recetados y máscaras antihumo; y reevaluamos los Planes de Mejoras de cada Gerencia Operativa, y el Plan de Auditoría Interna.

Control edilicio de seguridad

Implementamos controles en las etapas de las obras que realizamos en los diferentes edificios corporativos. La Gerencia de Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente inspecciona y autoriza los planes de seguridad para las obras que se llevan a cabo. Este trabajo es complemento de la Gerencia de Control de Prestadores, que habilita el trabajo de las empresas contratistas que se desempeñan en las empresas del Grupo Telecom. En 2009 se relevaron 687 planes de seguridad. Por su parte, realizamos 1.192 inspecciones en instalaciones edilicias para revisar las condiciones de nuestras oficinas en materia de seguridad laboral.

A su vez, en los distintos call centers del país, realizamos una evaluación integral para implementar mejoras edilicias y del ambiente de trabajo. Entre los aspectos evaluados, se encuentran: ergonomía, iluminación, ventilación, mobiliario de los puestos de trabajo, tipo de piso, colores del ambiente.

Campaña Interna de Seguridad Vial

En materia de seguridad vial, realizamos 160 talleres para sensibilizar a 1.966 empleados en esta temática. Además, con el objetivo de reforzar lo aprendido en estos cursos, y en alianza con el Centro de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI), realizamos 14 pericias de siniestros vehiculares, que nos dieron la oportunidad de relevar información para prevenir accidentes, para mejorar las condiciones de los vehículos y para concientizar al personal que conduce las unidades operativas. Como complemento de estas prácticas, sensibilizamos a nuestros empleados sobre la temática a través de distintos canales de comunicación interna.



DATOS DE SEGURIDAD	2008	2009
Cantidad de inspecciones del nivel de accidentología en personal propio.	2.836	3.906
Cantidad de inspecciones del nivel de accidentología en personal contratado.	1.148	2.466
Cantidad de choferes de hidroelevadores certificados en sus competencias.	132	150
Cantidad de hidroelevadores certificados, en cumplimiento con la norma IRAM 3926.	57	107
Cantidad de auditorías de condiciones ambientales en cada lugar de trabajo.	650	1.192
Cantidad de personas entrenadas en riesgos específicos.	7.939	6.711
Cantidad de inspecciones de instalaciones, luminaria, matafuegos, carteles de salida, etc., en oficinas corporativas.	1.150	1.192

Toda la flota del Grupo Telecom es sometida anualmente a verificaciones técnicas vehiculares, independientemente de las requeridas por los organismos de contralor en ruta, a efectos de complementar los controles rutinarios internos que efectuamos sobre la flota. Esto no sólo mejora la seguridad de nuestros empleados, sino que disminuye los riesgos de accidente en la vía pública y asegura la correcta combustión de los vehículos.

Manuales de Seguridad y Salud Ocupacional

Contamos con un manual de riesgos del trabajo y salud laboral, que es repartido entre nuestros empleados con el objetivo de informarlos sobre las normas, instructivos e indicaciones necesarios para prevenir accidentes en cada puesto de trabajo. En 2009 repartimos 5.441 ejemplares. Como complemento del manual, publicamos periódicamente boletines informativos sobre temas como elementos de protección personal, uso de arnés, trabajo en altura, etc.

Plan de Emergencias

Contamos con un Comité de Emergencias responsable de gestionar el Plan de Emergencias. Este año, con el objetivo de optimizar esta actividad, adquirimos el sistema Urbicad, donde volcamos todos los datos de las instalaciones, los riesgos, los pliegos de mantenimiento, las pautas de evacuación, etc. También, llevamos a cabo periódicamente relevamientos en distintos puntos, como sistemas de alarmas, detectores de incendio y audio, vías de evacuación/escape, sistemas de extinción, instalación eléctrica y puertas de emergencia.



6. INVERSORES

Destacados 2009

- Cancelación de la deuda financiera de Telecom Argentina contraída en 2005, con 5 años de anticipación respecto del cronograma acordado con los acreedores.
- Celebración del 15° Aniversario de Cotización en la Bolsa de Nueva York, con la organización del Telecom Argentina Day. Presentación y difusión del evento en vivo a los inversores institucionales más destacados de Estados Unidos.
- Rueda de Prensa trimestral para informar los resultados económico-financieros.

Durante 2009 continuamos avanzando con las acciones destinadas a poner a disposición de la comunidad financiera nacional e internacional y de aquellas personas interesadas toda la información acerca de la evolución de los negocios del Grupo, junto con sus resultados y logros alcanzados.

El capital accionario de Telecom Argentina, al 31 de diciembre de 2009, estuvo compuesto por las siguientes clases de acciones:

Clase	Cantidad de acciones	%
Acciones Clase A	502.034.299	51,0
Acciones Clase B	440.910.912	44,8
Acciones Clase C	41.435.767	4,2
Total de Acciones	984.380.978	100,0

- Nortel Inversora S.A. es el accionista controlante, titular del **54,7%** de las acciones y de los votos posibles en las Asambleas Ordinarias de Accionistas de Telecom Argentina (51% en acciones Clase A y 3,7% en acciones Clase B).

- El **41,05%** de las acciones (todas Clase B) cotiza y se negocia en el panel de líderes de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, en la Bolsa de Valores de Nueva York (en inglés, New York Stock Exchange —NYSE—) y en la Bolsa Mexicana de Valores.

Las tenencias aproximadas de las acciones en poder de accionistas minoritarios, por tipo de inversor al 31 de diciembre de 2009, fueron las siguientes:

Tipo de inversor	%
Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES)	18,78
Otros inversores institucionales	14,11
Otros inversores minoritarios	8,16
Total Oferta Pública	41,05

- El **4,21%** de las acciones (todas Clase C) se encuentra afectado al Programa de Propiedad Participada (PPP), creado por la Ley N° 23.696.

La capitalización bursátil de Telecom alcanzó los 3.311 millones de dólares según la cotización de sus acciones en la NYSE, lo que representó una mejora del 121% respecto al 31 de diciembre de 2008.

Para más información, ver la Memoria y Estados Contables al 31 de diciembre de 2009 en nuestro sitio web: www.telecom.com.ar

6.1. Cancelación de la deuda financiera de Telecom Argentina

Para beneficio de nuestros inversores, y de la empresa en su conjunto, este año cancelamos anticipadamente la totalidad de la deuda financiera que había sido contraída bajo el acuerdo preventivo extrajudicial realizado en agosto de 2005. De esta manera, habiendo prepagado en octubre de 2009 la última porción remanente de las obligaciones negociables juntamente con el pago de intereses, concluimos con 5 años de anticipación dicha deuda. El monto desembolsado en esta oportunidad ascendió a 1.442 millones de pesos.



6.2. 15 años de cotización en la Bolsa de Nueva York

En diciembre de 2009, cumplimos 15 años de cotización en la Bolsa de Nueva York. Nos convertimos así en una de las compañías pioneras del país que, en 1994, logró ingresar a este importante mercado financiero. Para celebrar la ocasión, organizamos una jornada especial denominada *Telecom Argentina Day* en la sede de la Bolsa en Nueva York, que culminó con el *closing bell*, la tradicional señal de cierre diario de la rueda de negocios, esta vez a cargo del Director General Ejecutivo de Telecom Argentina y del Director de Administración, Finanzas y Control, junto a otros ejecutivos de la firma.

Además, durante ese día, se llevaron a cabo reuniones con analistas e inversores internacionales, donde se comunicaron los resultados logrados por la empresa en los últimos años, y se compartieron los principales proyectos con vistas al futuro.

6.3. Comunicación con nuestros inversores

La Gerencia de Relaciones con Inversores se ocupa de difundir y enviar información relevante al mercado financiero, a la vez que mantiene actualizada la sección de Inversores del sitio web y se asegura de brindar las herramientas necesarias para facilitar la toma de decisiones a los distintos grupos de interés, tales como inversores institucionales, accionistas minoritarios, analistas de bancos de inversión, calificadoras de riesgo y potenciales inversores.

Este año, además de las teleconferencias organizadas trimestralmente para el anuncio de los avances económico-financieros, incorporamos las conferencias de prensa donde el Director General Ejecutivo de la Compañía presentó los resultados del trimestre y respondió a las inquietudes de los periodistas. Este nuevo canal de comunicación adoptado refleja nuestro esfuerzo por seguir creciendo en la transparencia y apertura que nos distinguen.

A su vez, promovemos la asistencia y participación de accionistas minoritarios en las asambleas mediante una difusión pública intensiva de la convocatoria y la documentación a considerar, y asesorando a los accionistas sobre los recaudos formales a cumplir para registrarse en las asambleas y para participar de éstas.



En el ámbito internacional, en 2009 participamos de tres eventos internacionales -en México, Estados Unidos y Brasil-, destinados al público inversor. En estos encuentros se efectuaron presentaciones de la empresa y reuniones particulares con inversores actuales y potenciales interesados en la Compañía. Los principales temas tratados fueron el desempeño económico-financiero de la empresa, la estructura accionaria, la evolución del negocio y los planes a futuro, entre otros. En dichos encuentros participaron ejecutivos de Telecom, entre ellos el Director General Ejecutivo.



Canales de diálogo con inversores

• Gerencia Relaciones con Inversores

La gerencia se encuentra en la sede central de la empresa, y todos los inversores pueden dirigirse personalmente o por correo electrónico a relinver@ta.telecom.com.ar, o pueden llamar a +54 11 4968 3628.

• Cobertura de analistas y Calificadoras de Riesgo

Los inversores cuentan con la posibilidad de obtener las visiones independientes de distintos analistas calificados, los cuales realizan periódicos informes acerca de la evolución y estado financiero del Grupo. Estos analistas provienen de los principales bancos de inversión a nivel internacional y local.

Canales de diálogo con inversores

• Página web para inversores

Contamos con un sitio especial para inversores en nuestra página corporativa www.telecom.com.ar/inversores -con versiones tanto en español como en inglés-, que contiene:

- Comunicados e informes de resultados de la empresa actualizados trimestralmente.
- Estados contables trimestrales y anuales de Telecom Argentina y sus subsidiarias.
- Información sobre las reuniones de la Asamblea de Accionistas.
- Información sobre pago de dividendos.
- Información acerca de Gobierno Corporativo.
- Comunicados sobre Obligaciones Negociables.
- Acceso directo a las páginas web de los Organismos Reguladores.
- Comunicaciones periódicas sobre hechos relevantes a la Comisión Nacional de Valores y Securities Exchange Commission (SEC).

• Conferencias

Son organizadas localmente y en el exterior para tener contacto periódico con los inversores existentes y potenciales.

• Memoria y Estados Contables

Esta publicación del Grupo Telecom es la fuente principal de información que ofrecemos a los inversores. Contiene información operacional, financiera y económica de Telecom Argentina y sus Sociedades controladas (así como también los informes de los auditores externos sobre los estados contables) y el informe de la Comisión Fiscalizadora. Están disponibles en la página web.

• Formulario 20-F

Este documento es presentado por Telecom Argentina a la SEC en forma anual. Cumple estándares de la SEC y proporciona información económico-financiera, operacional y contable del Grupo. Está disponible en la página web.



7. CLIENTES

Destacados 2009

- Ampliamos el alcance del servicio de GSM fijo, a través de la tecnología de acceso móvil de Telecom Personal, y alcanzamos los 28.703 clientes en zonas que anteriormente no tenían acceso a servicios de telecomunicaciones.
- Consolidamos el crecimiento de los servicios de valor agregado para los clientes de telefonía móvil.
- Actualizamos más de 200 procesos de atención y venta, que se complementaron con la participación de más de 100 iniciativas de mejora en los sistemas de gestión de reclamos y satisfacción del cliente.
- Firmamos un acuerdo comercial para ofrecer los servicios de telefonía, banda ancha y televisión satelital a través de una oferta muy beneficiosa para nuestros clientes, disponible a nivel nacional (Superpack).
- Lanzamos Arnet BIZ Plus, plataforma de valor agregado para el segmento Negocios.
- En Grandes Clientes, continuamos trabajando en la convergencia de servicios fijos y móviles, así como en el desarrollo de soluciones innovadoras con foco en servicios asociados a los datacenters de Telecom.

Nuestros usuarios (en miles)	2008	2009
Telefonía Fija		
Líneas instaladas	4.443	4.595
Líneas en servicio*	4.299	4.364
Líneas de clientes	3.937	3.991
Líneas en servicio por empleado	384	394
Líneas en servicio cada 100 habitantes**	22	22
Internet		
Clientes Dial-Up	65	55
Clientes ADSL-Banda Ancha	1.042	1.223
Clientes Internet Núcleo	15	12
Total clientes Internet	1.122	1.290
Telefonía Celular		
Clientes Telecom Personal	12.564	14.475
Clientes Núcleo (Paraguay)	1.811	1.794
Clientes totales	14.375	16.269

*Incluye números de Discado Directo Entrante, que no ocupan capacidad de líneas instaladas.

**Corresponde a la zona norte de la República Argentina.

Durante 2009 trabajamos para ofrecer productos y servicios innovadores de alta tecnología que permitan a nuestros clientes mejorar sus comunicaciones y el acceso a la información. Este año nos focalizamos en centralizar y modernizar nuestro Centro de Cómputos, a fin de mejorar los controles y de resguardar la información de nuestros clientes.

Canales de diálogo con clientes

- **Línea 112.** Para clientes residenciales. Permite conocer el estado de sus cuentas, efectuar gestiones de pagos, subscribirse a promociones, informarse de nuevos productos y servicios, y realizar otras gestiones de líneas telefónicas, Arnet u otro servicio.
- **0800-555-7247 (PAIS).** Para Grandes Clientes. Permite consultar sobre todos los servicios de la empresa. También se puede consultar por correo electrónico a la dirección 0800555pais@ta.telecom.com.ar
- **0800-888-7888.** Centro de Asistencia Posventa Técnica dedicado al segmento de Grandes Clientes y Gobierno para la atención de consultas y de reclamos técnicos.
- **0800-555-OPER.** Para Wholesale Nacional e Internacional. Permite gestionar consultas y reclamos correspondientes a los servicios ofrecidos. Tiene una alternativa de contacto: cao_telecom@ta.telecom.com.ar
- **Internet.** Información sobre la empresa a través de nuestras páginas www.telecom.com.ar y www.personal.com.ar, un espacio para realizar trámites on-line, la posibilidad de realizar reclamos sobre el servicio, información sobre modalidades de pagos, novedades y número de teléfonos útiles, entre otras cosas.
- ***111 y 0800-444-0800.** Para clientes de Telecom Personal. Permite conocer el estado de cuenta, efectuar gestiones de pagos y realizar otras gestiones.
- **0800-888-0800.** Centro de atención exclusivo para el segmento Negocios (se diferencia del 112, que es para clientes residenciales).



Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y de apoyo de catástrofes



Emergencias 911, para dar una respuesta rápida ante diferentes emergencias, como delitos, servicio médico, bomberos, defensa civil, etc., de manera de facilitar la calidad de vida de la sociedad.

Inundación en Tartagal. En febrero de 2009, ante la grave situación producida por el alud en esta ciudad salteña, decidimos bonificar el 100% en las llamadas locales y el 50% en llamadas de larga distancia nacional, desde los prefijos afectados y hacia éstos.

Terremoto en Italia. En abril de 2009, dispusimos una serie de medidas tendientes a favorecer las comunicaciones en las zonas comprometidas por el terremoto ocurrido en Italia, y otorgamos a los clientes el 50% de descuento en llamadas de larga distancia internacional al destino afectado.

Inundaciones en el Litoral (Concepción del Uruguay y Concordia). Durante noviembre y diciembre de 2009, tras la catástrofe natural del Litoral, refacturamos los vencimientos, para inhibir así el proceso de morosidad hasta que los clientes recibieran la refactura a pagar.

En cuanto a los servicios que ofrecemos durante todo el año, contamos con el Sistema de Gestión Integral de

7.1. Telefonía Fija, Residencial y Negocios

Nuevos servicios de telefonía fija para una mejor comunicación:

Número Adicional

Es un servicio que permite a nuestros clientes tener más de un número asociado a la línea de teléfono fijo, para hacer y recibir llamadas en forma simultánea.

Este servicio tiene la misma calidad y numeración del área geográfica a la que pertenece la línea principal. En 2009 se adhirieron a este servicio 222 líneas.

Facturación Detallada Celulares

Es un servicio de factura detallada sobre las líneas de teléfono fijo a través de los celulares de los clientes residenciales, de manera que ellos puedan conocer el estado de consumo mensual. A diciembre de 2009, son 30.000 los clientes que están adheridos a este servicio.

Lanzamiento de la Línea Local Libre

En 2009 lanzamos una oferta que incluye llamadas locales libres y un pack de servicios adicionales (contestación automática de llamadas, señal de llamada, transferencia de llamadas, llamada sin selección, facturación detallada celulares). A diciembre de 2009, son 57.773 las líneas adheridas.

Nuevos planes de llamadas

Este año implementamos nuevos planes de llamadas locales con tarifas planas y con un volumen de llamadas a la medida de las diferentes necesidades, por ejemplo, planes de 100, 200 ó 300 llamadas locales libres.

Planes de llamadas locales

- Plan 100 llamadas locales: 13.812 clientes.
- Plan 200 llamadas locales: 2.515 clientes.
- Plan 300 llamadas locales: 1.248 clientes.
- Plan Nuevo Habla + Local: 1.716 clientes.

Planes de llamadas de larga distancia

- Plan Más Cerca 10: 12.817 clientes.
- Plan Más Cerca 20: 8.327 clientes.

SMS en teléfonos fijos

Durante 2009 continuamos fomentando el uso de servicios innovadores, como los SMS desde teléfonos fijos que, durante octubre de 2009, superaron el millón de mensajes mensuales.

Infraestructura de redes

Durante 2009 continuamos con el tendido de fibra óptica y con el despliegue de tecnología DWDM (multiplexación por división en longitudes de onda densas) en la red interurbana. Abarcamos todas las capitales de las provincias y la mayoría de las localidades de mayor número de clientes, para mejorar la capacidad de transmisión y velocidad de acceso otorgada a los clientes.

Los servicios de Banda Ancha fija y móvil continúan siendo los demandantes de mayor capacidad en la red, con crecimientos que aún rondan el 50%. Se tendieron alrededor de 900 km de nuevas fibras ópticas.



Atención al cliente de telefonía fija e Internet

Durante 2009 nos enfocamos en la implementación de planes diseñados en el Sistema de Mejora Continua de Customer Care (Cuidado del Cliente). Incorporamos nuevas herramientas tecnológicas de grabación de llamadas que optimizan los monitoreos de calidad.

En el ámbito de la atención de consultas y reclamos de Internet, desarrollamos e implementamos un nuevo sistema, Easy Sur, que permite a nuestros operadores tener una visión 360° de la problemática técnica del cliente. De esta forma, logramos aumentar la Resolución en Primer Contacto (en inglés, *First Call Resolution —FCR—*), que registró un incremento de 4 puntos porcentuales sobre la media. Al mismo tiempo decreció la tasa de reclamos un 12% por mejoras en la efectividad del diagnóstico.

Pusimos en marcha nuevas metodologías de medición de calidad en los puestos de back office (asistentes comerciales que colaboran en la resolución de trámites de los clientes), lo que permitió detectar oportunidades de actualización de conocimientos. Como resultado, se registró una mejora del 7% en la gestión de este sector.

