



Reporte de
Responsabilidad
Social Empresaria
2014



**GRUPO
TELECOM**



CONTENIDO

Carta del Presidente	6	6.3 Equilibrio en Acción	71
Carta del Director de Comunicación y Medios	8	6.4 Teletrabajo	73
1. ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE	10	6.5 Capacitación y formación de empleados	75
2. SOBRE EL GRUPO TELECOM	12	6.6 Gestión del desempeño y desarrollo del talento	78
3. GOBIERNO CORPORATIVO Y TRANSPARENCIA	17	6.7 Compensaciones	79
3.1 Gobierno corporativo	18	6.8 Espacio de Beneficios	81
3.2 Código de Conducta y Ética Empresarial	21	6.9 Encuesta de Clima y Compromiso	82
3.3 Auditoría interna	23	6.10 Salud y seguridad ocupacional	82
3.4 Compliance	24	6.11 ¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?	86
3.5 Gestión de Riesgos	25	7. INVERSORES	88
3.6 Actividades de control antifraude	26	7.1 Composición del capital accionario y sociedades que integran el Grupo Telecom	89
3.7 Marco regulatorio de las telecomunicaciones	28	7.2 Canales de comunicación con nuestros inversores	90
4. NUESTRA GESTIÓN DE LA RSE	31	7.3 ¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?	92
4.1 La RSE y su valor estratégico para el Grupo Telecom	32	8. PROVEEDORES	93
4.2 Gobierno de la RSE	33	8.1 Desarrollo económico local	94
4.3 Identificación y diálogo con nuestros grupos de interés	35	8.2 Evaluación de proveedores	95
4.4 Compromiso con principios y estándares internacionales de RSE	36	8.3 Análisis de la cadena de valor en aspectos de salud, seguridad y medioambiente	98
4.5 Análisis de materialidad y migración a la Guía GRI G4	37	8.4 Encuestas a proveedores	98
4.6 Participación activa en la agenda pública	39	8.5 Taller de buenas prácticas y fortalecimiento de los proveedores	99
4.7 Premios y reconocimientos a la gestión de RSE	41	8.6 Compras inclusivas	101
5. CLIENTES	42	8.7 ¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?	102
5.1 Nuestros clientes	43	9. COMUNIDAD	104
5.2 Atención y calidad de servicio al cliente	47	9.1 Matriz de Inversión Social Privada	105
Canales de atención	47	9.2 Educación & TIC	106
Atención al cliente	49	9.3 Inclusión & TIC	111
Encuestas de satisfacción a clientes	51	9.4 Uso social de las TIC	114
Transparencia en facturación y derechos de los consumidores	53	9.5 Difusión tecnológica	115
Gestión de reclamos	54	9.6 Diálogo con la comunidad	116
5.3 Generación de valor social y ambiental en productos y servicios	55	9.7 ¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?	117
5.4 Impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad	59	10. MEDIOAMBIENTE	119
Aspectos de salud y seguridad de nuestros productos y servicios	59	10.1 Compromiso con la gestión ambiental	120
Privacidad de la información y manejo de datos	59	10.2 Funcionamiento de la red de telefonía	121
5.5 Uso responsable de las tecnologías	61	10.3 Consumo de materiales y gestión de residuos	124
Uso responsable de nuestros productos y servicios	61	10.4 Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso	126
Seguridad de acceso a contenidos	61	10.5 ¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?	127
5.6 ¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?	63	11. TABLA DE INDICADORES DE DESEMPEÑO	128
6. CAPITAL HUMANO	65	12. VERIFICACIÓN EXTERNA	140
6.1 Indicadores de Capital Humano	66	13. SIGAMOS COMUNICADOS	143
6.2 Programa Diversidad e Inclusión	69		

CARTA DEL PRESIDENTE



Tengo el agrado de presentar el octavo Reporte de Responsabilidad Social Empresaria [RSE] del Grupo Telecom, relacionado con nuestras actividades en la Argentina y en el Paraguay. Por medio de esta publicación mostramos nuestros avances en el trabajo destinado a integrar cada vez más el modelo de gestión de RSE dentro de nuestro negocio.

Nuestros productos y servicios conectan y comunican a las personas, y promueven el desarrollo. Es por eso que trabajamos para ser líderes en la innovación, ofreciendo diversos servicios y productos basados en tecnología de última generación con un fuerte foco en la mejora de la calidad.

En 2014, junto con la adjudicación del espectro adicional para brindar mejores servicios 3G y lanzar servicios de datos de alta velocidad en 4G, fue sancionada la Ley Argentina Digital, que representa una modernización del marco regulatorio de nuestra industria e importantes desafíos para nuestro sector. Estamos confiados en nuestras capacidades técnicas y profesionales para adaptarnos y cumplir satisfactoriamente con la nueva regulación.

Los resultados del año muestran un sólido desempeño económico con crecientes resultados. Nuestras ventas consolidadas se incrementaron un 22% respecto del año

anterior, y nuestras inversiones en bienes de capital e intangibles alcanzaron la suma de \$8.957 millones.

Para llegar con mejores y nuevos servicios a nuestros clientes, continuamos con nuestros planes de inversión, destinados a acompañar el crecimiento del negocio móvil, de la Banda Ancha y con nuevas iniciativas de valor agregado en el segmento fijo. También continuamos trabajando para mejorar la atención y calidad de servicio al cliente mediante una gran diversidad de canales de atención, la profundización de los canales de autogestión y la mejora en los procesos de atención al cliente.

En materia de control interno, destacamos la exitosa implementación de la nueva versión del Framework COSO del año 2013, utilizado como marco de referencia para la Certificación de la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley. La conclusión de la Gerencia de la Sociedad y del Auditor Externo independiente fue que el Grupo Telecom posee un efectivo control interno para generar información financiera de uso público de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera.

En cuanto al desarrollo de nuestros colaboradores, recibimos una mención por parte de la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas [DAIA] por continuar

fomentando la capacitación en la temática de la no discriminación. También continuamos desarrollando el Programa Equilibrio en Acción, a fin de promover y lograr el equilibrio entre la vida personal y profesional de nuestros colaboradores, razón por la que seguimos apostando a la modalidad de teletrabajo, que ya alcanza a 1.567 empleados en el Grupo.

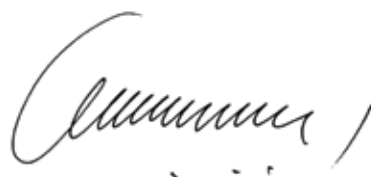
Convencidos de que este camino debemos transitarlo junto con nuestra cadena de valor, realizamos un relevamiento sobre RSE a 193 proveedores y desarrollamos, por tercer año consecutivo, un “Taller de buenas prácticas” junto a 138 personas de 52 empresas.

Desde nuestro Plan de Inversión Social Privada, impulsamos el uso social de las tecnologías y la alfabetización

digital para generar nuevas capacidades y favorecer el desarrollo humano. Un ejemplo innovador es el proyecto Dispositivos Móviles en Educación, que fomenta el aprendizaje basado en el uso de dispositivos móviles con fines educativos y que benefició a 1.100 alumnos.

Comprometidos con el respeto por el medioambiente, trabajamos en la gestión del impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad. Este año recolectamos más de 13.000 baterías de celulares en desuso, en el marco de nuestro programa Conciencia Celular.

Como siempre, agradecemos a todos los empleados, clientes, proveedores, socios y organizaciones de la sociedad civil que nos ayudan a seguir creciendo por este camino de mejora continua en pos de la sustentabilidad.



Enrique Garrido

Presidente

CARTA DEL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS



Por medio de este Reporte presentamos las iniciativas, acciones, personas y proyectos que fueron parte de nuestro año 2014, y nuestro manejo del negocio orientado a la RSE.

Este año el foco estuvo puesto en elaborar un Reporte cada vez más orientado a los temas estratégicos y sensibles para nuestro negocio y para nuestros grupos de interés.

Con este objetivo consultamos a 1.757 personas —entre ellos clientes, referentes de instituciones y de RSE, académicos, proveedores, empleados, nuestro Grupo Operativo y Directores del Grupo Telecom—. Se conformó así una de las consultas más grandes de este tipo en la Argentina. Gracias a las respuestas obtenidas, identificamos los 10 temas que resultan estratégicos para la gestión de RSE del Grupo Telecom.

Este ejercicio fue parte de la migración que realizamos en la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de la Iniciativa de Reporte Global [GRI], aplicando su versión G4, que pone énfasis en la Materialidad y en abordar

los aspectos que reflejen los efectos económicos, ambientales y sociales más significativos de la Organización, o que influyan de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Elegimos y cumplimos con la opción de conformidad Esencial.

De esta manera, este Reporte tiene como propósito presentar la información sobre los temas estratégicos de nuestra gestión de RSE. Como novedad, este año los temas relevantes, mayor información sobre temas estratégicos y otros temas serán incluidos dentro del Reporte complementario disponible en nuestra web.

Por otra parte, destacamos que esta publicación se presenta como la Comunicación para el Progreso Avanzada [COP] 2014, nuestro compromiso asumido con el Pacto Global de Naciones Unidas. También continuamos adoptando la Norma de Responsabilidad Social ISO 26000:2010, como una guía para integrar la responsabilidad social en nuestros valores y prácticas.

Esta publicación cuenta con la verificación externa de Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., con el fin de asegurar la transparencia de nuestra rendición de cuentas ante nuestros grupos de interés.

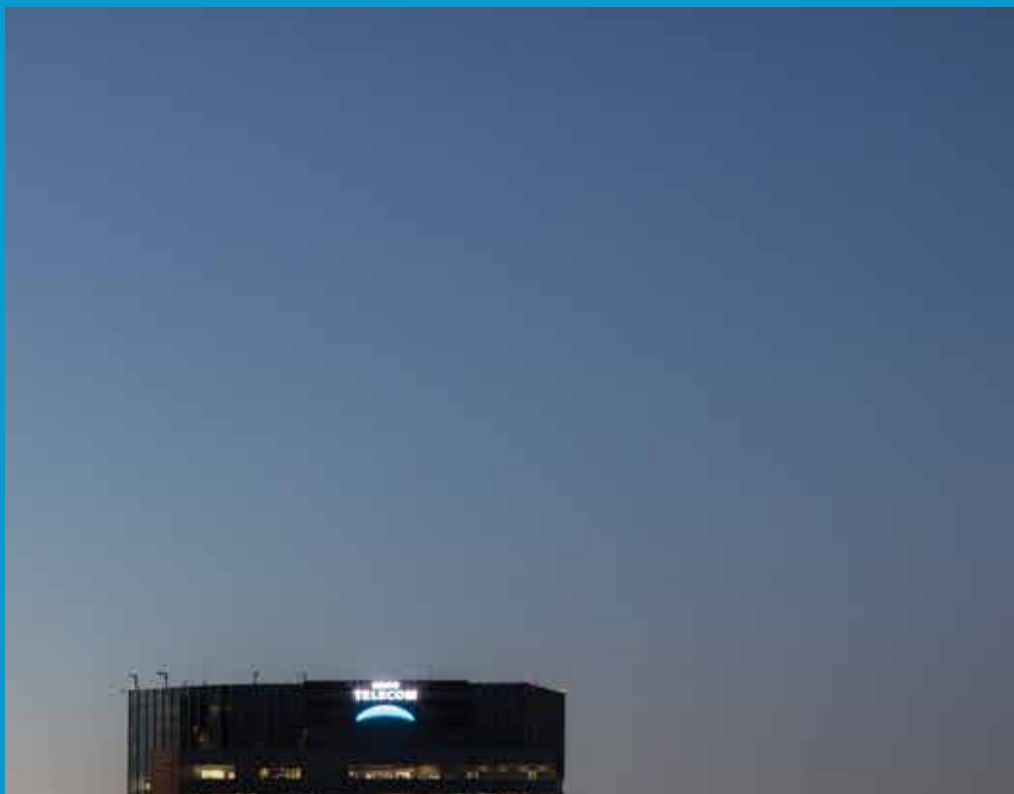
Queremos agradecer especialmente a los miembros del Grupo Operativo de RSE, por su participación activa en la elaboración de este Reporte y en el armado de los indicadores de desempeño, y por su contribución con la gestión de la RSE en cada uno de los negocios y las áreas a las que pertenecen.

Por último, queremos comunicarles que estamos orgullosos de haber sido distinguidos en 2014 como una de las 10 empresas líderes del Premio Ciudadanía Empresaria de AmCham [Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina], en la modalidad Gestión Empresaria orientada a la Sustentabilidad. Esto nos alienta a continuar mejorando nuestra gestión y a seguir trabajando para hacer crecer nuestro negocio, y así cumplir con las expectativas de información de todos nuestros grupos de interés.



Mariano Cornejo

Director Comunicación y Medios



1. ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE



Nombre de la publicación: Reporte de Responsabilidad Social Empresaria.

Número de publicación: 8.

Período alcanzado: De enero a diciembre de 2014. Incluye información comparativa de los años 2012 y 2013.

Alcance geográfico: Argentina y Paraguay.

Periodicidad: Anual.

Lineamientos y estándares utilizados:

- Guía G4 para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), opción de conformidad Esencial.⁽¹⁾
- Pacto Mundial de Naciones Unidas. Este Reporte se presenta como la Comunicación para el Progreso Avanzada [COP] 2014.
- AccountAbility 1000: AA1000SES [Stakeholder Engagement Standard].
- Guía Internacional de Responsabilidad Social ISO 26000:2010.

Análisis de materialidad: Aplicamos el Principio de Materialidad en el proceso de elaboración del Reporte de RSE, de acuerdo con la definición de la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global [GRI]. Con el objetivo de incluir en esta publicación todos los contenidos relevantes tanto para los

grupos de interés como para nuestro negocio, se hizo una encuesta online a 1.757 personas pertenecientes a clientes, instituciones/referentes de RSE/ académicos, proveedores, empleados, Grupo Operativo de RSE y Directores del Grupo Telecom.

Aprobaciones y revisiones: La revisión de contenidos del Reporte de RSE se realiza interna y externamente. Dentro de la Empresa, se realiza un borrador que es analizado primero por la Gerencia de RSE, luego por el Grupo Operativo y, por último, por la Comisión de Información y por el Directorio.

Verificación externa: El Reporte es verificado externamente por PricewaterhouseCoopers en la Argentina.

Reporte complementario: Este Reporte tiene como propósito presentar la información sobre los temas estratégicos de nuestra gestión de RSE, tal como fueron identificados en la matriz de materialidad. Por su parte, los temas relevantes, mayor información sobre temas estratégicos y otros temas serán incluidos dentro del Reporte complementario disponible en www.telecom.com.ar.

Referencias: Dentro de este Reporte, las palabras “Compañía” y “Empresa” remiten al Grupo Telecom. Cuando se menciona la palabra “Sociedad”, se hace referencia a Telecom Argentina S.A. Por el significado de otros términos, se puede consultar el Glosario, disponible en el Reporte Complementario publicado en nuestro sitio web.

(1) Todas las organizaciones que elaboran sus reportes “de conformidad” con la Guía GRI G4 tienen dos opciones: la opción Esencial y la opción Exhaustiva. La opción Esencial consta de los elementos fundamentales de un Reporte de RSE y constituye un marco en el que las organizaciones transmiten las consecuencias de su desempeño económico, ambiental, social y de gobierno. Por su parte, la opción Exhaustiva incluye los requisitos de la Esencial, y además incorpora más requisitos de los Contenidos básicos generales y más indicadores sobre el desempeño de la organización en relación con los aspectos materiales.



2. SOBRE EL GRUPO TELECOM



¿CUÁLES SON LOS TEMAS MATERIALES MÁS IMPORTANTES RESPECTO DEL PERFIL DEL GRUPO TELECOM?

- ✓ Aporte al desarrollo económico del país.

En un mundo cada vez más dinámico y en evolución, nuestros productos y servicios conectan a las personas y promueven el desarrollo. Estamos en la Argentina desde 1990, ofreciendo una amplia variedad de servicios de comunicaciones fijos y móviles. También operamos en Paraguay desde 1998. Continuamos siendo una de

las empresas líderes del mercado sobre la base de una estrategia de negocio enfocada en el crecimiento, la rentabilidad y la innovación, con el propósito de generar valor para nuestros clientes, inversores, empleados y la comunidad en la que operamos.

OPERACIONES DEL GRUPO TELECOM

Segmento del Negocio	Sociedad
Servicios Fijos (Voz, Datos e Internet)	<ul style="list-style-type: none"> • Telecom Argentina S.A. • Telecom Argentina USA, Inc. • Micro Sistemas S.A. ^(a)
Servicios Móviles Personal y Servicios Móviles Núcleo	<ul style="list-style-type: none"> • Telecom Personal S.A. • Núcleo S.A. (Paraguay) ^(b) • Personal Envíos (Paraguay) ^(c)

(a) Sociedad sin operaciones durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2014 y 2013. El 0,01% pertenece a Nortel.

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

(c) El Directorio de Núcleo, en su reunión celebrada el 5 de mayo de 2014, aprobó la constitución de Personal Envíos, una nueva sociedad para la prestación de Servicios Financieros Móviles en Paraguay. El 97% pertenece a Núcleo, el 2% a Personal y el 1% a ABC Telecomunicaciones S.A.



Valor económico generado y distribuido a los grupos de interés

[en millones de pesos]

	2012	2013	2014
Ventas consolidadas	22.117	27.287	33.341
Otros ingresos y resultados por venta de PP&E ^(a)	87	77	56
Ingresos financieros	570	1.416	1.501
VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (VEC)	22.774	28.780	34.898
Costos operativos ^(b)	(12.947)	(15.998)	(19.060)
Costos laborales	(3.269)	(4.152)	(5.591)
Proveedores de fondos (incluye dividendos) ^(c)	(1.171)	(1.921)	(2.502)
Impuesto a las Ganancias, impuestos y tasas y derechos del Ente Regulador	(3.481)	(4.481)	(5.264)
Inversión en RSE ^(d)	(4)	(7)	(6)
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)	(20.872)	(26.559)	(32.423)
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER=VEC-VED)	1.902	2.221	2.475

(a) Se agrega a los otros ingresos el resultado por la disposición de PP&E por \$9 en 2014, \$14 en 2013 y \$8 en 2012, sin embargo, en los Estados Financieros está incluido en la línea del estado de resultados "Resultado por disposición y desvalorización de PP&E".

(b) Incluye los Resultados por desvalorización de PP&E.

(c) Incluye Costos Financieros más Dividendos Pagados.

(d) Contablemente reconocido dentro de Costos operativos.

EL GRUPO TELECOM EN UNA MIRADA

Resultados financieros

2012 2013 2014

[en millones de pesos]

Ventas y otros ingresos

22.196 27.350 33.388

Utilidad neta

2.732 3.254 3.729

SITUACIÓN PATRIMONIAL

Activo

17.809 23.130 26.317

Pasivo

7.651 11.079 11.548

Patrimonio neto

10.158 12.051 14.769

Nota: Los datos adicionales correspondientes a los rubros de Estados Contables pueden observarse en la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2014.

Empleados

CANTIDAD DE EMPLEADOS ⁽¹⁾

2012 2013 2014
16.805 16.581 16.416

SUELDOS Y CARGAS SOCIALES SIN INDEMNIZACIONES
POR DESPIDOS Y GRATIFICACIONES POR JUBILACIÓN

(en millones de pesos)

2012 2013 2014
3.163 4.003 5.349

TELETRABAJADORES ⁽²⁾

2012 2013 2014



(1) Considera únicamente la dotación efectiva.

(2) Considera teletrabajadores en Argentina y en Núcleo (Paraguay).

Cientes y consumidores

SERVICIOS FIJOS - LÍNEAS EN SERVICIO (en miles) ⁽¹⁾



INTERNET - SUSCRIPTORES ARNET (en miles) ⁽²⁾



SERVICIOS MÓVILES - CLIENTES (en miles) ⁽²⁾



CLIENTES ADHERIDOS A FACTURA ONLINE ⁽³⁾



Más de **7.200** representantes de atención.

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

(2) Incluye 18.975, 20.088 y 19.585 clientes de Telecom Personal (Argentina) y 2.301, 2.420 y 2.481 clientes de Núcleo (Paraguay) durante 2012, 2013 y 2014 respectivamente.

(3) Incluye los clientes adheridos a factura online de Telecom Argentina y Telecom Personal.

Proveedores

2012 2013 2014

CANTIDAD DE PROVEEDORES ⁽¹⁾



PORCENTAJE DE COMPRAS A PROVEEDORES NACIONALES



CANTIDAD DE PROVEEDORES EVALUADOS BAJO CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD



CANTIDAD DE PROVEEDORES CAPACITADOS EN SUSTENTABILIDAD



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

Comunidad

CANTIDAD DE REQUERIMIENTOS RECIBIDOS



CANTIDAD DE ALIANZAS EN PROYECTOS DE GESTIÓN SOCIAL



INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA (EN MILES DE PESOS) ⁽¹⁾



INVERSIÓN EN ACCIONES DE VOLUNTARIADO (EN MILES DE PESOS) ⁽²⁾



(1) No incluye Núcleo (Paraguay).

(2) Incluye presupuesto de la Dirección de Comunicación y Medios, y de la Dirección de Capital Humano.

Medioambiente

2012 2013 2014

BATERÍAS DE CELULARES RECOLECTADAS Y TRATADAS (unidades)



CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA (en Gwh) ⁽¹⁾



CONSUMO DE AGUA PROVENIENTE DE SUMINISTRO PÚBLICO (en m3) ⁽¹⁾



EMISIONES DE CO₂ - ALCANCE 1 (en TnCO₂eq) ^{(1) (2)}



EMISIONES DE CO₂ - ALCANCE 2 (en TnCO₂eq) ^{(1) (3)}



EMISIONES DE CO₂ - ALCANCE 3 (en TnCO₂eq) ⁽⁴⁾



COMPRA DE PAPEL FSC (en kg)



TOTAL RECICLADO DE PAPEL (en kg) ⁽⁵⁾



(1) Alcance: Argentina y Núcleo (Paraguay).

(2) Emisiones directas provenientes de fuentes controladas por el Grupo Telecom.

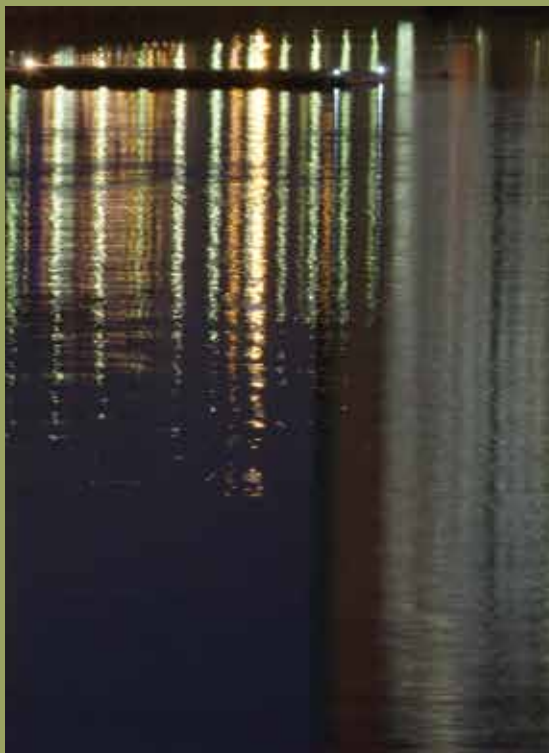
(3) Corresponde a las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica comprada a la red (fuente externa).

(4) Emisiones provenientes de otras fuentes externas.

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



3. GOBIERNO CORPORATIVO Y TRANSPARENCIA



¿CUÁLES SON LOS TEMAS MATERIALES MÁS IMPORTANTES EN RELACIÓN CON EL GOBIERNO CORPORATIVO Y LA TRANSPARENCIA?

✓ Lucha contra la corrupción.

Las políticas y prácticas en materia de gobierno corporativo en el Grupo Telecom tienen como objetivo promover la transparencia a lo largo de toda la Organización. La Dirección y la Alta Gerencia están siempre atentas a la evolución de las regulaciones y novedades

del mercado en cuanto a buenas prácticas de gobierno societario, de modo de posicionar al Grupo Telecom como una de las empresas líderes del mercado de capitales argentinos.

3.1

Gobierno Corporativo

ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN DEL GOBIERNO DE LA COMPAÑÍA

Asamblea de Accionistas: Órgano de gobierno de la Empresa.

Directorio: A cargo de la dirección y de la administración.

Primera Línea Gerencial: Junto con el Directorio, son los responsables de gestionar el negocio en todas sus operaciones.

Comisión Fiscalizadora: Órgano de fiscalización interna, compuesto por síndicos titulares y suplentes.

Comités / Consejo creados por el Directorio

- Consejo de Dirección ⁽¹⁾
- Comité de Cumplimiento Regulatorio ⁽¹⁾
- Comité de Auditoría ⁽¹⁾
- Comité de Operaciones ⁽¹⁾
- Comisión de Información ⁽²⁾

(1) Integrado por miembros del Directorio.

(2) Integrado por miembros de la Gerencia.

Para más información sobre la composición, responsabilidades y funciones del Directorio, de la Comisión Fiscalizadora, del Consejo, Comités y Comisión creados por el Directorio, ver Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2014.

Directorio ^[1]

Presidente

Enrique Garrido ^[a]

Esteban Ariel Santa Cruz ^{[h] [g]}

Mariana Laura González ^{[h] [g]}

Vicepresidente

Gerardo Werthein ^[b]

Directores Suplentes

Aldo Raúl Bruzoni ^[f]

Jorge Alberto Firpo

Lorenzo Canu

Jorge Luis Pérez Alati

María Virgina Genovés ^[g]

Eduardo Federico Bauer ^[e]

Pablo Alberto Gutiérrez ^[g]

Eduardo Pablo G. Setti ^{[g] [h]}

Juan Massolo ^{[g] [h]}

Verónica Daniela Álvarez ^{[g] [h]}

Directores Titulares

Andrea Mangoni ^[b]

Gianfranco Ciccarella

Francesca Petralia ^[b]

Piergiorgio Peluso

Enrique Llerena ^[g]

Esteban Gabriel Macek ^{[c] [e]}

Federico Horacio Gosman ^{[d] [h]}

(1) Los directores titulares y suplentes no poseen cargos ejecutivos en la Sociedad ni en sociedades controladas de la Sociedad. Los directores son designados por un período de tres ejercicios. La designación de los miembros del actual Directorio fue realizada por la Asamblea Ordinaria celebrada el 23 de abril de 2013, salvo el caso de Gianfranco Ciccarella quien se desempeñaba como suplente y asumió como Director Titular, en reemplazo de un titular renunciante en la reunión de Directorio celebrada el 9 de diciembre de 2013. En consecuencia, el mandato de todos los directores concluye con la celebración de la Asamblea Ordinaria que considerará la documentación del ejercicio social 2015.

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

(b) Miembro del Consejo de Dirección.

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

(e) Miembro del Comité de Cumplimiento Regulatorio.

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

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

(h) Director designado por las acciones del ANSES-Fondo de Garantía de Sustentabilidad.

Comisión Fiscalizadora ^[2]

Síndicos Titulares

Evelina Leoní Sarrailh (Presidente)

Gustavo Adrián E. Gené

Gerardo Prieto

Susana Margarita Chiaramoni

Raúl Alberto Garré ^[i]

Síndicos Suplentes

Gonzalo F. Oliva Beltrán

Alberto Gustavo González

Jacqueline Berzón

Guillermo Feldberg

Silvia Alejandra Rodríguez ^[i]

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

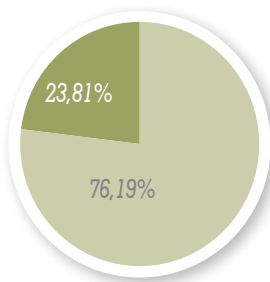
(i) Síndico designado por las acciones del ANSES-Fondo de Garantía de Sustentabilidad.

Director General Ejecutivo del Grupo Telecom Argentina

Ing. Oscar Cicchetti ^[2]

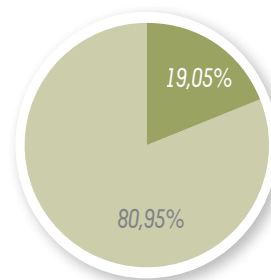
(2) Presentó su renuncia como DGE con efectos a partir del 4 de marzo de 2015. En su reemplazo asumió la Sra. Elisabetta Ripa.