Implementamos, en el Centro de Contacto, un equipo de Loyalty. Este grupo atiende a clientes insatisfechos y les ofrecen nuevas posibilidades de servicio que se adaptan de forma más eficiente a sus necesidades y costumbres de uso. Se registraron resultados positivos de retención de bajas en un 89% de los casos.

Satisfacción de clientes de telefonía fija e Internet

En 2009, la encuesta postevento sobre el servicio de atención comercial arrojó una mejora del 12% en el Índice Satisfacción con la Actuación de Arnet. Por su parte, en cuanto al grado de satisfacción con Arnet y Telecom en general, mejoró 10% para el servicio de Arnet, y no presentó cambios para el servicio de Telecom.

Según la última medición de la consultora CEOP, el nivel de satisfacción de 2009 de nuestros clientes con el servicio de Arnet en hogares fue del 86%. El nivel de satisfacción alcanzado por Telecom fue del 87%. Estos valores fueron un 15% mayor que los niveles promedio de la competencia.

A su vez, fortalecimos el diálogo con asociaciones y autoridades de Defensa del Consumidor, participando e impulsando la realización de reuniones y encuentros sobre esta temática.



Atención, productos y servicios a la medida de nuestro segmento Negocios

En 2009 lanzamos una nueva plataforma para el segmento Negocios denominada *Arnet BIZ*, con el objetivo de otorgar un servicio de valor agregado de máxima calidad para un segmento en constante crecimiento y altamente competitivo en nuestro país, combinando líneas telefónicas con conexión de Banda Ancha y servicios de valor agregado, tales como herramientas de mail, oficina móvil, productos de voz y servicios de datos, entre otros.

Para el lanzamiento de esta nueva plataforma, confeccionamos un panel de control exclusivo dentro de nuestra página web corporativa <http://www.telecom.com.ar/negocios>, a través del cual el cliente no sólo administra sus servicios, sino también recibe todo tipo de recomendaciones, soluciones y comunicaciones con respecto a nuestras herramientas y novedades.

Por otra parte, rediseñamos el portal en nuestra página web Telecom Negocios, y proporcionamos un recurso amigable y adecuado para acercarnos a nuestro segmento, donde se pueden visualizar las novedades, acceder a información específica de los servicios y adquirir productos a través de la venta por formularios, entre otras opciones. Por su parte, pusimos en marcha la Respuesta de Voz Interactiva (en inglés, *Interactive Voice Response —IVR—*), un nuevo servicio de autogestión que permite a nuestros clientes realizar operaciones de manera rápida y automática.

Capacitación interna para una mejor atención

Con el fin de brindar una mejor atención al cliente en el segmento Negocios, durante 2009 realizamos diferentes capacitaciones internas sobre nuestras nuevas herramientas y servicios. De esta forma, nos preocupamos por garantizar al usuario una atención exclusiva y preferencial, teniendo en cuenta sus necesidades particulares y facilitando un conocimiento efectivo y una nutrida experiencia para hallar las soluciones apropiadas para cada tipo de cliente.

Factura con formato braille

Contamos con la opción de impresión de la factura en formato braille, que les permite encontrar fácilmente la información más importante a quienes poseen discapacidad visual. El servicio es gratuito y sólo requiere de un llamado al Servicio de Atención Comercial 112. Quienes la soliciten recibirán, junto con su factura de teléfono original, una copia adicional en braille.

Servicio de telefonía con alto valor social

Promovemos la contribución social por medio del acceso a las telecomunicaciones a comunidades de zonas donde el único medio para estar conectados es la telefonía pública. Queremos estar presentes a través de servicios con alto valor social en todos aquellos sitios en donde no existe otro medio de comunicación.

Servicio de telefonía pública

Durante 2009, el negocio de telefonía pública mostró una disminución como consecuencia del sostenido desarrollo de la telefonía móvil. Para contrarrestar el impacto negativo, continuamos trabajando en la adecuación de la red mediante la implementación de una migración proactiva entre canales, principalmente de telecentros a telecabinas, y la adecuación y reubicación de teléfonos públicos de acuerdo con las necesidades de los clientes y las metas regulatorias. El parque de líneas decreció un 14% a lo largo de 2009. Parque total de líneas de telefonía pública: 50.275.





Servicio GSM fijo

Seguimos ampliando el alcance de GSM fijo en diferentes puntos del país donde no hay acceso al servicio de telefonía. A través de la tecnología de acceso móvil de Telecom Personal, ofrecemos el servicio básico telefónico (voz) a clientes ubicados en zonas rurales o suburbanas, donde se carece del tendido de red de cobre.

Para brindar servicio básico telefónico en zonas suburbanas y rurales, utilizamos además diversas tecnologías de acceso:

- **WLL (Wireless Local Loop).** Brinda servicio a 16.400 clientes distribuidos en 827 localidades.
- **PMP (Punto Multipunto).** Alcanza a 1.870 clientes ubicados en 55 localidades.
- **RTRAM (Radio Telefonía Rural de Acceso Múltiple).** Está destinada a 1.010 clientes situados en 85 localidades.
- **Monocanales.** Llega a 1.194 clientes, repartidos en 290 localidades.
- **Satelital.** Abastece a 330 clientes de 146 localidades.

Una de las nuevas zonas donde extendimos este servicio durante 2009 fue el Delta del Tigre, en la Provincia de Buenos Aires. Allí atendemos a 3.220 clientes, distribuidos en la primera, segunda y tercera sección del Delta, y llegamos a cubrir hasta la isla Martín García.

Servicio Semipúblico de Larga Distancia (SSPLD)

Brindamos, a diciembre de 2009, el Servicio Semipúblico de Larga Distancia (SSPLD) a 1.389 puntos en todo el país, con el objetivo de facilitar a pequeñas localidades la posibilidad de vincularse a la central más próxima para tener servicios de telefonía. De esta forma, nos encargamos de que el 92% de lugares con estas características cuenten con acceso a dichas tecnologías y estén comunicados.

7.2. Telefonía Móvil-Personal

Nuestra oferta de productos y servicios

En Telecom Personal potenciamos los planes llamados “Todo Incluido”, que contienen unidades libres de voz, SMS y datos, con unidades con características de *touch* y multimedia 3G, con precios diferenciales para beneficio de nuestros clientes. También lanzamos un plan para los clientes prepago, en donde se valora la eficiencia en sus consumos habituales a través de crédito extra con cada recarga y de la posibilidad de llamadas gratuitas libres a otros números de Telecom Personal.

Para el segmento Empresas, destacamos los siguientes servicios:

- **Mobile Office Todo Incluido.** Incluye voz, SMS y servicio de datos bajo un mismo abono mensual.
- **Placas 3G.** Profundizamos la diversidad de ofertas vinculadas al servicio Internet Móvil, a través del desarrollo de nuevos paquetes de datos y campañas diferenciales sobre la base de clientes.
- **Ofertas regionales.** Adaptamos nuestras ofertas acorde a las necesidades y realidades específicas de cada región, identificando aquellos factores relevantes para cada subregión.

Para Núcleo Paraguay, sumamos nuevos productos como el Plan Familia y Número Amigo, que permiten a nuestros clientes realizar llamadas sin cargo a otros destinos de la red previamente seleccionados.

Masificación de los servicios de valor agregado (SVA)

Los SVA optimizan la comunicación entre nuestros clientes, incorporando nuevas tecnologías a los servicios de telecomunicaciones. Por ejemplo, la utilización de Internet desde los celulares, el uso de datos en la navegación en Internet y en aplicaciones desde notebooks con módems 3G, la innovación en dispositivos y aplicaciones sobre Blackberry y la incorporación de modelos basados en Windows Mobile y la Autogestión Web, a través de la cual las Compañías pueden consultar y configurar sus servicios en forma ágil y personalizada.

Durante 2009 seguimos avanzando y logramos un alto nivel de masificación de los SVA en todos los segmentos; cada año llegamos a una mayor cantidad de clientes. Esto nos permitió ubicar a Telecom Personal como la empresa móvil de mayor participación de ingresos en SVA de Latinoamérica: llegó a un 38%.

La consolidación de la red 3G permitió el impulso de mejores servicios, entre los que se encuentran:

Personal Música

Es una tienda digital que incluye un extenso catálogo de temas originales, ringtones, videos y wallpapers, entre otros. Se superaron los 2 millones de descargas en 9 meses.

Personal Video Streaming

Se amplió la oferta de contenidos.



SMS Messenger

Personal fue el primer operador del mundo en lanzar este servicio en un trabajo conjunto con Microsoft. El servicio permite a los usuarios utilizar el servicio Windows Live Messenger en tiempo real. Al terminar 2009, el servicio contaba con más de 35.000 suscriptos.

Blog y Álbum

Se ofreció a los clientes un espacio gratuito de expresión para generar y compartir sus fotos en la Web. Al cierre del ejercicio, existían más de 7 millones de fotos acumuladas en el Álbum y más de 250.000 en el Blog.

Pack 2.0

Las alianzas con los portales y grandes comunidades sociales del mundo Web 2.0 representaron un motor fundamental de innovación, educación y generación de ingresos. Mediante este servicio, los clientes pueden acceder en forma ilimitada a la versión móvil de Facebook, Hotmail, Fotolog, Yahoo, MySpace, etc. Al cierre de 2009, contamos con 140.000 usuarios únicos.

SIM Messenger

Es una aplicación que se encuentra en la SIMcard, que permite ingresar a MSN y chatear con los contactos propios del cliente. Personal fue la primera operadora en la Argentina y la segunda a nivel mundial en brindar este servicio. Durante 2009, los usuarios únicos llegaron a más de 30.000 y generaron aproximadamente 11 millones de mensajes instantáneos desde su lanzamiento.

Para mayor información ver: <http://www.personal.com.ar>

Fidelización de clientes

La estrategia de retención y fidelización estuvo basada en 2 ejes conceptuales: otorgar valor agregado a la oferta del servicio y extender el ciclo de vida del cliente. Para ello, se profundizaron las ofertas de los programas de fidelización.

Club Empresas

Entre los principales beneficios que ofrecemos, se destacan los descuentos en capacitaciones, equipamiento de oficina, viajes de negocios, seguros integrales y otras categorías de beneficios que apuntan al ahorro de costos de los Negocios, para posibilitar su crecimiento comercial.

Club Personal

Club Personal es el programa de beneficios para los clientes de Personal que premia a los socios por comunicarse. Cada vez que realizan llamados, cargan crédito o contratan un servicio adicional, automáticamente suman puntos que pueden canjear por importantes premios. Actualmente el club cuenta con 3,5 millones de socios. Ampliamos los mecanismos de consulta de puntos de Club Personal a través de los siguientes canales de comunicación: Respuesta de Voz Interactiva (*Club), Portal WAP, Portal de Autogestión Web. Y comenzamos con los avances para habilitar las consultas a través de SMS y en la factura en 2010.

Para mayor información ingresar a <http://www.clubpersonal.com.ar>



Estrategia responsable de comunicación: conocer a nuestros clientes

Realizamos investigaciones de mercado para conocer a nuestros clientes y para detectar los estímulos de comunicación necesarios para lograr una llegada más efectiva según cada perfil.

• Estudio Touchpoint

Consistió en sesiones grupales, el uso de estímulos comunicacionales y la realización de entrevistas en profundidad, donde comprendimos que no todos los clientes tienen el mismo vínculo con el celular: “No todo es para todos”. Esto nos ayudó a descubrir una oportunidad para generar una relación más estrecha y emocional con cada cliente y crear grupos por afinidad.

• Estudio Antropológico en el Personal Fest

Llevamos a cabo pequeñas entrevistas y realizamos un rastreo de las imágenes más interesantes del festival con una cámara en mano. Así, encontramos que los participantes lo viven como una experiencia multiestimulante, un espacio de encuentro generacional, que habilita el disfrute de la diversidad en un marco de seguridad.

• Club Personal

Desarrollamos encuestas telefónicas a clientes socios y no socios para detectar sus preferencias, el grado de conocimiento de los beneficios del Club, la satisfacción y sus optimizaciones.

• Estudios de Promociones

A través de grupos de enfoque, entrevistas telefónicas y personalizadas a la salida de los puntos de venta, conocimos las significaciones asociadas a las promociones ofrecidas, su comprensión a través de las formas de comunicación adoptadas y las mejoras sugeridas para cada una de éstas.

Durante 2009, con el objeto de capacitar y educar a los consumidores en temas relacionados con la telefonía móvil para que puedan sacar el mayor provecho de sus equipos, utilizando todas las aplicaciones que la industria ofrece, publicamos “Tu móvil”, un *insert* coleccionable en el diario La Nación de los lunes.



Servicios para clientes no videntes

Brindamos la posibilidad a nuestros clientes con discapacidad visual de solicitar la facturación en sistema braille, a través de cualquier canal de atención al cliente: línea 111, *111 u oficinas comerciales.

A su vez, estos clientes con factura fija o tarjeta pueden solicitar la bonificación de la consulta de saldo vía *150.

Infraestructura de redes

Continuamos con el despliegue de la cobertura 3G y de nuestra red central de conmutación y transporte de datos, para sustentar la estrategia de crecimiento de Internet móvil. Así superamos los 1.200 sitios con radio bases 3G a fines del ejercicio 2009. Ajustamos la capacidad de la red 2G para acompañar el crecimiento del tráfico de voz y SMS. A fines de 2009, la cantidad de sitios con radio base 2G superó los 2.700.

Por su parte, con Núcleo Paraguay, continuamos con la ampliación de la cobertura de la tecnología GSM e incrementamos un 12% la capacidad instalada al inicio de 2009. Un hecho relevante del ejercicio fue la ampliación en capacidad de la red 3G: se aumentó un 100% la capacidad instalada.

Atención al Cliente

En 2009 Telecom Personal lideró las Encuestas de Satisfacción de la consultora local CEOP y continuó primero en atención en el segmento Individuos, haciendo especial foco en lo que el cliente valora, mediante la articulación de acciones destinadas a dar la mejor calidad de atención.

Resolución en Primer Contacto

(En inglés, *First Call Resolution* —FCR—). Es uno de los principales generadores de satisfacción que prioriza el cliente y un diferenciador clave en el mercado. Atraviesa todas las áreas de la empresa, con el objetivo común de implementar acciones, iniciativas y diversos programas de mejora. Como resultado del trabajo conjunto, este indicador se incrementó desde principio de año un 16% interanual.

Gestiones automáticas vía Respuesta de Voz Interactiva

(En inglés, *Interactive Voice Response* —IVR—). Mejoramos la eficiencia operativa sin perder eficacia, gestionando por este medio el 50% del total de las llamadas atendidas.

Nuevo modelo de atención

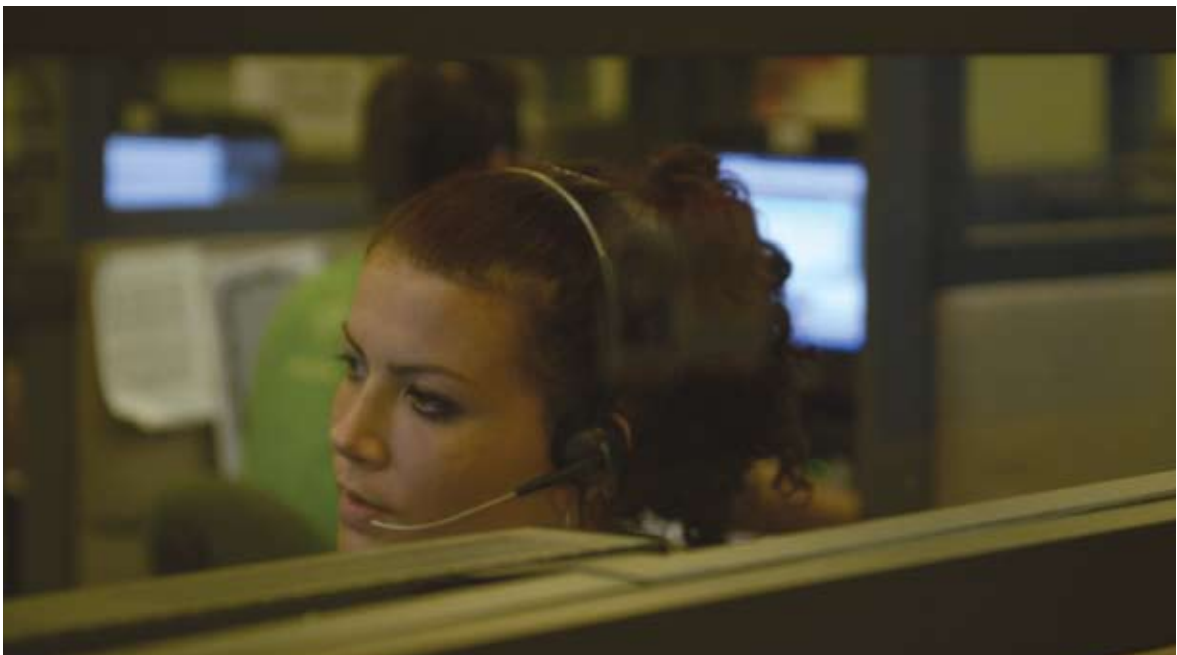
Reorganizamos el esquema de segmentación de atención, enfocándonos en las necesidades de cada cliente. A su vez, establecimos una fuerte reingeniería en más de 500 procesos que presentaban mayor impacto en la atención y satisfacción, con el fin de entender íntegramente qué espera el cliente de Personal como empresa de servicios. De este modo entendimos aún más las necesidades y tiempos de respuesta requeridos, redujimos la cantidad de llamados y elevamos la satisfacción global.

Desarrollo de autogestiones

Consolidamos nuestra página de Internet como canal de atención e implantamos acciones de *e-caring* (cuidado del cliente en el contacto vía web), para aumentar la satisfacción del cliente, para reducir costos de atención y para disminuir los contactos a la línea *111 y las visitas a oficinas comerciales. El esfuerzo realizado sobre la atención vía Internet se vio reflejado en un crecimiento del 115% de ingresos en diciembre 2009, en relación con mediciones hechas al comienzo del año. La cantidad de autogestiones web en diciembre de 2008 fueron 260.000, en tanto que las autogestiones de diciembre de 2009 fueron 530.000.

Nuevos canales de atención

Creamos un canal de atención especial para placas 3G, dos canales de atención para productos destinados a la venta de *smartphones* exclusivos (Milestone, iPhone, etc.) y uno exclusivo para servicios de alta tecnología.



Defensa del consumidor

Avanzamos en la generación de importantes acciones preventivas para el tratamiento de denuncias realizadas ante entidades de defensa del consumidor, estimulando la implementación de soluciones para las cuestiones planteadas por nuestros clientes.

Gestión de Calidad

Comenzamos con la implementación de un nuevo proceso de calidad alineado a las normas globales para centros de contacto con clientes COPC® (*Customer Operations Performance Center*), que posibilitó la aplicación de mejores prácticas tendientes a afianzar la orientación de la Resolución en Primer Contacto en todos nuestros Centros.

Formación de nuestros empleados

En 2009 lanzamos la nueva plataforma de capacitación *e-learning* en los centros de contacto con clientes de diferentes puntos del país. Formamos a más de 6.000 empleados.

Realizamos capacitaciones prácticas y de resolución, privilegiando pautas de comunicación, actitud, compromiso, proactividad y profesionalismo en los ingresantes a los centros de contacto, para asegurar altos estándares de calidad.