Datos generales del Directorio en 2014



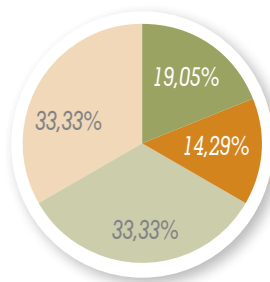
NACIONALIDAD

Argentina
Italiana



GÉNERO

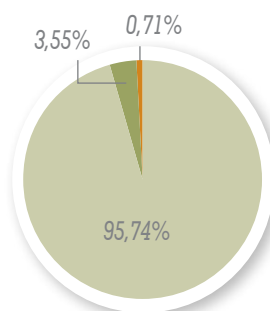
Mujeres
Hombres



RANGO DE EDAD

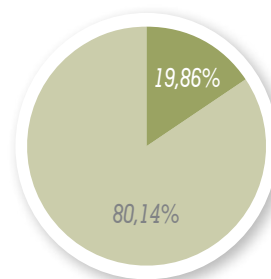
Mayor de 60 años
50 a 59 años
40 a 49 años
30 a 39 años

Datos generales de la Primera Línea Gerencial en 2014



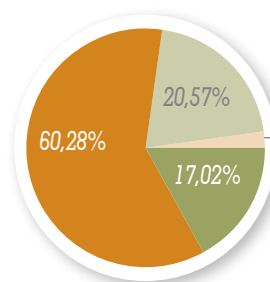
NACIONALIDAD

Argentina
Italiana
Estadounidense



GÉNERO

Mujeres
Hombres



RANGO DE EDAD

Mayor de 60 años
50 a 59 años
40 a 49 años
30 a 39 años

Evaluación y remuneración

La Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas de la Sociedad realiza la evaluación integral de la gestión del Directorio, que considera el ejercicio social inmediato anterior. Los honorarios de los miembros del Directorio son aprobados por la Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas, sobre la base de la propuesta que le formula el Directorio, la cual cuenta con la previa opinión del Comité de Auditoría de la

Sociedad. Dicha propuesta del Directorio tiene en cuenta el número de miembros y responsabilidades de los Directores, su participación en los distintos Comités, las remuneraciones de los Directores en otras sociedades de similar envergadura y la coherencia de la propuesta respecto de ejercicios anteriores. La aprobación por parte de la Asamblea de Accionistas de los honorarios de los miembros del Directorio se ajusta a lo dispuesto por el Art. 261 de la Ley de Sociedad Comerciales y a los términos del artículo 2.º

inc. d] del Capítulo III Título II de las Normas de la Comisión Nacional de Valores, aplicable a Telecom Argentina S.A. como sociedad cotizante. Por otra parte, la evaluación de desempeño de la Primera Línea Gerencial se basa en un sistema de fijación de objetivos anuales [MBO —por sus siglas en inglés, Management by Objectives—], que impacta en el sistema de remuneración variable. El sistema tiene en consideración aspectos económicos, sociales y ambientales de la gestión. Algunos de los objetivos que afectan la totalidad o parte de la línea gerencial son la calidad de servicio y la certificación SOX sin salvedades, entre otros.

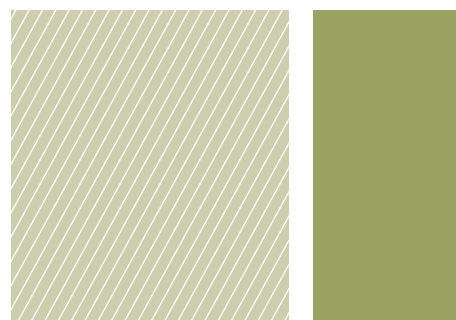
Comunicación entre Directorio y los grupos de interés

Periódicamente se realizan reuniones de Directorio, para las que se pueden plantear propuestas de temas de relevancia inherentes a decisiones vinculadas con el negocio, para su consideración.

Prevención y gestión de posibles conflictos de intereses

El Código de Conducta y Ética Empresaria, que aprueba el Directorio, destina un capítulo a tratar el tema de Conflicto de Intereses. Por otra parte, el Comité de Auditoría debe proporcionar al mercado información completa respecto de las operaciones en las cuales exista conflicto de intereses con integrantes de los órganos sociales o accionistas controlantes. Además, la Ley N° 26.831 y las Normas de la Comisión Nacional de Valores [CNV] establecen determinados procedimientos que deben cumplirse cuando se celebran operaciones con “partes relacionadas”. Esta normativa es aplicable a Telecom Argentina por ser una Sociedad que cotiza sus acciones en Bolsa. Asimismo, en cumplimiento de lo dispuesto por dicha Ley y por Normas de la CNV, la Sociedad da a publicidad, en la Autopista de la Información Financiera de la CNV y en el Boletín de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, aquellas operaciones que se celebren con partes relacionadas que superen el 1% del patrimonio neto de Telecom Argentina.

3.2 Código de Conducta y Ética Empresaria



A través de declaraciones de principios y valores, el Código de Conducta y Ética Empresaria permite a la Compañía incorporar e implementar patrones éticos de carácter universal en la vida cotidiana de la Organización.

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

El Código alcanza a todos los miembros del Directorio, Síndicos, Directores Generales, Directores de Unidad, Directores, Gerentes, y demás empleados efectivos, contratados, permanentes o semipermanentes, temporarios y pasantes (todos en conjunto y cada uno de ellos denominados “el Personal”) de cada una de las sociedades del Grupo Telecom. También se hace extensivo a contratistas, colaboradores, proveedores, asesores y consultores de la Organización, quienes reciben una copia del mismo.

En cuanto a sus contenidos, el Código abarca estos temas, entre otros, conflictos de interés, trato justo y no discriminación, conductas no permitidas, actividades

ilícitas o indebidas, normativas de regalos, relaciones con la comunidad y con las autoridades públicas, calidad, uso y protección de la información, actividades políticas y aportes, y competencia justa.

Para difundir los contenidos del Código se llevan a cabo las siguientes acciones:

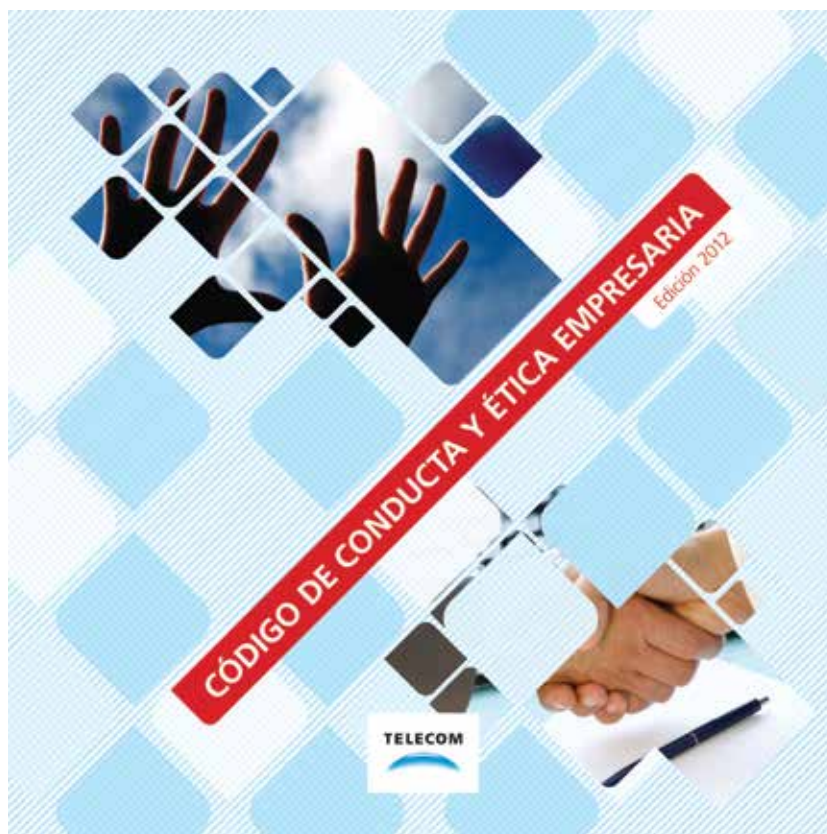
- Desde Compliance, con reporte y dependencia directa de la Dirección General Ejecutiva, se realizan acciones tendientes a la concientización del Código de Conducta y Ética Empresaria, y su aplicación a todos los colaboradores. Se enviaron distintas comunicaciones internas a todo el personal referidas a recordar la importancia de cuestiones vinculadas al uso de información privilegiada, a la normativa de regalos y a la denuncia de conductas ilícitas o antiéticas, todas en relación con lo definido en el Código.
- En el marco de las jornadas de inducción, a los nue-

vos ingresantes se les presenta un módulo específico sobre el Código de Conducta y Ética Empresaria.

- Los colaboradores disponen, dentro de la Intranet corporativa [Neoport], de un espacio dedicado a Compliance y específicamente referido al Código de Conducta y Ética Empresaria, donde pueden consultarlo en formato digital, realizar la declaración jurada online sobre conflictos de intereses y certificar sus conocimientos sobre el Código con preguntas que incluyen temas como las relaciones con las autoridades públicas, conflictos de intereses en la actividad del empleado en relación con la Sociedad, conductas no permitidas, ingreso de familiares cercanos, canal de denuncia de conductas ilícitas, etc.
- Las Condiciones Generales de Contratación que todos los proveedores deben firmar indican que estos deben “cumplir y hacer cumplir a los subcontratistas, cesionarios y/o asociados, en lo que sea pertinente, el Código de Conducta y Ética Empresaria”.

DENUNCIAS DE INCUMPLIMIENTOS AL CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIA

Contamos con un sitio web de denuncias [www.telecom-denuncias.com.ar], al que puede acceder cualquier persona para reportar cualquier violación efectiva o potencial de las leyes, normas o reglamentaciones vigentes o de las disposiciones del Código. A su vez, brindamos la posibilidad de realizar denuncias en forma personal o por escrito ante cualquiera de los integrantes del Comité de Auditoría. Todas las denuncias se mantienen de manera confidencial. Una vez recibida la denuncia, el Comité de Auditoría evalúa la situación previamente analizada por el área de Auditoría Interna. Este Comité trata todas las denuncias que involucren cuestiones contables, de control interno contable o de auditoría, con facultades exclusivas para investigar y adoptar todas las resoluciones que estime necesarias con respecto a las denuncias y cuestionamientos recibidos sobre estos temas. En 2014 se recibieron 49 denuncias.



3.3

Auditoría Interna

El Comité de Auditoría, integrado por miembros del Directorio, es el responsable de opinar y supervisar sobre temas de gestión, control interno, aspectos legales y acciones del Directorio. También supervisa a los auditores internos y externos, y verifica el cumplimiento del Código de Conducta, entre otras acciones.

Por otra parte, la Dirección de Auditoría desarrolla sus actividades de conformidad con las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna. En 2013 obtuvimos un Certificado de Calidad, válido por 5 años,

que establece que la actividad de auditoría interna cumple con dichas normas, emitidas por The Institute of Internal Auditors (IIA), de los Estados Unidos.

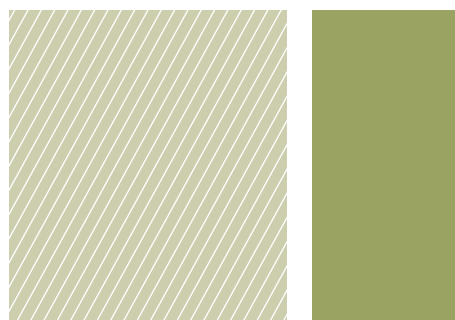
El riesgo de fraude como concepto general es uno de los principales factores analizados al desarrollar nuestro mapeo de procesos y riesgos que sirve de base para la planificación anual de las actividades de la Dirección de Auditoría. Debido a que el enfoque de trabajo está basado en riesgos, todas las revisiones de auditoría incluyen procedimientos destinados a verificar la existencia de

controles operativos relacionados con la prevención y/o detección de situaciones de fraude y/o de corrupción. Asimismo, también incluyen procedimientos específicos destinados a identificar fraudes o irregularidades en los procesos analizados.

Además, con el propósito de mantener implementado el marco normativo de aplicación, durante 2014 se procedió a realizar una autoevaluación sobre el cumplimiento de todos los elementos que forman parte esencial del Programa de Aseguramiento de Mejora de

la Calidad, de acuerdo con lo establecido en el Marco Internacional de la Práctica Profesional de la Auditoría Interna emitido por IIA. El resultado obtenido confirmó que la actividad de auditoría “cumple generalmente” con las normas, específicamente con aquellas sobre Atributos, sobre Desempeño y el Código de Ética. Por último, en 2014 también se implementaron las oportunidades de mejora referidas a la actividad de auditoría, sugeridas oportunamente por el equipo certificador externo.

3.4 Compliance



En el marco de la gestión de aspectos sensibles, en febrero se ha definido y hecho extensivo a toda la Organización el **Procedimiento Organizativo de Agasajos**, que comprende regalos, gastos de representación e invitaciones a eventos y viajes, ya sea del personal a sujetos públicos o privados, así como también aquellos ofrecidos por parte de terceros. Su objetivo es conformar la conducta de los empleados a disposiciones normativas anticorrupción aplicables a nivel nacional e internacional, además de procurar que, al tomar decisiones en el cumplimiento de sus funciones, todos los colaboradores obren con la debida imparcialidad y con total independencia de intereses ajenos a los del Grupo Telecom.

Para garantizar su continua difusión, y dentro de la gestión del conocimiento de la Organización sobre el alcance e importancia de cumplir con el mismo, integrantes de la Macroestructura tuvieron que completar la **Declaración Jurada sobre Conflictos de Intereses**, que fue respondida por el 85% del total de la población.

También se realizaron acciones de certificación de los conocimientos sobre el Código de Ética, con el fin de garantizar gradualmente la actualización de los conocimientos de los empleados a través de un aplicativo dentro de la Intranet. Los resultados alcanzados en 2014 por esta acción comprenden a 1.650 colaboradores: 289 de Macroestructura y 1.361 del personal fuera de convenio.

Por otra parte, se lanzó el **Compliance Program - Risk Assessment**, que en su primera fase incluye la realización del *Gap Analysis*, que tiene como objetivo la identificación, evaluación y mitigación de los riesgos de incumplimiento del marco normativo externo e interno y que podrían presentar también un impacto reputacional y sancionatorio para la Compañía.

Asimismo, en el ámbito de difusión de la Cultura Compliance, se han llevado a cabo actividades de capacitación interna específicas en los primeros reportes de la Dirección General Ejecutiva y sus respectivos equipos de trabajo, con información actualizada sobre **Foreign Corrupt Practices Act (FCPA)**,

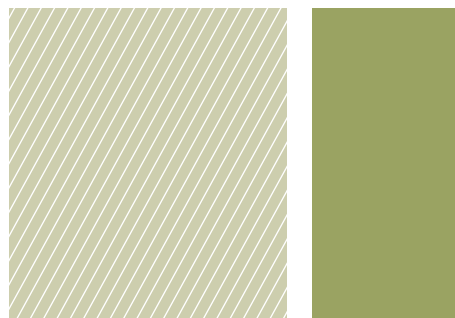
con indicaciones de acciones de mitigación de riesgos, y Compliance Program, entre otros.

Adicionalmente, se creó en la Intranet un espacio de divulgación de la Cultura Compliance, en el cual se incluyeron

las misiones y funciones de Compliance, y las Comunicaciones Internas y Externas emitidas por Compliance referidas al Uso de Información Privilegiada y a la normativa de regalos.

3.5

Gestión de Riesgos



Desde 2012 la Compañía cuenta con un Proceso de Gestión de Riesgos, un Comité de Riesgos y una Política de Gestión de Riesgos.

El Comité de Riesgos tiene entre sus funciones evaluar e implementar las políticas, mecanismos y procedimientos de identificación, medición y mitigación de riesgos de la Compañía, así como recomendar las medidas o ajustes que considere necesarios para la reducción del perfil del riesgo de la Organización. Los principales factores de riesgo son aquellos relacionados con los aspectos regulatorios, con el contexto macroeconómico nacional e internacional, y con aspectos de naturaleza legal, entre otros.

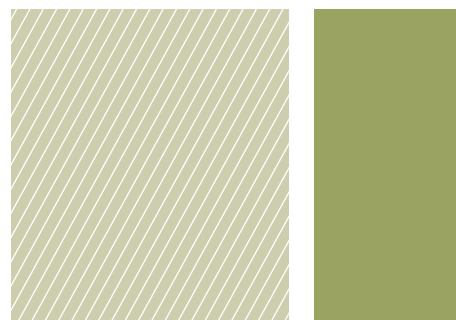
El Directorio, en su reunión de abril de 2014, tomó nota de los riesgos con impacto negativo que durante el 2013 identificó el Comité de Riesgos para el Grupo Telecom, de la

aplicación de las acciones de mitigación identificadas y de los resultados que se espera se deriven de la adopción de esas acciones. Asimismo, se aprobó la nueva conformación del Comité de Riesgos, que incluye las áreas de Red e Infraestructura IT, Director Financiero [CFO] y Compras, Wholesale, Asuntos Jurídicos y Regulatorios, Capital Humano, Seguridad Corporativa, Compliance y Director General Operativo [COO].

Además, el área trabajó para identificar e incorporar las actividades de control que mitiguen los riesgos identificados. La existencia o no del control de mitigación se combinará con el nivel de riesgo inherente, y así se determinarán los riesgos relevantes a reportar.

3.6

Actividades de control antifraude



El área de Seguridad Corporativa del Grupo Telecom tiene como misión definir e implementar las estrategias y políticas alineadas a la visión de la Compañía, a fin de garantizar, entre otras cuestiones, la prevención de prácticas fraudulentas.

Las actividades llevadas a cabo por el área de Control Antifraude, que forma parte de la Seguridad Corporativa, incluyen la realización de controles preventivos y detectivos de fraudes técnicos-comerciales, con la ayuda de herramientas informáticas que permiten prevenir actividades fraudulentas para los Servicios tanto Fijos como Móviles.

Adicionalmente, durante el 2014, los miembros del área de Control Antifraude han participado de diversos entrenamientos y eventos a nivel mundial, con el objeto de estar posicionados a la vanguardia en las prácticas y conocimientos en la materia respecto del mercado. Esto permitió conocer las últimas tendencias y novedades del sector e investigar sobre nuevos productos y servicios desarrollados en otros países con el fin de poder aplicarlos en el Grupo.

CONTROL INTERNO: EXITOSA CERTIFICACIÓN DE LA SECCIÓN 404 DE LA LEY SARBANES-OXLEY

En materia de control interno, merece mencionarse la implementación de la nueva versión del Internal Control-Integrated Framework del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission del 2013 (“COSO 2013”), utilizado como marco de referencia para la Certificación de la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley. El COSO 2013 mantuvo la definición de control interno y los cinco componentes de control interno respecto del COSO Original de 1992 (Ambiente de control, Evaluación de riesgos, Actividades de control, Información y comunicación y Actividades de monitoreo), pero incorporó mejoras y aclaraciones con el objetivo de facilitar su uso y aplicación y adecuarlo a los cambios en los ambientes operativos y de negocios que se han vuelto más complejos y tecnológicos.

Los principales aspectos de énfasis del COSO 2013 se relacionan, entre otros, con:

- La relación entre riesgo, desempeño y recompensas.
- Mayor énfasis en el “Tono gerencial” y en aspectos del gobierno societario.
- Mayor foco en los planes de sucesión y en el talento gerencial en relación con el control interno.
- Mayor énfasis en evaluación de riesgo (metodología, riesgos de fraude y principales factores de cambio que afectan el control interno).
- Revisión y actualización de los controles existentes.
- Revisión, actualización y mejora de políticas, procedimientos y su documentación.

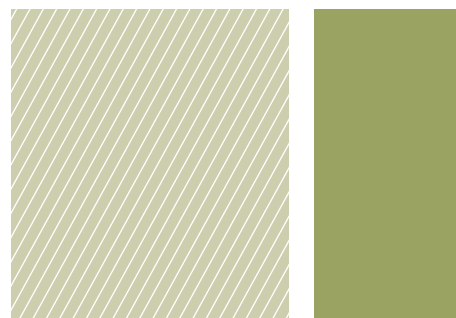
El Grupo llevó a cabo un análisis exhaustivo de los principios y puntos de foco incorporados por el COSO 2013, para evaluar el grado de cumplimiento por parte de la Sociedad y su subsidiaria alcanzada en la Certificación [Personal]. De la evaluación efectuada resultó que la mayoría de los principios y puntos de foco estaban cubiertos por controles existentes, mientras que en ciertos casos puntuales se implementaron nuevos controles o se formalizaron controles existentes.

Por noveno año consecutivo, el Grupo Telecom ha concluido que posee un sistema de control interno efectivo para generar información contable para la publicación de sus estados financieros al 31 de diciembre de 2014 de acuerdo a NIIF. En el proceso de certificación del 2014, la Gerencia de la Sociedad continuó aplicando un enfoque Top Down, focalizando en las áreas de mayor riesgo y en los controles claves que, de forma más efectiva y eficiente, contribuyen a asegurar el cumplimiento de los objetivos de control interno para la generación de información contable de uso público.

Por su parte, los Auditores Externos han evaluado directamente el sistema de control interno para la generación de información contable y también han concluido favorablemente sobre su efectividad.

3.7

Marco regulatorio de las telecomunicaciones



Las actividades del Grupo Telecom se desarrollan en el contexto de un conjunto de normas que constituyen el marco regulatorio aplicable:

• **Argentina:** La Comisión Nacional de Comunicaciones [CNC] es un organismo descentralizado dependiente de la Secretaría de Comunicaciones [SC], que a su vez depende del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Entre las normas específicas más importantes que rigen los servicios de Telecom y sus controladas nacionales, cabe destacar:

- Las Normas de Privatización, que regularon dicho proceso, incluido el Pliego.
- El Contrato de Transferencia de Telecom.
- Los Decretos y Pliegos que rigen las licencias otorgadas a Telecom y a sus sociedades controladas nacionales.
- Los acuerdos tarifarios y normativa concordante.
- Los Reglamentos aprobados por el Decreto N° 764/00 y sus modificatorios [en cuanto les son de alcance].

La Ley N° 27.078 dispone que el Decreto N° 764/00 y sus modificatorios mantendrá su vigencia en todo lo que no se le oponga a la LAD, durante el tiempo que demande a la Autoridad de Aplicación dictar los reglamentos concernientes al Régimen de Licencias para Servicios de TIC, al Régimen Nacional de Interconexión, al Régimen General del Servicio Universal y al Régimen sobre la Administración, Gestión y Control del Espectro Radioeléctrico. Asimismo, la nueva ley dispone que la Ley N° 19.798 [“Ley Nacional de Telecomunicaciones” sancionada en 1972] y sus modificatorias solo subsistirán respecto de aquellas disposiciones que no se opongan a sus previsiones.

• **Paraguay:** La sociedad controlada Núcleo tiene como organismo regulatorio de control a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones del Paraguay [CONATEL]; y su subsidiaria Personal Envíos S.A. se encuentra bajo la supervisión del Banco Central de la República del Paraguay.

• **Estados Unidos:** La sociedad controlada Telecom Argentina USA tiene como organismo regulatorio de control a la Federal Communications Commission [FCC].

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

No obstante, hacia fines del ejercicio 2014, se sancionó la Ley N° 27.078 “Ley Argentina Digital” [LAD], que incorpora importantes modificaciones al marco regulatorio que rige la prestación de servicios de telecomunicaciones en el país y dispone la creación de la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [AFTIC], como organismo descentralizado y autárquico en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional, que actuará como Autoridad de Aplicación de la LAD. A la fecha de emisión del presente Reporte, la AFTIC no se ha constituido.

LEY ARGENTINA DIGITAL

El 19 de diciembre de 2014 fue publicada y entró en vigencia la Ley N° 27.078 denominada “Ley Argentina Digital”. Esta nueva ley declara de interés público el desarrollo de las TIC y sus recursos asociados, estableciendo y garantizando la completa neutralidad de las redes, a fin de garantizar a cada usuario el derecho a acceder, utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación, servicio o protocolo a través de Internet sin ningún tipo de restricción, discriminación, distinción, bloqueo, interferencia, entorpecimiento o degradación.

Entre los aspectos más relevantes contenidos en la Ley Argentina Digital que modifican el marco regulatorio vigente en materia de telecomunicaciones, se encuentran:

- a) El reconocimiento del carácter de servicio público esencial y estratégico de TIC en competencia al uso y acceso a las redes de telecomunicaciones, para y entre licenciarios de servicios TIC.
- b) La regla sobre precios y tarifas, que establece que los licenciarios de servicios de TIC fijarán sus precios, los que deberán ser justos y razonables, cubrir los costos de la explotación y tender a la prestación eficiente y a un margen razonable de operación.
- c) Las exenciones de gravámenes; se dispone que podrán establecerse a título precario exenciones o reducciones de tasas, tarifas y gravámenes de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en general y telecomunicaciones en particular, cuando la índole de determinadas actividades lo justifique.
- d) Las modificaciones en materia de Servicio Universal.
- e) La regulación asimétrica como instrumentos de universalización tendiente al desarrollo de una efectiva competencia.

Resolución SC N° 38/14

El 7 de julio de 2014, se publicó en el Boletín oficial la Resolución SC N° 38, por la que se dispuso: (i) llamar a Concurso Público para la adjudicación de las de frecuencias remanentes del Servicio de Comunicaciones Personales (“PCS”), del Servicio de Radiocomunicaciones Móvil Celular (“SRMC”), así como las del nuevo espectro para el Servicio de Comunicaciones Móviles Avanzadas (“SCMA”), recientemente creado [el “Concurso”] y (ii) aprobar el Pliego de Bases y Condiciones para subastar simultáneamente la totalidad del espectro remanente en las Bandas de 850 y 1.900 MHz, y las bandas de 698 a 806 MHz, más 90 MHz de las bandas de 1.710/1.770 - 2.110/2.170 MHz para el servicio SCMA [quedando fuera de la subasta y disponibles para utilización futura, 30 MHz correspondientes a la sub-banda 1.755-1.770 y 2.155-2.170], respetando los respectivos topes de espectro [50 MHz para SRMC + PCS y 60 MHz para SCMA].

Personal presentó en tiempo y forma el “Sobre de Precalificación y Antecedentes” a fin de participar en el Concurso y la Comisión de Precalificación prevista por el Pliego solicitó y recibió de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia [“CNDC”] un informe en el que se concluye que la potencial adjudicación de frecuencias a las cuatro empresas que presentaron oferta en el Concurso [Telecom Personal S.A., Telefónica Móviles Argentina S.A.; Arlink S.A. y AMX Argentina S.A.], “...en la coyuntura actual del mercado de las telecomunicaciones móviles no configuraría una situación que pudiese atentar contra la libre competencia, no teniendo cuestionamientos o salvedades que efectuar al respecto...”.

Con fundamento en dicho informe de la CNDC y en el Dictamen de la Comisión de Precalificación, la SC dictó la Resolución N° 65/14, precalificando a Personal, y también a Telefónica Móviles Argentina S.A., a Arlink S.A. y a AMX Argentina S.A., para participar en el Concurso.

El 31 de octubre de 2014 se llevó a cabo la Subasta Pública correspondiente al Concurso. Personal presentó sus ofertas económicas, que resultaron ganadoras en las rondas de subasta de los Lotes 2, 5, 6 y 8.

Mediante Resoluciones de la SC N° 80/14, 81/14, 82/14 y 83/14, publicadas en el Boletín Oficial el 27 de noviembre de 2014, se adjudicaron a Personal las siguientes Bandas de Frecuencias: i) para el Servicio de PCS, Bandas de Frecuencia: 1.890-1.892,5 Mhz y 1.970-1.972,5 Mhz para el Área de Explotación I [Lote Número 5]; ii) para el Servicio de SRMC, Bandas de Frecuencia: 830,25-834 Mhz y 875,25-879 Mhz para el Área de Explotación II [Lote Número 2]; iii) para el Servicio de PCS, Bandas de Frecuencia: 1.862,5-1.867,5 Mhz y 1.942,5-1.947,5 Mhz para el Área de Explotación III [Lote Número 6]; y iv) para los Servicios de SCMA, Bandas de Frecuencia: 1.730-1.745 Mhz y 2.130-2.145 Mhz para el Área de Explotación Nacional [Lote Número 8, adjudicación parcial].

Personal efectuó el pago de las sumas ofertadas correspondientes a las bandas de frecuencias adjudicadas y constituyó las garantías de cumplimiento correspondientes. En el caso del Lote 8, el pago se efectuó a cuenta del precio único y total ofrecido por el referido Lote.

Personal requirió que se complete la adjudicación de las bandas de frecuencias para los Servicios de SCMA que conforman el Lote 8, adjudicadas parcialmente a Personal mediante Resolución SC N° 83/2014, y efectuó la reserva de derechos correspondiente.

La adjudicación completa del Lote 8 deviene indispensable para el cumplimiento de las obligaciones previstas en el Pliego de Bases y Condiciones. Una vez que se produzca tal adjudicación [que permitirá acceder a las Bandas de Frecuencia SCMA 713-723/768-778], Personal deberá abonar el equivalente a USD 247,3 millones [saldo restante de la suma ofertada], y constituir garantía de cumplimiento por el 15% del monto en cuestión.

El Pliego de Bases y Condiciones del Concurso estableció exigentes obligaciones de cobertura y de despliegue de red, que demandarán importantes inversiones por parte de Personal.

Algunas de las obligaciones contempladas en el Pliego son:

- Ampliar la cobertura del SRMC, STM y PCS, de manera tal que se alcance a todas las localidades de 500 habitantes como mínimo, en un plazo no superior a 60 meses.
- Actualizar la infraestructura de red en un plazo no superior a 60 meses, de manera tal que en todos los sitios de la red se ofrezcan servicios de banda ancha móvil que garanticen como mínimo 1 Mbps por usuario en el enlace descendente para SRMC, STM y PCS.
- Para el SCMA se establecen [Anexo III del Pliego] obligaciones progresivas de cobertura en el territorio de la República Argentina, en cinco etapas diferenciadas, culminando en el plazo de 60 meses con la cobertura en localidades con más de 500 habitantes.

Para mayor detalle de las obligaciones involucradas, ver Resoluciones SC 37/14, 38/14 y sus modificatorias y complementarias.

Teniendo en cuenta que la adjudicación de la Resolución SC N° 83/14 ha sido parcial, Personal requirió a la Secretaría de Comunicaciones que tales plazos se computen desde la fecha en que se adjudique la banda 713-723 a 768-778 Mhz, completando de ese modo la adjudicación del Lote 8.

Para más información sobre las normas aplicables al Grupo Telecom y sobre la actividad de la autoridad regulatoria durante 2014, ver la sección B.2.2 de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2014.

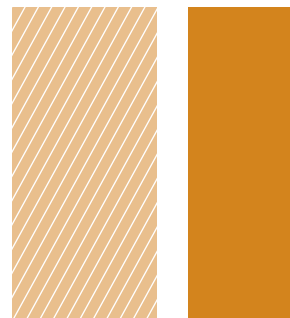


4. NUESTRA GESTIÓN DE LA RSE



4.1

La RSE y su valor estratégico para el Grupo Telecom



En el Grupo Telecom sabemos que, como parte de la industria de las telecomunicaciones, tenemos una responsabilidad y un potencial de contribuir con nuestro negocio al desarrollo sostenible. Desde esta visión, consideramos la RSE como una forma de relacionarnos con el mundo, que permite generar un valor positivo para nuestros grupos de interés.

Basándonos en nuestros valores corporativos, construimos un concepto de marca que convoca a todos nuestros grupos de interés para conectarlos en la era digital, disponer el acceso al conocimiento para todos, brindar soluciones innovadoras para generaciones presentes y futuras, generar conciencia del uso responsable de la tecnología y promover un uso racional de los recursos con los que operamos.

Objetivo general de la RSE en el Grupo Telecom

“Contribuir al desarrollo sostenible del negocio y, junto con el poder transformador de la tecnología, aplicar so-

luciones innovadoras que favorezcan el desarrollo de una mejor calidad de vida de la población”.

Objetivos estratégicos

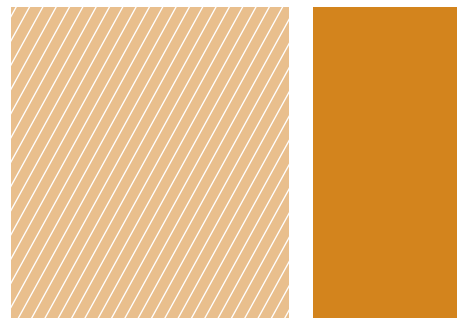
- Internalizar la RSE como parte fundamental del modelo de gestión, con el objetivo de lograr el desarrollo sustentable.
- Posicionarnos como referentes de inversión social, colaborando desde nuestro negocio con el desarrollo de las comunidades.
- Incorporar la Sustentabilidad a la estrategia de negocio, para nutrir la gestión comercial con ideas, productos y servicios de tecnología de vanguardia que busquen la inclusión social.

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

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

4.2

Gobierno de la RSE



La estructura de gobierno y gestión de la RSE en el Grupo Telecom se compone de la siguiente manera:

- **El Directorio.** Por medio de la Gerencia de RSE, supervisa el desempeño en sustentabilidad en el marco de los principios de RSE aprobados y a través de la presentación anual del Reporte de RSE a los Directorios. El Directorio, en su reunión celebrada el 19 de diciembre de 2013, aprobó la realización de un listado de colaboraciones no comerciales [acciones de responsabilidad social empresaria, mecenazgo, donaciones y aportes no comerciales] de Telecom Argentina y sus controladas directas para el año 2014. Además, en marzo de 2014 se presentó en el Directorio de Telecom un resumen de los contenidos y principales avances del Reporte 2013, un breve resumen del proceso de elaboración del Reporte RSE y cuestiones relevantes del desempeño social y ambiental según la última encuesta de materialidad. El documento, considerado por la Comisión de Información y por el Comité de Auditoría, fue aprobado por unanimidad, ratificando los principios básicos y alcance de la RSE, a los que adhiere el Grupo Telecom. Por último, tanto el Directorio como la Primera Línea Gerencial se mantienen informados y

actualizados sobre los aspectos relacionados con la gestión sustentable del negocio y, en particular, con el desempeño del Grupo Telecom en materia de RSE.

- **La Gerencia de RSE.** Diseña, planifica, coordina y facilita el modelo de RSE e inversión social. Depende de la Dirección de Comunicación y Medios. Este modelo se basa en un proceso constante de diseño, implementación, medición, evaluación y revisión, que permite identificar oportunidades de mejora en todos los órdenes de la actividad.

- **El Grupo Operativo de RSE.** Compuesto por gerentes pertenecientes a todas las áreas del negocio, permite desarrollar e internalizar el modelo de sustentabilidad en la Organización. En 2014 el Grupo estuvo integrado por 50 referentes de todos los negocios y áreas de la Compañía. En noviembre realizamos un taller para dar inicio de manera formal al proceso de elaboración del Reporte 2014, donde se presentaron las principales tendencias de la temática, se presentó el proceso de elaboración del Reporte y sus tiempos, y se reforzaron procedimientos vinculados con el armado de la información y con la verificación externa de los indicadores.

COMUNICACIÓN

Durante 2014 continuamos difundiendo en medios de todo el país la campaña “Una mirada diferente para un mundo diferente”, con el objetivo de dar a conocer la gestión responsable del Grupo Telecom.



El equipo de RSE y miembros del Grupo Operativo de RSE durante el Taller de lanzamiento del proceso de Reporte 2014

4.3

Identificación y diálogo con nuestros grupos de interés

Establecemos un vínculo de largo plazo con cada uno de nuestros grupos de interés, cuya dinámica varía en función de la naturaleza de la relación, la temática que nos vincula, la ubicación geográfica, y otras variables que analizamos en

el mapeo de los públicos clave. Tenemos el compromiso de escucharlos, entender sus expectativas y ponerlas en equilibrio con los intereses de nuestro negocio.

¿CÓMO NOS RELACIONAMOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS?

Empleados



DESCRIPCIÓN

Colaboradores efectivos, temporarios y/o eventuales, y sus familias.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Encuesta de clima – Focus groups – Comités – Investigaciones – Panel de diálogo – Canales de comunicación interna.

Proveedores



DESCRIPCIÓN

Personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras que realicen de manera profesional para el Grupo Telecom, actividades de producción, montaje, creación, desarrollo, construcción, importación, distribución, comercialización de productos, obras o servicios, entre otras.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Canales presenciales y web – Auditorías – Inspecciones – Encuentros – Encuestas – Capacitaciones – Reuniones contractuales y de evaluación de desempeño - Taller para proveedores.

Inversores



DESCRIPCIÓN

Nortel Inversora S.A. (accionista controlante); e inversores minoritarios de acciones (ANSES, inversores institucionales y otros).

CANALES DE COMUNICACIÓN

Conferencias – Web – Gerencia Relación con Inversores - Asamblea de Accionistas – Cobertura Analistas.

Clientes y consumidores



DESCRIPCIÓN

Individuos; empresas pequeñas, medianas y grandes; Gobiernos nacional, provinciales y municipales; y otros operadores, nacionales e internacionales.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Canales de comunicación web y presenciales – Investigaciones – Encuestas – Relación con órganos de defensa del consumidor.

Comunidad



DESCRIPCIÓN

Comunidades cercanas a los negocios de la Empresa, organizaciones de la sociedad civil, sector privado, medios de comunicación, instituciones interempresariales, universidades y otras instituciones.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Relación con instituciones empresarias, académicas, de la sociedad civil – Recepción y respuesta a requerimientos de la sociedad civil y respuestas a estos – Diálogos formales – Encuestas – Análisis del caso RSE en universidades – Mail RSE – Formulario de contacto en sitio web del Grupo.

Sector Público



DESCRIPCIÓN

Entidades y organismos de Gobierno nacionales, provinciales y municipales.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Vínculo con entidades y organismos de Gobierno nacionales, provinciales y municipales⁽¹⁾.

Medioambiente



DESCRIPCIÓN

Entorno donde la Empresa desarrolla sus actividades.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Relación con sector público, instituciones interempresariales, universidades y otras instituciones – Diálogo de Reporte RSE – Encuesta de materialidad.

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

4.4

Compromiso con principios y estándares internacionales de RSE



- **Iniciativa de Reporte Global (GRI –por sus siglas en inglés, Global Reporting Initiative–).** Desde 2007 elaboramos nuestros reportes de acuerdo con el Marco para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de dicha Organización. En 2014 migramos a la utilización de la Guía G4, publicada en 2013, que pone un mayor foco en la identificación y comunicación de los temas clave de gestión de la Compañía asociados a la RSE. En este caso, alcanzamos la opción de conformidad Esencial de la Guía.

- **Pacto Mundial de Naciones Unidas.** Continuamos siendo

adherentes a los compromisos del Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2004. Este año, fuimos convocados a participar del IV Foro Empresarial del Pacto Mundial en América Latina y el Caribe: Responsabilidad y Sostenibilidad. En el panel “Buenas prácticas empresariales”, se expuso el trabajo que el Grupo Telecom realiza en materia de cadena de valor y derechos humanos.

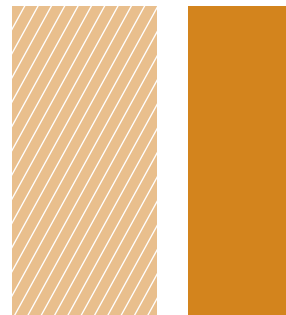
- **AA1000 (AccountAbility).** Utilizamos el estándar AA1000SES [Stakeholder Engagement Standard] para el diálogo con nuestros grupos de interés.

• **Norma Internacional de Responsabilidad Social ISO 26000:2010.** Integramos esta norma como una guía para la Responsabilidad Social en nuestros valores y prácticas, e

incorporamos las siete materias fundamentales tanto en la gestión de la RSE como en su comunicación.

4.5

Análisis de materialidad y migración a la Guía GRI G4



Realizamos nuestro análisis de materialidad siguiendo la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global [GRI] y el estándar AA1000SES. En este proceso buscamos determinar el contenido del Reporte de RSE 2014, incluyendo las actividades, la repercusión, y las expectativas y los intereses fundamentales de los grupos de interés y de la propia Organización. Trabajamos para ello sobre la base de cuatro principios: Materialidad, Participación de los grupos de interés, Contexto de sostenibilidad y Exhaustividad.

Este ejercicio incluyó las siguientes actividades:

- **Consideramos una serie de documentos e informes** como insumos para la identificación de temas que debían reportarse: *The Contribution the ICT Industry Can Make to Sustainable Development - A Materiality Assessment by the Global Sustainability Initiative*, elaborado por la organización **Global e-Sustainability Initiative (GeSI)**, donde se seleccionan 10 temas clave para la industria de las telecomunicaciones, y el proceso de relevamiento de información a cargo del **Grupo Operativo**, entre otros.

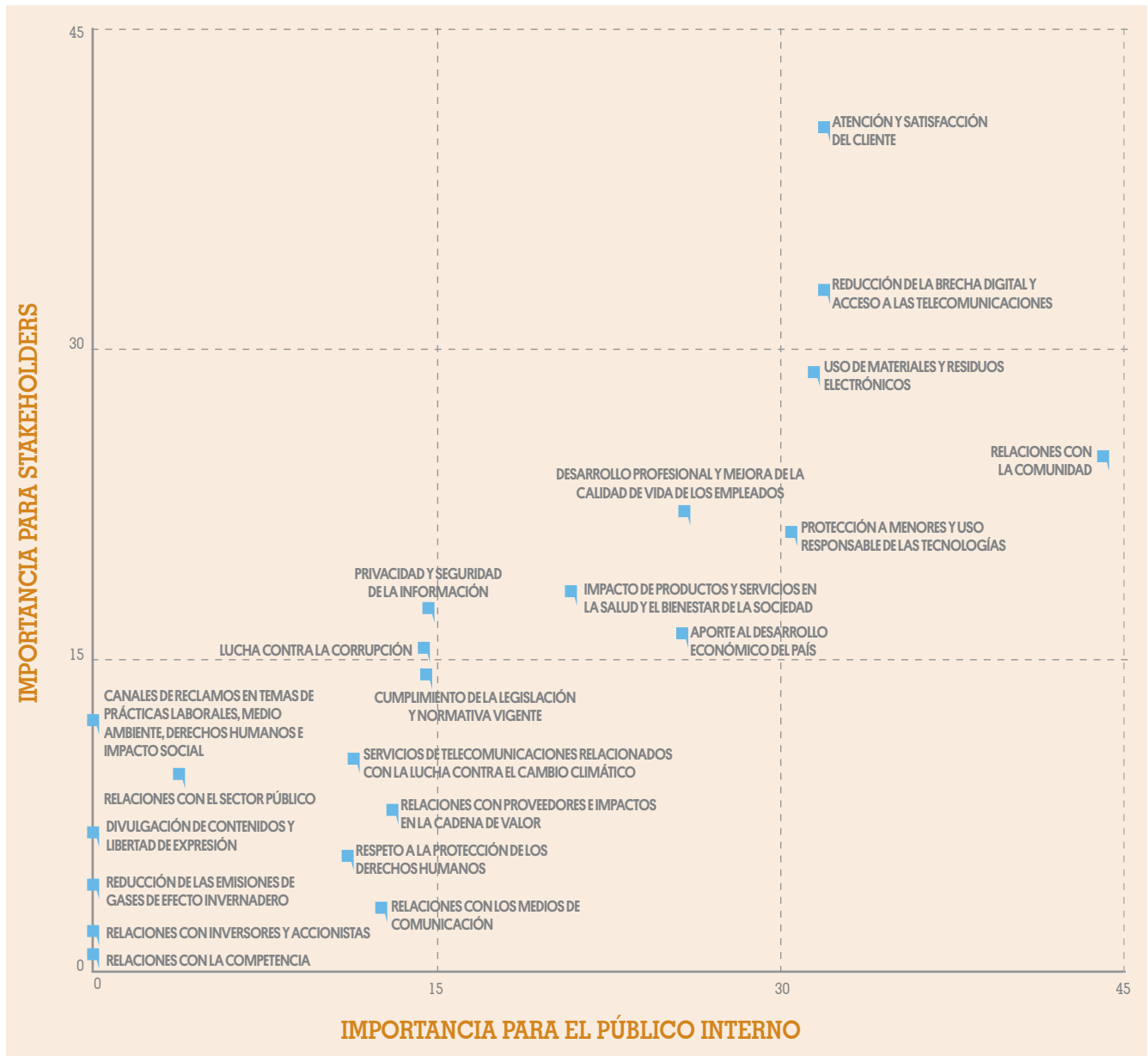
- Realizamos una **identificación de los factores internos y externos** por comunicar en función de los intereses de los públicos clave de la Empresa y del Grupo Telecom.

- Se identificaron **21 temas relevantes** para la Compañía de acuerdo con los inputs mencionados anteriormente:

1. Reducción de la brecha digital y acceso a las telecomunicaciones.
2. Uso de materiales y residuos electrónicos.
3. Servicios de telecomunicaciones relacionados con la lucha contra el cambio climático.
4. Relaciones con inversores y accionistas.
5. Relaciones con el sector público.
6. Relaciones con la comunidad.
7. Aporte al desarrollo económico del país.
8. Desarrollo profesional y mejora de la calidad de vida de los empleados.
9. Relaciones con proveedores e impactos en la cadena de valor.
10. Privacidad y seguridad de la información.
11. Atención y satisfacción del cliente.
12. Impacto de productos y servicios en la salud y el bienestar de la sociedad.
13. Relaciones con los medios de comunicación.
14. Divulgación de contenidos y libertad de expresión.
15. Relaciones con la competencia.
16. Protección a menores y uso responsable de las tecnologías.
17. Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

18. Respeto por la protección de los derechos humanos.
19. Canales de reclamos en temas de prácticas laborales, medioambiente, derechos humanos e impacto social.
20. Cumplimiento de la legislación y normativa vigentes.
21. Lucha contra la corrupción.

• Se llevó a cabo una encuesta online por muestreo a cargo de una consultora, a los siguientes grupos de interés: clientes, instituciones/referentes de RSE/académicos, proveedores, empleados, Directores de Telecom. La muestra fue de **1.757 casos**, y el trabajo de campo se realizó entre el 21 de noviembre y el 13 de diciembre de 2014. Luego, se realizó un cruce entre las opiniones de la Empresa (incluye a Directores del Grupo Telecom y a los miembros del Grupo Operativo) y los grupos de interés, con lo cual se obtuvo la matriz de materialidad.



Como resultado de la encuesta de temas relevantes, se obtuvo una Matriz de Materialidad, donde se identificaron los 10 temas estratégicos para la gestión de RSE en el Grupo Telecom:

✓	ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
✓	REDUCCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL Y ACCESO A LAS TELECOMUNICACIONES
✓	RELACIONES CON LA COMUNIDAD
✓	USO DE MATERIALES Y RESIDUOS ELECTRÓNICOS
✓	PROTECCIÓN A MENORES Y USO RESPONSABLE DE LAS TECNOLOGÍAS
✓	DESARROLLO PROFESIONAL Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS EMPLEADOS
✓	IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LA SALUD Y EL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD
✓	APORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS
✓	PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
✓	LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Todos los temas “estratégicos” ubicados en esta Matriz de Materialidad serán publicados en el Reporte de RSE 2014 en su versión impresa. Por su parte, los temas relevantes y mayor información sobre temas estratégicos serán reportados dentro de los documentos complementarios digi-

tales. Además, con el fin de respetar el principio de trazabilidad, el Reporte complementario digital incluirá otros temas que están fuera de este listado, y se les dará a estos un espacio reducido dentro de los documentos.

4.6

Participación activa en la agenda pública

Continuamos generando y manteniendo alianzas estratégicas con diversas instituciones:

- Cámara Argentina de Anunciantes.
- Cámara Argentina de Comercio - *Participación en el Consejo Directivo.*
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina [AmCham].
- Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina [CICOMRA] – *Integrantes de la Comisión Directiva.*
- Cámara de Sociedades Anónimas - *Participación en la Junta Ejecutiva.*

- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible [CEADS].
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina [IDEA].
- Grupo de Fundaciones y Empresas [GDPE] – *Integrantes de la Comisión Directiva y del Consejo Estratégico Consultivo.*
- GSMA Association – *Participación en el Grupo Técnico, Grupo de Regulación, Chief Regulatory Officers y Grupo de Roaming.*
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial [IARSE].
- Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

- Red de Empresas contra el Trabajo Infantil (CONAETI).
- Red de Teletrabajo, del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.
- Consejo Publicitario Argentino.

Además, participamos en los siguientes eventos y premios:

- **Premio Abanderados de la Argentina Solidaria.** Acompañamos nuevamente a este premio anual que reconoce a aquellos argentinos que se destacan por su dedicación a los demás, y difunde sus historias de



vida para que su ejemplo inspire al resto de la sociedad. Este año, además, desde Personal desarrollamos el portal móvil para habilitar la opción de votar desde el celular.

- **Conferencia “El poder del compromiso”.** Organizamos esta iniciativa a cargo del futbolista Fernando Cavenaghi. A través del relato de su experiencia de vida, el encuentro tuvo como objetivo comprender y valorar la importancia de la educación, el compromiso y la inclusión para el logro de los mejores resultados.

- **Sustainable Brands.** Auspiciamos este evento en su primera edición en la Argentina. Se trata de un evento de aprendizaje e inspiración internacional, que pone en el centro del debate la función de las marcas para la construcción de un futuro sustentable.

- **la Jornada Internacional de RSE y Sustentabilidad.** Organizado de manera conjunta entre el Instituto Argentino de RSE (IARSE) y la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina (AmCham), el evento abordó la temática de la sustentabilidad desde una perspectiva intersectorial, con el fin de reflexionar acerca de los principales desafíos.

- **2º Congreso Internacional de Responsabilidad Social (CIRS).** Organizado por la Fundación Observatorio de Responsabilidad Social (FONRES).



Encuentro con Fernando Cavenaghi en la charla “El poder del compromiso”

- **Jornada Regional de RSE.** Organizada por el IARSE en Córdoba.

- **Jornadas RESA 2014: Responsabilidad en Educación Social Ambiental.** Organizada por la Fundación Espacios Verdes en San Luis.

- **Foro de Emprendedores Sostenibles Trabajando (FEST).** Organizado por Ecomanía, consistió en un ciclo de charlas de emprendedores sostenibles que trabajan en proyectos innovadores para la sustentabilidad y para el cambio social.

- **Sustentablemente: comprometidos con un futuro mejor.** Organizado por Norte Sustentable en Salta.

- **San Luis Digital.** Expusimos el caso del Grupo Telecom en el panel “El rol de la RSE en las empresas de telecomunicaciones”, en el evento San Luis Digital: inclusión digital, organizado por el Gobierno de la Provincia de San Luis.

4.7

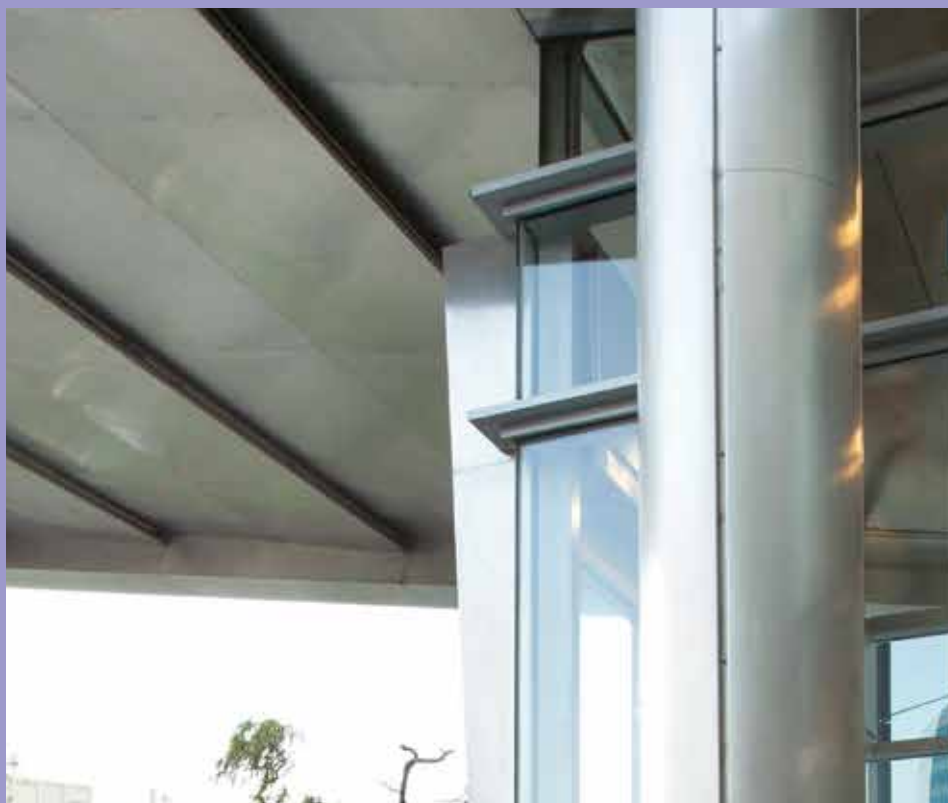
Premios y reconocimientos a la gestión de RSE

El Grupo Telecom fue distinguido entre las 10 empresas líderes del Premio Ciudadanía Empresaria de AmCham [Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina], en la modalidad Gestión Empresarial orientada a la Sustentabilidad. Esta iniciativa está abierta a empresas grandes y a py-

mes de todo el país, con el objetivo de reconocer a quienes orientan su modelo de negocios a la sustentabilidad y generan prácticas innovadoras en productos, servicios y procesos.



Los ganadores del Premio Ciudadanía Empresaria de AmCham



5. CLIENTES



¿CUÁLES SON LOS TEMAS MATERIALES MÁS IMPORTANTES EN LA RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES?



Atención y satisfacción del cliente.



Reducción de la brecha digital y acceso a las telecomunicaciones.



Protección a menores y uso responsable de las tecnologías.



Impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad.



Privacidad y seguridad de la información.

5.1

Nuestros Clientes

El Grupo Telecom es una de las Compañías líderes del país. Con telefonía básica como servicio inicial, Telecom y sus marcas asociadas [Personal y Arnet] fueron creciendo al ritmo de un fuerte plan de inversiones y de la reconversión de las telecomunicaciones en la Argentina. Hoy participan activamente en diversas áreas del negocio de las telecomunicaciones: telefonía básica, larga distancia nacional e internacional, telefonía celular, transmisión de datos e Internet, servicios ICT (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y servicios de valor agregado.

En la actualidad cuenta con 28 millones de accesos fijos, móviles y de banda ancha.

Con tecnología e innovación como sus características más salientes, el Grupo Telecom también dispone de un área que atiende las necesidades específicas del segmento corporativo y Gobierno.

Buscamos satisfacer las diversas necesidades de nuestros clientes, acompañarlos en su ciclo de vida, ser innovadores y flexibles.

Servicios fijos, residencial y negocio: Proveemos comunicaciones urbanas, interurbanas e internacionales y servicios suplementarios.

Servicios de Internet, Arnet: Servicio de Internet por Banda Ancha con velocidades de 3 a 15 MB y Arnet Altas Velocidades de entre 20 y 30 MB, y Arnet Móvil.

Servicios móviles, Personal: Ofrecemos servicios y ofertas flexibles que contribuyen a potenciar la experiencia de conectividad móvil de cada cliente, integrándose a su estilo de vida. Servicios innovadores de comunicaciones móviles GSM y 3G sobre redes UMTS/HSDPA, entre estos: Internet Móvil de alta velocidad, videollamada, descarga de contenidos, mensajes multimedia, reproducción de imágenes [streaming], correo electrónico, acceso a redes sociales y servicios de resguardo de contactos, y venta de dispositivos móviles de última generación.

Servicios para Grandes Clientes: Soluciones Integrales de Comunicaciones con alto valor agregado, con tecnología de última generación y servicios end to end que contemplan desde la consultoría hasta la implementación. Nuestros clientes abarcan desde grandes empresas hasta Gobiernos en sus distintos niveles.

Servicios Wholesale: Somos uno de los proveedores líderes de soluciones mayoristas de telecomunicaciones para los diferentes operadores locales, prestadores de servicios de Internet y de valor agregado, licenciarios de telefonía pública, operadores de cable, canales de TV, radios, productoras portales de Internet, cooperativas telefónicas, y otros prestadores de servicios de telecomunicaciones.