Por su parte, ofrecimos a nuestros empleados de los centros de contacto un importante espacio para actividades recreativas, campañas solidarias, celebración de fechas especiales y diversos reconocimientos. Esto permitió afianzar el vínculo de los colaboradores entre sí y de éstos con la empresa, y establecer también un modelo de compromiso solidario con la comunidad.

Satisfacción del cliente

Bajo el lema “Es momento de que la Compañía escuche hoy más que nunca la voz del cliente. Todos somos parte de la satisfacción”, fortalecimos nuestro Programa Integral de Mejora en la Satisfacción, con el principal propósito de acercar y comprender la visión de los clientes, de conocer sus expectativas y de establecer las acciones necesarias para satisfacerlas.

En este sentido, nos basamos en la definición de una metodología de relevamiento y de acercamiento a través de escuchas de llamadas en diferentes sitios de aten-

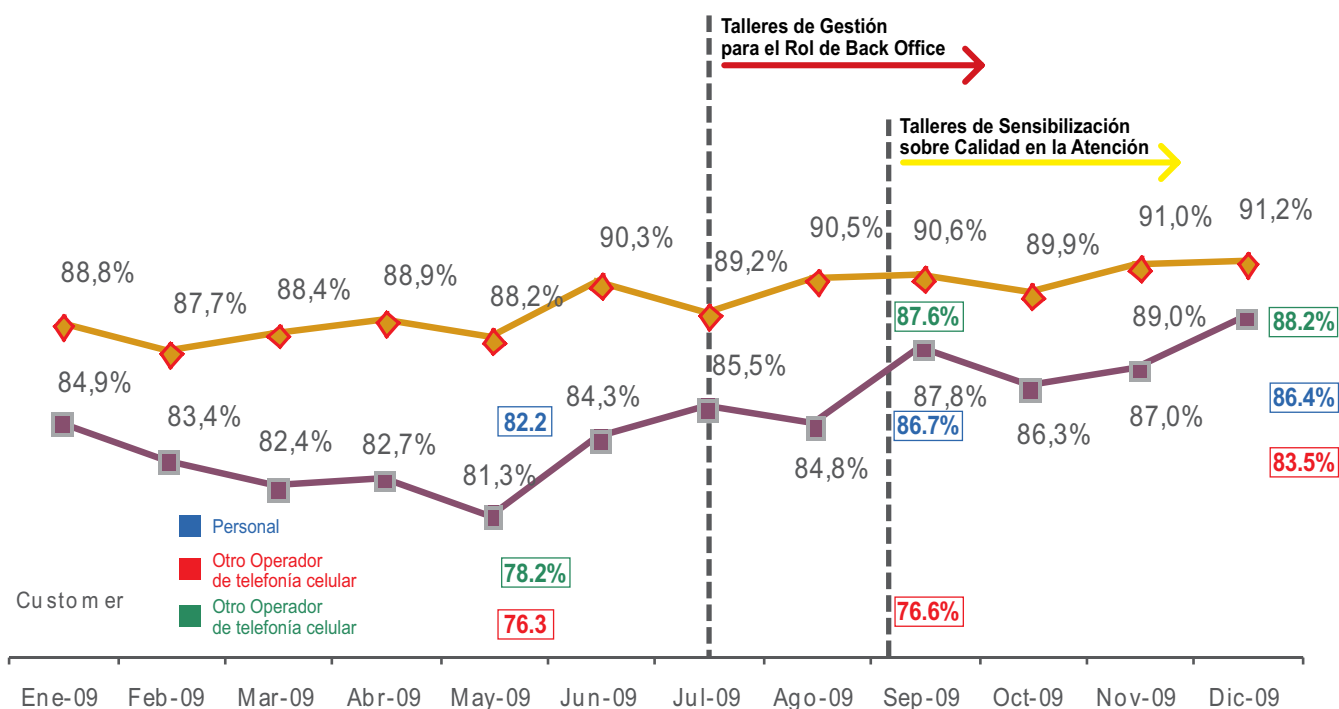
ción con participantes de sectores de toda la empresa. Esto permitió sensibilizar e involucrar a cada una de las áreas como parte del proyecto.

A su vez, nos preocupamos por interpretar, decodificar y entender los motivos que generan insatisfacción entre nuestros clientes, para generar planes de acción tendientes a reducirlos. En este marco, realizamos un Análisis de la Insatisfacción de Clientes, que consistió en brindar información a las operaciones y a las áreas soporte de Atención al Cliente sobre las oportunidades de mejora para accionar a corto y mediano plazo. A su vez, desarrollamos un Plan de Remoción de la Insatisfacción, a través de campañas de contacto a los clientes con el fin de fidelizarlos.

Entre las distintas iniciativas relacionadas con medir la satisfacción de nuestros clientes, destacamos las siguientes:

- **Estudios de Calidad Percibida.** Mensualmente realizamos encuestas telefónicas a aquellos clientes que visitaron las Oficinas Comerciales, con el fin de conocer la percepción del cliente y su grado de conformidad en cuanto a la atención personalizada.
- **Estudio Customer Satisfaction.** Contactamos trimestralmente en forma personalizada a clientes que fueron atendidos en las Oficinas Comerciales de Telecom Personal y empresas competidoras.





Programa de Satisfacción TOTAL en Oficinas Comerciales

■ Satisfacción (Post Evento)
 ■ Resolución (Post Evento)

- **Visitas a las oficinas comerciales.** Realizamos mensualmente visitas a las oficinas comerciales para asegurar la calidad de atención brindada, donde clasificamos aquellos aspectos que hacen a la gestión general de la oficina y que impactan directamente en la satisfacción de los clientes.
- **Encuestas on-line.** Implementamos el sistema de encuestas on-line vía IVR para apuntalar los resultados de calidad. Este desarrollo permitió llegar a concretar 13.000 encuestas diarias, complementadas con las encuestas de la consultora CEOP y Codice. Éstas fueron realizadas a clientes, a no clientes, a usuarios de los servicios y a clientes que fueron atendidos por la atención personalizada y telefónica.

Resultados alcanzados

- Rápida resolución de problemas que afectan al cliente por parte de las áreas proveedoras de Customer Care.
- Modificación de al menos 250 procesos para orientarlos a dar un mejor servicio.
- Entrenamiento a medida (en función de lo que se conoce en las encuestas) para 6.000 representantes.

En Núcleo Paraguay continuamos con el proceso de mejora continua y, con el objetivo de maximizar el nivel de satisfacción, renovamos la certificación de este proceso bajo las normas de calidad ISO 9001. En el cuarto trimestre del 2009, imple-

mentamos un nuevo modelo de atención, con el objetivo de lograr la resolución de las consultas o reclamos en el primer contacto del cliente. Esto permitió disminuir la tasa de llamadas un 50% respecto del año anterior. Por otro lado, afianzamos la nueva plataforma de Contact Center, implementada el año anterior, la cual permitió acompañar el nuevo esquema de segmentación y de autogestión.

Gestión de reclamos

Optimizamos los procesos de reclamos y disconformidades, e implementamos operatorias que permitieron una resolución en nuestras oficinas ante inconvenientes con nuestro Servicio Técnico. Por otro lado, generamos una reingeniería del sistema de Cambio en Garantía, que incrementó el nivel de resolución, y simplificó la gestión más de un 50%.

En nuestras oficinas, durante 2009 realizamos adecuaciones al régimen de autorizaciones que permitieron incrementar el nivel de resolución de los Reclamos de Facturación y Reintegros, y los llevó de un 75% hasta un 95% on-line.

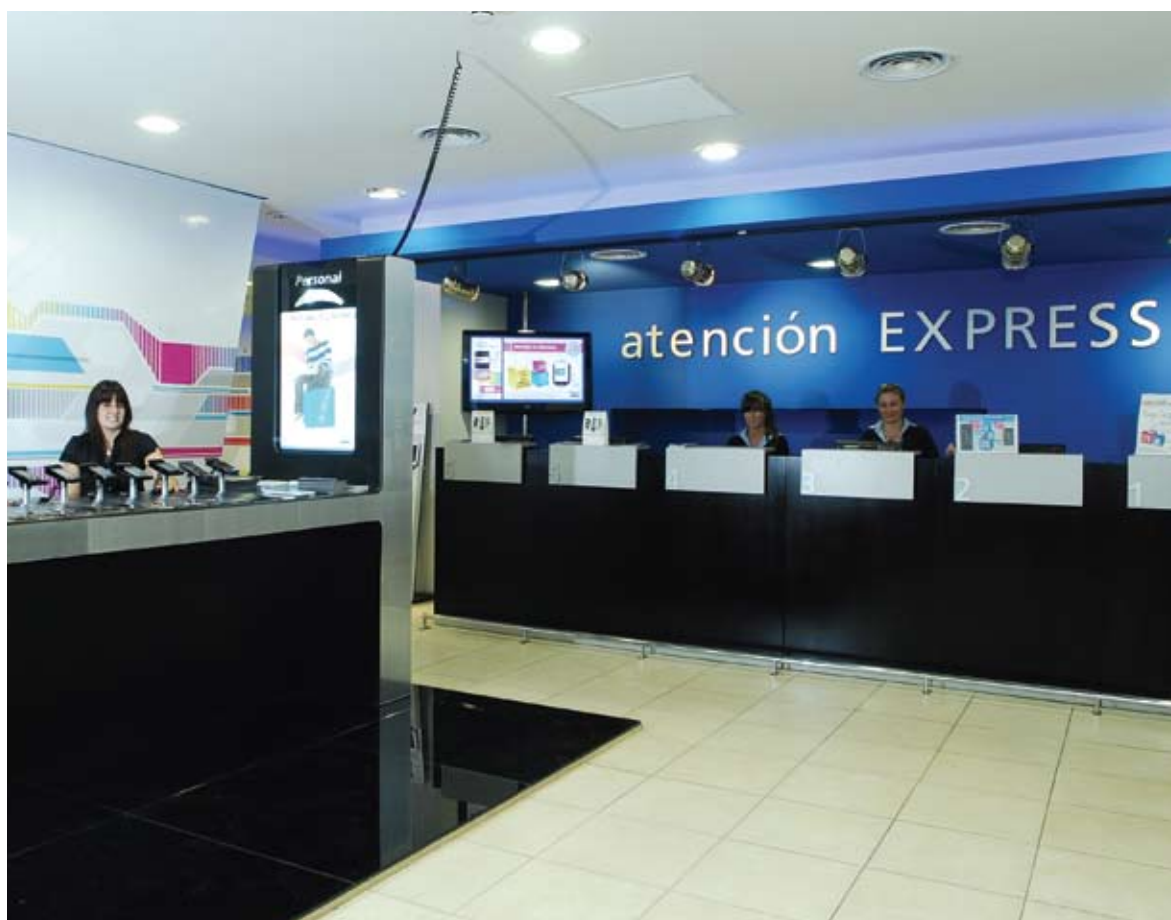
Adicionalmente, continuamos con la identificación de operatorias clave de reclamos y consultas para brindar un mayor nivel de resolución, y seguimiento diario, semanal y mensual de los motivos por los que nos visitan los clientes, a fin de monitorear las principales causas de disconformidad y de atender cualquier desvío de criticidad.

Aperturas, reubicaciones y reformas de oficinas comerciales

Durante 2009 implementamos el Plan de Despliegue de Oficinas Comerciales, que contempla la apertura de nuevas oficinas en puntos estratégicos y la reforma y reubicación de las ya existentes. De esta forma, finalizamos 8 proyectos: Aperturas (Reconquista y Liniers); Reubicaciones (La Plata y Resistencia) y Reformas (Cerro de Las Rosas, San Isidro, Palermo y Tucumán). A su vez, implementamos un Canal de Comunicación visual en 20 oficinas comerciales, para llegar al cliente con todos nuestros productos y servicios.

A diciembre de 2009, contamos con 59 Puntos de Venta divididos en 10 subregiones (AMBA 1, AMBA 2, AMBA 3, Mediterránea, Litoral Norte, Litoral Sur, Norte Andina, Buenos Aires Sur, Cuyo y Patagonia).

A su vez, trabajamos para lograr una mejor accesibilidad para nuestros clientes con movilidad reducida, instalando baños especiales para discapacitados y rampas en las oficinas comerciales.



Accesibilidad en las oficinas comerciales		Diciembre de 2009
Baños para discapacitados		
Cantidad de oficinas con baños		33
Cantidad de oficinas sin baños		26
Rampas instaladas		
Cantidad de oficinas con rampas		38
Cantidad de oficinas sin necesidad de rampas		16
Cantidad de oficinas sin rampas y con necesidad de rampas		5

Negocios internacionales

Durante 2009 el foco estratégico estuvo puesto en la mejora de calidad del servicio y atención al cliente, el incremento de la cobertura, el desarrollo de nuevos productos y servicios, y la retención del tráfico mayorista. Estos desafíos fueron la base para mejorar el posicionamiento en satisfacción que actualmente posee Telecom Personal sobre el servicio de roaming internacional.

- Superamos los 240 convenios directos de roaming, brindando cobertura en 150 destinos.

- Alcanzamos más de 185 convenios para el servicio de datos (GPRS/EDGE), incluyendo cobertura marítima, y cubrimos más del 77% de la cobertura de voz disponible.
- Duplicamos la cantidad de operadores 3G, y llegamos a 69, lo cual permite brindar el servicio en más de 45 países.
- Lanzamos el Servicio Prepago en todo el mundo, e igualamos la cobertura que poseen los clientes con factura.
- Replicamos la estructura tarifaria para clientes con Tarjeta y Abono Fijo.
- Trabajamos conjuntamente entre distintas áreas para implementar el acceso y recupero del buzón de voz desde el exterior.

7.3. Internet-Arnet

Apoyo al arte y la cultura

A través de nuestra marca Arnet, estuvimos presentes en auspicios de eventos musicales y culturales, al mismo tiempo que motivamos la participación de nuestros clientes, ofreciendo beneficios vinculados al entretenimiento: cine, teatro, conciertos, entre otros.





- **Impact Art 09.** Por segundo año consecutivo, a través de Arnet apoyamos la realización de Impact Art, y logramos unir tres pilares fundamentales para la sociedad: solidaridad, arte y deporte. Para su realización se convocó a grandes referentes del deporte nacional-internacional, quienes trabajaron en una propuesta cultural original, basada en la elaboración de cuadros artísticos (obras), que luego se subastaron a total beneficio. La cena-remate y los fondos recaudados fueron nuevamente donados en su totalidad a UNICEF. El evento reunió a cerca de 200 invitados, principalmente coleccionistas, empresarios, dirigentes vinculados a la cultura y directivos de los clubes más importantes de la Argentina.
- **ArteBa 09.** Apoyamos ArteBA 09, el cual cerró las puertas de su 18ª edición. Se consolidó como el evento cultural más importante de la región, donde se genera un encuentro anual de curadores, críticos, directores de museos e instituciones, galeristas y artistas latinoamericanos. Constituye el punto de partida de una enorme cantidad de muestras, eventos, exposiciones y adquisiciones que transcurren durante el año en toda la región. En 2009 contó con la participación de más de 125.000 personas y con la visita de más de 300 invitados del exterior.



- **Museo Fortabat.** Por medio de Arnet, participamos como sponsor de una de las actividades del Programa Cultural de la Colección de Arte Amalia Lacroze de Fortabat: Un Mes, un Artista.
- **Semana de Arte Para Chicos.** De la mano de Arnet, presentamos la Semana de Arte para Chicos. En este evento se organizaron variados talleres y actividades desarrolladas sobre la base de las principales disciplinas artísticas: artes visuales, música, danza y literatura. El espíritu del proyecto es fomentar el arte en los chicos y generar una mirada distinta para apreciar, analizar y disfrutar distintas actividades culturales.



- **Gallery Night 09.** A lo largo del año, se realizaron 10 noches de Gallery, donde participaron más de 90 galerías porteñas de los barrios de Retiro, Recoleta, Barrio Norte y Palermo Viejo. Cada uno de estos espacios extendió su horario habitual para recibir a la gente con sus propuestas.
- **Improcrash 09.** Esta obra de teatro cuenta con excelentes actores especializados en la improvisación teatral.
- **Premio Arnet 2009.** Con la intención de generar un espacio que impulse la creatividad y fomente la participación, presentamos el Premio Arnet a Cielo Abierto 2009-Esculturas e Instalaciones. De esta forma invitamos a artistas visuales prove-

nientes de distintas disciplinas a presentar obras escultóricas o instalaciones urbanas. Se seleccionaron diez proyectos para ser exhibidos públicamente en paneles al aire libre en Puerto Madero, y el primer premio fue construido y emplazado en forma definitiva en un espacio público de este barrio.

- **Tangokinesis 2009.** Se trata de una compañía de tango moderno con sede en Buenos Aires, que fue la primera en fusionar este género con la danza moderna. De gran calidad artística, en sus 14 años de trayectoria ha recorrido los principales festivales del mundo.

Club Arnet

Es el programa de beneficios de la Banda Ancha de Telecom que actualmente cuenta con un catálogo de 200 beneficios. Este programa continúa trabajando en tres ejes: campañas de adhesión, campañas de beneficios y campañas de premiación.

Portal Arnet

Durante 2009 el portal Arnet creció un 36% y reflejó una notable mejora en el vínculo con los clientes. Este año se mantuvo en el *top five* de los portales argentinos más visitados: llegaron a 1,5 millones de visitas únicas mensuales. De este modo continuó siendo el portal de empresas de telecomunicaciones más visitado de la



ESTE INVIERNO AHORRÁ CON CLUB ARNET

TRANSFER FREE
Traslados sin cargo desde el Cerro Cathedral al centro y viceversa.

MAMUSCHKA FREE
Chocolate caliente. 25% DTO. En la compra de chocolates.

INFINIT 20% DTO.

SAMSONITE 20% DTO.

EUROCAMPING 15% DTO.

VIA BARILOCHE 15% DTO.

CATEDRAL ALTA PATAGONIA 10% DTO.
En la precompra desde Bs. As. un paseo, alquiler de equipos y clases.

LLEVA TU TARJETA CLUB ARNET Y DISFRUTÁ DE ESTOS Y MUCHOS BENEFICIOS MÁS
INGRESÁ EN WWW.CLUBARNET.COM.AR Y ASOCIATE SIN CARGO.

Arnet
LA BANDA ANCHA DE TELECOM

Club Arnet

TELECOM

*PRECONDICIONADA EN FORMA POSITIVA LA SOLICITUD CLUB ARNET QUE PRESENTARÁ EL PRECONDICIONADO ANTES DE PROCEDER A SU CONFORMIDAD CON OTROS PRECONDICIONADOS. LOS BENEFICIOS SE PUEDEN VER EN EL CATALOGO CLUB ARNET. LOS PRECIOS PRESENTAN EL MONEDERO DE UTILIZACION DEL MONEDERO TELECOM ARGENTINA EN ALTA BANDA DE JUSTO DE CUANDO AUTORIZA SU BANDA ANCHA. LEEY EN BANDA ANCHA.

Argentina. Además, desarrollamos el sitio Arnet te Ayuda, para responder a las dudas desde la Web y para ofrecer herramientas, programas seguros y tutoriales a nuestros clientes. Las ventas on-line crecieron hasta alcanzar las 15.000 operaciones efectivas (y generadas en el portal). De esta forma, a lo largo del año nos esforzamos por ofrecer más interactividad y más protagonismo a los clientes, para que puedan disfrutar de la vida digital desde casa.