NUESTROS CLIENTES (EN MILES)

	2012	2013	2014
Servicios Fijos			
Líneas en servicio ⁽¹⁾	4.128	4.124	4.093
Internet			
Suscriptores Arnet ⁽²⁾	1.622	1.687	1.749
Servicios Móviles			
Clientes Personal (Argentina)	18.975	20.088	19.585
Clientes Núcleo (Paraguay) ⁽³⁾	2.301	2.420	2.481
Clientes móviles totales	21.276	22.508	22.066
Grandes Clientes			
Cantidad de clientes	2.522	2.589	2.662
Wholesale			
Cantidad de clientes	401	399	406

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

(2) Incluye servicios Arnet GO y Arnet Móvil.

(3) Incluye 6, 5 y 5 (en miles) de clientes de Internet Wimax de Núcleo al 31 de diciembre de 2012, 2013 y 2014, respectivamente.

Principales novedades en cada uno de los negocios

Servicios Fijos e Internet

Durante 2014, Arnet avanzó en la regionalización y segmentación de las ofertas inclusivas, con el objetivo de brindar acceso y participación al servicio de Banda Ancha Fija en el área donde es prestador local de telefonía fija.

En paralelo, continuó ampliando su portfolio de servicios de entretenimiento, y al servicio de Arnet Play se le sumó la alianza con Spotify. El cliente puede acceder a los servicios de Spotify Premium a través de las facturas de Arnet, sin necesidad de tener una tarjeta de crédito internacional, con tarifas promocionales en pesos, bonificaciones especiales y beneficios preferenciales.

Finalmente, Arnet continuó desarrollando ofertas para facilitar la conexión entre las personas y el mundo a través de los distintos dispositivos y de la tecnología. Presentó su estrategia de oferta con una nueva propuesta de packs de servicios flexibles con hasta un 50% de descuento. Pack Arnet Spotify, Pack Arnet Familia y Pack Hablemos fueron algunas de las alternativas.

Además, se modificó la lógica de oferta de Banda Ancha en el mercado brindando 20MB y 30MB de velocidad para aquellos clientes que tienen disponibilidad técnica de activarlo. Así se habilitó un portfolio de ofertas orientado a viabilizar por parte del cliente la experiencia de la alta velocidad.

Servicios Móviles

Personal trabajó durante todo 2014 para continuar consolidándose como líder en Servicios de valor Agregado, posicionando el segmento joven apalancado en la estrategia de redes sociales y asociación de la marca con la música.

Entre los aspectos más destacados se encuentran los acuerdos estratégicos con WhatsApp y con Spotify. La alianza entre Personal y WhatsApp inició un plan de acciones de comarketing con diferentes propuestas que se irán renovando y ampliando en el largo plazo. Por otro lado el acuerdo exclusivo con Spotify permitió ofrecer tarifas promocionales en pesos, bonificaciones especiales y beneficios preferenciales, como la posibilidad de acceder a la cuenta de Spotify Premium a través de su factura de servicios móviles sin necesidad de tener tarjeta de crédito internacional.

A mitad de 2014 se lanzó Personal Play, el nuevo concepto que unifica los contenidos de JUEGOS, MÚSICA Y VIDEO bajo una misma plataforma integral de comunicación. Play sintetiza un concepto de movilidad y entretenimiento que permite apalancar la propuesta de servicios de valor de Personal desde un mismo concepto de comunicación. Una de las nuevas propuestas de Personal Play es Personal Kids, un servicio de entretenimiento móvil en versión wap y App Android para chicos de 1 a 6 años. El catálogo, que se actualiza y se amplía semanalmente, se compone de cuentos narrados, juegos, series animadas y videos que estimulan principalmente la reflexión, la capacidad creativa y la imaginación a través de la diversión.



Seguimos trabajando además en la masificación de la experiencia de Internet móvil, asumiendo responsablemente el desafío de la calidad de los servicios con la continuidad de la reconversión tecnológica de la red a nivel nacional.

TECNOLOGÍA LTE

En diciembre, Personal comenzó el encendido del primer tramo de su red LTE en la Argentina, la red de cuarta generación (4G) con tecnología LTE (Long Term Evolution), que permitirá dar un salto cualitativo en los servicios móviles y acrecentará exponencialmente la experiencia de usuarios de banda ancha móvil.

En la subasta de espectro realizada en el último semestre de 2014, Personal realizó la mayor oferta económica para las bandas de SCMA. Resultó ganadora del Lote 8, que incluye las bandas de frecuencias de 713-723 Mhz, 768-778 Mhz, 1.730-1.745 MHz y 2.130-2.145 MHz para LTE.

En noviembre y, como resultado de la subasta pública llevada a cabo el 31 de octubre, se adjudicaron a Personal las siguientes Bandas de Frecuencias:

- Para el Servicio de PCS, las Bandas de Frecuencia: 1890-1892,5 Mhz y 1970-1972,5 Mhz para el Área de Explotación I (Lote Número 5); y las Bandas: 1862,5-1867,5 Mhz y 1942,5-1947,5 Mhz para el Área de Explotación III (Lote Número 6).
- Para el Servicio de SRMC, las Bandas de Frecuencia: 830,25-834 Mhz y 875,25-879 Mhz para el Área de Explotación II (Lote Número 2).
- Para los Servicios de SCMA, Bandas de Frecuencia: 1730-1745 Mhz y 2130-2145 Mhz para el Área de Explotación Nacional (Lote Número 8, adjudicación parcial).

Consecuentemente, en el último bimestre de 2014 comenzó el despliegue de la tecnología LTE, el cual continuará en los próximos años de acuerdo al plan previsto.



Grandes Clientes

Movilidad y Cloud se han instalado definitivamente en los departamentos de IT de las empresas. La mayoría de estas hoy se encuentran diseñando la mejor forma de administrar el impacto de la movilidad en los procesos de negocios. De esta manera, gestionar y facilitar de manera segura el acceso a la información y a los procesos de negocio a través de la incorporación de apps móviles se ha convertido en un punto clave para nuestros grandes clientes.

Por otro lado, se ha incrementado el interés de las empresas por la modalidad Cloud en relación con infraestructura,

plataforma y servicios. En definitiva, la tecnología se ha instalado como un socio estratégico para mantener la ventaja competitiva de las empresas. Esto ha impulsado a que la contratación de servicios de IT hoy se encuentre distribuida por toda la Organización, reconfigurando un nuevo mapa y red de gestión de proyecto en nuestros grandes clientes.

Por último, este año se cerraron acuerdos comerciales por un equivalente a 8.000 licencias de la solución MDM (Mobile Devices Management) siendo Telecom uno de los principales socios tecnológicos de SAP en modalidad cloud.

Wholesale

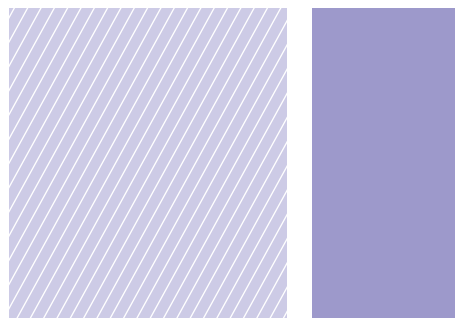
Durante el 2014 continuamos siendo uno de los proveedores líderes de soluciones mayoristas de telecomunicaciones, de servicios móviles y fijos. Entre otros podemos mencionar: servicios de tráfico nacional e internacional fijo y móvil, servicios de Internet, transporte de señales de audio y video, enlaces dedicados, enlaces *backhaul*, *hosting/housing*.

En el ámbito nacional, incrementamos la prestación de servicios de video con nuestros clientes La Corte, ESPN, Telered en diversos eventos. Participamos de provisión de la señal de video en Alta Definición [HD] para toda la Argentina de la Copa Mundial de Fútbol 2014 – FIFA.

Además, hemos continuado con la expansión del nodo de video de alta definición, que extendió la matriz de video local de Telecom Argentina al plano internacional; durante 2014 se realizaron múltiples transmisiones de contenido audiovisual relacionadas con eventos realizados en Argentina, con interés en el resto del mundo. Con el objetivo de mejorar en forma significativa la velocidad de navegación en Internet, teniendo la Copa Mundial de Fútbol como principal evento deportivo de este año, se implementó un segundo *carrier* de señalización internacional y se amplió el ancho de banda disponible de 10MB a 50MB. También se consolidó la implementación de un segundo Roaming Hub enfocado en incrementar la cantidad de destinos alcanzados para el tráfico de voz y datos en Roaming Internacional.

5.2

Atención y calidad de servicio al cliente



Atención y satisfacción del cliente

CANALES DE ATENCIÓN

SERVICIOS FIJOS

- Línea 112 y 0800-888-0112 para clientes residenciales.
- www.telecom.com.ar
- www.telecomnegocios.com.ar - Segmento Negocios.
- 0800-888-0800 - Segmento Negocios.
- 08008880800@ta.telecom.com.ar - Segmento Negocios.
- Oficinas comerciales.
- Mi Cuent@. Sitio web para realizar gestiones y consultas sobre los consumos en sus productos y servicios.
- 110, canal gratuito para consultar los números de teléfonos existentes en la guía de páginas blancas.
- 000 y 19, canales habilitados para facilitar la gestión de comunicaciones de larga distancia internacional y nacional mediante una operadora.

CANALES DE ATENCIÓN

ARNET - INTERNET	<ul style="list-style-type: none"> • 0800-555-9999. • www.arnet.com.ar • Mi Cuenta. Para realizar autogestión de consultas y trámites. Chat para comunicarse online con un representante. • Oficinas comerciales. • Redes sociales. ArnetOnline en Facebook y @ArnetOnline en Twitter.
SERVICIOS MÓVILES	<ul style="list-style-type: none"> • *111 y 0800-444-0800. • www.personal.com.ar. • Chat para comunicarse con un representante. • Herramientas de autogestión. Mi Cuenta Personal [Web, Móvil y App Móvil], IVR [Respuesta de Voz Interactiva — en inglés, <i>Interactive Voice Response</i>—], USSD [consulta de saldo sin cargo —en inglés, <i>Unstructured Supplementary Service Data</i>—], SMS, asteriscos prepago. • Redes sociales. • Mi Cuenta Personal. Aplicación para dispositivos Android para autogestionar los servicios. • Canales especializados: Personal Black, soporte a ejecutivos de venta, empresas, atención exclusiva segmentada a empresas por e-mail, Roaming Internacional, Célula 3G, Club Personal.
GRANDES CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • 0800-555-7247 (PAIS). • 0800555pais@ta.telecom.com.ar • 0800-888-7888 - Grandes Clientes y Gobierno. • www.telecom.com.ar/grandesclientes • Ejecutivos de cuenta. • Atención móvil ante solicitudes urgentes a guardiaGGCCmovil@personal.com.ar, o al 0800-777-4422 [GGCC].
WHOLESALE	<ul style="list-style-type: none"> • 0800-555-OPER. • cao_telecom@ta.telecom.com.ar

NÚCLEO – PARAGUAY

Núcleo cuenta con canales de comunicación tradicionales [atención telefónica y en oficinas comerciales] y no tradicionales [sitio web de autogestión, Mi mundo USSD, atención vía SMS, chat y redes sociales].

Atención al cliente

Servicios Fijos e Internet

Trabajamos para alcanzar el objetivo de brindar un servicio de atención eficiente. Más de 1200 representantes de atención en todo el país estuvieron a disposición de los clientes para asegurar la atención. Se realizaron avances en las siguientes iniciativas:

- **Profundización canales autogestionables:** Pusimos el foco en mayores autogestiones y en mejoras para la accesibilidad y usabilidad de los usuarios. En los accesos a Mi Cuenta se realizó la unificación de las cuentas de los usuarios de Telecom y Arnet, y se implementaron mejoras en la navegación.
- **Mejoras en procesos de atención:** Se realizaron estudios y análisis para modificar procesos y sistemas, con el objeto de mejorar la experiencia del Cliente. En 2014 se extendió la venta de Ultra Broadband tanto para nuevos clientes como para ya existentes, incorporando en el proceso de provisión la fijación de la fecha y hora de visita del técnico y, para los casos de ambos servicios, una única visita de instalación.
- **Evolución del Modelo Customer Experience:** Se comenzó a desplegar la metodología NPS (Net Promoter Score), en los canales de atención al cliente, comenzando con pilotos en las tres modalidades de contacto: presencial, telefónico y autogestión [IVR]. Continuamos fortaleciendo el trabajo sobre el *feedback* del cliente en cada contacto, generando iniciativas de mejora que apalancan el indicador de recomendación del cliente a través de un proceso metodológico de mejora interna y hacia el cliente.

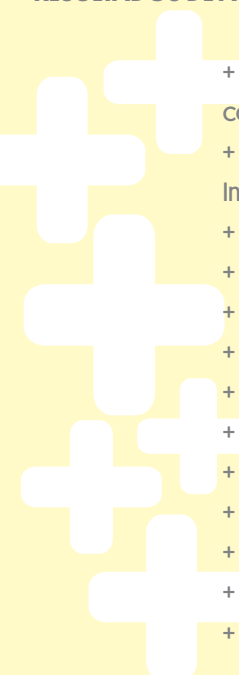
Servicios Móviles

Continuamos trabajando para alcanzar el objetivo de brindar a nuestros clientes un buen servicio de atención, donde se puedan realizar gestiones y autogestiones de

manera simple, rápida y por el canal que prefieran. Más de 7.000 representantes de atención de Telecom Personal en todo el país estuvieron a disposición de los clientes para asegurar la atención.

- **Canales autogestionables.** En los Mi Cuenta Web, Web Mobile y App, se trabajó en asegurar el acceso multidispositivo [PC, tablet, móvil], con una navegación más simple. Implementamos la Web Mobile con diseño adaptable a cada dispositivo. Además, sumamos nuevas autogestiones en la Web, Web mobile y la APP Mi cuenta.
- **Personalización IVR.** Implementamos grandes cambios en cuanto a la personalización del IVR, para identificar la situación específica del cliente que llama, y personalizar mensajes y menú en el IVR.
- **Redes sociales y chat.** Ampliamos los días y horarios de atención.
- **Modelo de Atención High Tech.** Se implementó Personal Asistente Remoto, una herramienta de soporte remoto para dispositivos móviles, vía un portal web que permite realizar un diagnóstico eficiente del motivo del llamado a través de la toma remota del equipo y Personal Auto-Check, una app que sirve para autodiagnóstico y reparación de configuraciones del móvil.
- **Modelo E2E.** Ampliamos el modelo E2E para clientes Black, brindando respuesta integral en el primer contacto.
- **Roaming internacional.** Resolución en primera línea para solicitudes y consultas.

RESULTADOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- 
- + de **3.276 millones** de contactos en USSD (en inglés, Unstructured Supplementary Service Data; corresponde a la consulta de saldo sin cargo a través del celular).
 - + de **65 millones** de contactos en autogestión IVR (Respuesta de Voz Interactiva; en inglés, Interactive Voice Response).
 - + de **53 millones** de llamadas atendidas.
 - + de **7.000** representantes de atención.
 - + de **18 millones** de contactos en autogestión web Mi Cuenta.
 - + de **3,2 millones** de contactos en autogestión web mobile Mi Cuenta (lanzado en abril 2014).
 - + de **2,2 millones** de contactos en autogestión portal móvil Mi Cuenta (wap).
 - + de **30 millones** de sesiones en autogestión de aplicaciones móviles (App Mi Cuenta).
 - + de **1 millón** de interacciones en las redes sociales (Customer).
 - + de **340.000** contactos por e-mail.
 - + de **15.000** contactos por chat.
 - + de **35 millones** de autogestiones SMS.
 - + de **900 millones** de consultas por los asteriscos prepago (*150, *151 y *152).

ATENCIÓN EN OFICINAS COMERCIALES DE PERSONAL

Durante 2014 seguimos trabajando en profundizar la mejora de experiencia de cliente en la atención presencial de Personal. Durante el primer cuatrimestre del año, abrimos dos nuevas oficinas comerciales en la zona oeste del Gran Buenos Aires (Merlo y San Justo), planificadas de acuerdo a nuestro nuevo modelo de atención de clientes.

Además, continuamos con el plan de obras y roleos de oficinas comerciales existentes, que alcanzó en 2014 a nuestras oficinas de Buenos Aires (Microcentro CABA), Resistencia (Chaco) y Nuevocentro Shopping (Córdoba) con el nuevo concepto. También contamos con obras de remodelación en curso en Salta (Salta) y en Lomas de Zamora (Gran Buenos Aires).

En cuanto a la accesibilidad en nuestras oficinas comerciales, en 2014 incorporamos nuevos baños de discapacitados, ascensor y rampas/montasilla en las oficinas de Buenos Aires, Belgrano, Barrio Norte, Merlo y San Justo, para mejorar la circulación y servicios a las personas con movilidad reducida. De esta manera contamos con 50 oficinas con baños para discapacitados y con 42 oficinas con rampas instaladas.

67 oficinas comerciales.

16 oficinas bajo el nuevo modelo de atención.

Grandes Clientes

Este año continuamos monitoreando el Indicador Estratégico de Atención a Clientes a través del 0800PAIS para medir los reclamos. La cantidad de llamados anuales recibidos al 0800 fueron 26.809, con un nivel de servicio del 92,2% atendidas.

ALCANCE DE SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE	2012	2013	2014
Llamadas entrantes al 0800-PAIS	30.005	29.879	26.809
Casos analizados	2.721	2.671	2.444
<i>Gestiones administrativas</i>	2.287	2.388	2.260
<i>Gestión del servicio</i>	342	145	90
<i>Reclamos comerciales resueltos</i>	88	101	94
<i>Bajas de productos</i>	-	37	-

Por otra parte, nuestro Centro de Datos en Pacheco mantuvo las certificaciones:

- Reporte ISAE 3402/SSAE: Lineamientos con objetivos de control asociados a la infraestructura y seguridad física del Centro de Datos [Norma Statement on Standards for Attestation Engagements —SSAE— y International Standards for Assurance Engagements —ISAE—].
- Comunicación A 4609 del Banco Central de la República Argentina [BCRA].

Score [NPS] ⁽³⁾, un indicador para medir la lealtad y recomendación del cliente, y así conocer sus expectativas.

- **NPS Bottom Up.** En 2012 se inició el plan de despliegue para unificar y migrar, en el 100% de los canales, la métrica postevento al contacto con el cliente, para medir la Satisfacción a Recomendación, teniendo en cuenta que NPS arroja más información de la experiencia del cliente y permite darle seguimiento, ya que predice mejor las decisiones y comportamientos futuros de los clientes.

Encuestas de satisfacción a clientes

Servicios Fijos y Móviles

En marzo de 2014 se creó, dentro de la Dirección Calidad, Procesos y Customer Experience, la Gerencia Customer Experience, que tiene como principal objetivo colaborar en la toma de decisiones del negocio, acercando a toda la Compañía la experiencia del cliente, y desarrollar e implementar una metodología de atención cross, que genere lealtad y recomendación de nuestros clientes a partir de experiencias diferenciadoras vividas en todos los momentos de contacto con la empresa.

Customer Experience es una estrategia holística que pone en el centro la experiencia del cliente y define cómo se gestionará la forma de relacionarnos con él de manera integral y sustentable.

Los principales pilares de la estrategia se centran en conocer la experiencia del cliente, medida en Net Promoter

- **WOW!** Este programa, basado en la metodología NPS, se implementó en los canales de atención con foco en el cliente interno y externo. Además de la medición bottom up, permite que el Front line acceda a los resultados de las encuestas de los clientes que fueron atendidos el día previo. A partir de esto se articula un set de actividades para que este gestione diariamente la experiencia del cliente con el objetivo de incrementar promotores. En 2014 WOW! se implementó en el 100% de las oficinas comerciales de Personal, en el 100% de los agentes oficiales que son propios de Personal, en parte de la atención telefónica *Black de Personal; se realizó un piloto en el canal telefónico empresas de Personal, pilotos en las oficinas comerciales y contact centers de Arnet, y en 10 autogestiones del canal telefónico de Personal.

- **Espacio WOW!** Es un espacio web interno que tiene como objetivo comunicar de forma masiva a toda la Compañía las novedades relacionadas a WOW!, ya que concentra toda la información relevante para la gestión y también permite alojar los portales operati-

(3) El Net Promoter Score se basa en la pregunta: "¿Qué tan probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo?". Para ello se les pide calificar en una escala de 0 a 10, donde 0 es "Muy improbable" y 10 es "Definitivamente lo recomendaría". Según los resultados, los clientes se clasifican en promotores, pasivos y detractores.

vos diarios. Se desarrollaron 3 portales para este programa:

- **NPS.** Permite al Front line la visualización diaria de los resultados de NPS y comentarios de los clientes que atendieron el día anterior con el objetivo de aprender y de mejorar su atención.
- **Iniciativas.** Es un espacio donde el Front line puede cargar nuevas propuestas de Iniciativas y visualizar aquellas que se encuentra en proceso de análisis e implementadas. Existen dos tipos de iniciativas: Operativas y Estratégicas. Las primeras surgen del front line y están enfocadas en mejoras o cambios de herramientas,

procesos y políticas. El segundo grupo está enfocado en cambios estratégicos y estructurales. Ambas requieren la coordinación entre distintas áreas de la Compañía y una fluida comunicación de los avances e implementaciones.

- **Prácticas WOW!** Es un espacio donde el Front line puede cargar nuevas Prácticas WOW! y visualizar aquellas que se encuentran en proceso de análisis y aquellas implementadas. También cuenta con las herramientas necesarias para que Customer Experience pueda evaluar e implementar aquellas prácticas que surjan en el Front line.



RESULTADOS DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

	2013	2014
Servicios Fijos		
Cantidad de encuestas de calidad de servicio telefónicas realizadas ⁽¹⁾	1.601.639	1.006.804
Índice de Satisfacción por servicio – Atención comercial ⁽²⁾	73,3%	74,5%
Índice de Satisfacción por servicio – Atención Técnica Voz ⁽²⁾	67,3%	65,2%
Índice de Satisfacción por servicio – Atención Técnica Internet ⁽²⁾	64,2%	64,5%
Servicios Móviles		
Índice de satisfacción total en Oficinas Comerciales – Nivel de confianza ⁽³⁾	95%	86%
Cantidad de Voz del Cliente realizados ⁽⁴⁾	-	331.801

(1) Resultado de la sumatoria de Front Propio y Tercero de comercial, voz, Internet.

(2) Promedio de cada año, con resultados de Front Propio y Front tercero.

(3) Promedio del año. Encuesta postevento de Oficinas Comerciales. Fuente: Planeamiento comercial.

(4) Cantidad de encuestas postevento de enero a noviembre. Fuente: Planeamiento comercial. En 2013 no hay datos disponibles ya que, por necesidades de negocio, el estudio postevento del cual se extraía este dato se discontinuó en julio de ese año.

NÚCLEO – PARAGUAY

Implementamos las Encuestas Tácticas, enfocados en la atención brindada y en conocer los atributos que necesitamos mejorar como Compañía. Tenemos como principal desafío seguir trabajando fuertemente en la solución en el primer contacto. Se realizaron las siguientes acciones:

- Implementación de encuestas para conocer en profundidad los motivos de No Recomendación, Recomendación y Pasivos.
- Encuestas enfocadas a atributos como satisfacción General, Trato, Tiempo, Identificación, Capilaridad, Disponibilidad, entre otros.
- Aperturas del NPS en Estratégico y Táctico, para tomar diferentes planes de acción.
- Circularización de los resultados a las diferentes gerencias a modo de que se trabaje con la voz del cliente.
- Seguimiento y control a todos los clientes que votan con 1 y 2 en encuestas racionales, contactándolos a modo de ayudarlos en su satisfacción.

Transparencia en facturación y derechos de los consumidores

En el Grupo Telecom trabajamos orientados a la mejora de la experiencia del cliente y a la transparencia en la información. Contemplando las necesidades de nuestros clientes, hoy ya pueden acceder a través de la plataforma multi-dispositivo Mi Cuenta (disponible en Web, web móvil, y mediante una aplicación en smartphones) a la información de la línea. En aquella pueden gestionar los servicios de su línea de forma rápida y cómoda. Mi Cuenta irá incorporando nuevas funcionalidades para que nuestros clientes

puedan acceder a toda la información de su cuenta y autogestionar todas sus necesidades.

En 2014 se habilitaron nuevos canales de adhesión a factura online, y se continuó enviando la factura por mail para clientes adheridos a factura online.

Por otra parte, tanto en servicios fijos como móviles, y para garantizar la claridad de tarifas y facturas, se ha reducido la cantidad de hojas impresas de la facturación en papel, para reordenar los datos presentados, y debido a la disponibilidad en web de la información adicional.

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

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

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

En cuanto a Defensa del Consumidor, se destaca este año la sanción de la Ley N° 26.993 [Modificación de la Ley N° 24.240], que establece el régimen legal aplicable a la resolución de conflictos en materia de relaciones de consumo. Dicha normativa estipula nuevos procedimientos administrativos en el tratamiento de reclamos de consumidores; a tal efecto se creó el Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo [COPREC], la Auditoría en las Relaciones de Consumo y el Fuero Nacional en las Relaciones de Consumo.

En el Grupo Telecom damos cumplimiento a estas leyes para continuar brindando a los clientes más y mejor respaldo.

Gestión de reclamos

Durante 2014, uno de los principales focos abordados junto al área de Red fue perfeccionar el registro de las asistencias llevadas a cabo por los representantes de atención. Se logró la detección veloz de los inconvenientes para mantener informado al cliente en tiempo y forma frente a los escenarios que se presentasen; se llegó a contar con el incidente detectado en un 33% de las asistencias recibidas.

En el transcurso del año se llevaron a cabo tareas de modernización y adecuación de hardware con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario en el uso del servicio de voz y datos.

En virtud de ello, el 26% de las asistencias registradas durante el año fueron asociadas a algún tipo de mejora, lo que permitió que, al momento de que el cliente se comunicara con Atención al Cliente, la información brindada acerca de la situación fuera clara y precisa.

Una de las acciones clave para cuantificar el impacto generado por estas mejoras fue la emisión de comunicaciones individuales por cada localidad, con lo cual pudimos informar en 163 localidades y en 20 provincias. A través de esta acción, se evitaron desvíos que generaban demoras en el análisis de los incidentes.

Además, se trabajó en conjunto con el equipo de Marketing en los motivos de llamados de suscripciones y contenidos. Realizamos jornadas de encuentro entre representantes y líderes y proveedores de contenidos y suscripciones, para compartir necesidades con el fin de mejorar la experiencia del cliente.

Se focalizó en la claridad y transparencia de la comunicación al cliente, implementando diversos canales e instancias donde se comunica a los clientes las características del plan contratado, los precios y los beneficios asociados.



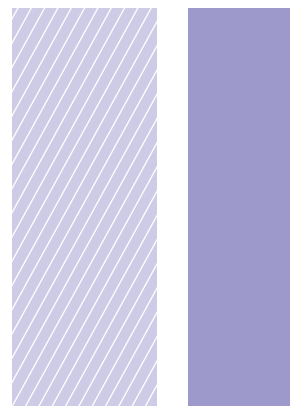
NÚCLEO – PARAGUAY

La mayoría de los casos son solucionados de manera online, ya que damos asesoramiento a los clientes y, para casos más complejos, el tiempo de resolución es de 24 a 48 horas, dependiendo de la dificultad del caso. Se recibieron 305.434 reclamos, y el 100% de estos fueron resueltos. Además, trabajamos en las siguientes mejoras sobre los procesos de gestión de reclamos:

- Minimización de tiempos para la resolución de problemas del cliente.
- Resolución de problemas en el primer contacto.
- Creación de la herramienta MI MUNDO para la autogestión del cliente.
- Capacitación a representantes especializados en la resolución de casos, a modo de brindar una solución más rápida y efectiva.
- Reducción de procesos y acciones a modo de agilizar la atención.

5.3

Generación de valor social y ambiental en productos y servicios



Reducción de la brecha digital y acceso a las telecomunicaciones

Nuestros productos y servicios pueden mejorar el bienestar de las personas; por eso trabajamos para facilitar el acceso de las personas a los servicios de telecomunicaciones, incluyendo sitios donde no existe otro medio de comunicación, y así generar mayor desarrollo e inclusión social. También contribuimos con la transformación de la sociedad mediante productos y servicios innovadores que generan un impacto positivo sobre el medioambiente.

Inclusión social

Telefonía fija e Internet

• *Abonos para personas de bajo consumo*

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

• *Teléfonos y servicios para hipoacúsicos*

Ante la solicitud o requerimiento de una persona hipoacúsica y, en cumplimiento del artículo 16 del Decreto N.º 126/96, disponemos de dos modelos de teléfono para la venta: Uniphone 1140 y Ameriphone Dialogue II. Estos aparatos cuentan con teclado y visor, y brindan la posibilidad de enviar y recibir mensajes de texto, en combinación con la emisión de sonidos. Además, el segundo modelo

permite instalar una impresora que funcione como contestador automático de llamadas de texto. Por otra parte, a través del Centro de Intercomunicación para personas hipoacúsicas [servicios 125 y 126], los clientes no oyentes pueden comunicarse con los demás clientes. Este servicio gratuito [solo se abona el costo de la comunicación de origen y destino final] está disponible para clientes de Telecom.

Además, 371 líneas de telefonía pública están adaptadas para hipoacúsicos; sus lugares de instalación fueron acordados con la Asociación de Apoyo Tecnológico para la Discapacidad [ATEDIS].

• *Servicios para personas no videntes*

Brindamos la posibilidad de solicitar gratuitamente la factura con formato braille, llamando al Servicio de Atención Comercial 112. Todos aquellos que la soliciten reciben, junto con su factura de teléfono original, una copia adicional en braille.

• *Servicio de telefonía pública*

Nuestro servicio de telefonía pública genera un valor agregado social por su presencia a lo largo y ancho del norte del país y en algunas zonas del sur. De esta manera, en muchos pueblos alejados de las grandes ciudades, somos el único medio de comunicación, especialmente en zonas de escasos recursos y en zonas turísticas apartadas. El negocio

se encuentra en una situación estable, con un leve decrecimiento por el desarrollo acelerado de los servicios móviles y de otros medios alternativos de comunicación. Sin embargo, sostenemos nuestro compromiso para mantener las condiciones de este servicio.

• *Telefonía pública social*

A diferencia de la telefonía pública convencional, estos teléfonos públicos sociales permiten su utilización mediante una tarifa varias veces inferior, y esto contribuye a la comunicación de las personas más necesitadas.

• *Servicio semipúblico de larga distancia*

Este servicio permite que, en localidades o parajes rurales con menos de 500 habitantes que no poseen red domiciliaria, las personas se encuentren comunicadas e interconectadas a la red de telefonía pública. El servicio se brinda mediante terminales telefónicas de acceso público, con un número telefónico identificado, que permiten efectuar o recibir llamadas. Contamos con 1.293 terminales de servicio semipúblico de larga distancia.

• *Accesos a Internet con bonificaciones en zonas alejadas [servicios 0611 y 0612]*

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

Servicios Móviles

• *Servicios para personas hipoacúsicas*

Continuamos brindando el servicio de envío y recepción de mensajes de texto, la utilización gratuita de nuestra página web para enviar y recibir mensajes, consultar información a través de los mensajes de texto (noticias, direcciones, etc.) y acceder al correo electrónico desde el portal wap de Telecom Personal.

• *Servicios para personas no videntes*

A nuestros clientes no videntes les ofrecemos los siguientes servicios: factura en formato braille, que se puede solicitar gratuitamente a la línea *111, y bonificación de la consulta de saldo llamando al *150.

• *Tarjeta Argenta*

Continuamos aceptando Argenta, un medio de pago emitido por ANSES que se genera a partir del otorgamiento de créditos para jubilados y pensionados nacionales, cuyo monto se acredita en la tarjeta para compras en los locales adheridos.

• *Packs accesibles e Internet ilimitado*

La masificación del acceso a Internet móvil a millones de clientes produjo una generación de valor como herramienta de inclusión social. Este servicio permite acceder a Internet y a redes sociales desde el teléfono con conexión de datos, sin necesidad de tener un smartphone. Los packs ofrecidos fueron Internet Ilimitado 7 días [\$12,90] y Pack Internet Ilimitado 30 días [\$39,90].

• *Superchip*

Superchip es el nuevo concepto que Personal lanza como paraguas de su propuesta de beneficios convenientes, disponibles para clientes con tarjeta y abono fijo, que representan más del 80% del parque de clientes. Incluye algunos beneficios como llamadas gratis durante una semana o por día, dependiendo del monto de la recarga; días de doble y triple crédito; Mini Carga S.O.S. para aquellos clientes que se queden sin saldo y necesiten comunicarse [pueden activar \$9 de crédito inmediatamente]; y mini recargas desde \$5, que permiten activar mini packs de 10 minutos o 10 SMS.

• *Día Full*

Los nuevos abonos Día Full permiten llamar y enviar mensajes por un monto fijo diario. El servicio de Internet móvil está incluido en el abono mensual. Con los planes abono fijo Día Full, de \$189 o \$249 por mes, el cliente puede hablar a números de Personal y enviar SMS a cualquier compañía por solo \$4,90 por día, que se le descuenta del crédito disponible. Además, los planes vienen con Internet móvil incluido todo el mes. Con el resto del crédito disponible mensualmente, los clientes pueden hablar a otras compañías, realizar llamadas de larga distancia y descargar contenidos de entretenimiento de Personal Play, entre otras posibilidades. Estos abonos son planes innovadores, sin antecedentes en el mercado argentino, que simplifican y transparentan la oferta de servicios móviles para los clientes, además de permitir controlar el gasto.

INVERSIÓN PARA GARANTIZAR EL SERVICIO

Con el compromiso de reforzar los servicios de comunicación móvil ante situaciones de emergencia o alta concentración temporaria de clientes, diseñamos un nuevo concepto de antenas móviles rodantes que pueden ser trasladadas a cualquier punto del país y puestas en servicio en menos de 2 horas, y con el mínimo de personal.

Estas antenas permiten responder con mayor eficiencia ante situaciones de emergencia o eventos con alta concentración temporaria de clientes, ya que pueden emplazarse sobre diferentes terrenos y condiciones climáticas, con escasa ocupación espacial.

A fin de cubrir el territorio nacional, las 20 unidades estarán distribuidas en diferentes ciudades del país, y podrán ser trasladadas para responder a contingencias que requieran más de un equipo.

Para este proyecto, el Grupo Telecom realizó una inversión de \$29 millones en el diseño y desarrollo de las unidades, hechas especialmente en respuesta a necesidades de servicio, y de acuerdo a las regulaciones vigentes.

Grandes Clientes

Durante 2014 finalizó la implementación de la solución para la Red de Interconexión Universitaria (RIU). Telecom logró adjudicarse 35 sitios de las universidades más importantes del país (la Universidad de Buenos Aires, la Universidad Nacional de La Plata, la Universidad Nacional de Córdoba, la Universidad Nacional de Cuyo, entre otras); y llegó a cada una de estas con enlaces de 100 Mb de fibra óptica. Es así como estos establecimientos en la actualidad puedan ampliar sus actividades de capacitación, efectuar videoconferencias, promover el desarrollo de proyectos en forma conjunta con otras casas de altos estudios, o bien desarrollar servicios vinculados con las soluciones de ICT que potencien las distintas actividades del sistema universitario. A su vez, Telecom obtuvo la licitación del servicio Internet de 1Gbps, gracias a lo cual las universidades pueden acceder a través de la red de datos a Internet.

Este tipo de iniciativas tiene un alto impacto de carácter social, en particular en el interior del país. De este modo, posibilita que muchos estudiantes puedan continuar una carrera universitaria sin necesidad de tener

que trasladarse a las grandes urbes o abandonar sus lugares de origen. Asimismo, una vez finalizados sus estudios, pueden aplicar esos conocimientos y desarrollarse profesionalmente en sus propias comunidades.

Responsabilidad ambiental

• *Factura online*

Desde 2012 impulsamos la adhesión de nuestros clientes a la factura online, con el objetivo de facilitar el acceso a la información y de reducir el consumo de papel.



Una de las radiobases móviles fue exhibida en el edificio de Madero

NÚMERO DE CLIENTES ADHERIDOS A FACTURA ONLINE ⁽¹⁾

	2012		2013		2014	
	Cantidad	% del total de clientes	Cantidad	% del total de clientes	Cantidad	% del total de clientes
Servicios Fijos ⁽²⁾	74.266	3%	154.000	6%	221.000	7,01%
Servicios Móviles	296.000	8%	455.734	10,65%	581.364	13,66%
Grandes Clientes ⁽³⁾	(3)	(3)	1.985	76%	2.088	78%
Wholesale						
Nacional	400	13,5%	400	18,5%	406	21%
Internacional	60	100%	60	100%	60	100%

(1) Alcance Argentina.

(2) La telefonía fija se factura junto con el servicio de Internet.

(3) Los GGCC pueden visualizar la factura en la web, pero aún no la reciben por mail. La información para 2012 no está disponible.

Servicios Fijos

• Terminales inalámbricas eficientes ECO DECT

Durante 2014 continuamos la comercialización de terminales ECO DECT. Los terminales Aladino cuentan con una tecnología que reduce el consumo eléctrico, además de la irradiación entre el terminal y la base.

• Cajas de los módems con materiales reciclables

Continuamos entregando los módems de Arnet en cajas y bandejas contenedoras realizadas en cartón corrugado color madera, 100% reciclable.

• Sobre de papel con la facturación, procedente de fuentes responsables

A partir de marzo de 2013 se comenzaron a enviar sobres de papel con la facturación dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, bajo la certificación de Forest Stewardship Council (FSC, Consejo de Administración Forestal, por sus siglas en inglés), que indica que el papel proviene de bosques gestionados de manera responsable. Esto alcanza de manera mensual a aproximadamente 320.000 clientes.

• Tecnología switching en módems y en equipos inalámbricos

Desde 2011, la fuente de alimentación de módems y de equipos inalámbricos es del tipo switching, que presenta como principales ventajas su menor tamaño y peso, lo que reduce considerablemente la cantidad de cobre utilizado. Por otro lado, poseen una mayor eficiencia, con un menor calentamiento y consumo eléctrico.

Servicios Móviles

• Campaña Conciencia Celular - Recolección de baterías

Desde el año 2009 desarrollamos un Plan de Reciclado de Baterías de celulares en desuso, en el marco de la campaña "Conciencia Celular", de Telecom Personal, que promueve el uso responsable de los Servicios Móviles. Durante 2014 se recolectaron más de 13.000 baterías, que fueron enviadas para su correcto acopio y posterior tratamiento. **Para más información, ver capítulo "Medioambiente".**

5.4

Impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad



Impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad

Aspectos de salud y seguridad de nuestros productos y servicios

• Exposición de ondas de radio y tasa de absorción específica (SAR)

Telecom Personal solo comercializa aparatos móviles que cumplan con las normativas internacionales que garanticen que son seguros para las personas y que estén homologados por el organismo regulador argentino.

Los parámetros de exposición de ondas de radio utilizan una unidad de medida denominada Tasa de Absorción Específica o SAR [en inglés, Specific Absorption Rate]. Las pruebas SAR se realizan empleando métodos normalizados, con el teléfono transmitiendo en el nivel más elevado de potencia autorizado en todas las bandas de frecuencia utilizadas.

Desde Telecom Personal exigimos a los fabricantes de teléfonos móviles que todos los terminales móviles posean certificaciones internacionales [ej.: Federal Communications Commission - FCC], que incluyen el valor de seguridad de SAR, por lo que, si el terminal cumple con esta certificación, se asegura que no supera estos límites establecidos. El límite de la FCC para la exposición a energía de radiofrecuencia de teléfonos celulares se ha fijado a una SAR de 1,6 watt por kilogramo [1,6 W/kg] o menos. Este límite de exposición



Privacidad y seguridad de la información

toma en consideración la capacidad del cuerpo de eliminar el calor de los tejidos que absorben energía de los teléfonos celulares y se ha fijado muy por debajo de los niveles de los que se sabe que tienen algún efecto secundario en el organismo.

De esta manera, los terminales que comercializamos son diseñados y fabricados para cumplir con los requisitos definidos para la exposición de ondas de radio, basados en directrices científicas que establecen márgenes de seguridad con el fin de proteger la salud de las personas. Además, en el pliego de compra de terminales se incluye una planilla de especificaciones técnicas donde se les solicita a los proveedores que incluyan el valor SAR de cada modelo, por lo que tiene registro de cada uno de los terminales adquiridos. Dicha información se encuentra especificada en el manual de cada equipo.

Para información sobre el mantenimiento de las estructuras de sostén de antenas y monitoreo de radiaciones no ionizantes, ver el capítulo “Medioambiente”.

Privacidad de la información y manejo de datos

Respecto de la privacidad de la información y manejo de datos, damos estricto cumplimiento con la normativa aplicable a la materia, a saber:

• *Ley N° 326 Protección de los Datos Personales y decreto correspondiente*

Cumplimos con los requisitos de esta Ley difundida por la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales, asumiendo el carácter de Responsable. Esta Ley, y sus normas complementarias, tienen como función la regulación de requisitos a fin de proteger la privacidad de los datos de las personas por parte de quienes tengan bases de datos que contengan cualquier tipo de información.

Más información en <http://www.telecom.com.ar/hogares/datospersonales.htm>

• *Ley Argentina Digital N° 27.078*

Establece en su art. 5 la inviolabilidad de las comunicaciones y dispone que la correspondencia, entendida como toda comunicación que se efectúe por medio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), es inviolable y que, su interceptación, así como su posterior registro y análisis, solo procederá a requerimiento de juez competente, conforme también lo dispone la Ley de Telecomunicaciones 19.798.

Más información sobre las políticas de privacidad vigentes en:

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

https://imagenes.personal.com.ar/images/AdManager/basesycond/byc_facebook.pdf

<http://www.telecom.com.ar/hogares/datospersonales.htm>

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

Las actividades realizadas sobre la protección de la privacidad de los clientes y sus datos personales son:

- Inscripción de bases de datos ante la Dirección nacional de Protección de Datos Personales (Clientes, Proveedores, Recursos Humanos, Videovigilancia, Call Center).
- Respuestas a requerimientos de actualización, supresión, modificación de datos personales.
- Respuestas ante auditorías de la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales.
- Convenio de confidencialidad y Contratos con proveedores y agentes.
- Normativa interna respecto a la protección de base de datos personales para empleados.

5.5

Uso responsable de las tecnologías



Protección a menores y uso responsable de las tecnologías

Uso responsable de nuestros productos y servicios

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

Más información sobre las políticas de Uso Aceptable vigentes en:

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

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

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

- **Campaña Conciencia Celular.** Es una iniciativa de Telecom Personal que promueve el uso responsable del teléfono móvil y abarca distintos ejes de acción. Respecto al uso responsable del teléfono móvil en la vía pública y al conducir, colaboramos con la ONG Alerta Vial. Durante los recitales gratuitos de verano organizados por Telecom Personal, Alerta Vial brindó mensajes de prevención en Mar del Plata, Salta, Corrientes, San Luis, Las Grutas y Córdoba. El objetivo

de esta acción es que los jóvenes tomen medidas preventivas si van a salir y si deciden tomar bebidas alcohólicas, como por ejemplo, medir la cantidad de alcohol en sangre probable a través de la aplicación realizada por la ONG, test CAS, o elegir a un conductor designado. Todas estas iniciativas buscan que los jóvenes se cuiden al planificar su noche. Además, en este marco se realiza una campaña de recolección de baterías de celulares en desuso.

Más información sobre la campaña de recolección de baterías en el capítulo “Medioambiente”.

Seguridad de acceso a contenidos

Servicios Fijos

En materia de habilitación de contenidos adultos, se destaca que, en el caso del producto ARNET Play, el cliente cuenta con un PIN para que habilite o deshabilite el denominado contenido adulto del servicio, tanto desde la interfaz de usuario (TV) como desde el portal o la interfaz web (computadora personal). De esta manera, se puede limitar el contenido al que pueden acceder los integrantes más pequeños de la familia.

Además, continuamos trabajando en la seguridad de acceso a través del Kit de Seguridad. Es el producto adicional de Antivirus de Arnet que permite proteger información privada, detectar y eliminar virus y programas espías, preservar la privacidad en redes sociales, recibir alertas ante

la presencia de páginas inseguras, descargar archivos con seguridad, seleccionar las páginas por donde puedan navegar los chicos y el límite de tiempo que navegan por la web, bloquear el acceso a intrusos que intentan ingresar a la PC, simplificar la detección de correo “basura” e identificar y bloquear posibles robos de identidad.

Servicios Móviles

En Telecom Personal, para poder ingresar a un sitio web y acceder a contenidos adultos, el cliente debe aceptar un aviso donde indica que es mayor de 18 años.

Los servicios que proveen contenidos adultos se ofrecen

vía WEB y WAP, y se categorizan de la siguiente manera:

a) Contenido Sexy, nivel editorial 0. Disponibles de 6AM a 12PM [incluye lencería y bikinis].

b) Contenido Desnudos frontales, nivel editorial 1. Disponibles de 12PM a 6AM [desnudos frontales].

El Portal de Personal cuenta con una sección de contenido Sexy a la que se puede acceder desde video.personal.com.ar y, antes del ingreso al sitio, tiene un *disclaimer* que dice: “El sitio al que intentás ingresar es prohibido para menores de 18 años. Al ingresar aceptás los Términos y Condiciones del Servicio”.



¿QUERÉS LEER MÁS SOBRE NUESTRA GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON CLIENTES Y CONSUMIDORES?

En el Reporte Complementario disponible en nuestra página web vas a poder encontrar información sobre:

- Entrenamiento a empleados de atención al cliente.
- Estrategia de red.
- Beneficios para nuestros clientes.
- Participación en eventos deportivos y culturales.

Accedé a www.telecom.com.ar

5.6

¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?

DESAFÍOS 2014

Servicios Fijos

1. Simplificar la factura a través de la unificación de conceptos, con el objetivo de facilitar la lectura a nuestros clientes.
2. Generar nuevos proyectos y analizar la experiencia del cliente en las distintas etapas para dar cuenta del impacto sobre la satisfacción del cliente.

Telecom Personal Argentina

1. Seguir consolidando las fortalezas del liderazgo de Personal: servicios de valor agregado, posicionamiento en el segmento joven, estrategia de redes sociales y la asociación de la marca con la música.
2. Seguir trabajando en la masificación de la experiencia de Internet móvil, asumiendo responsablemente el desafío de la calidad de los servicios con la continuidad de la reconversión tecnológica de la red a nivel nacional.

Núcleo Paraguay

3. Ser líderes en Customer Experience (Experiencia del Cliente).

Internet

1. Continuar impulsando la adhesión a la factura online para Telecom y Arnet.
2. Continuar con el desarrollo del sistema de autogestión Mi Cuenta, incorporando nuevas gestiones (Telecom y Arnet).
3. Continuar la ampliación de la red acercando los tendidos de fibra a la casa del cliente.

CUMPLIMIENTO 2014

1. Se trabajó en la reducción y simplificación de la factura que le llega a los clientes.
2. Implementamos una nueva red sobre fibra óptica con tecnología DWDM que multiplica diez veces la capacidad actual de transporte, y permite mejorar las comunicaciones, al dar mayor velocidad y mejorar la disponibilidad de aquellas ante fallos en la red.

1. Trabajamos para continuar consolidándonos como líderes en Servicios de Valor Agregado, posicionando el segmento joven apalancado en la estrategia de redes sociales y asociación de la marca con la música. Destacamos los acuerdos estratégicos con WhatsApp y Spotify. Nuestros clientes pueden disfrutar de toda la propuesta de contenidos en Juegos, Música y Videos de manera integral. Personal Play sintetiza un concepto de movilidad y entretenimiento que permite apalancar la propuesta de servicios de valor de Personal desde un mismo concepto de comunicación.

2. Encendimos el primer tramo de la red LTE en la Argentina. La red de cuarta generación con tecnología LTE (*Long Term Evolution*) que permitirá dar un salto cualitativo en los servicios móviles y acrecentará exponencialmente la experiencia de usuarios de banda ancha móvil.

3. Nuestros estudios internos indican que cerramos el 2014 con el logro de ser líderes en NPS ante nuestro principal competidor.

1. Continuamos impulsando factura online y logramos aumentar el volumen de clientes adheridos.
2. Pusimos el foco en mayores autogestiones y mejoras para la accesibilidad y usabilidad de los usuarios. En los accesos a Mi Cuenta se realizó la unificación de las cuentas de los usuarios de Telecom y Arnet y se implementaron mejoras en la navegación.
3. Intensificamos el plan de despliegue de fibra óptica y actualización tecnológica, lo que permite a los clientes de Arnet contar con servicios de acceso a Internet de hasta 30 Mb de downstream con hasta 10 Mb de upstream.

DESAFÍOS 2014

Grandes Clientes

1. Seguir impulsando la solución de teletrabajo y servicios en la Nube Argentina.

Wholesale

1. Focalizar la calidad de atención y servicios a nuestros clientes mediante el trabajo de nuestros Ejecutivos de Venta en Atención al Cliente. Se medirá a través de la encuesta de satisfacción de clientes.
2. Promocionar en el ámbito de la Unidad Wholesale la participación de empleados en las actividades de voluntariado corporativo.

CUMPLIMIENTO 2014

1. Incorporamos nuevos productos a la Nube, entre estos Office 365, una solución que ofrece herramientas para optimizar el negocio de los grandes clientes y que potencia aún más el teletrabajo. Office 365 permite trabajar en línea y sin conexión. Por su parte, la Nube Argentina de Telecom posibilitó el ahorro de energía y la optimización en el uso de servidores, garantizando sustentabilidad y sostenibilidad de los diferentes servicios ofrecidos.

1. No se ha realizado la encuesta de satisfacción de clientes para 2014; nos comprometemos a realizarla en el próximo año.
2. Promovimos la participación en acciones de voluntariado, con lo cual fuimos parte de las siguientes actividades:
 - Colecta de útiles para la Asociación Civil Sonrisas para los Chicos.
 - Campaña de donación de sangre a beneficio de Fundaleu.
 - Colecta para la Escuela N° 935, de la Provincia de Misiones.

¿QUÉ NOS PROPONEMOS A FUTURO?

Servicios Fijos, Internet y Servicios Móviles. Desarrollar el despliegue de una nueva red de 4G en todo el país, asumiendo el compromiso de toda la Empresa para innovar y mejorar los servicios al cliente final, que nos permitirá seguir transformando la industria móvil en la nueva generación de las telecomunicaciones en la que ingresa Argentina.

Núcleo (Paraguay). Campaña proactiva desde el Contact Center para activación de Factura Electrónica, con el objetivo de la no impresión en papel. Es decir, a cada contacto de clientes al asterisco, se le ofrece el servicio de factura electrónica para evitar la impresión en papel.

Grandes Clientes. Continuar incorporando nuevos servicios a la Nube, entre estos Comunicaciones Unificadas; optimizar nuestra infraestructura, brindando servicios a partir de una modalidad compartida de servidores; y fomentar la adhesión de nuestros clientes al servicio Factura sin Papel.

Wholesale. Focalizar la calidad de atención y servicios a nuestros clientes mediante el trabajo de nuestros Ejecutivos de Venta en Atención al Cliente.



6. CAPITAL HUMANO



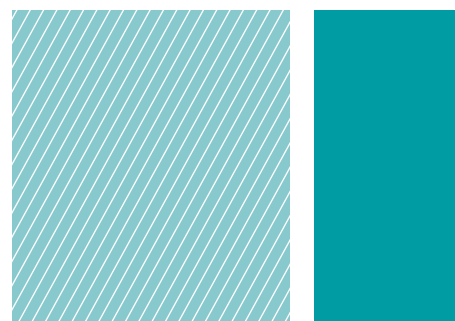
¿CUÁLES SON LOS TEMAS MATERIALES MÁS IMPORTANTES EN LA RELACIÓN CON NUESTROS EMPLEADOS?



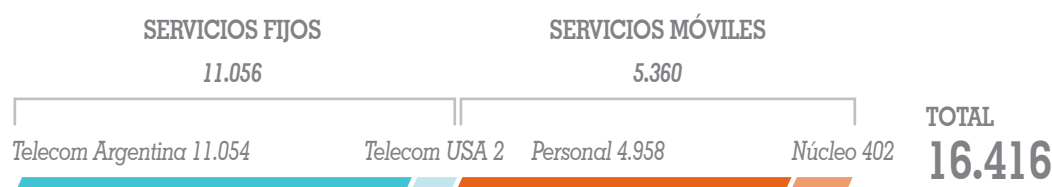
Desarrollo profesional y mejora de la calidad de vida de los empleados.

6.1

Indicadores de Capital Humano



Dotación efectiva por segmentos y sociedades del Grupo Telecom



EMPLEADOS 2014

DATOS GENERALES	Hombres	Mujeres	Total
DOTACIÓN EFECTIVA	10.354	6.062	16.416
POR TIPO DE CONTRATO			
Fuera de convenio	1.734	1.296	3.030
Analista	1.286	888	2.174
Empleado	188	203	391
Especialista	104	33	137
Pasante	0	0	0
Jefe	29	9	38
Responsable	82	78	160
Secretaria	0	77	77
Supervisor	45	8	53
Macroestructura	443	124	567
Director	39	0	39
Gerente	404	124	528
Dentro de convenio	8.177	4.642	12.819

POR REGIÓN 2014

ARGENTINA

	Hombres	Mujeres	Total
Buenos Aires	1.551	566	2.117
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	3.725	2.285	6.010
Catamarca	51	17	68
Chaco	223	153	376
Chubut	11	5	16
Córdoba	1.529	1.111	2.640
Corrientes	196	79	275
Entre Ríos	280	121	401
Formosa	44	20	64
Jujuy	72	22	94
La Pampa	5	4	9
La Rioja	57	14	71
Mendoza	86	73	159
Misiones	137	26	163
Neuquén	17	16	33
Río Negro	10	14	24
Salta	186	91	277
San Juan	15	14	29
San Luis	8	13	21
Santa Cruz	3	5	8
Santa Fe	1.443	1.137	2.580
Santiago del Estero	95	16	111
Tierra del Fuego	5	5	10
Tucumán	337	119	456
Estados Unidos	1	1	2
Paraguay	267	135	402



NUEVAS CONTRATACIONES 2014

POR GÉNERO

Hombres 493

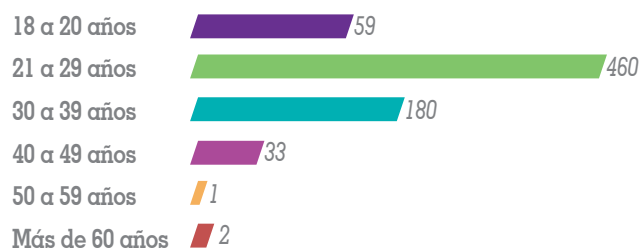


Mujeres 242



TOTAL
735

POR EDAD



NUEVAS CONTRATACIONES 2014

POR REGIÓN	
Buenos Aires	95
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	212
Catamarca	6
Chaco	38
Chubut	1
Córdoba	116
Corrientes	14
Entre Ríos	24
Formosa	4
Jujuy	11
La Pampa	1
La Rioja	8
Mendoza	10
Misiones	14
Neuquén	3
Río Negro	2
Salta	30
San Juan	3
San Luis	0
Santa Cruz	1
Santa Fe	99
Santiago del Estero	7
Tierra del Fuego	1
Tucumán	9
Estados Unidos	0
Paraguay	26

ROTACIÓN 2014

POR REGIÓN ⁽²⁾	Cantidad de empleados que rotaron	% de Rotación ⁽¹⁾
Buenos Aires	73	3,45
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	335	5,57
Catamarca	5	7,35
Chaco	7	1,86
Chubut	2	12,50
Córdoba	160	6,06
Corrientes	6	2,18
Entre Ríos	14	3,49
Formosa	2	3,13
Jujuy	6	6,38
La Pampa	1	11,11
La Rioja	3	4,23
Mendoza	20	12,58
Misiones	13	7,98
Neuquén	1	3,03
Río Negro	2	8,33
Salta	17	6,14
San Juan	5	17,24
San Luis	1	4,76
Santa Cruz	1	12,50
Santa Fe	148	5,74
Santiago del Estero	9	8,11
Tierra del Fuego	1	10,00
Tucumán	20	4,39
Estados Unidos	0	0
Paraguay	48	11,94
POR GÉNERO		
Masculino	511	4,94
Femenino	389	6,42
POR EDAD		
18 a 20 años	4	6,67
21 a 29 años	228	8,21
30 a 39 años	362	5,95
40 a 49 años	115	2,93
50 a 59 años	91	2,97
Más de 60 años	100	19,57
TOTAL	900	-

(1) Tasa de rotación calculada mediante la división entre la cantidad de empleados del Grupo que dejaron la Empresa y el total de empleados al cierre de cada año calendario en dicha región/género/grupo de edad.