Superpack Arnet

Con la empresa DIRECTV, firmamos un acuerdo comercial para ofrecer los servicios de telefonía, banda ancha y televisión satelital a través de una oferta única, disponible a nivel nacional bajo el nombre de *Superpack*. El alcance de este acuerdo fue inicialmente en la ciudad de Salta y luego se amplió a Córdoba, Santa Fe, La Rioja y San Salvador de Jujuy. En 2009 recibimos 7.200 llamadas por mes en promedio, para informaciones sobre el servicio.



The image is a promotional banner for 'SUPERPACK' by Arnet. At the top, the word 'SUPERPACK' is written in large, bold, white letters on a dark blue background. To the right of the text is a blue icon containing three white symbols: a telephone handset, a Wi-Fi signal, and a satellite dish. Below this, the banner is divided into three main sections, each with a logo and a service description: 'TELECOM' with 'LLAMADAS LOCALES LIBRES', 'DIRECTV' with 'TELEVISIÓN SATELITAL', and 'Arnet' with 'INTERNET'. These are separated by plus signs. To the right of these sections, the price '\$214⁹⁰' is displayed in large white font, followed by 'POR MES' and 'IVA CONSUMIDOR FINAL INCLUIDO'. A red starburst graphic with the word 'FINAL' is also present. At the bottom, the phone number '0800 444 4100' is centered in white. Logos for DIRECTV and TELECOM are also visible at the bottom corners.

Segmento Business

A los efectos de diferenciar la oferta de Telecom de Arnet en el segmento Business, implementamos una nueva plataforma de Servicios de Valor Agregado, que incluye servicios de mail, SMTP autenticado, antispam y antivirus, hosting, acceso a través de WebDav, Ifolder y mensajería unificada.

Desarrollamos nuevas funcionalidades orientadas al proceso de instalación autoasistida de Arnet: creación de la casilla principal de mail, gestión avanzada de casillas adicionales de correo, actualización de *look & feel* y el agregado de nuevos módems.

En lo que respecta a mejoras operativas, se implementó un portal de asistencia para las conexiones de ADSL, que permitió mejorar el diagnóstico frente a los errores de logueo de los clientes. Así bajó en forma drástica el impacto de llamadas al call center y el tiempo de las consultas por este tipo de incidentes.



7.4. Solución Grandes Clientes

En este segmento del negocio, brindamos servicios de telecomunicaciones a empresas líderes del mercado argentino, el gobierno nacional, los gobiernos provinciales y las principales municipalidades de la Argentina.

En 2009, continuamos trabajando en la convergencia de los servicios fijos y móviles, así como en el desarrollo de soluciones innovadoras de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC). A su vez, la adquisición en 2008 del Centro de Datos de Cubecorp en Pacheco permitió hacer foco en soluciones brindadas desde nuestros datacenters, y garantizar de este modo los más altos niveles de servicio del mercado.

En cuanto a la calidad de atención al cliente, mantenemos desde 2001 la certificación ISO 9001; en 2009 la adaptamos a la versión 2008. De esta forma se evidenció un claro compromiso de mejora sostenida. Dicha certificación abarca gerencias específicas y otras áreas involucradas en el diseño, comercialización, implementación, prestación del servicio, facturación, asistencia técnica y comercial de servicios de telecomunicaciones y valor agregado.

En relación con las soluciones provistas para el segmento Banca y Finanzas, cumplimos con los requisitos de gestión e implementación, y control de los riesgos relacionados con tecnología informática, sistemas de información y recursos asociados para las entidades financieras exigidos por el Banco Central de la República Argentina (BCRA) y estipulados a través de su circular A4609. A tales efectos, certificamos el cumplimiento de dicha circular, para nuestros servicios de *housing* en los datacenters de Estomba, Bosque Alegre y Córdoba Oeste, a través de la consultora BDO.

Iniciativas para asegurar la claridad de tarifas y facturas

Durante 2009 incorporamos la imagen de factura en el sitio web de Telecom para Grandes Clientes. Esto le permite al cliente descargar en forma segura la factura en formato .pdf y acceder por este mismo medio a los últimos seis vencimientos. Con este nuevo beneficio, completamos la trilogía en medios electrónicos, incluyendo la imagen de factura, los detalles de consumos y cobros electrónicos.

Respecto de la calidad de la factura, Telecom cuenta con la certificación bajo la Norma ISO 9001 del proceso de Facturación del Servicio de Telefonía y Datos de Telecom Argentina en el ámbito nacional. Esta certificación abarca los procesos de tasación, prefacturación, impresión, ensobrado y distribución. Durante 2009 fue adaptada a la nueva versión 2008 de la Norma, lo que denota un claro esfuerzo de evolución constante.

Entre las soluciones desarrolladas en 2009, se destacan:

- Soporte 0800 /i800 para la distribución y ventas de vacunas contra la gripe A H1N1 con importante laboratorio.
- Servicio de Banda Ancha y Móvil para dar conectividad *home office* a investigadores de la gripe A H1N1, empleados de un importante laboratorio.
- Solución de Telefonía IP y red MPLS (Multiprotocol Label Switching) para un Banco líder de la Patagonia.
- Más de 1.200 ADSL para escuelas de todo el país (Santa Fe, Entre Ríos, Tucumán, Salta, Jujuy y Buenos Aires).
- Mesa de Dinero digital para Banco estatal.
- Solución de locación de centros de procesamiento de datos, servicios de comunicaciones, enlaces e Internet para el Sistema Único de Boleto Electrónico (SUBE).
- Nuevo sistema de estacionamiento medido. Municipalidad de Santa Fe.
- Implementación Red VPN (Virtual Private Network) y de cajeros automáticos del Banco de Corrientes, para brindar acceso al Banco de la provincia a ciudadanos de localidades del interior provincial.
- Implementación de Red VPN y acceso a Internet para la Universidad del Nordeste. Esta red posibilitará llevar adelante el proyecto UNNE Virtual.
- Implementación Red VPN para la Municipalidad de Posadas (esta red une las distintas delegaciones a un servidor para la atención descentralizada de los ciudadanos).

7.5 Wholesale Nacional

El segmento de Wholesale Nacional abarca a todos los operadores fijos y móviles, prestadores de servicios (Internet, datos, servicios de valor agregado, etc.), cooperativas telefónicas, canales y productoras de radio y TV, licenciatarios de telefonía pública, entre otros, con presencia en la Argentina.

La Dirección Wholesale Nacional continuó siendo el proveedor líder de soluciones mayoristas de telecomunicaciones. Ofrece servicios de interconexión, facturación por cuenta y orden de terceros, servicios de acceso a Internet dedicado, transporte de señales de video en *Standard Definition* (SD) y *High Definition* (HD), *streaming* de audio y video (permite reproducir contenido multimedia a través de Internet sin necesidad de descargarlo), enlaces dedicados, enlaces de *backhaul* (red de retorno) para operadores móviles, redes VPN IP y hosting/housing en datacenters.

A su vez, continuamos consolidándonos como un proveedor de soluciones para el segmento de radiodifusión. Brindamos soluciones de transporte de señales de audio y video, tanto por enlaces privados dedicados como por Internet, y soluciones de distribución de señales de video para operadores de cable y para canales de TV del interior.

En 2009 firmamos 11 acuerdos de interconexión con operadores fijos, entre los que se encuentran diversos operadores locales del interior del país, y terminamos con el despliegue del servicio en el Interior, con más de 16 fronteras.

Incrementamos la cantidad de clientes conectados a los nodos de video (o matriz de video) ubicados en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba, y Rosario. Asimismo, realizamos la primera transmisión de video en calidad alta definición (en inglés, *High Definition —HD—*) para un prestador de radiodifusión y concretamos la venta para la transmisión internacional de la señal de video del evento Mundial Sudáfrica 2010. La transmisión se realizará durante cuarenta días corridos y será distribuida a cinco canales y productoras de la Argentina.

En cuanto a la calidad del servicio, realizamos la renovación del Certificado de Calidad ISO 9001:2008, con la finalización de las etapas de testeo y *up date testing* (*actualización de testeo*) interno y externo, para la validación de las actividades de control requeridos por SOX (Sarbanes Oxley).

Organizamos talleres con clientes en el marco de las Jornadas de Convergencia, realizamos capacitaciones sobre IPTV a diversas Cooperativas (Cámara CAI-COPITEC) y comenzamos a participar en el desarrollo del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre.

Con el objeto de comprender las necesidades del cliente en profundidad, realizamos una nueva Encuesta de Satisfacción a Clientes, y registramos que el 95% de los encuestados tiene un alto grado de satisfacción.

Aspecto	2008	2009
Satisfacción con el servicio	90%	95%
Imagen de Telecom	71%	74%
Opinión general sobre Telecom	91%	91%

7.6. Wholesale Internacional

El segmento Wholesale Internacional está conformado por operadores internacionales de primer nivel, quienes demandan diversas soluciones en materia de servicios de telefonía, datos e Internet.

En el marco de nuestro compromiso con los valores de la empresa, continuamos realizando, junto a la consultora CEOP, nuestra Encuesta Anual de Satisfacción de los operadores internacionales, respecto del servicio de Telecom Argentina. Se realizaron 33 encuestas y se registraron los siguientes resultados:

- **Opinión general sobre Telecom Argentina:** 56% Muy buena - 44% Buena.
- **Satisfacción con el servicio que recibe de Telecom Argentina:** 35% Muy satisfecho - 59% Satisfecho.
- **Satisfacción con la relación comercial que mantiene con Telecom Argentina:** 44% Muy satisfactoria - 56% Satisfactoria.
- **Predisposición a aumentar el volumen de negocios que mantiene con Telecom Argentina:** 26% Muy seguramente aumentaría - 71% Seguramente aumentaría.
- **Imagen:** el 62% de las empresas encuestadas ve a Telecom Argentina como una empresa líder en Telecomunicaciones.

Desde julio de 2001, nuestra filial Telecom Argentina USA Inc. está presente en Miami, con el valor estratégico de operar el nodo de datos, el Backbone IP para Telecom Argentina, y con la posibilidad de desarrollar nuevas interconexiones en un mercado internacional altamente competitivo. A su vez, ofrecemos servicios de telecomunicaciones para la comunidad latina residente en Estados Unidos, focalizados principalmente en los argentinos.



Además, firmamos un acuerdo para la instalación de un nuevo cable submarino de alta capacidad con ANTEL Uruguay, que enlazará las ciudades de Punta del Este (Uruguay) con Las Toninas (Argentina).

Presencia institucional

- Durante el 2009 Telecom Grandes Clientes participó en los siguientes seminarios y eventos: SEGURINFO, FERINSE, 7° Encuentro Nacional Retailers, Congreso de Atención Primaria de la Salud, 9° Congreso Internacional de Tecnología para el Negocio Financiero, SEGURIXPO, 5° Edición-Ciudades Digitales/Redes de Gobierno, Cumbre de Alcaldes, V Forum de Virtualización y II Jornadas Redes de Gobierno.
- A través de Wholesale Nacional, participamos de diferentes seminarios y eventos organizados por Convergencia, CAPER y Streaming Media East (USA).
- A través de Wholesale Internacional, participamos en los principales foros internacionales del negocio de las telecomunicaciones tales como AHCIET, ITW, Carriers World, Futurecom y Capacity LATAM.





8. PROVEEDORES

Destacados 2009

- Revisión integral de los procesos de abastecimiento-selección, contratación y monitoreo, realizados en las diferentes áreas de Telecom.
- Incorporación de temas relacionados con la RSE dentro de nuestra herramienta de evaluación de proveedores.
- Análisis de potenciales proveedores, con foco en las empresas que brindan prestaciones de servicio.
- Potenciación activa del diálogo (desde la Gerencia de Strategic Sourcing y con foco en Marketing de Compras) con proveedores, para afianzar su sinergia y su crecimiento en función de los requerimientos de Telecom.
- Reuniones de intercambio con potenciales proveedores y con proveedores actuales. (Se generó igualdad de condiciones para ambos, se escucharon sus inquietudes y se buscaron puntos de sinergia).

Durante 2009 dimos de alta a 853 nuevos proveedores en los siguientes rubros: Telecomunicaciones, Edificios, Suministros y Servicios Generales, Servicios Especiales y Tecnología de la Información.



8.1. Canales de diálogo con proveedores

Trabajamos para tener un feedback transparente y dinámico con nuestros proveedores, con la finalidad de afianzar las relaciones y de compartir nuestra visión, valores y entendimiento de una gestión responsable del negocio.

Entre los principales canales de comunicación que utilizamos con nuestros proveedores, se encuentran:

Véndale a Telecom

Dentro de este sitio:

(<http://www.telecom.com.ar/institucionales/proveedores/proveedores.html>),

las empresas pueden consultarnos sobre los siguientes temas:

- Cómo venderle a Telecom.
- Registro de proveedores.
- Pedidos de cotización.
- Pliego unificado de contratación.

Registro de aspirantes a proveedor

Se generó un proyecto sobre la base de aspirantes a proveedores. Se dio respuesta a todos los participantes y se los agrupó en función de las necesidades de la Compañía y de la metodología de Kraljic. Se detectaron así 355 nuevas empresas durante el 2009, las que se inscribieron en la base de Aspirantes a Proveedores.

Feedback a nuestros proveedores actuales y potenciales

Se dio sobre los resultados de las auditorías realizadas, en un marco de diálogo focalizado en las oportunidades de mejora detectadas.

Compre Trabajo Argentino

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





8.2. Difusión del Código de Conducta entre nuestros proveedores

Este año trabajamos para lograr la concientización y comunicación de nuestro Código de Conducta entre las empresas proveedoras. Como parte de esta iniciativa, incorporamos, en las Condiciones Generales de Contratación (CGC), dentro de la sección de Otras Responsabilidades del Proveedor, el siguiente texto:

“Cumplir, en lo que sea pertinente con el Código de Conducta y Ética Empresarial, el cual se halla publicado en:

<http://www.telecom.com.ar/institucionales/conozca/conozca.html>”.

De esta forma, formalizamos el conocimiento de nuestro Código por parte de los proveedores.

8.3. Optimización del proceso de selección y evaluación de proveedores

Se diseñó y se implementó una normativa/ procedimiento que avala la gestión de selección y análisis de proveedores potenciales.

Vale destacar que se trata de un proceso dinámico que requiere alineación y mejora continua. En el 2009, se incorporaron al proceso:

- Aspirantes a Proveedores, registrados en la base de datos on-line del sitio web Véndale a Telecom.
- Proveedores Activos que hayan resultado adjudicatarios del concurso anterior.
- Proveedores Activos que nunca hayan realizado la prestación objeto del futuro concurso.
- Oferentes sugeridos por el requirente o por Compras.

8.4. Control en salud, seguridad y medioambiente a proveedores

Durante 2009 realizamos 85 auditorías entre las empresas proveedoras, evaluando su gestión y estado en materia ambiental. Una vez evaluadas, les comunicamos los aspectos a mejorar y les brindamos un tiempo para implementar un sistema de mejoras. Luego, las volvimos a auditar, haciendo un seguimiento de las medidas correctivas implementadas. De esta forma, colaboramos no sólo en realizar mejoras internas en materia ambiental, sino también en nuestra Cadena de Valor, colaborando con el desarrollo sustentable de las actividades empresariales.

8.5. Evaluación de proveedores (Vendor Rate)

La herramienta de evaluación de proveedores tiene las siguientes características principales:

- Evaluaciones asociadas a un proveedor para una determinada prestación.
- En la evaluación participan múltiples áreas, y cada una evalúa conceptos que son de su competencia (KPI), con único acceso para el evaluador.
- Indicadores predefinidos con una regla de medición para asegurar la objetividad de la medición.
- Cada KPI tiene una ponderación dentro de la evaluación, la cual afectará las calificaciones y dará como resultado el valor final de la evaluación.

- Activaciones automáticas. El sistema informa al evaluador que dispone de evaluaciones para su gestión.
- El evaluador accede vía Neoportal para realizar las consultas.
- Se evalúa en las siguientes áreas, según las necesidades asociadas a la prestación:
 - Precio.
 - Calidad.
 - Nivel de servicio.
 - Cumplimiento de plazos.
 - Calidad de servicio.
 - Facturación y pago.
 - Control de prestadores.

Evaluación Vendor Rate (ejemplo)

 Evaluación: 3224

Descripción: Servicio de Distribución/Servicio de Distribución / Logística
 Prestación: Distribución Factura - Logística
 Empresa: Telecom

Datos del Proveedor
 C.U.I.T.
 Dirección postal
 Evaluación base: 3047

Estado: Confirmada
 Período: JULIO 2010
 Fecha creación: 20/08/2010
 Creado por: Diego G Salvio

Documentos de Compra

Nro. Documento	Fecha de Pedido	Grupo de Compras	Clase de Pedido	Fecha de vencimiento	Compañía
La evaluación no tiene asociada documentos de compra					

Linea: 0 Por: 0

Indicadores

Indicador	KPI	Escala	Valor	Puntaje	Ponderación	Evaluador	Comentarios
▼ CUMPLIMIENTO DE PLAZOS (CONFIRMADA)				8,93	70,00	Marcelo O Canuana	
• CPE	CPE	Idem a histórico	5,93	8,93	100,00		
▼ CALIDAD DE SERVICIO (CONFIRMADA)				2,81	30,00	Marcelo O Canuana	
• ACRERECIO	ACRERECIO	Idem a histórico	0,06	0,00	67,00		
• POOREE	POOREE	Idem a histórico	0,89	8,53	33,00		
Puntaje total de la evaluación:						7,09	



9. COMUNIDAD

Destacados 2009

- Perfeccionamos nuestra matriz de inversión social en educación y en tecnología, impulsando el uso pedagógico de las TIC. Concretamos 5 años de capacitación docente a través de TELECOM-Profesores para el Futuro y llegamos a 16.000 docentes vía Senti2 Conecta2.
- Lanzamos la Red de Voluntarios Telecom, con el objetivo de satisfacer demandas de la comunidad y, al mismo tiempo, de brindar un nuevo espacio a los empleados para su motivación personal.
- Alcanzamos un mayor grado de visibilidad como actor social en el campo de la responsabilidad social y de la inversión social privada, con mayor presencia en eventos especializados y en la prensa.

En Telecom entendemos que, como proveedor de soluciones de tecnología, somos un agente de transformación cultural y brindamos herramientas para la construcción de capital humano y social. Por esta razón, durante 2009, consolidamos nuestro esquema de trabajo basado en promover la calidad e inclusión educativas, acortando la brecha digital y ofreciendo la tecnología como un instrumento pedagógico.

Por otra parte, a diario recibimos pedidos de colaboración para solucionar cuestiones que hacen al desarrollo de la comunidad (alimentación, salud, cultura, deporte, etc.). En respuesta a estas demandas, no sólo realizamos aportes institucionales, sino que también canalizamos la ayuda brindada a través de la nueva Red de Voluntarios Telecom, nacida en 2009 (ver detalles de la Red en el capítulo “Empleados”).

Además, como cada año, estamos presentes junto a la comunidad en distintas expresiones culturales y deportivas en todo el país.

9.1. Canales de diálogo con la comunidad

Estamos atentos al diálogo con la comunidad para escuchar sus necesidades y consultas a través de variados canales de comunicación. Nuestro espíritu y compromiso es que todas las propuestas sean evaluadas y respondidas.

En este sentido nos mantenemos comunicados personalmente (por correo electrónico, teléfono o fax) con distintas organizaciones, particulares y empleados en las distintas provincias del país. Nuestro correo electrónico, abierto a la comunidad, es: rse@ta.telecom.com.ar

La RSE de Telecom en los medios

Damos a conocer las acciones de RSE en diferentes medios de comunicación para concientizar sobre la importancia de la gestión social y para difundir los programas de RSE Telecom en todo el país.