(2) Del total de bajas producidas durante 2014, el 29,3% fue por renunciaciones; el resto se dividió entre acuerdos conciliatorios, despidos con causa y sin esta, fallecimientos y jubilaciones. Las renunciaciones producidas tuvieron una antigüedad promedio de 31,27 años, mientras que el resto de las desvinculaciones contaba con una antigüedad promedio de 42,56 años. Además, el 3,3% de las renunciaciones correspondió a personal jerárquico.

6.2

Programa Diversidad e Inclusión

El programa cuenta con la certificación de la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA) como Empresa Comprometida con la Diversidad. Tras haber alcanzado dicha certificación, continuamos trabajando con DAIA en algunos aspectos específicos del Programa, como son las acciones de *bullying* dirigidas a las familias de los colaboradores.

En septiembre de 2014 recibimos una mención por parte de la DAIA por asumir la misión de fomentar la capacitación en la temática de la no discriminación.



Tapas de los cuadernillos "Todos contra el bullying", que se entregan a nuestros colaboradores

EJES DE ACCIÓN Y AVANCES 2014

Género

- **Women´s Break:** Realizamos este ciclo que reúne a un grupo de mujeres Gerentes en un espacio de intercambio para reflexionar sobre las barreras y facilitadores organizacionales a la hora de hablar de oportunidades de carrera. Los encuentros cuentan con la participación de diferentes profesionales externos. En 2014 realizamos seis encuentros donde se trabajaron diferentes temas: género y generaciones, lenguaje y poder, y negociación y género. En este marco realizamos un relevamiento cualitativo sobre el uso y costumbre del lenguaje en cuanto a género y a diversidad sexual.

Concientización

- **Campañas de concientización:** Impulsamos campañas de concientización sobre diferentes temáticas como VIH/Sida, *bullying*, entre otras. Estas campañas se difunden a través de los canales de comunicación interna dispuestos por la Compañía: Intranet, e-mail, NeoTv (cápsulas de TV internas), guías, cuadernillos, entre otros.

Personas con discapacidad

- Seguimos trabajando junto a **La Usina Asociación Civil** abordando las situaciones de nuestros empleados con discapacidad y sus equipos de trabajo.
- **Relevamiento de puestos de trabajo:** Por medio de un terapeuta ocupacional de La Usina, realizamos un relevamiento funcional de puestos de trabajo en el área de Tecnología, que consistió en relevar las posibles áreas de la Empresa a las que podría incorporarse un trabajador con discapacidad, buscando minimizar la situación de desventaja y potenciar las capacidades del trabajador.

Familia

- **Todos contra el bullying:** Continuamos trabajando en el proyecto iniciado en 2012 sobre *bullying* y *cyberbullying* con una serie de cuadernillos titulados "Todos contra el *bullying*". Son tres ejemplares que se entregan en forma conjunta a nuestros colaboradores para dar un abordaje integral a la temática. Los cuadernillos están orientados a tres públicos bien definidos: padres, adolescentes y docentes.
- **Mi compromiso con la diversidad:** Con el objetivo de acercarnos a las escuelas a las que concurren los hijos de nuestros colaboradores, generamos una alianza con la DAIA para dictar el taller "Mi compromiso con la diversidad", que tiene como objetivo sensibilizar a niños y jóvenes en la identificación de prácticas discriminatorias en la Web, así como destacar la importancia del respeto por la diversidad de las personas y sus culturas en la vida cotidiana. Los colaboradores pueden solicitar los cuadernillos para acercar el material a docentes de la escuela a la que asisten sus hijos, y solicitar el dictado del taller. Durante 2014 entregamos, a nivel nacional, más de 2000 juegos de cuadernillos para nuestros colaboradores, y dictamos, junto a la DAIA, 50 talleres. Alcanzamos directamente a más de 1200 estudiantes de nivel primario y secundario, de escuelas públicas y privadas de CABA y GBA, 90 docentes, 90 directores de escuelas y 120 padres.
- **Día de la Familia:** Colaboramos en la organización de este espacio de encuentro y recreación de las familias con hijos con discapacidad.
- **Talleres de orientación laboral:** Junto a AMIA dictamos 2 talleres de orientación laboral para personas con discapacidad dirigidos a los familiares de nuestros colaboradores que se encuentran en edad laboral. Estos talleres se dictaron en Buenos Aires y Córdoba.

Generaciones

- Si bien no se realizaron nuevas iniciativas, llevamos adelante un relevamiento para el segmento de colaboradores que no tienen hijos, realizando cortes por segmentos de edad, para investigar cuáles son las maneras en que dichos colaboradores experimentan la conciliación vida laboral-familiar.

INDICADORES DE LICENCIA POR MATERNIDAD Y PATERNIDAD	2012	2013	2014		
	Total	Total	Hombres	Mujeres	Total
Número de personas que tomaron una licencia durante el año	913	697	534	273	807
Número de personas que tomaron una licencia durante el año y volvieron a trabajar	895	690	528	267	795
Número de personas que regresaron al trabajo después de la licencia y que se quedaron durante 12 meses en la Empresa después de haber vuelto	895	676	507	263	770

6.3

Equilibrio en Acción

El objetivo de este programa es lograr el equilibrio entre la vida personal y profesional de nuestros colaboradores. La iniciativa nos anima a correr la frontera en busca de una mejora en la calidad de vida de nuestros empleados, para que puedan alcanzar así una mayor satisfacción, rendimiento, productividad y compromiso con la Organización.

A partir de la certificación final en Normas de Work & Life Balance [W&LB] del Programa, repensamos en 2014 el modelo de trabajo con los Embajadores para abordar los nuevos desafíos que se plantearon. Bajo esta línea, realizamos un encuentro con los Embajadores con el objetivo de compartir la planificación del año, y los siguientes pasos en relación con el programa.

Por otro lado, realizamos relevamientos tanto en Buenos Aires como en el Interior para conocer cómo las distintas generaciones concilian su vida laboral-familiar. A su vez, lanzamos el relevamiento IFREI 2.0, que nos permitió tener una visión global del nivel de conciliación laboral-familiar en el Grupo Telecom. El IFREI 2.0 es un estudio internacional llevado a cabo en Argentina por el IAE Business School de la Universidad Austral, junto con el Centro Internacional Trabajo y

Familia [ICWF] del IESE Business School de la Universidad de Navarra.

COMUNICACIÓN INTERNA

Te presentamos la nueva campaña que estamos desarrollando en conjunto con el Consejo Publicitario Argentino, que busca reflexionar sobre la integración de la familia y el trabajo.

¡QUE los RUIDITOS del CELU NO INTERRUMPAN LOS MOMENTOS CON TUS SERES QUERIDOS!

HACÉ EL CLICK: HOY

SI ESTÁS CON TU FAMILIA **ESTÁS** CON TU FAMILIA.

¡Completá la encuesta aquí y descubrí cómo es el balance de tu vida!

Te invitamos a contarnos tus experiencias y opiniones en TecoTwiit con el hashtag #HacéElClickHoy

haceelclickhoy.org

www.consejopublicitario.org

CONSEJO PUBLICITARIO ARGENTINO

CENTRO DE CONCILIACIÓN FAMILIA Y TRABAJO

Amnet Páramo TELECOM

Participamos de la Campaña "Hacé el click", del Consejo Publicitario Argentino, sobre conciliación vida laboral-familiar

También participamos activamente en el desarrollo de la Campaña de Bien Público del Consejo Publicitario Argentino, sobre conciliación vida laboral-familiar “Hacé el Click” y la difundimos internamente para concientizar sobre la importancia de este tema.

En cuanto a las iniciativas de Equilibrio en Acción, incorporamos a la categoría de Iniciativas Propias de la Empresa un “Taller de duelo y acompañamiento”. Esta acción implica poder trabajar el duelo y sus efectos a nivel personal y grupal frente a la muerte de un compañero de trabajo. Se trata de trabajar principalmente sobre las emociones y diferentes etapas que

se presentan y se deben atravesar frente a la muerte de un ser querido. La metodología del taller es vivencial y participativa. Se implementa de manera voluntaria en los equipos que estén atravesando el duelo por la muerte de algún compañero de trabajo.

También sumamos la iniciativa Acompañamiento y Asesoramiento de Adultos Mayores, un servicio en que los empleados se contactan de manera telefónica con un especialista para recibir información, orientación, contención y asesoramiento gerontológico para afrontar sus escenarios familiares en el cuidado de los adultos mayores.

INICIATIVAS DE EQUILIBRIO EN ACCIÓN

1. Horario y organización laboral

- a. Teletrabajo.
- b. Igualar esquemas de licencias DC-FC.
- c. Día de la Madre flexible.
- d. Medio día de cumpleaños.
- e. Viernes flexible.
- f. Horario flexible.

2. Políticas de Comunicación e Información interna

- a. Neoportal (Intranet corporativa).
- b. Blog de Embajadores.
- c. Revista interna bimestral de Telecom.
- d. Manual de beneficios y actualizaciones.
- e. Portal de Equilibrio en Acción.

3. Desarrollo Personal

- a. Ciclo de charlas.
- b. Fortalecimiento de Grupos de Afinidad: Red de Voluntarios.
- c. Pool de Talentos.
- d. Programa de Asistencia al Colaborador (PAC).
- e. Promoción de actividades artísticas / Hobbies.
- f. Reconocimiento a la Trayectoria.
- g. *Maternity Coaching*.
- h. *Counseling*.
- i. Acompañamiento y Asesoramiento de Adultos Mayores.

4. Beneficios Económicos

- a. Kit “Vuelta al cole con Telecom”, con útiles escolares.

- b. Ayudas económicas para empleados con hijos con discapacidad.
- c. Préstamos para empleados por emergencias.
- d. Convenios con universidades.
- e. Vivir Tranquilo, un servicio de asistencia integral para dar soluciones a problemas cotidianos como asistencia al hogar, al vehículo y ante robos.

5. Servicios para las Familias

- a. Reintegro de gastos de guardería.
- b. Mes del Niño.
- c. Colonia de vacaciones.
- d. Cupos especiales para teletrabajo por maternidad y paternidad.
- e. Beneficios en agencias de turismo (Viajes Teco).
- f. Orientación Vocacional: Vocación Junior.

6. Sistemas de Medición y Control

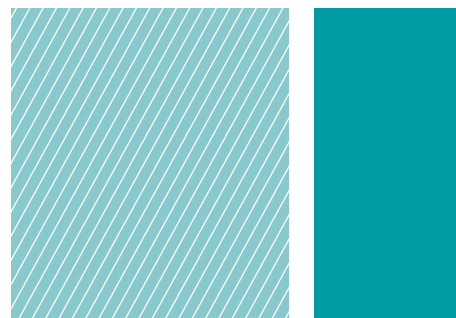
- a. Tablero de Mando (Qlikview).
- b. Encuesta de clima.
- c. Encuesta consultora externa.
- d. Encuestas focalizadas.

7. Iniciativas propias de la Empresa

- a. Acreditación de saberes técnicos.
- b. Viernes sin reunión.
- c. Licencia por paternidad.
- d. Diversidad e Inclusión.
- e. Buenas prácticas de ADN Personal.
- f. “Taller de duelo y acompañamiento”.

6.4

Teletrabajo



Hace 6 años que desarrollamos el Teletrabajo como Programa dentro de la Compañía con el objeto de contribuir con la satisfacción de los empleados y la conciliación entre lo profesional y lo personal. Además de brindarles la flexibilidad de trabajar fuera de la oficina, realizamos una contribución al medioambiente.

Para el Grupo Telecom, Teletrabajo es una modalidad de la organización del trabajo, para aquellas posiciones que la misma Empresa define como *teletrabajables*, en un ámbito que garantiza voluntariedad y reversibilidad para ambas partes, bajo los lineamientos establecidos por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación a través del Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (PROPET) y acuerdos firmados con las entidades sindicales.

En sinergia con otras áreas de la Compañía, la implementación de Teletrabajo colabora con la disminución de puestos físicos en edificios de alta densidad poblacional, con la retención de talentos, la mejora de resultados en términos de tasa de ausentismo para teletrabajadores, comparando con el universo del Grupo Telecom.

Según la última Encuesta de Clima disponible, el teletrabajo es el principal beneficio no económico más valorado por los empleados del Grupo. Además, con el área Desarrollo realizamos una encuesta específica sobre Teletrabajo a teletrabajadores, trabajadores que no realizan teletrabajo, y *managers* con teletrabajadores y sin colaboradores dentro de esa modalidad. La evaluación de la iniciativa del Teletrabajo se encuentra en una performance de excelencia, según la metodología NPS, con una valoración igual a 86.1.

A diciembre de 2014, contamos con 1.561⁽⁴⁾ teletrabajadores activos ubicados en 77 edificios de 37 localidades distintas de la Argentina. Además, en Paraguay, 6 empleados fuera de convenio trabajan bajo esta modalidad. Proyectamos finalizar el año 2015 con 1.900 teletrabajadores activos.

En el Grupo Telecom buscamos liderar la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para una gestión más eficiente y armónica del capital humano, y para promover un manejo responsable del medioambiente. Por eso seguimos ofreciendo la Solución Integral de Teletrabajo como un producto más de los que les ofrecemos a nuestros Grandes Clientes. Además, compartimos nuestra experiencia en el Programa Capacitación para Agentes de la APN de la Sindicatura General de la Nación (SIGEN), con los Diarios *Perfil* y *BAE*, y con Tarjeta Naranja.

A su vez, la iniciativa para que sea declarado el día 16 de septiembre como el Día Internacional del Teletrabajo ya cuenta con la adhesión de los siguientes países: Argentina, República Dominicana, Costa Rica, Brasil, Colombia, México y Ecuador.

El teletrabajo alcanza a **1.561** empleados del Grupo Telecom en la Argentina y a **6** empleados de Núcleo en el Paraguay.

(4) Incluye teletrabajadores de todas las modalidades: 3x2 (3 días en la casa y 2 en la oficina), 2x3 (2 días en la casa y 3 en la oficina) y 1x4 (1 día en la casa y 4 en la oficina).

PRINCIPALES DATOS DEL PROGRAMA DE TELETRABAJO

Empleados participantes

En el Programa participan empleados fuera y dentro de convenio, incluyendo las siguientes organizaciones sindicales: Federación Argentina de Telecomunicaciones (FATEL), la Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina (FOEESITRA), la Federación de Organizaciones del Personal de Supervisión y Técnicos Telefónicos Argentinos (FOPSTTA) y la Unión del Personal Jerárquico de Empresas de Telecomunicaciones de la República Argentina (UPIET).

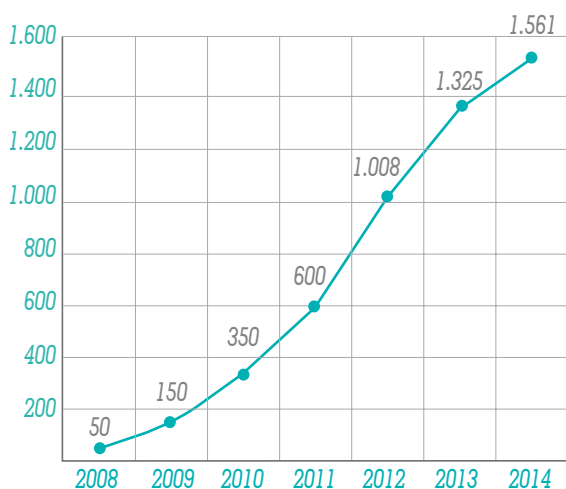
Alcance geográfico

El programa en Telecom Argentina S.A. y Telecom Personal S.A. alcanza a empleados distribuidos en 14 provincias: Buenos Aires, Chaco, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, Santa Fe y Tucumán.

Alianzas

- ✓ Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (PROPET).
- ✓ Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS).
- ✓ Red de Teletrabajo.
- ✓ Organización Internacional del Trabajo (OIT) y Observatorio Tripartito de Teletrabajo (OTT).

EMPLEADOS CON TELETRABAJO

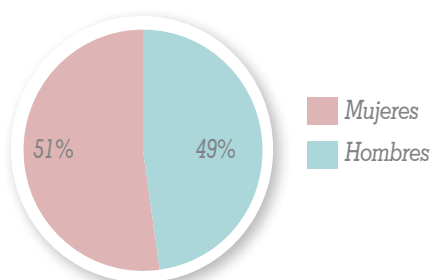


Baby boomers: Se refiere a las personas que nacieron durante el *Baby Boom* [explosión de natalidad], que sucedió en algunos países anglosajones en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y 1960.

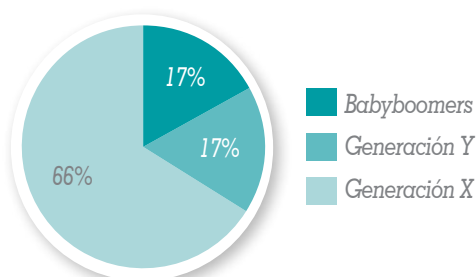
Generación X: Incluye a las personas nacidas a mediados o finales de los años sesenta hasta aquellos nacidos a principios de los años ochenta.

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

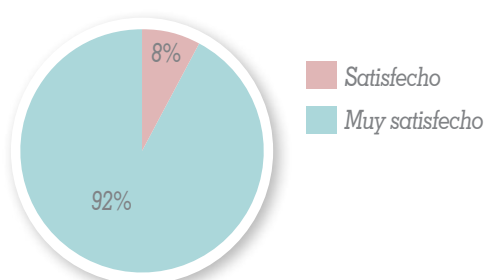
TELETRABAJADORES SEGÚN GÉNERO



TELETRABAJADORES SEGÚN GENERACIÓN



ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL



6.5

Capacitación y formación de empleados



UNIVERSIDAD CORPORATIVA TELECOM

Misión: Desarrollar las competencias de los colaboradores para mejorar su desempeño y brindar nuevas oportunidades, proporcionándoles las bases para su desarrollo y carrera en la Compañía. Sus principales *drivers* están orientados a la formación de sus colaboradores alineada a las necesidades del negocio, promoviendo la puesta en valor del conocimiento interno y participando activamente en la cultura de la Organización.

- ✓ **\$15.062.689** invertidos en formación
- ✓ **194.036 horas de formación, 12 horas de formación per cápita**
- ✓ **6 áreas formativas:**
 - *Management* [MNG]
 - Comercial [CML]
 - Tecnología [TEC]
 - Especialidades [ESP]
 - General [GRL]
 - Transversal [TRV]
- ✓ **19 escuelas**
 - **MNG:** Escuela de Altos Directivos, Escuela de Mandos Medios, Escuela de Futuros Líderes.
 - **CML:** Escuela de Marketing, Escuela de Ventas Business, Escuela de Customer y Ventas Masivo, Escuela de Wholesale.
 - **TEC:** Escuela de Tecnología, Escuela de Sistemas.
 - **ESP:** Escuela de Capital Humano, Escuela de Abastecimiento, Escuela de Auditoría.
 - **GRL:** Escuela de Analistas, Escuela de Formadores, Escuela de Negociación, Escuela de Ofimática.
 - **TRV:** Escuela de Cultura, Escuela de Regulación, Escuela de Gestión por Proyectos.

En 2014 trabajamos sobre la actualización de la plataforma del Campus Virtual de la Universidad Telecom, que permitió extender su acceso a todos los colaboradores a través de la Intranet corporativa. En este portal publicamos la calendarización de dictados y *brochure* de cursos presenciales, así como también capacitaciones en línea [*e-learning*s].

Avanzamos en la aplicación de herramientas del campus para procedimientos de toma de asistencia y registro de evaluaciones de satisfacción y aplicabilidad. El campus ahora cuenta con la posibilidad de agendar y realizar autoinscripciones a eventos con cupo dentro del marco de la Universidad: Ciclo de Charlas, Actividades de Cultura, etc.

A su vez, incorporamos a la oferta de *e-learning*s las siguientes opciones:

- Tutorial de uso del nuevo Campus Virtual, y preguntas frecuentes.
- CML: Escuela de *Customer* y Ventas Masivo, 3 cursos que fueron realizados por 300 representantes de atención a clientes.
- TRV: Curso de Conciencia Ambiental, realizado a lo largo del año por más de 1000 colaboradores.
- 7 *e-learning*s de la Escuela de Ofimática, que cubren niveles iniciales y preintermedios de MS Word, MS Excel, MS Access, MS PowerPoint, Ms SharePoint; MS Project y MS Visio.

La Universidad Telecom desarrolló 2 eventos únicos de formación intensiva la Jornada “UT Day 2014” junto a sus socios: la Universidad Torcuato Di Tella en la ciudad de Buenos Aires y la Universidad Siglo 21, en la ciudad de Córdoba.

Esta novedosa modalidad de aprendizaje se desplegó en el campus de dichas Instituciones, a las que accedieron los empleados del Grupo de todo el país. El Programa implicó 14 conferencias en simultáneo en Capital Federal y 16 en Córdoba, en las que participaron alrededor de 900 colaboradores.

Los Think Labs llevados a cabo por prestigiosos docentes de elevado nivel académico, comprendieron temas de *Business* y *Soft Skills*, tales como Gestión del Cambio, Innovación y Creatividad, Finanzas para no Financieros, Toma de Decisiones, Negociación, Planeamiento Estratégico, Gestión de las Emociones, *Stress Management*, Comunicaciones Eficaces, De la Venta Transaccional a la Venta Consultiva, Gestión de la Diversidad, Contexto Actual, Perspectivas Económicas, Marketing de Servicios, Disrupción Digital, *Coaching* y Liderazgo, etc.

Durante las disertaciones se generaron espacios de interacción conjunta Universidad-Colaboradores Telecom, donde los expertos en las diferentes temáticas realizaron la exposición de ejes clave, facilitando la reflexión y planteando los diversos desafíos del mundo actual, promoviendo la identificación de las respectivas competencias requeridas para afrontarlos. De esta manera generamos nuevas “experiencias de aprendizaje”.

Cabe destacar que durante 2014 también llevamos a cabo una toma de conocimientos sobre el Código de Conducta y Ética Empresaria dirigido al personal no alcanzado por convenios colectivos de trabajo. El proceso de certificación de conocimientos otorga un diploma al lograrse un determinado porcentaje de respuestas correctas.

Por otro lado, seguimos desarrollando iniciativas en cada una de las áreas formativas de la Universidad.



Management

- Escuela de Altos Directivos.
- Programa Sistema de Relaciones Laborales.

Comercial

- Escuela de Ventas Fija y Escuelas de Customer (Fija y Móvil).
- Escuela de Ventas Móvil.
- Escuela de Marketing (Fija y Móvil).

Tecnología

- Tecnología y Sistemas.

Especialidades

- Escuela de Abastecimiento.

General / Transversal

- Escuela de Analistas.
- Escuela de Cultura Organizacional.
- Talleres Diversidad e Inclusión.
- Programa de Regulación y Negocios.
- Derecho Societario y Defensa de la Competencia.
- Escuela de Formadores.
- Negociación Efectiva.
- Escuela de Ofimática.
- Formación idiomática.
- Actividades de extensión universitaria - Ciclo de Charlas.

Formación en Medioambiente

- Talleres de Medioambiente.

La información detallada sobre cada una de las actividades de formación y la cantidad de participantes se comunica en el Reporte Complementario disponible en nuestra página web www.telecom.com.ar.

INDICADORES DE CAPACITACIÓN ⁽¹⁾

	2012	2013	2014
Participaciones de empleados en capacitación	63.568	33.012	43.827
Horas de formación	325.852	193.937	245.308
Promedio de horas de capacitación per cápita	19,39	11,7	19,8

(1) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay).

CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL ⁽¹⁾

Indicador	Año	Gerentes y Directores	Personal dentro y fuera de convenio
Total de empleados capacitados	2012	596	16.209
	2013	524	9.853
	2014	531	10.205
Horas de formación	2012	19.868	305.984
	2013	18.996	174.939
	2014	42.189	203.119
Horas promedio de formación	2012	33,34	18,88
	2013	34,79	15,49
	2014	116,92	17,10

(1) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay).

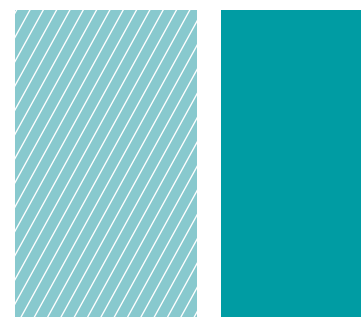
CAPACITACIÓN POR GÉNERO 2014 ⁽¹⁾

Indicador	Hombres	Mujeres
Total de empleados capacitados	8.018	4.389
Horas de formación	167.600	77.778
Horas promedio de formación	20,90	17,71

(1) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay).

6.6

Gestión del desempeño y desarrollo del talento



El objetivo del Modelo de Gestión del Desempeño es acompañar a nuestros empleados en el desarrollo de su plan de carrera y maximizar su contribución a la Compañía. El proceso tiene tres instancias: una de fijación de objetivos anuales del colaborador junto con su jefe, otra de monitoreo de avance y una última de evaluación final al terminar el año. A su vez, el modelo cuenta con una autoevaluación como práctica opcional.

En 2014 lanzamos el período de evaluación, mediante una comunicación interna dirigida a todos los participantes del proceso y sus jefes, haciendo hincapié en la importancia del *feedback* en la entrevista del jefe y colaborador. En cuanto a las herramientas de Gestión del Desempeño, en Paraguay se

informatizó la herramienta y el procesamiento de los datos.

Los empleados incluidos en el proceso de Gestión del Desempeño fueron todos los empleados fuera de convenio y aquellos empleados dentro de convenio que pertenecían a los sindicatos CEPETEL, UPIET, FOPSTA y COMERCIO. Ellos fueron un total de 6.732 empleados y representan el 41% de la población total de la Compañía.

De la cantidad de empleados alcanzados por la herramienta de evaluación de Desempeño, un 43,6% son mujeres y un 56,4%, hombres. En cuanto a las categorías profesionales, del total que está alcanzado, un 60,7% es Dentro de Convenio; un 39,3%, de Fuera de Convenio; y un 0%, de Macro Estructura.

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO EN 2014

Empleados evaluados según Gestión del Desempeño			Porcentaje de empleados evaluados según Gestión del Desempeño		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres ⁽¹⁾	Mujeres ⁽¹⁾	Total ⁽²⁾
3.838	2.894	6.732	57%	43%	41%

(1) Calculado sobre el total de la población evaluada.

(2) Calculado sobre el total de la población al 31/12/2014.

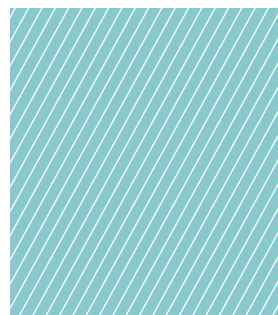
DESARROLLO DE TALENTOS

El programa *pool* de talentos busca identificar a aquellos colaboradores con un potencial destacado y con grandes condiciones que le permitan a la Compañía sostener el negocio a lo largo del tiempo. Durante 2014 se actualizaron los *assessments* gerenciales anteriores al 2012, del que participó un total de 88 personas. Adicionalmente, para cubrir posiciones de Macroestructura, se realizaron 170 *assessments*. Dichos pedidos fueron a demanda, por situaciones puntuales de posiciones vacantes.

Por otra parte, se realizó un proyecto para Responsables de Microestructura de la Unidad Tecnología, donde participaron 360 responsables de Field Service. El objetivo principal fue elaborar un diagnóstico de perfiles de liderazgo y realizar distintas acciones, según la adecuación de los perfiles existentes con el nuevo perfil requerido. Entre las acciones llevadas a cabo, se encuentran reuniones de presentación de resultados y calibración con los gerentes regionales de la Dirección, *feedback* personalizado a cada uno de los participantes a raíz del informe PDA (Personal Development Analysis), talleres de capacitación en competencias de gestión y *assessments* individuales, para aumentar el potencial de liderazgo de los Mandos Medios.

En Paraguay, iniciamos como parte del Programa Universidad Personal, la Escuela de Jóvenes Profesionales, con el objetivo de desarrollar potencial y cuadros de reemplazo.

6.7 Compensaciones



En 2014 se llevó a cabo una serie de acuerdos y ajustes salariales que reflejaron el promedio de mercado como parámetro de negociación y que fueron administrados sin generar conflictos ni pérdidas en la operación o en los ingresos del Grupo. Los acuerdos incluyeron:

- **Colaboradores fuera de convenio.** En mayo de 2014, se dispuso un ajuste general para las categorías de empleados y analistas, y un ajuste mixto [general y selectivo] para las categorías de especialistas y macroestructura. Ambos ajustes se complementaron con una pauta de incremento aplicada en el mes de octubre, que se rigió

por el criterio de meritocracia para los especialistas y macroestructura, y un ajuste mixto [general y selectivo] para las categorías de empleados y analistas. Esta última etapa de ajuste permitió reconocer y destacar los desempeños sobresalientes.