Apariciones en medios masivos	2008	2009
Agencias de noticias	10	8
Medios gráficos (nacionales y provinciales)	52	60
Sitios en Internet y newsletters	81	90
Programas de radio	64	54
Programas de TV	3	4
TOTAL	210	216

9.2. Educar para la era digital

El lema del trabajo realizado para contribuir a la educación continúa siendo “Educar para la era digital”, en tanto expresa los principios rectores que guían nuestro compromiso con la comunidad.



9.2.1 TELECOM-Profesores para el Futuro

Para mayor información, visitar: www.profesoresparaelfuturo.com



Es nuestro programa de capacitación docente desarrollado por la Universidad Tecnológica Nacional-Facultad Regional Buenos Aires (UTN–FRBA) con el apoyo de Telecom, que enseña gratuitamente a los docentes a generar sus propios contenidos digitales interactivos para utilizar en el aula.

Desde hace 5 años, con la convicción de que los educadores tienen la capacidad de convertirse en constructores de sus materiales educativos, en Telecom integramos el uso de e-learning y de la Web 2.0 para la capacitación docente. Durante 2009 sumamos una nueva alternativa de cursos para docentes de educación inicial y primaria, con orientación a las ciencias sociales. Esta novedad se suma a los cursos de capacitación docente para ciencias básicas del nivel secundario y universitario.

Además pusimos en marcha las aulas virtuales construidas por los docentes: un espacio tecnológico para que los docentes que aprobaron el curso avanzado de e-learning alojen sus proyectos de aula virtual y puedan trabajar allí con sus alumnos.

Ministerio de Educación



Buenos Aires Ciudad

Vale destacar que, durante 2009, el Programa TELECOM-Profesores para el Futuro fue declarado de interés educativo por el Ministerio de Educación de Ciudad de Buenos Aires.

Además, de enero a julio de este año, el sitio web del programa alcanzó un promedio de 3.000 visitas únicas mensuales.

TELECOM–Profesores para el Futuro 2009

	Docentes matriculados (1)	Docentes que terminaron (2)	Docentes que aprobaron (3)
CMEM Ciencias Básicas	177	114	55
CMEM Genérico	208	134	130
Curso e-learning para docentes (Moodle)	58	46	46
TOTAL	443	294	231

(1) Los docentes que por lo menos hicieron la primera actividad.

(2) Los docentes que cumplieron con todas las actividades que plantea el curso.

(3) Los docentes que entregaron el Proyecto Final.

Desde el inicio del programa en 2005, se beneficiaron 2.500 docentes.

9.2.2. Senti2 Conecta2

Para mayor información, visitar: www.senti2conecta2.com.ar

Este programa propone el uso de la tecnología en el marco del currículo escolar, para profundizar la interacción entre los alumnos y docentes, y para acortar la brecha digital en el aula. Con esta intención distribuimos gratuitamente una variedad de kits didácticos que incluyen propuestas y actividades para que los docentes puedan implementarlas con los niños en cualquier área disciplinar.

La propuesta invita al uso del sitio www.senti2conecta2.com.ar, donde se ofrecen capacitaciones virtuales, blogs para docentes y alumnos, y propuestas de concursos mensuales. Los docentes son acompañados en forma permanente a través del Centro de Coordinación de este programa, que cuenta con un número gratuito (0800-345-4020) para asesoramiento pedagógico. También, para acompañamiento presencial, se realizan visitas pedagógicas a los colegios, se ofrecen capacitaciones presenciales y se realizó un piloto de empleados voluntarios de Telecom que concretaron actividades educativas de común acuerdo con escuelas y con docentes.

Senti2 Conecta2 fue declarado de interés educativo por el Ministerio de Educación de la Nación y por el Ministerio de Educación de las provincias de Santa Fe, Córdoba, Tucumán y Salta.

Senti2 Conecta2 y voluntariado corporativo

Con el objetivo de acercarnos en forma directa a las escuelas, decidimos incluir a nuestros voluntarios en este programa. Para ello seleccionamos 4 escuelas primarias públicas de la ciudad de Buenos Aires que contaban con docentes comprometidos en esta propuesta y los acompañamos en un proyecto con docentes y alumnos.

Las responsabilidades de los 8 voluntarios que formaron parte del proyecto fueron participar de la capacitación, establecer contacto telefónico con la escuela asignada y fijar una fecha de visita, coordinar una reunión de trabajo con docentes y alumnos y realizar un seguimiento telefónico posterior al encuentro realizado. En total, las tareas desarrolladas alcanzaron las 16 horas laborales.





Ministerio de Educación

Una de las novedades de 2009 fue la incorporación de **Identidad.ar**, un nuevo kit destinado a chicos de 11 a 15 años, que aporta una mirada interesante sobre la historia e identidad nacional, plasmada en diversas ex-

presiones de la cultura popular. Así se abordan algunos de los aspectos que forman parte del ser argentino: los lugares físicos, el lenguaje, el folklore, la literatura, las artes visuales, la música y el deporte, entre otros.

Los nueve cuadernillos que forman la serie de Identidad.ar son unidades temáticas que pueden ser recorridas con una lógica de hipervínculo y actúan como un disparador de producciones de los alumnos con recursos audiovisuales y multimediales. Además sirven como estímulo para trabajos de búsqueda, selección y organización de la información (visitas virtuales a museos, consultas de catálogos y libros digitalizados de bibliotecas, etc.).

Identidad.ar fue declarado de interés educativo por el Ministerio de Educación de la Nación y por los Ministerios de Educación de Salta, Córdoba y Entre Ríos.



Convenio con el Ministerio de Educación de Córdoba



En diciembre de 2009 firmamos un acuerdo de cooperación con el Ministerio de Educación de la provincia de Córdoba, en el que nos comprometimos a colaborar en la capacitación para la integración de las TIC al currículum escolar de la provincia.

De acuerdo con este convenio, instructores del Programa formarán, durante 2010, a 40 capacitadores seleccionados por el Ministerio en el Uso Pedagógico de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Luego, estos capacitadores transmitirán lo aprendido en las diferentes localidades cordobesas, con el objetivo de llegar a un total de 800 docentes, en un esfuerzo compartido del Gobierno provincial, Telecom y La Fabbri (líderes técnicos del proyecto y del programa).

Adhesión de nuevos docentes

Durante el año, distribuimos 6.907 kits a docentes adheridos de las provincias de Córdoba, Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Jujuy, La Pampa, Misiones, Mendoza, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tucumán y de la ciudad de Buenos Aires.

SENTI2 CONECTA2	2008	2009	TOTAL
Cantidad de docentes adheridos	9.049	6.907	15.956
Cantidad de escuelas adheridas	2.437	2.290	4.727
Cantidad de alumnos	252.000	193.200	445.200
Cantidad de producciones presentadas	1.270	1.950	3.220
Cantidad de docentes que participaron de capacitaciones presenciales	292	298	590
Cantidad de docentes que participaron de capacitaciones virtuales	241	208	449
Cantidad de visitas al sitio	16.693	15.330	32.023
Cantidad de usuarios únicos del sitio	6.742	7.334	14.076
Cantidad de llamadas entrantes al call center	N/D	5.047	5.047
Cantidad de llamadas salientes del call center	N/D	9.084	9.084

Testimonios

“Junto a las maestras de quinto grado, estamos realizando las actividades propuestas desde la Web. La de agosto nos sirvió como ensayo y ahora en septiembre tenemos varias producciones para compartir en el fotolog de los alumnos. Realmente, se han entusiasmado con las actividades y estamos seleccionando las más logradas para subirlas. Nos parece una propuesta muy interesante y ojalá podamos continuar el próximo ciclo”.

Luis Alberto Gonzalez, coordinador de tecnologías de la Escuela N° 93 D.E. 6 I.F.F. Bernasconi, Capital Federal.

“Haber participado del programa Senti2 Conecta2 fue muy enriquecedor y didáctico, empezando por el nivel de los cursos a docentes, el material para los alumnos y la actividad propiamente dicha. Todo fue muy bien ejecutado y con un acompañamiento constante de parte de Telecom. Agradecemos los premios, ya que sacamos el primer lugar, pero eso pasó a un segundo plano porque valoramos más la presencia en el acto de fin de año y la calidad demostrada de buena gente. Estamos muy agradecidos por todo”.

Rubén Alucin, profesor de la escuela Padre Ballesteros de Lules, Tucumán, y ganadores de Identidad.ar.



9.3. Educación y tecnología

Uso responsable de la tecnología: Conciencia Celular



Continuamos con la campaña Conciencia Celular de Personal, para promover el uso responsable del teléfono celular en un contexto de respeto por las normas de convivencia pública.

Seguridad Vial. “Hablar por teléfono, leer o escribir mensajes de texto mientras se conduce aumenta las situaciones de riesgo en el tránsito”. Ésta fue la premisa con la que difundimos la campaña Conciencia Celular 2009, y así nos sumamos al operativo de Educación Vial, impulsado por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires junto a la Agencia Nacional de Tránsito durante el verano.

En el marco de esta iniciativa, desarrollamos un juego on-line e invitamos a los participantes a experimentar la conducción del vehículo y la respuesta simultánea de un mensaje de texto, para que comprueben el riesgo de padecer un accidente al hacerlo.

Conciencia Celular recibió el premio Luchemos por la Vida. Personal fue distinguido por su contribución en la concientización del uso responsable del teléfono celular en la vía pública. La campaña fue reconocida por promover el uso responsable de la telefonía móvil en la vía pública, tanto en conductores como en peatones, y contribuyó a la prevención de accidentes de tránsito, promoviendo valores como la seguridad, la responsabilidad, el respeto y la solidaridad.

9.3.1. Campaña Internet en Familia



Por segundo año consecutivo, acompañamos la iniciativa del programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación de la Nación, que orienta a los padres y a los docentes sobre las nuevas formas en que los jóvenes se relacionan en Internet, y cómo prevenirlos sobre el uso inapropiado de la tecnología.

En agosto de 2009, con motivo de Internet en Familia II, distribuimos un millón de cuadernillos informativos a través de la revista Viva. Mediante esta campaña buscamos explicar cómo son los jóvenes internautas. Al mismo tiempo intentamos ofrecer elementos que permitan a los adul-

tos guiar a los adolescentes cuando chatean, cuando participan de una comunidad de usuarios o una red social, o cuando suben fotos y videos privados a la Web. Presentamos propuestas para que los chicos no queden expuestos a situaciones que no están preparados para afrontar.

Los socios que apoyaron esta campaña junto a Telecom fueron Microsoft, Dell y Fundación Noble / Grupo Clarín.

Para mayor información, visitar: http://www.telecom.com.ar/institucionales/internet_en_familia.html

9.3.2. “Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Discusiones y opciones de política educativa”

Por iniciativa de Telecom, el Programa de Educación de CIPPEC llevó adelante un estudio sobre políticas educativas con uso intensivo de nuevas tecnologías. Esta investigación fue realizada a partir del análisis de diferentes casos nacionales e internacionales, del apoyo de una bibliografía especializada y de 35 entrevistas a especialistas del campo de la educación y de la tecnología.

Una vez elaborado el primer borrador del documento, desarrollamos un foro, al que asistieron 19 especialistas, que generaron un espacio de debate sobre las políticas para la enseñanza y para el uso de las TIC en la educación. A partir de allí, CIPPEC finalizó este documento bajo el título “Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Discusiones y opciones de política educativa”, cuya publicación se llevará a cabo durante 2010.

Con este aporte, Telecom espera realizar una contribución a los ministerios de educación de las provincias, ya que brinda un comparativo de mejores prácticas y un conjunto de opciones de políticas que pueden agregar valor a la educación argentina.

Para mayor información, consultar www.cippec.org

9.3.3. Donaciones de equipamiento y materiales

Recuperamos material informático que la Compañía no utiliza, pero que puede continuar su vida útil en organizaciones que se dedican a la educación y capacitación, a la reparación de PC, a la inclusión social, laboral y digital, como lo son Fundación Equidad, Asociación María de las Cárces, Va de Vuelta, escuelas rurales y técnicas, centros comunitarios, etc.

Donación de equipamiento informático ⁽¹⁾	2009
Computadoras e impresoras completas	
Región AMBA (Área Metropolitana Buenos Aires)	85
Región Noroeste (Santiago del Estero, Catamarca, Salta, Jujuy y Tucumán)	72
Región Mediterránea (La Rioja, Córdoba y Mendoza)	93
TOTAL DONACIÓN COMPUTADORAS	250
Material informático en desuso	
Región AMBA	3.630
Región Litoral y Noreste	1.045
Región Mediterránea	N/A
Región Noroeste	N/A
TOTAL DONACIÓN MATERIAL INFORMÁTICO ⁽²⁾	4.675

(1) Debido a un cambio en la metodología de cálculo y armado de los indicadores, no se presentan datos de años anteriores.

(2) Expresado en cantidad de elementos.

Donaciones	2009
Cantidad de cajas con útiles escolares	196
Donaciones de licencias del Sistema Jaws (software para personas no videntes)	3

9.4. Educación e inclusión social

9.4.1. Centros Pescar

Para mayor información, consultar www.pescar.org.ar



De la mano de Fundación Pescar Argentina, buscamos completar la formación de adolescentes en condiciones de vulnerabilidad social y les facilitamos las herramientas para su ingreso al mercado laboral. Sembramos de este modo valores que alientan su propio desarrollo.

Cada Centro Pescar cuenta con un orientador, encargado de acompañar a los jóvenes participantes durante los nueve meses en que se les brinda una capacitación teórico-práctica, para ayudarlos a potenciar sus habilidades.

En Telecom creamos la figura de un articulador, que actúa como nexo entre el orientador y la empresa, y es el responsable de coordinar las actividades y el correcto funcionamiento del centro.

Los principales indicadores de éxito del programa son el grado de empleabilidad y la continuación de estudios superiores de los egresados de Pescar. Desde el inicio de este programa en 2005, ya formamos a 159 personas.

Resultados 2009	Pescar Salta	Pescar Corrientes	Pescar Mendoza	Total
Cantidad de alumnos	19	20	20	59
Horas de formación	201	324	540	1.065
Voluntarios	14	22	10	46

Algunos hechos destacados en los Centros Pescar fueron:

Pescar Salta: Electricidad orientada a las telecomunicaciones

- Taller de empleabilidad dictado por Manpower y entrevistas de la consultora a los estudiantes.
- Visita al centro de Atención de Reclamos de Telecom (Servicio 114).

Pescar Corrientes: Técnico Electricista y en Comunicaciones con orientación en emprendedorismo

- Realización de un proyecto ciudadano que incluyó la donación de libros y útiles a la Biblioteca Popular Escritores Correntinos.
- Visita educativa a la Universidad Nacional del Nordeste.



- Taller de empleabilidad dictado por Manpower.
- Charlas sobre gripe A H1N1 y sobre dengue a cargo del área de Medicina Laboral de Telecom.
- Taller sobre Plan de Negocios y Emprendimientos.
- Talleres sobre Higiene y Cuidados de la Salud y Salud Reproductiva, Género, Violencia, Emprendimientos, Marketing y Valores.

Pescar Mendoza: Ventas y Atención al Cliente

- Taller de empleabilidad dictado por Manpower y por Sesa Select.
- Presentación de un proyecto ciudadano a la Municipalidad de Maipú, en el que los alumnos proponen el asfaltado de una calle particular ubicada en la zona norte de la ciudad para facilitar el acceso a la Escuela Rural Peláez.
- Visita de supervisores y directores de escuelas de Maipú.



Programa Entra 21 y la Fundación Pescar

La Fundación Pescar fue seleccionada en el marco de la convocatoria del Programa Entra 21. Se trata de una iniciativa de la International Youth Foundation, en alianza con el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), cuyo fin es mejorar el acceso de jóvenes en situación de desventaja de América Latina y del Caribe a los empleos generados por la nueva economía.

La Fundación perfeccionó la bolsa de trabajo y la publica en el sitio web; se abrieron las aulas virtuales para cursos a distancia, y se profundizaron las herramientas tecnológicas disponibles para los jóvenes Pescar, como por ejemplo el grupo de Facebook.

Se realizaron encuentros para los orientadores, con el objetivo de capacitarlos y de impulsar el intercambio de experiencias.

Testimonios

“Cuando conocí Pescar, no pensé que podría cambiar en algo esta sociedad. Hoy, cuando miro hacia atrás y cuento los jóvenes que pasaron por el programa, con los que compartí y aprendí, me doy cuenta de que aporté muchos granitos de arena para conseguir un mundo mejor. El sentimiento de realización que obtengo en cada colación es un inmenso motor que me mueve a buscar más y a querer dar más en el programa. Paso a paso estamos recorriendo un gran camino y lo más importante: sí podemos cambiar el mundo”.

Susana Fernández (Coarticuladora de Telecom en Pescar Salta).

“Pescar es un punto de encuentro con chicos que están por salir al mundo laboral y que están abiertos a compartir la experiencia que uno pueda transmitirles. Creo que, de haber tenido la oportunidad a los 16 ó 17 años de participar de la escuela Pescar, lo hubiera hecho sin duda alguna”.

Pablo Gigli (Voluntario de Telecom en Pescar Mendoza).

“Pescar es una experiencia grandiosa que permite a los alumnos encontrarse y fortalecerse en el ámbito personal, trabajando profundamente en el fortalecimiento de la autoestima para ser personas seguras y decididas en el planteamiento de su proyecto de vida. La confianza que desarrollan los hace chicos y chicas con mucha iniciativa y fuerza para desenvolverse en la vida personal, laboral, en el ámbito de los estudios superiores. Se sienten seguros de sí mismos con fuerza para ser los mejores en lo que emprendan”.

Pía Delaye (Orientadora Centro Pescar Telecom Corrientes).

9.4.2. Tecnología para Todos

Este proyecto busca fomentar la contención e inclusión social por medio de la alfabetización digital. En convenio con organizaciones públicas y de la sociedad civil, creamos diversos espacios tecnológicos y brindamos instrumentos que benefician a segmentos de la población de bajos recursos.

En 2009, 22 adolescentes fueron convocados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y participaron activamente, durante 6 meses, de un programa de capacitación en informática e internet, acompañados por nuestros instructores voluntarios y por docentes de informática, junto a un operador social. La experiencia fue muy positiva en términos de aprendizaje y del uso que hicieron los jóvenes de la tecnología para futuras posibilidades laborales.



Testimonios

“Siempre digo que el trabajo en Casa Flores marcó un antes y un después. Es el claro ejemplo de cómo, con trabajo, cariño y dedicación, se pueden revertir diferentes situaciones, sobre todo quitándonos los prejuicios que muchas veces tenemos instalados los docentes al encontrarnos con una clase casi al final del curso.

Encontré un grupo disperso sin un rumbo fijo, pero con ganas de aprender. En cuanto les mostré el camino a seguir, se volvieron más que estudiosos. Digo esto porque no sólo se notó en los trabajos que comenzaron a realizar, sino en el tiempo que le dedicaban. Algunos se dieron cuenta de que yo llegaba antes de hora y comenzaron a venir hasta media hora antes y a quedarse después de hora para concluir los trabajos. Se entusiasmaron en subirlos a Internet en los blogs que crearon y se llevaron los programas para instalarlos en sus propias computadoras. Muchos de ellos se convirtieron en grandes diseñadores por la inventiva y autoestima que desarrollaron al ver los trabajos que podían realizar en tan poco tiempo.

Lo creativo de este trabajo de diseño también los impulsó a curiosear el trabajo de sus compañeros, de los que hasta entonces muchos de ellos no sabían ni el nombre. Espero que este rumbo trazado sea el comienzo de mucho más... para ayudar a estos jóvenes, que tanto tienen para dar y muchas veces no encuentran la oportunidad de hacerlo”.

Marcela Silva (docente de Centro de Casa Flores).

9.4.3. Alianza con la Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER)



Desde hace 12 años, acompañamos la labor de APAER para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales argentinas.

En 2009 se diseñaron 2 cuadernillos de capacitación a distancia para más de 250 docentes de escuelas ubicadas en 15 parajes rurales del interior del país para que se iniciaran en el uso de las computadoras y de la tecnología. Los contenidos, consensuados entre APAER y la Universidad Politécnica de Cataluña contemplaron desde la explicación básica sobre los componentes de un equipo informático hasta nociones generales sobre el uso del sistema operativo. Desde Telecom aportamos la impresión de los cuadernillos, que fueron distribuidos a los docentes por el Grupo Logístico Andreani. En una encuesta realizada a 175 docentes, pudimos extraer valiosas conclusiones en torno a la problemática de las cuestiones digitales en el ámbito rural, que seguiremos explorando en 2010.

Junto a APAER, en 2009 construimos el Jardín de Infantes N° 255/473 en la localidad santiagueña de La Invernada Sur.

Digamos Presente

Por octavo año consecutivo, apoyamos la campaña Digamos Presente, lanzada por la Fundación Noble-Clarín —junto a la Red Solidaria, la Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER) y la Fundación Cimientos—. Su objetivo es concientizar sobre algunos de los desafíos pendientes de la educación, como la calidad educativa del ámbito rural, la deserción escolar y la importancia de la igualdad de oportunidades para todos los chicos de Argentina. Nuestro aporte, como en años anteriores, fue otorgar el número 0800-777-1000, 2 teléfonos celulares y 2 líneas temporales.

9.4.4. Proyecto Nexos



Proyecto Nexos, impulsado por el Centro de Implementaciones de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), genera un espacio institucional para aportar fundamentos que

contribuyan a la planificación educativa. Telecom, junto a otras empresas y fundaciones, conforma un consorcio que financia desde hace varios años este proyecto.

Durante 2009, Nexos se concentró en el desarrollo de 8 talleres de planeamiento educativo, en Catamarca, Chubut, La Rioja, Misiones, Neuquén, Santa Cruz y Santiago del Estero.

Además, se realizaron los Foros de Nexos, donde se debatieron los documentos “Políticas de inclusión, justicia e integración. Opciones y debates para los gobiernos provinciales” y “Políticas para la docencia. Opciones y debates para los gobiernos provinciales”, donde estuvieron presentes referentes académicos y funcionarios de cada uno de los temas desarrollados.

9.4.5. Escuelas del Bicentenario



Durante 2009, el Proyecto Escuelas del Bicentenario realizó su primer año de intervención en las 16 escuelas primarias públicas, urbanas y rurales, de la localidad de Virasoro (Corrientes), con el objetivo de contribuir en la mejora de la educación de más de 5.500 niños que asisten a estas instituciones. Para esto se formó a 28 capacitadores locales en Lengua, Matemática, Ciencias Naturales y Gestión Escolar, quienes a su vez realizaron 40 capacitaciones durante el año, destinadas a los 227 docentes y directivos de estas escuelas.





Para complementar las capacitaciones, y para que los docentes pudieran implementarlas en el aula, se entregaron 93 bibliotecas para el primer ciclo, 6.439 libros de literatura infantil (ediciones Bicentenario), 2.028 manuales de Matemática y Ciencias Naturales para alumnos de 4º y 5º año, un set de geometría y un laboratorio de Ciencias Naturales por escuela, 5.000 reglas y siete computadoras, que se repartieron entre las escuelas.

Además, se entregaron 3.100 libretas de salud a los alumnos de 1º, 4º y 6º año, y se realizó el diagnóstico sobre las condiciones básicas de salud de más de 930 niños (se controló talla, peso, oftalmología, odontología). Por otro lado, se formalizaron acuerdos con distintas organizaciones sociales de la comunidad para generar redes de trabajo conjunto. En la última parte del año, se desarrolló el proyecto Detectives por la Salud contra el Dengue, para alumnos de 5º y 6º año, en el marco de la promoción de la ciudadanía en niños en edad escolar.

En 2009, la repitencia en Virasoro disminuyó en proporción un 10% en el total de las escuelas en relación con el 2008*. Actualmente se están terminando de procesar los resultados de las pruebas de evaluación de aprendizaje de las distintas áreas académicas y el relevamiento del área de salud.

* Estos datos son estimados. A la fecha está pendiente que 2 escuelas entreguen sus datos finales.

9.4.6. Arte en las Escuelas



Desde 2008 apoyamos activamente a Arte en las Escuelas, seleccionado por la UNESCO como Mejor Programa Educativo de Arte en Argentina. Su misión es mejorar la calidad de la educación y disminuir los porcentajes de abandono y repitencia escolar, a través de la articulación de la práctica artística con los espacios curriculares de cada escuela.

Junto a la Fundación Standard Bank, Fundación Loma Negra, Fundación Victoria Jean Navajas y la empresa Bosch, colaboramos para integrar el arte en la enseñanza escolar, y despertar la capacidad creativa y analítica de los chicos.

En 2009 se sumaron nuevos cursos de capacitación a distancia: “El arte como promotor del aprendizaje”, “Evaluación”, y “¿Qué tienen que ver las TIC con la docencia?”. Este último curso contó con la participación de 50 docentes, orientados por 3 tutoras. Además, desarrollamos foros vinculados a la implementación de estas herramientas en el aula y a las expectativas de los alumnos. Cabe destacar que la capacitación y los materiales fueron muy bien evaluados por los docentes.

Las últimas 4 escuelas que se sumaron al programa son de Santiago del Estero (La Banda y Forres), Corrientes y Jujuy.

Para mayor información, visitar: www.arteenlasescuelas.com.ar



9.5. Recepción de requerimientos externos

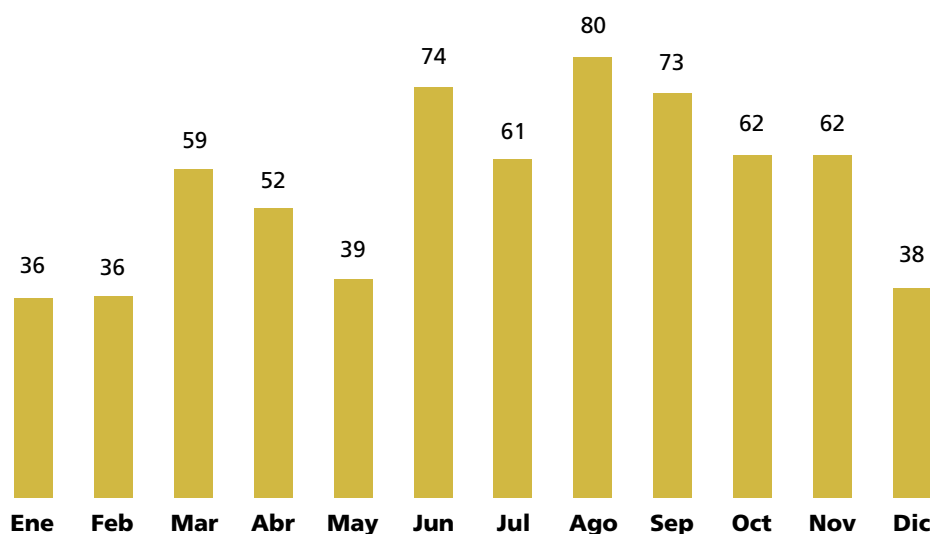
En 2009, recibimos 672 pedidos de colaboración institucional, en el marco de nuestro proceso de diálogo con la comunidad, correspondientes a patrocinios, proyectos, alianzas, y donaciones, entre otros.

La mayoría provino de organizaciones sin fines de lucro, seguidas por instituciones educativas. A lo largo del año contribuimos con un 22% de los pedidos recibidos, y privilegiamos aquellos que tienen relación con nuestro foco de inversión social.

Requerimientos externos	2008	2009
Cantidad total de requerimientos recibidos	374	672
Propuestas de OSFL	246	438
Propuestas de empresas	17	52
Propuestas de Gobierno	22	36
Propuestas del ámbito educativo	42	67
Propuestas de medios	18	22
Propuestas de particulares	23	57
Pedidos aceptados	97	144
Pedidos denegados	254	471
Pedidos <i>stand by</i>	23	15
Pedidos cerrados ⁽³⁾	0	42

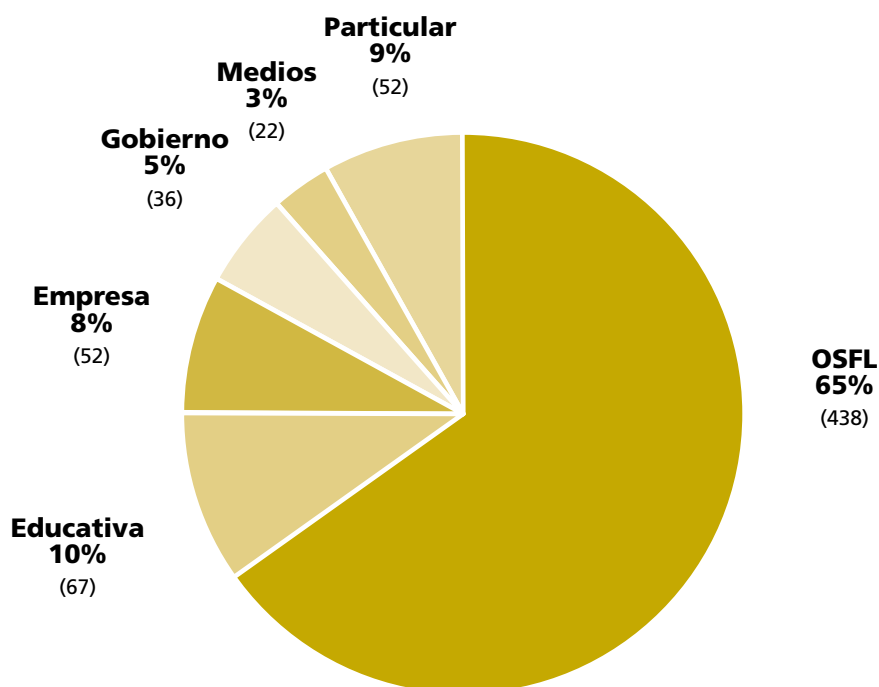
(3) Pedidos cerrados: aquellos requerimientos que son derivados a otras personas (otras áreas de la Compañía u otras organizaciones).

Propuestas por mes



Nº total = 672 propuestas

Propuestas por tipo de organización



100% = 372 propuestas
Propuestas registradas al 31/12/2009

Para mayor información, visitar:

http://www.telecom.com.ar/institucionales/conozca/conozca_responsabilidad.html

9.6. Telecom y la cultura

9.6.1. Campaña de Igualdad de Género

En el marco del Día de la Mujer, el Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires, Cruz Roja Argentina y Telecom Argentina presentaron, en la ciudad de La Plata, una muestra de humor gráfico con diferentes situaciones relativas a la violencia de género, recreadas por ilustradores de varios países y recopiladas especialmente para la campaña por la Cruz Roja Argentina. La muestra incluyó cómics producidos por mujeres humoristas de todo el mundo, entre las que se encuentran Maitena (Argentina), Adriana Mosquera (Colombia), Toshiko Nishida (Japón) y María José Mosquera (España).

El objetivo de esta iniciativa es concientizar a la población sobre la violencia de género, una temática que compete a toda la sociedad, sin distinción de edad, género o clase social. Durante 2008, la muestra fue presentada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Córdoba, Salta, Tucumán, Santiago del Estero, Neuquén y Mendoza.

9.6.2. Personal y la música

En 2009 auspiciamos las presentaciones de destacados artistas en distintos puntos del país. Uno de ellos fue Charly García quien, en su regreso, encabezó uno de los recitales más esperados del año.

Por otra parte Agustín Almeyda visitó colegios secundarios dentro de su gira nacional con la campaña de Personal y LG, Vivilos a Full. Es importante destacar que sus charlas fueron acompañadas con material de la campaña Conciencia Celular, para fomentar el uso responsable de los teléfonos móviles en los jóvenes.

“Canta con Axel” fue otra propuesta que tuvo como consigna grabar un video a dúo con Axel. También la gira nacional de Ricardo Arjona contó con el auspicio de Personal y con importantísimas promociones.

Asimismo, Personal Jazz Night 09 y RIM (empresa fabricante de BlackBerry) presentaron un ciclo de ocho conciertos, donde participaron los más importantes exponentes del jazz internacional: Ornette Coleman, una de las figuras fundacionales de la vanguardia jazzística; Gary Burton; Rickie Lee Jones; Cat Power; George Benson; Sonny Rollins; Aimee Mann; y Chick Corea.

En 2009 presentamos Recreo Personal, el primer concurso nacional de música para alumnos de colegios secundarios de todo el país. El certamen tuvo por objetivo premiar el talento musical entre los adolescentes y armar una banda pop. Los ganadores, además, recibieron, entre otros premios, el equipamiento de un aula de música para el colegio o institución educativa a la que pertenecen.



Desde esa perspectiva colaboramos con el descubrimiento de nuevas formas y modelos educativos, y promovemos el respeto hacia otras profesiones, distintas de las carreras más tradicionales.

Personal Fest

En su sexta edición consecutiva, Personal Fest demostró nuevamente ser el festival de música nacional e internacional más importante del año. Depeche Mode y Pet Shop Boys fueron las figuras internacionales más destacadas de la edición 2009. Por el escenario principal transitaban, entre otras, las siguientes bandas: Super Ratones, Estelares, Leo García, Nile Rodgers, Chic, Café Tacuba, Banda de Turistas, Poncho, el DJ Justin Robertson y Catupecu Machu.



9.7. Telecom y el deporte

A través de Telecom Personal, continuamos apoyando el desarrollo de diversos deportes. Durante 2009 continuamos implementando las Clínicas Nacionales de Rugby en distintas ciudades del interior del país como San Juan, San Luis, Coronel Suárez, Pergamino, La Plata, Salta, Misiones, Luján y Ushuaia, entre otras localidades destacadas.

Además, nos convertimos, en 2009, en la primera empresa del país sponsor y operador oficial del Rally Dakar 2010 Argentina-Chile y main sponsor del Mitsubishi Personal Team, equipo de primer nivel internacional que representó a la Argentina durante la competencia. Por otro lado, seguimos acompañando con numerosas acciones el circuito de golf, el turismo carretera y el yachting, entre otras disciplinas.



9.8. Otras actividades con la comunidad

Acciones junto a Alerta Vial



La ONG Alerta Vial lanzó una acción llamada “Guarda con la Previa”, en la que recorrió las zonas de boliches y los paradores de la costa en verano. En Telecom Personal colaboramos con equipos Nokia 5800 para que se realizaran las demostraciones del test CAS (Concentración de Alcohol en Sangre), en el que se obtiene el nivel de alcoholemia que se tendrá al final de la jornada, para anticipar si se podrá conducir o no.

Acciones de difusión tecnológica

En distintas ciudades del país, desarrollamos actividades de visitas guiadas y de difusión tecnológica a instituciones de nivel terciario vinculadas al campo de la tecnología y de las telecomunicaciones, así como también a distintas universidades estatales y privadas.

Durante 2009, participamos en las siguientes acciones:

- **Universidad Católica de Salta.** Colaboramos en la definición del programa de la carrera Ingeniería en Telecomunicaciones.
- **Universidad Tecnológica Nacional de Córdoba.** Participamos como disertantes en la Semana de la Tecnología (ITCOM).
- **Instituto Aeronáutico Argentino de Córdoba.** Brindamos tutoría a dos alumnos.
- **Capacitación a estudiantes sobre equipos que utiliza Telecom en Cerro Mogotes (Córdoba).**
- **Universidad Nacional de Tucumán.** En el Laboratorio de Simulación y Multimedia de la Facultad de Ciencias Exactas y Tecnología de UNT, y en el marco del dictado del curso “Nociones básicas de fibras ópticas y empalmes”, contribuimos realizando demostraciones (parte práctica).
- **Universidad Blas Pascal de Córdoba.** Estuvimos presentes en la Olimpiada Nacional de Electrónica y Telecomunicaciones.

Agenda Digital Argentina

Durante 2009, Presidencia de la Nación impulsó el documento “Estrategia de Agenda Digital de la República Argentina”, y dio lugar a la emisión del decreto 512/09, que promueve la creación de un grupo de trabajo multisectorial, con el fin de concertar la estrategia de Agenda Digital de Argentina.

Este grupo tiene como objetivo proponer políticas y acciones tendientes a fomentar, entre otras cosas, proyectos que aumenten la competitividad y productividad del país mediante criterios de eficiencia en la prestación de los servicios basados en las TIC; a apoyar acciones que promuevan, a través de la aplicación de las TIC, la reducción de las desigualdades sociales y regionales, y una mejora en la calidad de vida de las personas; a propiciar la innovación en materia de TIC; a posicionar al país como un referente en políticas de la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe; y a procurar el acceso universal con el fin de que todos los habitantes puedan ser incluidos en la Sociedad de la Información y del Conocimiento.

9.9. Aliados en el trabajo con la comunidad

Organizaciones aliadas	Proyecto
Asociación Conciencia	Apoyo local a nuestro Centro Pescar en Corrientes.
Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER)	Alianza para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales.
Agencia Nacional de Tránsito	Campaña Conciencia Celular.
Centro de Implementaciones de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC)	Apoyo al proyecto Nexos y realización de investigación sobre uso pedagógico de TIC en la escuela.
Fundación Compromiso	Apoyo a las Jornadas del Sector Social. Acompañamiento en el programa de certificación de Equilibrio en Acción.
Fundación Familia	Programa de reciclado de papel.
Fundación Garrahan	Programa de reciclado de papel y tapas plásticas.
Fundación Pescar Argentina	Alianza estratégica para la extensión de Centros Pescar en todo el país, dedicados a la inclusión laboral de jóvenes de zonas más desfavorecidas.
Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Realización de talleres de informática e Internet para jóvenes en situación de riesgo social.
Gobierno de la Provincia de Buenos Aires	Campaña Conciencia Celular.
Ministerio de Educación de la Nación	Apoyo a la campaña Internet en Familia II.
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social-CONAETI	Actuación como miembros de la Red contra el Trabajo Infantil. Inicio de nuestra participación en la mesa de trabajo sobre RSE en la Cadena de Valor.
Programa Alerta Vial	Apoyo continuo como auspiciantes.
Universidad Tecnológica Nacional (UTN)-Facultad Regional Buenos Aires	Alianza estratégica para la realización del programa Telecom-Profesores para el Futuro.

9.10. Acciones de Núcleo S.A. con la comunidad en Paraguay

Objetivos

El Programa de responsabilidad social de Núcleo S.A. tiene entre sus principales tareas las siguientes:

- Velar por la seguridad ciudadana.
- Apoyar a la niñez en lo referente a salud y a la educación.
- Cuidar el medio ambiente.
- Alentar a esta organización en el cumplimiento de su responsabilidad social.
- Influir positivamente sobre las organizaciones respecto del apoyo a la comunidad y de las buenas prácticas de las asociaciones comerciales.
- Acompañar el fortalecimiento de los programas de educación, la promoción de la cultura y la excelencia.