- **Posiciones jerárquicas** [reporte directo a la Dirección General Ejecutiva]. Ajuste de 26% en agosto de 2014.
- **Personal convenionado de Telecom Argentina.** Respecto al personal convenionado de Telecom Argentina, en julio de 2014, se firmaron acuerdos con

todas las organizaciones gremiales, representadas por los sindicatos alineados en la FATEL (Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Chaco, Luján y Tucumán), FOESITRA, FOPSTTA, UPIET y CEPETEL, en los que se contemplaron aumentos salariales y otras condiciones laborales.

- **Personal convenionado de Telecom Personal.** En relación con el personal convenionado de Telecom Personal, se aplicaron los acuerdos de la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (F.A.E.C. y S.) y FOETRA Sindicato Buenos Aires.

Por otra parte, durante el año se realizaron los siguientes avances relacionados con la remuneración de nuestros empleados:

- **Actualización de las escalas salariales.** En enero de 2014, se realizó la actualización de las escalas salariales para el personal fuera de convenio en función de la encuesta de compensación total del mercado de referencia realizada en diciembre de 2013.

- **Colaboradores fuera de convenio.** En octubre se puso en marcha un nuevo Programa de Retención para el período 2014-2017, aplicable al personal de macroestructura identificado como recurso crítico y que ocupe una posición clave dentro de la Compañía.

- **Política de remuneración por objetivos.** En el mes de abril se liquidó el bono anual para Directores y Gerentes y, en el mes de marzo, el “ranking de bono” para el resto del personal fuera de convenio. En línea con lo definido por el vértice de la Compañía, en el mes de mayo se liquidó la política de transición LTI, correspondiente a los resultados del ejercicio 2013 para los beneficiarios de dicho programa, y se definieron los objetivos aplicables para el 2014 y para el período trienal 2014-2017. Este último forma parte actualmente de la nueva política de largo plazo LTI.

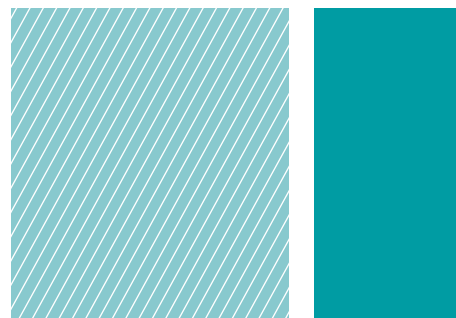
- **Incentivos comerciales.** Durante el 2014 se procedió con la actualización, en materia de topes, de las políticas de incentivos comerciales vigentes hasta entonces y en septiembre se creó la política convergente (fijo-móvil) para la fuerza de Venta Pymes, pionera en materia de lo que se hará en el 2015.

- **Relación entre el salario para un empleado con jornada de tiempo completo y el Salario Mínimo, Vital y Móvil.** En el Grupo Telecom en la Argentina el salario conformado total de un empleado ingresante para una jornada de tiempo completo es de \$8.242 mensuales, es decir, un 87,32% mayor que el Salario Mínimo Vital y Móvil (\$ 4.400). Al igual que el salario Mínimo, Vital y Móvil, las escalas salariales no hacen diferencia por género, por lo que la relación expresada se cumple de la misma manera en caso de ingresantes de distinto sexo.

- **Relación entre el salario base entre hombres y mujeres.** Para el personal convenionado existen escalas salariales idénticas para el personal tanto masculino como femenino, por lo que no existen diferencias en el salario base en todo el país. Respecto del personal fuera de convenio, también se administra sobre la base de bandas salariales únicas (sin distinción de sexo) de acuerdo al peso relativo de las distintas posiciones. En la práctica, para este segmento de colaboradores, el salario promedio masculino es superior al femenino en un 2%, 4%, 5% y 18% para las categorías de empleados, analistas, especialistas y macroestructura respectivamente. Estas diferencias se dan debido a que cada categoría mencionada agrupa posiciones con distinto nivel de responsabilidad, y son más los casos masculinos que ocupan posiciones gerenciales o de dirección. En conclusión, a igual responsabilidad, igual salario. Por otro lado, si tomamos las zonas con mayor volumen de operaciones (por ejemplo AMBA, Córdoba y Rosario), no se verifican variaciones significativas en dicha relación.

6.8

Espacio de Beneficios



Seguimos contando con el Espacio de Beneficios, en el que están detallados todos los beneficios a los que pueden acceder los empleados del Grupo en Argentina.

Los beneficios son los siguientes:

- Seguro de Vida adicional al obligatorio
- Licencia por paternidad de 15 días
- Guardería
- Ayuda económica al hijo con discapacidad
- Colonia
- Feriado Flexible
- Asesoramiento previsional y gestión de trámites jubilatorios
- Kit de útiles escolares
- Día del Niño
- Mes de la Mujer
- Día de la Secretaria
- Portal Espacio de Beneficios - Descuentos Exclusivos
- Medicina prepaga
- Vestimenta informal en verano
- Programa de Asistencia al Colaborador (PAC)
- Vivir Tranquilo, un servicio de asistencia integral para dar soluciones a problemas cotidianos como asistencia al hogar, al vehículo y ante robos.
- Reconocimiento a la Trayectoria
- Planes Internos de celulares
- Jornada especial para chicos con capacidades diferentes
- Ajuar por nacimiento
- Descuentos en universidades

En 2014, el portal Descuentos Exclusivos incorporó al catálogo más de 50 productos, y un nuevo rubro Turismo con ofertas en hoteles y bonificaciones en pasajes aéreos. A su vez, se

implementó como mejora la modalidad de reintegro en el beneficio de Colonias para privilegiar la libertad de elección tanto de la actividad como del lugar que prefiera el colaborador para sus hijos. De esta manera, se estableció un monto de \$1.900 por hijo contra presentación de comprobante. Además, como obsequio del Día del Niño, se entregó una tarjeta VISA recargable por un valor de \$190 por hijo. Se llegó así con un mismo producto a todos los colaboradores del país, y se ofrecieron infinitas posibilidades al momento de elegir el obsequio. También, a diferencia de años anteriores, se realizó en Temaikèn la Jornada especial para empleados con hijos que poseen capacidades diferentes.

Por otro lado, en Paraguay lanzamos una nueva Intranet que cuenta con un sitio de Beneficios donde subimos convenios con empresas que ofrecen descuentos exclusivos para los colaboradores. En Núcleo existen varios de estos beneficios, así como con Gourmet Card y con Billetera Personal, préstamos por emergencia, obsequios y festejos en fechas especiales.

PAC | Programa de Asistencia al Colaborador


VIVIR TRANQUILO

6.9

Encuesta de Clima y Compromiso

La Encuesta de Clima y Compromiso 2014 fue más corta que en años anteriores. Consistió en 31 preguntas de *engagement*, una pregunta abierta, y se adicionaron 4 preguntas de E-nps y 4 cuatro preguntas abiertas. La encuesta comenzó el 3 de noviembre con una duración de 3 semanas, finalizó el 21 de noviembre y alcanzó a toda la población sin distinción de antigüedad ni cargo. Los datos aún se están procesando y se harán públicos en mayo de 2015.



6.10

Salud y seguridad ocupacional

Durante 2014, en torno a la prevención y promoción de la salud realizamos las siguientes actividades: un Plan de Exámenes Médicos para anticipar y promover una cultura saludable, el seguimiento de pacientes con patologías recuperables en nuestros consultorios, capacitaciones en temas de salud y de

cuidado personal, visitas en conjunto con el área de prevención para evaluaciones de puestos de trabajo y difusión de información a través del Neoportel y de Teco Twitt (red social interna) de consejos para los trabajadores y sus familias.

A su vez, continuamos desarrollando las siguientes iniciativas:

- **Lineamientos y normas sobre salud y seguridad.** Trabajamos alineados a las indicaciones de la Organización Mundial de la Salud con relación al tratamiento de enfermedades prevalentes en el Área Ocupacional. Respetamos las indicaciones emitidas por los distintos Ministerios de Salud, ya sea a nivel nacional o provincial. Acatamos las indicaciones técnicas emitidas por la Superintendencia de Riesgos del Trabajo.

- **Consultorios médicos.** Contamos con 23 consultorios médicos internos en nuestros edificios: 10 en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, 7 en la región del Litoral y 6 en la región Mediterránea. Por medio de las atenciones primarias, del seguimiento de patologías crónicas, buscamos mantener informado y actualizado el legajo médico de cada colaborador. A su vez, los controles de exámenes, tanto de ingreso como periódicos, son indispensables para alertar a nuestra población ante problemas de salud de manera preventiva.

- **Prevención.** Durante 2014 trabajamos de manera sostenible en el entrenamiento intensivo, con el objeto de seguir afianzando las competencias del personal del Grupo; en la aprobación del Nuevo Plan de Seguridad por Nuestra ART, avalando el marco Normativa en materia de Salud y Seguridad; en la investigación de los Sinistros, para detectar causas raíces y proponer planes de modo de evitar su recurrencia; y en los Comités Sinistres, con el objeto de tratar entre la Dirección y las Gerencias los casos ocurridos, para obtener medidas superadoras.

- **Plan de Riesgos de Trabajo.** En el marco de este plan, se

realizaron inspecciones al personal propio, tanto por preventivistas como por la propia supervisión. Además, ampliamos el temario de las capacitaciones incorporando riesgos especiales de determinados puestos de trabajo e integrando nuevos elementos de protección personal, y reevaluamos los Planes de Mejoras de cada Gerencia Operativa y el Plan de Auditoría interna. También hemos difundido medidas preventivas sobre accidentes ocurridos en la Compañía, de manera de poder llevar el resultado de las investigaciones a grupos con similares riesgos.

- **Programa de Cuidado de la Voz, Oído y Postura (VOP).** Continuamos con este programa en los Call Centers. En su tercera etapa incorpora una encuesta personalizada para actualizar datos de capacitación, de puestos de trabajo y datos fonaudiológicos.

- **Campaña Interna de Seguridad Vial.** Con el objetivo de sensibilizar a nuestros empleados en esta temática, continuamos con los talleres y brindamos información por medio de distintos canales de comunicación interna. También continuamos efectuando pericias de siniestros vehiculares con una empresa especializada en el rubro; esto nos dio la oportunidad de relevar información para prevenir accidentes, mejorar las condiciones de los vehículos y concientizar al personal que conduce las unidades operativas. Se realizaron 276 talleres donde participaron 4.531 empleados.

- **Teletrabajo.** Seguimos efectuando visitas presenciales a los domicilios de los teletrabajadores, para realizar el control de los elementos asignados, informar sobre el uso del extintor y cómo controlarlo, evaluar el puesto de trabajo en forma integral analizando el tema postural



y dando las recomendaciones del caso, y comunicar sobre el manual entregado y la información que posee la Web de Riesgo del Trabajo y Medio Ambiente.

• **Plan de Emergencias.** Entre los avances del Plan de Emergencias durante 2014 se destacan:

- ✓ Relevamiento de 104 edificios⁵ con una superficie aproximada de 415.000 m² para el proceso de certificación de la ISO 9001, observando:
 - Rutas de evacuación.
 - Puertas y salidas de emergencia.
 - Señalización.
 - Iluminación de emergencia.
 - Detectores de incendio.
 - Ubicación, estado y tipos de extintores manuales e hidrantes de incendio.
 - Sistema de alarma, verificación del funcionamiento y capacitación al personal de vigilancia de los diferentes sistemas y modelos de centrales instaladas.
- ✓ Certificación de la ISO 9001 con una vigencia hasta el 2015.
- ✓ Realización de 119 simulacros de evacuación en

todo el país, en conjunto con el responsable territorial del lugar, confección de informes y seguimientos de planes de acción.

- ✓ Capacitación brindada a 15.143 personas.
- ✓ Reuniones con entidades gubernamentales, presentación de planes y planos en Defensa Civil, Bomberos y Municipios, seguimiento y actualización de los expedientes.
- ✓ Inspección y supervisión en el lugar del Plan de Emergencias de eventos, donde el Grupo Telecom fue *Main Sponsor*, fuera de los edificios de la Empresa.
- ✓ Se continuó con el dictado de capacitaciones de DEA (desfibriladores externos automáticos) y las maniobras de RCP (resucitación cardiopulmonar). En la actualidad contamos con 28 DEA instalados en 15 de los principales edificios respetando las Normas de la American Heart Association (AHA) y con al menos el 25% de su población capacitada. Se continuó trabajando de acuerdo a lo que solicita la AHA para la obtención del certificado de edificio Cardioprotegido 5 Corazones. Los edificios de Madero, Contact Center de Rosario y Capitalinas de Córdoba se encuentran certificados como Cardioprotegidos 5 Corazones.



CAPITAL HUMANO

Usá la cabeza para cuidarte

Ponete siempre el casco.

Para más información, ingresá a:
**Neoportal / Capital Humano /
Riesgos del Trabajo y M. Ambiente / Prevención**

GRUPO
TELECOM

5. Esto representa el 78% de los edificios.

INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD

	2012	2013	2014
Salud ocupacional			
Consultorios médicos internos	22	23	23
Exámenes periódicos al personal	9.841	11.039	11.993
Exámenes preocupacionales	1.605	866	927
Exámenes de egreso	105	52	168
Empleados capacitados en temas de salud ⁽¹⁾	5.560	3.446	5.283
Horas de capacitación sobre temas de salud y seguridad ⁽²⁾	2.273	2.057	2.419,5
Visitas a teletrabajadores ⁽³⁾	-	319	59
Ausentismo			
Tasa de ausentismo controlable ⁽⁴⁾	3,01	3,31	3,44
Tasa de incidencia enfermedades profesionales ⁽⁵⁾	2,20	2,97	2,44
Seguridad			
Tasa de incidencia ⁽⁶⁾	14,47	14,98	14,80
Plan de Riesgos de Trabajo. Cantidad de inspecciones del nivel de accidentología en personal propio ^{(7) (8)}	9.009	9.299	4.878
Cantidad de hidroelevadores certificados, en cumplimiento con la norma IRAM 3926	106	127	107
Cantidad de auditorías de condiciones ambientales en cada lugar de trabajo ⁽⁸⁾	452	449	233
Cantidad de asistencias a cursos en riesgos específicos	11.896	12.995	16.868

(1) Resucitación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios, uso de la voz, y prevención del dengue y de la Gripe A.

(2) Corresponde al total de horas de instructor. Dicho indicador comenzó a medirse a partir del 2012.

(3) Este indicador comenzó a medirse en 2013. El valor 2014 bajó porque comenzó a modificarse la estrategia para implementar mejoras en el proyecto a partir de 2015.

(4) Corresponde a los días perdidos por enfermedades inculpables, accidentes de trabajo y accidentes in itinere, dividida la dotación por la cantidad de días al año.

(5) Enfermedades profesionales por cada mil trabajadores.

(6) Accidentes de trabajo por cada mil trabajadores.

(7) Se verifica en campo el cumplimiento del método de trabajo seguro, posesión de elementos de protección personal y colectivo, estado de las herramientas de trabajo, estado de la señalización de trabajo y estado de vehículos.

(8) Incluye datos proporcionados por la Gerencia Riesgos del Trabajo y Medioambiente.



¿QUERÉS LEER MÁS SOBRE NUESTRA GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EMPLEADOS?

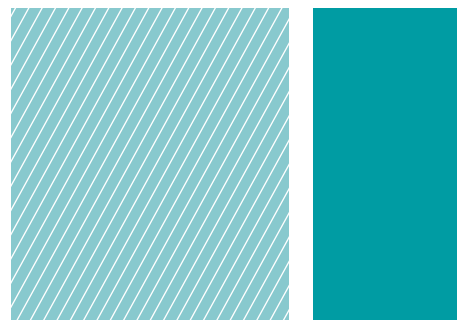
En el Reporte Complementario disponible en nuestra página web vas a poder encontrar información sobre:

- Datos sobre la plantilla del Grupo Telecom
- Relaciones laborales
- Capacitación y formación a empleados
- Comunicación interna

Accedé a www.telecom.com.ar

6.11

¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?



DESAFÍOS 2014

Proyecto C-Imple

Desarrollar una metodología de relacionamiento con los empleados, adoptando un modelo de cliente-céntrico de gestión de capital humano.

CUMPLIMIENTO 2014

Se implementó un nuevo canal de comunicación para todos los empleados, el Pulpo Call. Este canal reemplaza los que existían para diversos Servicios Internos (Capital Humano, Real Estate, Sistemas, Mesa de Ayuda Funcional, Seguridad). A partir de esta implementación, las personas podrán resolver todas sus consultas de servicios internos llamando a un mismo número, el cual cuenta con 4 modalidades: 0800-7777-1234; Interno 1234; [011] 4968-1234; *1234 desde celular. Se lanzó el Proyecto Experiencia del Empleado, que permitirá identificar los puntos claves para incrementar la experiencia del cliente interno, analizando procesos, iniciativas y públicos, manteniendo el objetivo de cliente-céntrico.

Mapa de Talento, Engagement y Desempeño

Consolidar el mapeo de los talentos en función de dar visibilidad y disponibilidad a la gestión de estos. Simplificar y rediseñar las herramientas integradas y relacionadas de *engagement*, desempeño y potencial.

Se realizó un mapeo de talento enfocado en los desafíos de la convergencia. Iniciamos un proceso de diseño de las herramientas de evaluación de potencial y gestión por competencias. Se optimizó el diseño de la encuesta de *engagement*.

Comunicación Interna

Integrar la comunicación interna del Grupo, reafirmando el sentido de pertenencia e identidad corporativas, y promoviendo instancias de comunicación Top Down.

Comenzamos a integrar la comunicación interna del Grupo, reafirmando el sentido de pertenencia e identidad corporativas, a través de acciones como las Comunicaciones del CEO, Management Meetings, ADNtec, etc.

¿QUÉ NOS PROPONEMOS A FUTURO?

- **Deslocalización:** Incorporar nuevas modalidades de coworking mediante la virtualización del puesto de trabajo, lo que permite que los colaboradores puedan realizar su trabajo indistintamente del lugar donde se encuentren.
- **E-learning:** Incentivar la incorporación de esta modalidad como herramienta cotidiana y esencial entre nuestros colaboradores. Para lograr esto, nos focalizaremos en el desarrollo y consolidación del Campus Virtual de la Universidad Telecom.
- **Liderazgo inclusivo:** Contribuir a un ambiente de trabajo inclusivo que fomente la creatividad y la innovación, y promueva el respeto por las personas que conforman la organización a través de la formación de habilidades de liderazgo inclusivo, impulsando la conciliación entre la vida personal y laboral.

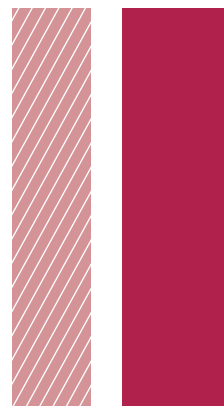


7. INVERSORES



7.1

Composición del capital accionario y sociedades que integran el Grupo Telecom



El 14 de noviembre de 2013 Telecom Italia S.p.A. y Telecom Italia International N.V. (en conjunto, los “Vendedores”) y Tierra Argentea (una compañía controlada por los Vendedores) anunciaron la aceptación de una oferta del Grupo Fintech para la adquisición de la participación de control del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina, de propiedad de los Vendedores, a través de sus subsidiarias Sofora, Nortel, y Tierra Argentea. El cierre de la venta de las acciones del Grupo Telecom Italia en Sofora se encontraba condicionado a la obtención de ciertas autorizaciones regulatorias requeridas.

El 10 de diciembre de 2013 Tierra Argentea formalizó la transferencia al Grupo Fintech de acciones Clase “B” de Telecom Argentina, representativas del 1,58% del capital de dicha Sociedad y de ADRs [American Depositary Receipts] de Nortel representativos de 8% del total de las Acciones Preferidas Clase “B” de Nortel.

El 25 de octubre de 2014 Telecom Italia S.p.A. anunció la aceptación de una oferta del Grupo Fintech para modificar y reformular el contrato cuya celebración se anunció el 14 de noviembre de 2013. En el marco de este acuerdo de modificación: 1) el 29 de octubre de 2014 Telecom Italia International N.V. formalizó la transferencia del 17% del capital de Sofora al Grupo Fintech; 2) se confirmó que la venta de la participación de control del 51% de Sofora se encuentra sujeta a la condición de la obtención de la aprobación regulatoria de la Secretaría de Comunicaciones y no quedará perfeccionada hasta que dicha aprobación sea obtenida. Se espera

que la venta de esta participación de control sea perfeccionada dentro de los próximos dos años y medio posteriores a la fecha del anuncio.

Para mayor información sobre las Sociedades que integran el Grupo Telecom, remitirse a la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2014.

Composición del capital accionario

Las acciones de Telecom Argentina tienen autorización de oferta pública. Cotizan en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y en la New York Stock Exchange [N.Y.S.E.] en forma de ADS [American Depositary Shares].

Actualmente, la sociedad controlante de Telecom Argentina es Nortel Inversora S.A., que posee la totalidad de las acciones Clase A (51% del capital) y del 3,74% en acciones Clase B. Esto totaliza el 54,74% del capital accionario de la Compañía. A su vez, Nortel es controlada por Sofora Telecomunicaciones S.A., cuyos accionistas son el Grupo Telecom Italia con el 51% de las acciones, W de Argentina - Inversiones S.L., con el 32% y Fintech Telecom LLC con el 17% restante.

Al 31 de diciembre 2014, los derechos económicos del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina ascienden a un 14,5%.

Durante 2014 se continuó con las conversiones de acciones de clase C a B. Asimismo, Telecom Argentina mantiene acciones propias en cartera al 31 de diciembre de 2014, un total de

15.221.373 acciones Clase B de VN \$1. De esta manera, el capital accionario de Telecom Argentina al 31 de diciembre de 2014 estaba representado por:

CAPITAL ACCIONARIO DE TELECOM ARGENTINA (*)

Clase	Cantidad de acciones	Porcentaje del total del poder de voto	Porcentaje sobre el capital total
Acciones Clase A	502.034.299	51,80%	51,00%
Acciones Clase B	466.858.524	48,17%	47,42%
Acciones Clase B en cartera	15.221.373	0,00%	1,55%
Acciones Clase C	266.782	0,03%	0,03%
Total del Capital Social	984.380.978	100,00%	100,00%

(*) Al 31 de diciembre de 2014.

Al 31 de diciembre de 2014, Telecom Argentina S.A. continuaba teniendo 969.159.605 acciones en circulación.

En www.telecom.com.ar/inversores se podrá encontrar mayor información sobre la Estructura Societaria del Grupo Telecom.

7.2

Canales de comunicación con nuestros inversores

CANALES DE COMUNICACIÓN CON LOS INVERSORES

- ✓ Gerencia Relaciones con Inversores.
- ✓ Cobertura de Analistas y Calificadoras de Riesgo.
- ✓ Nueva página web para inversores.
- ✓ Comunicados de prensa.
- ✓ Conferencias de prensa.
- ✓ Teleconferencias.
- ✓ Video *streaming* online de presentaciones de resultados trimestrales.
- ✓ Conferencias.
- ✓ Memoria y Estados Financieros.
- ✓ Formulario 20-F.
- ✓ Asamblea de accionistas.

En 2014, enfocados en continuar incrementando la presencia en el mercado de capitales, participamos de conferencias organizadas por bancos de inversión en la Argentina y en el extranjero. Asimismo llevamos a cabo una gran cantidad de reuniones presenciales y *conference calls*:

- 9 conferencias organizadas por Bancos de Inversión [4 en el exterior y 5 en Argentina].
- + de 130 reuniones presenciales y *conference calls*.
 - + de 70 reuniones presenciales y *conference calls* con analistas.
 - + de 10 reuniones presenciales y *conference calls* con calificadoras de riesgo.
- + de 170 fondos de inversión en conferencias, reuniones presenciales y *conference calls*.
- Reuniones y *conference calls* en reiteradas ocasiones con el agente depositario de ADRs: JP Morgan, y otros agentes intervinientes en el mercado de capitales.

Entre los principales temas tratados se destacan:

- Contexto político y macroeconómico.
- Pago de Dividendos.
- Proceso de venta de la participación accionaria de Telecom Italia en Telecom Argentina.
- Licitación de espectro de 4G y remanente de 3G; y forma de financiación.
- Contexto regulatorio.
- Evolución del negocio e inversiones.
- Aplicación de la caja de la Compañía y estrategia de cobertura.

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

Por otra parte, mantenemos un diálogo abierto, transparente y fluido con los accionistas minoritarios, brindándoles

asistencia con cualquier duda que puedan tener relacionado con el pago de dividendos, Impuesto a los Bienes Personales, Impuesto a las Ganancias, asamblea de accionistas, conversión de acciones, entre otros.

Es importante destacar que, habiéndose alcanzado una solución para los accionistas Clase “C” bajo el Régimen de liquidación judicialmente el Programa de Propiedad Participada (PPP), gran parte de los mismos titulares de acciones Clase “C” tuvieron la posibilidad de convertir sus acciones a Clase “B”. Muchos de estos accionistas se comunicaron con la Gerencia de Relaciones con Inversores a través de llamados telefónicos y por correo electrónico para informarse acerca de sus tenencias. Dicha solución fue alcanzada por los propios accionistas y por las entidades que los nuclean.

Actualmente continúan existiendo 266.782 acciones Clase “C”, que representan el 0,03% del capital social, siendo intención de la Compañía fomentar su conversión a Clase “B”. Cabe mencionar que este tipo de acción es la que cuenta con la posibilidad de ser comercializada en la Bolsa de Buenos Aires o de ser convertida en ADS.

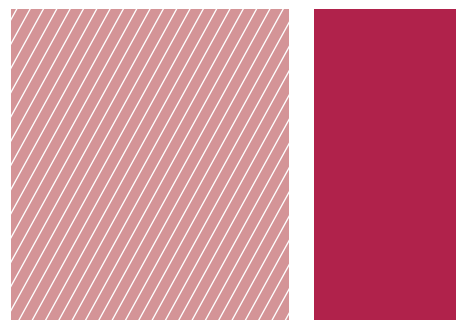
Durante el 2014 Telecom Argentina retribuyó a sus accionistas con el pago de Dividendos en efectivo por un monto total de \$1.201.757.911. Aquel se efectuó en dos cuotas iguales de \$600.878.955,50 cada una. La primera fue pagada el 10 de junio de 2014 y la segunda, el 22 de septiembre de 2014.

También, con motivo de retenerse en concepto del Impuesto a las Ganancias el 10% del monto de los Dividendos distribuidos conforme lo previsto en el último párrafo del artículo 90 de la Ley N° 20.628 y sus modificaciones (incorporado por la Ley N° 26.893), algunos de los accionistas se comunicaron, de forma telefónica y/o por correo electrónico, para informarse respecto de las implicancias y alcances de ese impuesto.

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

7.3

¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?



DESAFÍOS 2014

Incrementar la participación en eventos con inversores, para responder a sus demandas de información y adquirir mayor visibilidad de la Compañía.

Intensificar el diálogo entre los inversores y la Compañía, aumentando el conocimiento mutuo para mantener un canal abierto, transparente y colaborativo bajo el estricto cumplimiento y respeto del marco regulatorio.

Proveer nuevas herramientas digitales fortaleciendo un uso intuitivo y funcional que facilite la entrega oportuna de la información a todos los interesados.

CUMPLIMIENTO 2014

Participamos en 9 conferencias internacionales y locales organizadas por Bancos de Inversión. En algunas se mantuvo reuniones “uno a uno” con numerosos fondos de inversión, mientras que en otras se expuso frente a un grupo de inversores. Allí se respondió a las inquietudes de los participantes, respecto de la Compañía y el negocio, entre otros temas.

Nos focalizamos constantemente en ofrecer información comprensible y accesible a los inversores. Para ello, durante 2014 se trabajó arduamente en mejorar las herramientas comunicacionales acorde a las últimas tendencias mundiales en lo que respecta al “mundo inversor” lo que se vio reflejado en cada uno de los comunicados de prensa y presentaciones de resultados trimestrales y la disponibilidad de un sistema de *videostreaming* online.

Implementamos el nuevo sitio web de inversores, que presenta mayor facilidad en la navegación y es más dinámico y amigable para quienes lo consultan. Además, y con el objetivo de acercar e informar a los inversores, se desarrolló y se implementó el sistema de video streaming online, que permite acceder en tiempo real a la presentación y audio de los resultados trimestrales de la Compañía.