One Laptop Per Child

Se trata de un programa desarrollado por Paraguay Educa, que tiene como objetivo la integración de la educación y la innovación tecnológica, para disminuir la brecha digital de la población paraguaya. Actualmente beneficia a 3.600 alumnos de 10 escuelas de la ciudad de Caacupé (interior del país).

En Telecom, a través de Personal, brindamos el servicio de Internet gratis por dos años a estos colegios y desarrollamos soluciones para facilitar la comunicación entre Paraguay Educa, los docentes y la comunidad de padres. También en 2009 apoyamos la realización de una feria interactiva y la primera competencia interescolar de búsqueda en Internet. De cara al 2010, nos comprometimos con la conectividad para expandir este servicio a 5.000 niños en 21 escuelas más de esta ciudad.

Proyecto Salas de Informática

Continuamos con la provisión sin costo del servicio de acceso a Internet para las 29 escuelas que recibieron como donación de Personal una sala de informática.

Fundación en Alianza

Apoyamos, por octavo año consecutivo, la Campaña Un Libro, Una Esperanza, emprendida en forma conjunta con Fundación en Alianza. En 2009, a través de Personal, donamos textos escolares del área de Comunicación y Matemáticas a más de 4.000 niños que asisten a 20 escuelas públicas del interior del país. De esta forma, desde el inicio del programa, entregamos 51.000 libros a 125 escuelas de todo Paraguay.

Operación Sonrisa

Con Personal apoyamos las actividades emprendidas por Operación Sonrisa Paraguay, cuya misión es proveer cirugías gratuitas y cuidados relacionados con niños y jóvenes de escasos recursos. Desde su creación esta organización ya ha realizado exitosamente 657 cirugías.

Entre junio y noviembre de 2009, gracias a Telecom y a otras empresas socialmente responsables, más de 200 niños y niñas fueron beneficiados por esta práctica. También contribuimos con la tradicional cena “Juntos por una sonrisa”, con el fin de recaudar fondos para la Fundación.

Apoyo contra el dengue, la fiebre amarilla y la influenza A (H1N1)

A raíz del surgimiento de las epidemias y de los casos relacionados con las enfermedades del dengue, la fiebre amarilla y la influenza A (H1N1), en Personal colaboramos con las campañas nacionales de concientización y de prevención desarrolladas por el Gobierno Nacional mediante el envío masivo de mensajes de texto SMS a toda la base de usuarios. Además, donamos desmalezadoras a varias municipalidades del país, habilitamos números cortos y entregamos equipos celulares a los servicios de atención médica.

Centro Cultural de la República El Cabildo

Es un acuerdo de cooperación, a través del cual apoyamos los diferentes emprendimientos y actividades culturales y artísticas llevadas a cabo por este centro cultural. Entre éstas se encuentran: Concurso de Cuentos Cortos en guaraní y castellano, Congresos Nacionales e Internacionales, conciertos con artistas nacionales y Semana Mangoreana en homenaje al Maestro Agustín Pío Barrios.

Apoyo a la campaña A Todo Pulmón Paraguay Respira

Por medio de Personal, participamos en esta campaña nacional que tiene como objetivo contribuir con la reforestación del país a través de la plantación masiva de 14 millones de plantines de diversas especies autóctonas. Junto al Diario ABC Color, realizamos la distribución gratuita de plantines a funcionarios, clientes y amigos que se acercaron a nuestros locales en el Día del Árbol. Además, facilitamos el servicio de Internet, comunicación móvil y terminales para la organización.



Foro de Emprendedores Paraguayos

Seguimos apoyando el Foro de Emprendedores Paraguayos, que busca transmitir a los niños el espíritu creativo y las capacidades de liderazgo para facilitar su ingreso al mundo laboral. En 2009, el evento tuvo lugar en la ciudad de San Bernardino, donde participaron aproximadamente 250 jóvenes de capital e interior del país.

ADEC (Asociación de Empresarios Cristianos)

Acompañamos la premiación anual llevada a cabo por la ADEC para distinguir a empresas, empresarios y empresarias que se destacan por su éxito, su eficiencia, su honestidad y su responsabilidad social.

Apoyo a la Seguridad Ciudadana

A través de Personal, brindamos desde 2009 el servicio de Internet sin costo al Puesto de Control de la Policía Nacional en Puente Remanso y a la División de Investigaciones de Hechos Punibles de la Policía Nacional. Es así como unimos esfuerzos con el sector público para brindar mayor seguridad en los controles y para potenciar el bienestar de la ciudadanía en general.



10. MEDIOAMBIENTE

Destacados 2009

- Desarrollo del proyecto Prueba Piloto de Eficiencia Energética.
- Conformación del Comité de Ahorro Energético, responsable del relevamiento de niveles de consumo de energía e implementación de mejoras.

10.1. Acuerdo sobre redes y comunicaciones móviles

En 2009 firmamos, en la sede de la Secretaría de Comunicaciones de la Nación, el Protocolo Complementario al Acuerdo de Colaboración entre la Federación Argentina de Municipios (FAM) y los Operadores Móviles (entre ellos Telecom Personal), y aprobamos el Código de Buenas Prácticas para el Despliegue de Redes de Comunicaciones Móviles y su Modelo de Ordenanza Tipo de Instalación y de Aspectos Fiscales. En este marco formamos parte del Servicio de Asesoramiento Técnico para los Municipios, con el objetivo de informarlos sobre el Código y su aplicación.

El Código de Buenas Prácticas para el Despliegue de Redes de Comunicaciones Móviles (CBP) incluye y desarrolla, entre otros, los siguientes aspectos:

- Beneficios de los sistemas de comunicación móvil.
- Inconvenientes en el despliegue de las redes de comunicación móvil.
- Introducción a las tecnologías, redes y servicios.
- Elementos normativos y de gestión administrativa.
- Información necesaria para instalaciones existentes y planes de despliegue.
- Procedimiento de referencia para la obtención de autorizaciones municipales, coordinación y plazos.
- Principios y políticas de integración en el entorno de las Infraestructuras de Comunicaciones Móviles.
- Cubicaciones.
- Control de Emisiones, establecimiento de criterios para el proceso de medición.
- Herramientas de información al ciudadano.
- Consideraciones respecto al establecimiento de tasas aplicables al desarrollo de la infraestructura de servicios móviles.

Para mayor información sobre el Código, ver: www.secom.gov.ar/Codigo.pdf, página 47.

Instalaciones y mantenimiento de estructuras sostén de antenas

En nuestro segmento de telefonía fija, contamos con 2.800 estructuras de sostén de antenas, mientras que nuestra red de telefonía móvil alcanza las 890 estructuras.

Más allá del cumplimiento de los ordenamientos legales nacionales, provinciales y municipales, en dichas instalaciones realizamos distintos mantenimientos y estudios de impacto ambiental para asegurarnos de que dichas estructuras se encuentren en correcto estado. De esta manera, gestionamos los riesgos sociales y ambientales, previniendo accidentes debido a roturas o caídas por inclemencias climáticas, que impacten negativamente sobre la comunidad y su entorno.

En este marco, implementamos dos tipos de mantenimientos:

- **Periódico o preventivo.** Consiste en observar el estado general de la estructura, sus riendas, soportes, bulones, etc., en realizar informes, y en implementar tareas de mantenimiento.
- **Correctivo.** Se basa en reparar o en cambiar los elementos que se encuentren defectuosos, según los resultados de los informes efectuados.

Mantenimientos en estructuras en 2009

	Red Fija	Red Móvil	Costo total (pesos)
Preventivos	880	380	760.000
Correctivos	170	25	2.780.000

10.2. Reciclado y gestión de residuos

Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso

Las baterías de celulares son un elemento que puede impactar negativamente en nuestro medioambiente cuando no se les brinda el tratamiento correspondiente al final de su vida útil. Por este motivo, desde octubre de 2009, comenzamos a trabajar en un Plan de Reciclado de Baterías de Celulares en Desuso, y logramos recolectar 6.337 en sólo tres meses.



Para ello instalamos urnas destinadas exclusivamente para este propósito y concientizamos e incentivamos a nuestros clientes y empleados a depositar allí las baterías para su posterior reciclado.

Trabajamos en el marco de la campaña de Telecom Personal de uso responsable de la telefonía móvil, Conciencia Celular, incentivando a la población a disponer de las baterías en desuso de una manera adecuada para el cuidado del medio ambiente.

Durante la primera etapa del plan, ubicamos urnas en diferentes eventos que realizamos, como el Personal Fest y el Village del Rally Dakar en la Rural. A su vez, instalamos urnas en todas las oficinas comerciales de la Ciudad de Buenos Aires y en cuatro oficinas de la Provincia de Buenos Aires; y repetimos esta acción para nuestros empleados en dos de nuestros edificios.

Las baterías recolectadas son retiradas por la empresa Silkers, especializada en el reciclado de residuos electrónicos, que las acopia y las envía a una planta de reciclado en Bélgica (Umicore Recycling Solutions), donde son procesadas para obtener nueva materia prima. Cada una de las baterías, en forma individual, es separada y embolsada, para luego ser acopiadas en recipientes de plástico duro que cuentan con tapa y con seguro precintado para ser exportadas.

De esta forma, se logra un altísimo recupero de los metales, con cero nivel de contaminación, gracias a sistemas de captura y abatimiento de emisiones, a la vez que se recuperan materias primas como el litio, el cobalto o el níquel, con una calidad tal que permite ser usada como insumos de nuevos procesos industriales.



Trabajo conjunto con el sector público en la recolección de baterías usadas de celulares

En 2009 presentamos el Plan de Gestión Integral de Recolección de Baterías de Celulares a directores del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, municipios y entidades del Gobierno nacional, el cual fue aprobado de acuerdo con la Resolución 262/28 de la APRA (Agencia de Protección Ambiental). Dentro de este plan, Telecom Personal se compromete a poner las herramientas necesarias para la recolección de las baterías, el tratamiento y acopio, y la exportación.

Baterías de celulares recolectadas desde octubre hasta diciembre de 2009

	Cantidades	Kilos*
Oficinas comerciales Telecom Personal AMBA	1.616	56,55
Evento: Personal Fest-Rally Dakar	2.560	89,61
Evento: Fiesta Telecom Fin de Año	513	17,96
Edificios corporativos Telecom Puerto Madero y Golf (campaña interna)	1.648	57,67
TOTAL	6.337	221,79

*Unidades calculadas en función de 35 g por batería

Factura digital

En 2009 lanzamos la factura digital para todos los clientes de Telecom Personal. De esta forma, además de contribuir con la preservación del medioambiente al evitar la impresión de papel, brindamos a nuestros clientes una nueva alternativa fácil y rápida para acceder a sus estados de consumo, contribuimos a la eficiencia de los procesos internos y logramos una reducción de costos y tiempos en los servicios de impresión y distribución de facturas.

Reciclado de papel

Desde hace más de 10 años, en Buenos Aires implementamos el Programa de Reciclado de Papel a beneficio de la Fundación Hospital de Pediatría Profesor Dr. Juan Garrahan, con el que concientizamos a nuestros empleados sobre la importancia de la utilización racional de los recursos naturales y la preservación del medioambiente, al mismo tiempo que ayudamos al sostenimiento de la Casa Garrahan, donde se hospedan niños de bajos recursos. En 2009 recolectamos 103.945 kg de papel, y preservamos de esta forma 1.767 árboles.



En Córdoba, desde 2005 recolectamos papel a beneficio de la Fundación Familia, en asociación con la empresa La Papelera del Plata. Con el aporte de Telecom, a través de la campaña de recolección de papel, se ayuda a la Fundación a brindar apoyo a sectores carenciados (albergues de madres solas, ancianos, comedores infantiles, enfermos terminales y oncológicos), a dar formación a familias (catequesis penitenciaria, escuelas para adultos, lectura a discapacitados) y a acompañar con



asistencia en casos de drogadicción, alcoholismo y maltrato. Durante 2009, se recolectaron 8.853 kg de papel, que equivalen a 150 árboles.

En Jujuy, con la ayuda de la Fundación de Desarrollo Social del Sector Tabacalero (FUDESTA), juntamos 4.150 kg netos de papel y, con lo recaudado, se compraron juegos de jardín para la Escuela N° 386 Latinoamérica de El Milagro, provincia de Jujuy. Además, se preservó el equivalente a 51 árboles.

Consumo de papel	2008	2009
Consumo de papel (cantidad de resmas)	95.953	97.178
Consumo de papel (kilos)	316.644,9	320.687,4
Papel reciclado (kilos)	94.358*	116.948**
Cantidad de árboles preservados	1.600	1.988
% del papel consumido que fue reciclado	42%	36%

* Alcance: Buenos Aires y Chaco.

** Alcance: Buenos Aires, Córdoba y Jujuy.

En marzo 2010 se da inicio a un plan corporativo para optimizar el consumo de papel por impresión y fotocopiado, activando la unificación de la gestión operativa del servicio de impresión para promover el buen uso del papel y los insumos relacionados. El proyecto busca establecer un modelo de gestión que aplique las mejores prácticas apoyados en la experiencia de proveedores de primer nivel y permitirá organizar convenientemente el parque de equipos para racionalizar el uso y los consumos.

Reciclado de tapas plásticas

Siguiendo con el Programa de Reciclado de Tapas Plásticas implementado en septiembre de 2008, en 2009 la campaña se extendió a otros edificios de la Compañía y se lograron juntar 561 kg.

Reciclado de materiales y donaciones

Durante 2009 se administró un contrato de servicios que contempla el retiro sistemático de cartuchos de impresoras agotados, organizando circuitos de retiro prefi-

gados según la región o por requerimientos ad hoc según necesidades puntuales de cada sector de la empresa.

A su vez, se donan todos los elementos de demoliciones de obras y reformas, y mobiliario de líneas comerciales en desuso, a las organizaciones e instituciones que los demandan.



Kit Antiderrame para ácidos y combustibles

De acuerdo con nuestras operaciones, los derrames que podríamos llegar a provocar serían de combustibles transportados en los vehículos y en las salas de grupos electrógenos, y ácidos de las salas de baterías.

Para tener un mayor control este año desarrollamos un kit compuesto por elementos de protección personal para nuestros empleados (anteojos de policarbonato, guantes resistentes a químicos, mamelucos resistentes a químicos), equipos de limpieza (pala plástica, bolsas para recoger los productos absorbentes las que se sellarán con precintos) y material absorbente (absorbente mineral en bolsas de 20 kilos, paños absorbentes, cordones contenedores para grandes vertidos).

De esta forma, ante un caso de derrame se evita la propagación de las sustancias perjudiciales para el medio ambiente, y se minimizan de esta manera daños en el entorno, y en la salud de los trabajadores y personas afectadas.





10.3. Uso racional de energía

En 2009 incorporamos en los pliegos de licitación, para la realización de obras nuevas y para remodelaciones, aspectos tendientes a reducir el consumo de energía. Se trata de elementos de última generación respetuosos del medioambiente y de automatismos programables para obtener control horario sobre los consumos, como por ejemplo:

- Lámparas de bajo contenido de mercurio.
- Lámparas con mayor eficiencia lumen/watt.
- Lámparas con bajo nivel de emisiones de rayos ultravioletas.
- Incorporación de luminarias con lámparas y tubos de LED (consumen menos energía que los tubos fluorescentes).
- Artefactos de iluminación con mayor índice de reflexión.
- Cálculos luminotécnicos que permitan dimensionar en forma adecuada la cantidad de luz en los ambientes y evitar excesos.
- Elementos de maniobra y control automáticos.
- Instrumental de medición y analizadores de redes para monitorear las instalaciones.

A su vez, utilizamos en los equipos de aire acondicionado gas refrigerante ecológico para disminuir el daño ambiental en nuestros edificios corporativos. Por ejemplo, en el contact center de Rosario, los equipos de aire acondicionado están cargados con gas refrigerante ecológico R407c, cuyas características son las siguientes:

- No contiene cloro.
- No es inflamable.
- No es tóxico.

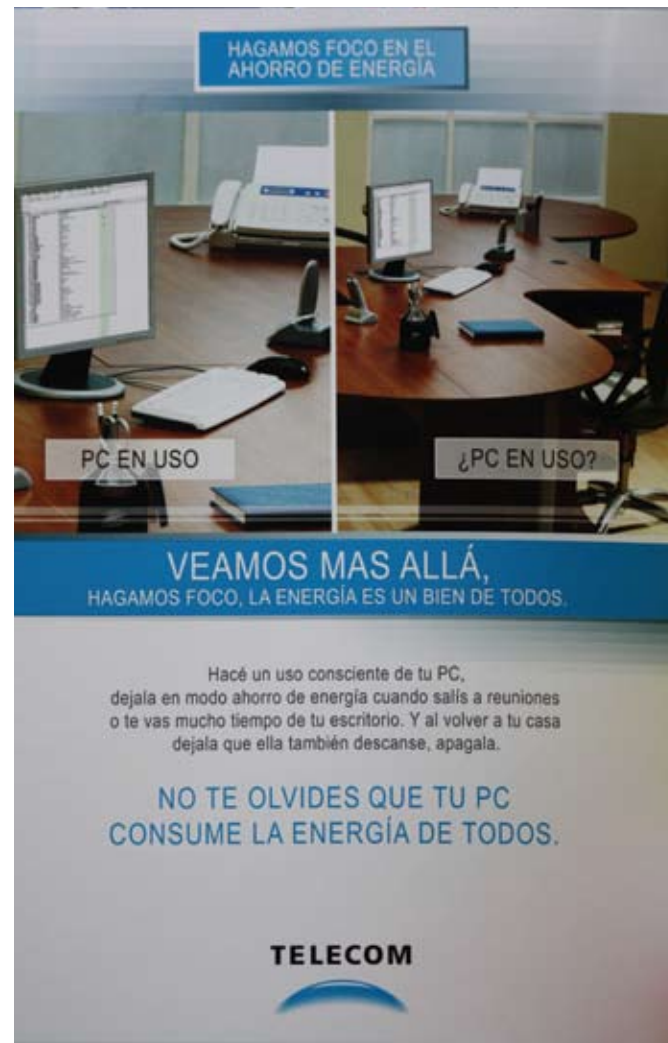
- No destruye la capa de ozono.
- La eficiencia frigorífica es igual o superior a la de los usados anteriormente (por ejemplo, el R22).
- Es muy usado en Europa, Asia y Norteamérica.

Comité de Ahorro Energético

Durante 2009 conformamos el Comité de Ahorro Energético, integrado por las Direcciones de Real Estate y Unidad Red. La función principal de este equipo es relevar las actuales fuentes de consumo energético y diseñar e implementar un plan de acción para reducir el consumo de energía eléctrica en edificios operativos y en oficinas.

En este sentido, el Comité diseñó una prueba piloto específica para el edificio de oficinas Complejo Estomba, que abarca el control de las instalaciones eléctricas de los puestos de trabajo y de las zonas de servicios.

Como acción complementaria, este año comenzamos a trabajar en otros tres edificios considerados clave por su magnitud de consumo energético: Edificio Golf (Dorrego 2520), Edificio Clínicas (Boulogne Sur Mer 917), Complejo Belgrano Pampa (La Pampa 2295). Además, ampliamos la zona de acción a las áreas operativas del edificio Complejo Estomba (Congreso 3924).



10.4. Certificación del Green Building Certification Institute

En el contact center de Telecom Personal, ubicado en Rosario, Provincia de Santa Fe, realizamos actividades considerando la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) del Green Building Certification Institute, para mejorar la gestión ambiental de las instalaciones. Dentro de la estructura del edificio, asignamos un espacio especial para el depósito de materiales reciclables, como baterías

y equipos electrónicos, donde son separados y clasificados para su recolección. A su vez, realizamos una capacitación interna, “Edificio como herramienta educativa”, para el uso correcto del edificio.

Para la construcción del edificio, fueron reutilizados materiales de demolición para realizar el contrapiso y para usos internos de la obra, mientras que los paneles existentes pre-moldeados y las instalaciones previas a nuestra obra fueron donados íntegramente para su reutilización por terceros. En sus espacios verdes, sembramos y plantamos especies autóctonas para evitar un volumen mayor de riego, ya que necesitan únicamente agua de lluvia para su supervivencia.

El edificio prevé espacios para guarda de bicicletas (así se promueve el uso de transporte no contaminante) y estacionamiento exclusivo para *carpools* o *vanpools*.

En relación con el uso racional de la energía y del agua, el edificio recolecta agua de lluvia para riego y para limpieza exterior, con un registro promedio de 100,5 mm mensuales y cuenta con dos colectores solares para el calentamiento de agua para los servicios de duchas y refrigerios; paneles fotovoltaicos para la provisión de energía para la cabina de seguridad; grifería de duchas; mingitorios y lavabos automáticos; doble botonera en descarga de inodoros (un botón con descarga simple para líquidos y dos botones con doble descarga para sólidos); sensores de medición de consumo de agua en tanque de reserva y sensores de temperatura y de humedad; anhídrido carbónico y oxígeno para la medición de calidad de aire interior y para la optimación de la refrigeración y consumo de energía, con la incorporación del sistema Free Cooling.



Además de contemplar características edilicias ecológicas, también se planificó la construcción de un edificio que cuide la calidad de vida de los colaboradores, en este caso particular, los operadores del call center.

10.5. Emisiones de gases efecto invernadero

Para comenzar a sistematizar la medición de emisiones de gases efecto invernadero, en este documento registramos el consumo de combustible del período 2009.

Las áreas que llevan a cabo la medición del consumo de combustible son Gestión de la Flota Automotor, Servicios a las Personas y Dirección Real Estate.



Emisiones indirectas de CO2	Consumo combustible	Factor de emisión	Emisiones totales de CO2
Nafta (litros)	187.355,79	0,20 kgCO2/km *	374.711,60
Gasoil (litros)	5.061.616,4	2,74 kgCO2/l **	13.868.828,94
TOTAL (litros)	5.248.972,19	-	-

* Fuente: GHG Protocol –Mobile Guide v1.3. Para su cálculo, partimos de un consumo promedio de 10 l. por cada 100 km. Cálculo realizado por Reporte Social.com.

** Fuente: 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories.

10.6. Sensibilización y concientización ambiental

Realizamos diferentes cursos y campañas internas para informar y concientizar a nuestros empleados sobre la importancia en el cuidado del medioambiente en el marco de las actividades que realizamos dentro de la empresa.

Este año la Gerencia de Optimización de Servicios participó en dos actividades de capacitación: “Organización y Gestión del Mantenimiento”, dictada por el Engineering Management, Dr. Luis Amándola, y el “Programa Ejecutivo de Facility Management”, organizada junto a la Universidad de San Andrés, donde se trataron temas referidos a los proyectos de eficiencia en energía y en mantenimiento, y su impacto en la organización y en el medio ambiente. Esta iniciativa estuvo destinada a dos empleados, quienes transmitieron los conocimientos adquiridos a 10 empleados de la Gerencia de Facility Management.

Realizamos una capacitación en aspectos legales relacionados con la gestión ambiental destinada a los diferentes directores estratégicos, la cual estuvo liderada por la consultora Lamas & Walsh. Participaron 15 representantes de las direcciones de Real Estate, Legales, Abastecimiento, Capital Humano y la Red.

En diciembre de 2009, comenzamos con un ciclo de cursos para nuestros empleados, con el objetivo de introducir la temática ambiental desde una visión más amplia (general, hogar y empresa); abordamos temas como contaminación, cambio climático, remediación, reciclado, etc., y propusimos pautas básicas para mejorar nuestro compromiso con el planeta. En este primer curso, participaron 35 empleados de las áreas de RRHH, RSE, Legales y Logística.

A su vez, publicamos periódicamente información sobre la preservación del medio ambiente en nuestro portal interno. En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, comunicamos informes relacionados con el cambio climático.

Por su parte, conscientes de la importancia de la difusión de estos temas en la sociedad, implementamos un proceso de evaluación, sensibilización y auditoría de la gestión ambiental de nuestros proveedores. Para mayor información, ver Capítulo “Proveedores” en este Reporte.

Creación de la matriz legal ambiental

En 2009 implementamos la matriz ambiental, una herramienta que permite a nuestros empleados conocer los aspectos de legislación nacional vigente que impactan sobre nuestra actividad en materia de Seguridad Laboral y Salud Ocupacional y Medioambiente, por medio del acceso al documento desde nuestra Intranet.

Esta matriz contiene información que abarca desde artículos de la Constitución Nacional hasta ordenanzas municipales relacionadas con nuestro negocio y es actualizada constantemente, con adaptaciones a las nuevas regulaciones.

Empresa Libre de Humo

Fuimos una de las primeras empresas que certificamos con el Ministerio de Salud de la Nación como Empresa Libre de Humo. Seguimos llevando esta iniciativa a más edificios de la empresa en todo el país, manteniendo la política de control y promoción de la salud.





11.

COMUNICACIÓN
SOBRE EL PROGRESO.
PACTO MUNDIAL
DE LAS NACIONES
UNIDAS

El Pacto Mundial es una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas. Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de 10 principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

Telecom Argentina es miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2004 y, desde ese año, venimos presentando nuestra Comunicación sobre el Progreso (COP), disponible en el sitio de Internet www.pactomundial.org, donde mostramos nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial, a través de nuestro desempeño económico, social y ambiental. A través de este Reporte damos a conocer nuestra COP 2009, siguiendo el documento elaborado conjuntamente por la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y el Pacto Mundial de Naciones Unidas, denominado “Estableciendo la Conexión”.

Categorías	Principios	Indicadores GRI
Derechos Humanos	Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	LA4, LA 7-8, LA13-14, HR 1-2, HR 4-7, SO5, PR1
	Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR 1-2, HR 4-7, SO5
Trabajo	Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	LA 4-5, HR 1-2, HR5, SO5
	Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-2, HR7, SO5
	Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	
	Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	HR 1-2, HR6, SO5
Medioambiente	Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.	EC2, EN26, EN30, SO5
	Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN 1-4, EN8, EN 11-12, EN 16-17, EN21, EN26, EN28, SO5, PR3
Anticorrupción	Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN26, SO5
	Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.	SO 2



12. INDICADORES GRI

INDICADORES GRI

Los lineamientos GRI establecen un marco para informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de las empresas, y permiten presentar esta información en forma equilibrada y transparente. A su vez, promueven la comparabilidad de dicha información entre las distintas organizaciones o empresas participantes.

Para la elaboración de este Reporte, hemos aplicado al Nivel C de GRI. La siguiente tabla indica las páginas donde se presenta la información sobre el cumplimiento de los diferentes requisitos establecidos por estos lineamientos.

Para más información de la Iniciativa de Reporte Global (GRI):

www.globalreporting.org

Información sobre los niveles de aplicación de GRI:

www.globalreporting.org/GRIReports/ApplicationLevels/

1. Visión y estrategia		Páginas
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	41-49
2. Perfil		
2.1	Nombre de la organización.	10
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	10, 23
2.3	Estructura operativa de la organización.	27-31
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	(1)
2.5	Número de países en los que opera la organización y en los que desarrolla actividades significativas.	10, 23
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	23
2.7	Mercados servidos.	10, 23
2.8	Dimensiones de la organización informante.	23-24
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	(2)
2.10	Premios y distinciones recibidos.	20
3. Parámetros de la Memoria		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en el reporte.	9
3.2	Fecha del reporte anterior más reciente.	(3)
3.3	Ciclo de presentación de reportes.	(3)
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	172
3.5	Proceso de definición del contenido del reporte.	9-17

3.6	Cobertura del reporte.	9
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del reporte.	(4)
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	(5)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	9, 17
3.10	Efecto de la reexpresión de información de reportes anteriores.	(6)
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el reporte.	(7)
3.12	Tabla de contenidos GRI.	163-169
3.13	Política y práctica sobre verificación externa	(8)
4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés		
4.1	Estructura de gobierno la organización.	26-29
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	(9)
4.3	Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	27
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	(10), 26, 79-81
4.5	Vínculo entre la retribución de los directores y ejecutivos, y el máximo órgano de gobierno.	(11)
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	(10), 28-30
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.	(11)
4.8	Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	25, 30, 35
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social.	N/D
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	N/D
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	N/D
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	121-147, 150-154, 158-159
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	21-22, 39, 144
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	58-59, 79-81, 84, 88-89, 96-101, 116, 121-122, 158-159
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	(12), 38
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	9-17, 58-59, 79-81, 84, 88-89, 96-101, 116, 121-122, 158-159
4.17	Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	9-17, 58-59, 88, 98-101
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	Valor económico directo generado y distribuido	23-24
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	N/D
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	(13), 24

EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	(14)
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	N/D
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	24, 116
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	N/D
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	87, 90-91, 96, 121-147
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	23-24, 90-91, 122-127, 150

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE

LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.	51-52
LA2	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	53
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.	68-69
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	70
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	N/D
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	(15)
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	N/D
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.	72
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	70
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	67
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	55-56, 67
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	(16)
LA13	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.	27, 31, 51
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS

HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	N/D
HR2	Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	44-45, 118-119
HR3	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.	N/D
HR4	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	(10), (17)
HR5	Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas.	(18), 69-70
HR6	Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.	(17)
HR7	Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas.	(17)
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	N/D
HR9	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	(17)

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

SO1	Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	121-147
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	N/D
SO3	Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.	N/D
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	(17)
SO5	<i>Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.</i>	(19), 135-136
SO6	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	(20)
SO7	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	(21)
SO8	Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes	128
PR2	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes.	N/D
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.	109-110, 128, 150-152
PR4	Nº total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	N/D
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	88, 98-101
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.	N/D
PR7	Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	N/D
PR8	Nº total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	(10), (17)
PR9	Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	N/D
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	150, 152-153
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	158
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	N/D
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	N/D
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.	N/D
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	155-158
EN8	Captación total de agua por fuentes.	N/D
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N/D
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N/D
EN11	Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	N/D
EN12	Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	N/D
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	N/D
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/D

EN15	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	N/D
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	158
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	N/D
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	156-158
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	N/D
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N/D
EN21	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N/D
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	150, 152-153
EN23	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(22)
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	N/D
EN25	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	N/D
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción.	149-154
EN27	Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil.	150, 152
EN28	Coste de multas significativas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	N/D
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	N/D
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	N/D
SUPLEMENTO SECTORIAL: IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA		
IO01	Inversiones de capital en la infraestructura de red, por país o región.	87, 96
IO02	Costes de la extensión de la red a todas las zonas y grupos con menores ingresos que no son rentables.	(23)
IO03	Prácticas que aseguran la seguridad y salud de personal de instalación y mantenimiento de antenas, estaciones base y otras instalaciones.	71, 73-75, 149
IO04	Cumplimiento con los estándares de exposición a radiofrecuencia de las emisiones de terminales con respecto al ICNIRP.	149-150
IO05	Cumplimiento con las guías de exposición a radiofrecuencia de las emisiones de terminales con respecto al ICNIRP.	149-150
IO06	Prácticas y políticas establecidas con respecto a la tasa de absorción específica (SAR) de terminales.	N/D
IO07	Políticas y Prácticas en relación a la ubicación de antenas y emplazamientos de transmisión, incluyendo las consultas a las partes interesadas, emplazamientos compartidos e iniciativas para reducir impactos visuales.	149-150
IO08	Número y porcentaje de emplazamientos individuales, compartidos y en infraestructuras existentes.	87, 96, 150
SUPLEMENTO SECTORIAL: ACCESO A LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES		
PA01	Políticas y prácticas que permiten el desarrollo de las infraestructuras de las telecomunicaciones y el acceso a productos y servicios en áreas remotas y baja densidad de población.	87, 90-91
PA02	Políticas y prácticas para superar las barreras del acceso y utilización de los productos y servicios incluyendo: lenguaje, cultura, educación, ingresos, discapacidad y edad.	89-91, 96, 121-147
PA03	Políticas y prácticas para asegurar la disponibilidad y fiabilidad de los productos y servicios de telecomunicaciones, indicando, si es posible, la duración y localización de incidencias al respecto.	87, 96, 149-150

PA04	Cuantificar el nivel de disponibilidad de los productos y servicios de telecomunicación en aquellas áreas en las que opera la empresa.	23-24, 83
PA05	Número y tipos de productos y servicios de telecomunicaciones proporcionados para los sectores de la sociedad seleccionados que no generan o generan pocos beneficios.	90-91
PA06	Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y apoyo de catástrofes.	85
PA07	Políticas relativas a la gestión de asuntos de derechos humanos relativos al acceso y uso de telecomunicaciones.	122-134
PA08	Políticas y prácticas relativas a la comunicación externa de asuntos relacionados a campos electromagnéticos.	(24)
PA09	Inversión total en programas y actividades de investigación sobre campos electromagnéticos.	N/D
PA10	Iniciativas para asegurar la claridad de tarifas y facturas.	84, 86, 89, 96, 110
PA11	Iniciativas para informar a los clientes sobre las características del producto y las aplicaciones que promueven un uso responsable, eficiente, efectivo y ambientalmente correcto.	84-86, 89, 96-97, 101, 128

SUPLEMENTO SECTORIAL: APLICACIONES DE LA TECNOLOGÍA

TA01	Ejemplos de la eficiencia de recursos en los productos y servicios proporcionados.	128-129, 150-154
TA02	Ejemplos de productos, servicios o aplicaciones de telecomunicaciones que tengan el potencial de reemplazar físicamente objetos.	92-93
TA03	Medición de transporte y/o cambios de recursos derivados del uso por los clientes de los productos y servicios enumerados arriba.	23-24
TA04	Estimaciones de los efectos indirectos de "rebote" en el uso de productos y servicios por el cliente mencionados arriba, y lecciones aprendidas para desarrollos futuros.	N/D
TA05	Prácticas relativas a derechos de propiedad intelectual y tecnologías de fuente abierta.	N/D

N/D: No disponible.

N/A: No aplica a las actividades de la empresa.

(1) Buenos Aires, Argentina.

(2) Cubecorp Argentina S.A. se fusionó con Telecom Argentina a partir del 1° de enero de 2009.

(3) El Reporte de RSE es de publicación anual. El Reporte anterior fue publicado sobre el desempeño de 2008.

(4) Las limitaciones en el alcance de la información publicada fueron referenciadas explícitamente a lo largo del Reporte.

(5) No se produjeron cambios significativos en la empresa durante 2009 que puedan afectar la comparabilidad de la información.

(6) El porcentaje de empleados por antigüedad de 2008 fue revisado en 2009. Ver sección 5.1.

(7) En este Reporte incorporamos información sobre las actividades de Núcleo Paraguay en lo que respecta a empleados y clientes.

(8) No se realiza una verificación externa de la información publicada en el Reporte.

(9) Los miembros del Directorio no cumplen funciones ejecutivas en la Sociedad.

(10) Ver "Informe sobre código de gobierno societario en virtud de la Resolución General CNV N° 516/07", en Memoria y Estados Contables 2009.

(11) Ver Memoria y Estados Contables 2009.

(12) Dentro del Proceso de elaboración del Reporte realizamos junto al Comité Operativo de RSE el ejercicio de identificación y definición de los grupos de interés de la empresa que aparecen en esta publicación.

(13) Actualmente, la empresa no cuenta con programas de beneficios sociales que excedan al sistema de jubilaciones conforme a la Ley Nacional de Empleo de la Argentina.

(14) No contamos con ayudas financieras significativas de gobiernos.

(15) El Comité de seguridad representa al 100% de los empleados.

(16) Realizamos una evaluación de desempeño 360° en forma bianual. Para conocer los resultados de la última evaluación ver Reporte de RSE 2008.

(17) Ninguno.

(18) Todos nuestros empleados tienen libertad de asociación a convenios colectivos de trabajo.

(19) La empresa se comunica a través de las Cámaras, tanto en lo que respecta a acciones regulatorias como políticas públicas. En 2009, la Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA) presentó el Primer Informe sobre Responsabilidad Social Empresaria, que recopila importantes proyectos de empresas líderes del sector de la Informática y las Comunicaciones, entre las que se destacó la participación de Telecom con el programa TELECOM - Profesores para el Futuro.

(20) La empresa no realiza este tipo de aportaciones financieras. Ver capítulo 9 del Código de Conducta y Ética Empresaria de Telecom Argentina.

(21) Ver información en Memoria y Estados Contables al 31 de diciembre de 2009 de Telecom Argentina.

(22) No se han producido derrames accidentales.

(23) Ver nuestros productos y servicios para grupos vulnerables en el capítulo 7 de este Reporte.

(24) A través de este Reporte de RSE, y la Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA).

Declaración de Independencia, imparcialidad y competencia de ReporteSocial.com

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

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

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

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

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

13. SIGAMOS COMUNICADOS

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

Si así lo desea, puede transmitirnos sus comentarios por correo electrónico a rse@ta.telecom.com.ar, o puede hacerlo enviando el formulario adjunto por fax al +54 (11) 4968 3128, o por correo postal a:

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

Formulario de opinión

1. ¿Cuál fue su impresión general sobre este Reporte de Responsabilidad Social Empresaria?

☐ Poco interés ☐ Algún interés ☐ Interesante ☐ Muy interesante

2. ¿Este Reporte ha contribuido a que usted conozca la forma en que el Grupo Telecom trabaja la Responsabilidad Social Empresaria?

☐ Poco ☐ Bastante ☐ Mucho

3. ¿Qué opinión le han merecido los temas abordados en las siguientes secciones?

	Insuficiente	Suficiente	Muy bueno	Excelente
Carta del Presidente				
Perfil de la empresa				
Gobierno Corporativo				
Responsabilidad Social Empresaria				
Empleados				
Clientes				
Inversores				
Proveedores				
Comunidad				
Medioambiente				
Comunicación para el Progreso-Pacto Mundial				
Tabla de Indicadores GRI				

Otros comentarios o sugerencias

Nombre y Apellido:

Dirección:

Teléfono:

Provincia:

Correo electrónico:

País:

Su relación con el Grupo Telecom:

☐ Cliente ☐ Empleado ☐ Proveedor ☐ Inversor
☐ Comunidad ☐ Medios ☐ Otros (por favor, especificar)

¡Muchas gracias!

**Proceso de Elaboración del
Reporte de Responsabilidad Social Empresaria**

Publicado en septiembre de 2010

Coordinación General:

Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria
Dirección de Comunicación y Medios
Telecom Argentina
www.telecom.com.ar

Producción:

Gerencia de Medios y Comunicación Institucional
Dirección de Comunicación y Medios
Telecom Argentina
www.telecom.com.ar

Facilitadores Externos:

ReporteSocial.com
www.reportesocial.com

Diseño:

ADV Vazquez
www.advvazquez.com



TELECOM