¿QUÉ NOS PROPONEMOS A FUTURO?

Acceder al mercado de capitales a fines de obtener el financiamiento que la Compañía requiera para llevar a cabo las inversiones necesarias para la ampliación de la red de 3G y el despliegue de la red de 4G, y así generar nuevas alternativas de inversión para los inversores y para el desarrollo del negocio.



8. PROVEEDORES



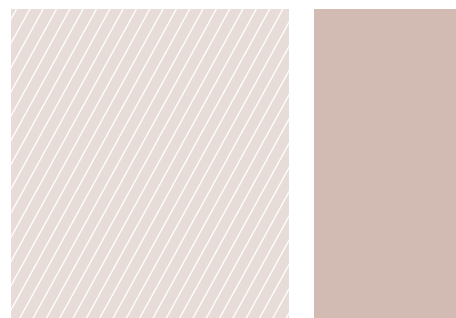
¿CUÁLES SON LOS TEMAS MATERIALES MÁS IMPORTANTES CON EL MEDIOAMBIENTE?



Aporte al desarrollo económico del país.

8.1

Desarrollo económico local



Priorizamos las contrataciones con proveedores locales acorde con las posibilidades del contexto, en el marco de la normativa de Compre Trabajo Argentino [Ley N° 25.551].

Mientras que en 2013 impulsamos el desarrollo local de proveedores enfocados en servicios y productos metalmecánicos, en 2014 fue sobre productos electrónicos.

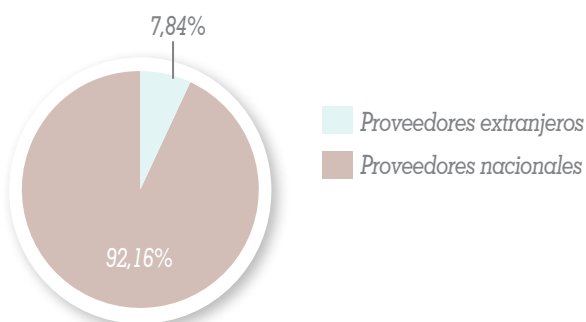
Acompañamos el desarrollo de nuevos proveedores, lo que nos permite contar con alternativas en los concursos y en la búsqueda de soluciones.

Contamos con **1.658** proveedores.

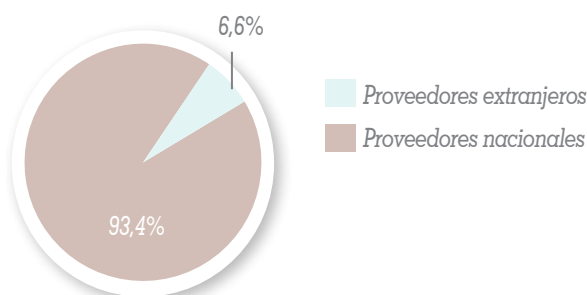
Proveedores dados de alta en 2014: **604**

Compras a proveedores: **\$19.673.433,41**

PORCENTAJE DE PROVEEDORES 2014



PORCENTAJE DE COMPRAS A PROVEEDORES 2014



Proveedores en Núcleo, Paraguay

Contamos con 633 proveedores, de los cuales el 89,60% son nacionales. Por otra parte, las compras a proveedores locales corresponden al 83,61% del total facturado.

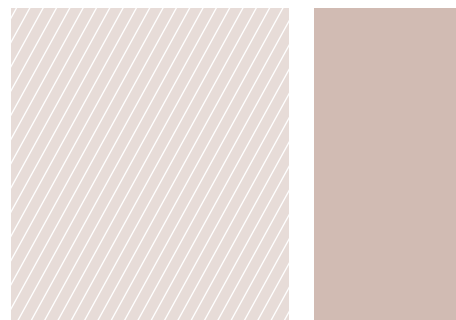
Un canal de contacto con nuestros proveedores

Nuestra página web cuenta con una sección especial, “Proveedores”, donde estos pueden registrarse, visualizar pedidos de cotización y consultar los pliegos unificados de contratación, por ejemplo.

Además, el sitio les permite a todas aquellas personas físicas o jurídicas interesadas en trabajar con nosotros registrarse y presentar propuestas ante pedidos de cotización del Grupo.

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

8.2 Evaluación de proveedores



La selección de proveedores se realiza sobre la base de aspectos técnicos y económicos, y de acuerdo con una evaluación de riesgo a partir de informes comerciales sobre su comportamiento en el mercado local. Cuando es necesario, las gerencias de Riesgos del Trabajo y Medioambiente, y Control de Prestadores participan en la selección de un nuevo proveedor.

Además, realizamos evaluaciones mensuales de los proveedores con la herramienta Vendor Rate, con la cual los

calificamos teniendo en cuenta indicadores vinculados con la prestación de su servicio o producto. En 2014 extendimos el análisis y evaluación del alta de proveedores extranjeros. Optimizamos el diseño de las mediciones clasificándolas en dos grupos: Evaluaciones unisectoriales, realizadas por una única área, con un sesgo técnico, y Evaluaciones multi-sectoriales, que involucraron a varias áreas evaluadoras, con un sesgo polifuncional.

Modelo: Ciclo de vida del proveedor



Proceso de registración, evaluación y seguimiento de los proveedores

Se trata del proceso que administra el ciclo de vida completo de un proveedor desde su identificación, descubrimiento o desarrollo, el subsiguiente análisis para su registración, su calificación o certificación de procesos productivos, hasta la gestión y el seguimiento del desempeño, para el cumplimiento de las prestaciones según la normativa y las certificaciones de la empresa a la cual le presta el servicio.

Durante el mes de noviembre, este modelo desarrollado por el Grupo Telecom fue seleccionado para ser presentado en el encuentro de "Compras y Cadena de Valor", organizado por IDEA (Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina), donde fue destacado por su originalidad, conocimiento y riqueza de análisis.



RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

	2012		2013 ⁽¹⁾		2014 ⁽²⁾	
Umbral de evaluación	Cantidad de evaluaciones	Participación porcentual	Cantidad de evaluaciones	Participación porcentual	Cantidad de evaluaciones	Participación porcentual
No conforme	60	5%	57	3%	132	4%
Conforme en riesgo	93	9%	108	5%	260	8%
Conforme	387	36%	516	26%	1.416	43%
Sobresaliente	542	50%	1.327	66%	1.455	45%
Total	1.082	100%	2.008	100%	3.263	100%

(1) Durante 2013, los niveles de exigencia para las evaluaciones en las áreas técnicas, sumados a las acciones realizadas con los proveedores (por los sectores evaluadores y administradores de contratos), dieron como resultado una significativa reducción en los niveles "no conforme" y "conforme en riesgo" respecto del año anterior. La baja en el nivel "conforme" se debe al traslado de las calificaciones de dicho nivel al inmediato superior ("sobresaliente").

(2) Durante 2014, los niveles "No conforme" y "Conforme en riesgo" se incrementaron proporcionalmente respecto del año anterior. Aunque el nivel de cumplimiento "Sobresaliente" bajó considerablemente, los niveles de "Conformidad" permanecieron en el orden del 95,95%, considerando "Conforme en riesgo", "Conforme" y "Sobresaliente" como universo de cumplimiento. La cantidad de evaluaciones realizadas se incrementó significativamente, 201%. Parte de esta evolución se explica debido a la cantidad de evaluaciones que se incrementaron un 62%.

En 2014 sistematizamos los controles de riesgo durante el ciclo de vida de los proveedores activos e implementamos el legajo digital del proveedor, lo que nos permitió disminuir el costo de resguardo, reducir el consumo de papel e impresiones y agilizar el proceso de alta.

8.3

Análisis de la cadena de valor en aspectos de salud, seguridad y medioambiente

Tras evaluar la gestión de los contratistas en materia de salud, seguridad y medioambiente, les comunicamos los aspectos que deben mejorar y les damos tiempo para que implementen un sistema de mejora. De esta forma, colaboramos para que puedan realizar cambios internos en materia ambiental, promovemos el desarrollo sustentable del negocio, y optimizamos así toda la cadena de valor.

Además, verificamos el contenido técnico de los programas de seguridad de nuestros proveedores. Para ello, revisamos su gestión en materia de prevención y chequeamos que se ajuste al marco normativo de nuestras instalaciones. ¿Qué evaluamos? Procedimientos de trabajo; estado y tenencia de elementos de protección personal, de herramientas y de vehículos; y señalización de zonas de trabajo.

En 2014 realizamos **72** auditorías documentales, visamos **3.398** programas de seguridad de proveedores y realizamos **6.077** inspecciones al personal contratado.

8.4

Encuestas a proveedores

La encuesta de opinión a proveedores tuvo como objetivo general colaborar con la generación de vínculos sólidos con los proveedores del Grupo Telecom y la cadena de valor, a fin de relevar expectativas e implementar acciones de mejora.

Dado que proponemos la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un modelo de gestión que incorpore oportunidades de mejora para cada uno de los públicos, en beneficio de un mejor desempeño económico, social y ambiental, se realizó un relevamiento de “estado de situación de la gestión RSE en su público proveedor”.

Los objetivos específicos fueron:

- Conocer asignación de áreas y funciones vinculadas a las acciones de RSE dentro de cada organización.
- Observar cambios operados con relación al año anterior y evaluar el impacto de las acciones de concientización con proveedores impulsadas desde el Grupo Telecom.
- Conocer la importancia asignada a las acciones de RSE dentro de este público de interés.

Se realizó el estudio sobre 193 casos; en esta ocasión se priorizaron las Pequeñas y Medianas Empresas [las pymes]. La información fue relevada sobre un cuestionario estructurado integrado por 18 preguntas cerradas y 10 abiertas. Algunos de los principales resultados fueron los siguientes:

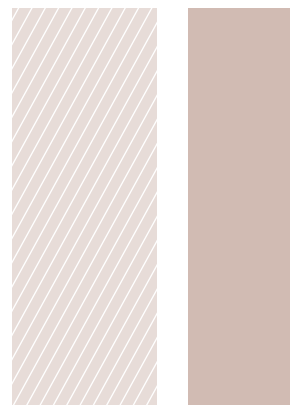
- La implementación de acciones de RSE creció con relación a las empresas encuestadas durante el año anterior. El 50% de las compañías consultadas reconocen realizar este tipo de acciones. Las empresas con casa matriz en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y provincia de

Buenos Aires son las que mayor relación tienen con gestión de RSE, así como también las que tienen más de mil empleados.

- Si bien las empresas con menos de 10 empleados son las que menos acciones de RSE implementan, su participación creció en el último año, de un 20% en 2013 a un 37% en 2014.
- El 79% de las empresas realiza acciones relacionadas con la categoría "Beneficios a los empleados". Dentro de estas medidas, se destaca, en primer lugar, la implementación de planes de capacitación [66%] y, en segundo lugar, el teletrabajo [23%].
- Al igual que en la medición de 2013, "el desarrollo de productos o servicios con fines sociales" es la acción de RSE menos practicada.
- El 84% de las empresas realiza prácticas de control de calidad sobre los productos que comercializa. En esta línea, el 97% de los encuestados evalúa de forma positiva los beneficios que la implementación del servicio del sistema de gestión de calidad aporta, o podría aportar, a la Compañía.

8.5

Taller de buenas prácticas y fortalecimiento de los proveedores



En el marco del programa de actividades con proveedores, realizamos dos talleres enfocados en las temáticas operaciones de instalación y mantenimiento de estructuras. En total, participaron 138 personas de 52 empresas.

Estos talleres contaron con la participación activa de las áreas Creación de Redes, Field Service, Operación de Redes [Dirección de Tecnología], Riesgo del Trabajo y Medioambien-

te, Operaciones de Capital Humano [Dirección de Capital Humano], Responsabilidad Social Empresaria [Dirección Comunicación y Medios], Desarrollo de Proveedores, Planificación Control y Reporting, y gerencias de Compras [Dirección de Abastecimiento]. También tuvieron el soporte de Servicios Jurídicos Contenciosos [Dirección Asuntos Jurídicos y Regulatorios].

Así, les mostramos a nuestros proveedores las nuevas técnicas de instalación de redes ópticas, sus ventajas y los planes vinculados con microtecnología. También insistimos en la importancia de la prevención y del uso de los elementos de protección personal en el trabajo, tanto en cámaras como en altura.

Todos los asistentes a los talleres realizaron una evaluación de satisfacción. Los resultados arrojaron un nivel muy alto de satisfacción respecto el contenido. Asimismo, los participantes destacaron la importancia de estas prácticas y el compromiso del Grupo Telecom con sus proveedores.



Organizadores y expositores del Taller a Proveedores. De izq. a der.: Sebastián A. Balcastro [Gcia. Ing. Acceso y Fibra Óptica], Fernando Cánepa [Gcia. RSE], Aldo Echazú [Gcia. Field Service, Región Bs. As. y Sur]; Damián A. De Pasquale [Gcia. Ing. Acceso y Fibra Óptica], Esteban Roni y Karin Vittola [Gcia. Desarrollo de Proveedores] y Mariela Yunes [Gcia. RSE]

¿Qué opinaron los participantes de los talleres?

“Me parecen interesantes los talleres, y por eso decidí participar. Sobre todo, para ver cuál era la nueva tecnología que llevará adelante Telecom y, con ella, mejorar a nuestra gente y brindarles mejor capacitación”.

“El aporte es fundamental. Hoy estamos ante un cambio de tecnología y necesitamos adaptar a nuestro personal. Es muy importante empezar a generar nuevos oficios, sobre todo trabajo en fibra”.

“Aporte importante para la Empresa y para sus operadores”.

“Sería bueno que estos cursos se realizaran con mayor frecuencia para que uno pudiera reforzar los conocimientos y no entrar en vicios”.

Nota: Todos los comentarios son de empresas de servicios de Ingeniería e Instalaciones con contratos generados por la Gerencia Compras de Telecomunicaciones e Infraestructura, perteneciente a la Dirección Abastecimiento.

El **94%** de los proveedores que participaron en nuestros talleres los calificaron como excelentes o muy buenos.



Aldo Echazú, de la Dirección de Tecnología, durante su exposición en el Taller a Proveedores

DIFUSIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIA ENTRE LOS PROVEEDORES

Los proveedores deben cumplir y hacer cumplir nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial según se establece en las Condiciones Generales de Compra de los pliegos de contratación.

La difusión del Código se realiza mediante nuestra web, en la sección para proveedores, y en las licitaciones publicadas. Los proveedores pueden acceder mediante un link y confirmar su lectura.

8.6 Compras inclusivas

Estamos trabajando para incorporar proveedores inclusivos o empresas sociales a nuestro circuito interno. Mientras tanto, durante 2014, áreas como la Dirección de Comunicación y Medios efectuaron compras a proveedores inclusivos o

a empresas sociales. Además, para la Red de Voluntarios se compraron bolsas de friselina a RedActivos [La Usina], y tazas y mates a la Fundación Los Naranjos.

¿QUERÉS LEER MÁS SOBRE NUESTRA GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES?

En el Reporte Complementario disponible en nuestra página web vas a poder encontrar información sobre:

- Análisis de riesgos de provisión.
- Certificación de procesos productivos.
- Digitalización de facturas.

Accedé a www.telecom.com.ar

8.7

¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?

DESAFÍOS 2014

Incrementar un 20% la población de proveedores a evaluar mediante el uso del Sistema Vendor Rate.

Sistematizar la utilización semestral de la encuesta de opinión de las áreas usuarias sobre el comportamiento de los proveedores con los que interactúa dicha área.

Avanzar en la implementación de la certificación de procesos productivos en equipos y placas utilizados en nuestra red e incursionar en la certificación de los servicios.

CUMPLIMIENTO 2014

En 2014 se evaluaron en Vendor Rate 337 firmas proveedoras, que representan el 93% del monto contratado sobre el ABC de proveedores [Mapa 2013].

Durante octubre y noviembre de 2014 se realizó un sondeo de opinión sobre los proveedores a los Gerentes Administradores de Contratos. El universo a considerar [marco muestral] fue sobre los 200 proveedores que se evaluaron en Vendor Rate al 30/09/2014. El tamaño de la muestra teórica fue de 60 empresas, que representan un nivel estadístico de confianza del 95% y un margen de error del 5% [valores considerados estándares para un sondeo de opinión público o privado].

A la fecha esta información no se encuentra consolidada debido a los cambios organizacionales de estructura.

En el aspecto de placas y equipos y accesorios de conexión, ya tenemos 743 materiales certificados, y se incorporaron nuevas empresas. Respecto a incursionar en la certificación de servicios, nos hemos abocado a la certificación local de terminales fijos, recreando en un nuevo modelo de seguimiento [leader case], que permitió cubrir en solo dos meses las necesidades anuales de este producto. Tomando como base esta nueva experiencia, seguiremos incursionando en la certificación de servicios.

DESAFÍOS 2014

Salud y seguridad: desarrollar talleres con proveedores para trabajar sobre normativas en trabajos especiales [Estructura Sostén Antena] y evaluar a torreros de las empresas prestadoras [personas que trabajan con las estructuras de las antenas y en las radiobases].

CUMPLIMIENTO 2014

En 2014 realizamos dos talleres:

- Las nuevas técnicas de instalación de redes ópticas, sus ventajas y las nuevas instalaciones de fibra con Microtecnología.
- Técnicas de mantenimiento e instalación en estructuras.

También continuamos reforzando la importancia de la prevención y de la utilización de los elementos de protección personal en el trabajo, tanto en cámaras como en altura. Todos los asistentes realizaron la evaluación de satisfacción del taller; los resultados arrojaron un nivel muy alto de satisfacción sobre el contenido. Se destacó la importancia de estas prácticas y el compromiso del Grupo Telecom con sus proveedores. Se sugirió la realización de futuros cursos y capacitaciones técnicas relacionadas con la nueva tecnología de instalación y el negocio. Se confirmaron 138 asistentes de 52 empresas, con un 72% de asistencia en todos los eventos.

¿QUÉ NOS PROPONEMOS A FUTURO?

- Que los proveedores tipo "A" 2014 se encuentren evaluados en Vendor Rate 2015. Los proveedores categoría "A" constituyen el TOP desde el punto de vista de gestión económica [adjudicada] a los proveedores. De esta manera, con pocos proveedores podemos tener bajo control el 80% de la operación de nuestra Compañía.
- Extender la evaluación del riesgo del proveedor a empresas extranjeras.
- Incorporar nuevas empresas a nuestro sistema de gestión de calidad por autovalidación, y acompañar a empresas con menor infraestructura, a título de consultoría, para que en un futuro puedan sumarse a este modelo de calidad.
- Continuar con éxito la gestión de control de proveedores mediante la modalidad de autovalidación, efectuando auditorías de control de gestión que garanticen la continuidad del modelo y la calidad de los productos entregados a nuestra red.



9. COMUNIDAD



¿CUÁLES SON LOS TEMAS MATERIALES MÁS IMPORTANTES EN LA RELACIÓN CON LA COMUNIDAD?



Reducción de la brecha digital y acceso a las telecomunicaciones.



Relaciones con la comunidad.

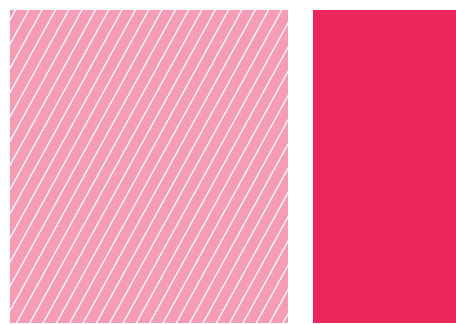


Protección de menores y uso responsable de las tecnologías.

Centros donde se han implementado programas de desarrollo: **84.**
Beneficiarios directos de proyectos de inclusión social con uso de TIC: **4.494.**

9.1

Matriz de Inversión Social Privada



En el Grupo Telecom somos conscientes del potencial que aportan las tecnologías al desarrollo de las personas. Es por eso que impulsamos el uso social de las tecnologías y la alfabetización digital para generar nuevas capacidades y favorecer el desarrollo humano. Nuestra meta: mejorar la calidad de vida de los argentinos.

Nuestra estrategia de inversión:

- Desarrollamos programas propios o a través de alianzas con socios estratégicos como ONG, municipios, Gobiernos, universidades y otras empresas.

- Somos socios tecnológicos y acompañamos las iniciativas de otros con nuestro *know how* y con el de nuestros colaboradores.
- Generamos conocimiento apoyando publicaciones, investigaciones, seminarios.
- Realizamos colaboraciones institucionales mediante donaciones, auspicios, eventos, cenas.

La cobertura geográfica de nuestras iniciativas es nacional, con prioridad en las provincias en las que desarrollamos nuestro negocio, es decir, en las del centro y el norte del país.

EDUCACIÓN & TIC

Innovamos en el uso de las tecnologías en el campo de la educación formal y de la no formal.

INCLUSIÓN & TIC

Generamos oportunidades de progreso a través de las TIC.

USO SOCIAL DE LAS TIC

Promovemos el uso social de aplicaciones, plataformas y tecnología móvil.

DESTINATARIOS DIRECTOS

Docentes de nivel primario y secundario, comunidad educativa en general vinculada al uso pedagógico de las TIC.

DESTINATARIOS DIRECTOS

Jóvenes en situación de vulnerabilidad, comunidad en general.

DESTINATARIOS DIRECTOS

Organizaciones sociales y comunidad en general.

INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA EN 2014

Iniciativa	Monto
Educación & TIC	898.006
Inclusión & TIC	518.450
Uso social de las TIC	398.800
Otras acciones con la comunidad ⁽¹⁾	930.438
Voluntariado ⁽²⁾	512.652
Otros gastos de RSE ⁽³⁾	2.921.300
Total Inversión Social Privada ⁽⁴⁾	6.179.646

(1) Acompañamientos institucionales y auspicios.

(2) Incluye el presupuesto de la Dirección de Comunicación y Medios, y de la Dirección de Capital Humano.

(3) Incluye gastos de publicidad y comunicación, compra de *merchandising*, investigaciones y viáticos.

(4) No incluye Núcleo (Paraguay).

9.2

Educación & TIC

Para incrementar las capacidades de uso pedagógico de las tecnologías y la alfabetización digital en instancias de educación formal y no formal, desarrollamos diferentes proyectos.

• Dispositivos Móviles en Educación (DiME)

Con foco en el uso de los dispositivos móviles como una de las prácticas más incorporadas a la vida cotidiana de niños y jóvenes, el Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba, Intel y el Grupo Telecom desarrollaron este proyecto piloto. Se trata de un espacio de trabajo que articula la enseñanza pedagógica escolar con las nuevas formas de producción del conocimiento y de acceso a este.

DiME busca desarrollar a los docentes en el aprendizaje basado en la integración de dispositivos móviles (*smartphones*, *2 en 1* y *netbooks*) con fines educativos. Esta iniciativa comenzó a mediados de 2013 y se desarrolló en cuatro escuelas primarias públicas de la provincia de Córdoba.

Como parte de la capacitación, los docentes y los alumnos trabajaron con programas o aplicaciones disponibles en los dispositivos tecnológicos, como Linoit, Google Goggles, Skitch, Google Maps, Google Earth, Google Drive, BrainPop, QrDroid, Icell, Woices, Intel Clasificación Visual, Office 2013, Windows 8. También



Dispositivos Móviles en Educación

utilizaron espacios de trabajo e intercambio, como Edmodo y E-ducative, Blogger. Con ellos pudieron abordar y ampliar de una manera más fluida e interactiva temas que ya eran parte de la currícula escolar.

Durante el transcurso de la experiencia, los participantes contaron con la capacitación, acompañamiento y seguimiento de los Docentes Formadores de la Red Provincial de Capacitación y Recursos TIC de la SEPLYCE del Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba.

Desde el inicio del proyecto, más de **80** docentes de las localidades de Córdoba, Bell Ville y Laboulaye recibieron capacitación. Además, los beneficiarios indirectos ascienden a más de **1.100** niños de escuelas primarias.

DiME 2014

Cantidad de docentes participantes (en actividades presenciales y virtuales)	69
Cantidad de facilitadores del Ministerio participantes	8
Cantidad de alumnos beneficiados	1.103
Cantidad de escuelas participantes	4

En el marco de este proyecto, el equipo de Investigación de la Facultad de Educación de la Universidad Católica de Córdoba llevó a cabo una investigación para buscar conclusiones y recomendaciones que sirvan como herramientas para la toma de decisiones en la gestión educativa en relación con el campo de formación "Educación y TIC" y en las políticas estatales y empresariales vinculadas con la RSE.

Este estudio se realizó como una estrategia para identificar, describir e interpretar las prácticas educativas de las escuelas donde se desarrolla esta experiencia. El documento final se dará a conocer a mediados del 2015.



El proyecto DIME se desarrolló en escuelas de Córdoba

• Senti2 Conecta2 con Sueñalettras

Por tercer año consecutivo, llevamos a cabo este proyecto destinado a las familias de niños sordos de entre 5 y 12 años, y a sus docentes, quienes utilizan material lúdico-didáctico para la enseñanza de la lengua escrita a partir de la Lengua de Señas Argentina (LSA). La propuesta incluye el *software* Sueñalettras versión Argentina, que se suma a un variado conjunto de recursos y herramientas multimedia.

En 2014, el proyecto incluyó la distribución gratuita de un kit para docentes de escuelas de educación especial en Salta, La Rioja y Chaco. En años anteriores, entregamos kits en Córdoba, Corrientes, Santa Fe, Misiones, Entre Ríos y Buenos Aires. Cada kit contiene un cuadernillo para el docente, fichas de trabajo para los alumnos, juegos de mesa para las familias y un CD con el programa Sueñalettras (desarrollado por el Centro de Desarrollo de Tecnologías de Inclusión de la Pontificia Universidad Católica de Chile), y otras herramientas multimedia. Este material complementa al sitio

www.senti2conecta2.com.ar, un espacio de producción y consulta para los docentes, y al Facebook Sueñalettras Argentina, www.facebook.com/suenaletras.argentina, que tiene más de 2000 amigos.

Asimismo, a los padres y a los familiares de los niños que concurren a las escuelas destinatarias, les ofrecimos material especial y el software del sitio [senti2conecta2.com.ar](http://www.senti2conecta2.com.ar) para involucrarlos aún más en la iniciativa. A los docentes que habían participado en el proyecto en años anteriores, en tanto, los invitamos a seguir participando en la propuesta: les pedimos que nos enviaran comentarios a través de Facebook, o producciones realizadas en clase.

Senti2 Conecta2 con Sueñalettras es un excelente ejemplo de articulación entre el sector público y el privado. En cada provincia, la difusión de las jornadas de capacitación para docentes y la convocatoria a estas se realizó a través del área de Educación Especial de los Ministerios de Educación provincial o del equipo de Educación Especial de Programa Conectar Igualdad.



Durante 2014, "Senti2 Conecta2 con Sueñalettras" se desarrolló en escuelas de Salta, La Rioja y Chaco

Los kits fueron entregados en una ecobolsa confeccionada por RedActivos de La Usina, una iniciativa de comercialización y distribución de productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad.

Senti2 Conecta2 con SueñaLetras en 2014

- Distribuimos 100 kits en 39 escuelas de educación especial.
- Participaron 117 docentes.
- Beneficiamos en forma directa a 1.190 alumnos.
- De la mano de profesionales expertos, ofrecimos jornadas de capacitación para que los docentes se familiarizaran con el software y se transformaran en divulgadores y en multiplicadores de la herramienta.

SUEÑALETTRAS

	2012	2013	2014	Acumulado
Cantidad de docentes participantes	182	193	117	492
Cantidad de escuelas participantes	41	105	39	185
Cantidad de alumnos participantes	2.100	2.895	1.190	6.185
Cantidad de docentes que participaron en capacitaciones presenciales	97	122	114	333
Cantidad de visitas al sitio web ⁽¹⁾	1.433	1.876	30.695	34.004
Cantidad de amigos en la página de Facebook	-	1.607	2.000	2.000

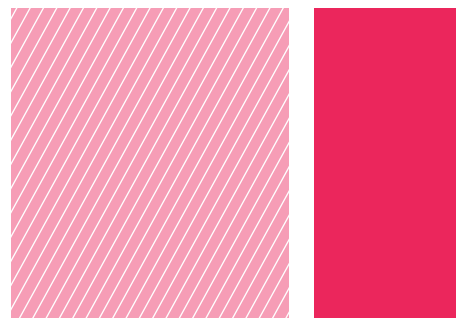
(1) El aumento de visitas entre 2013 y 2014 es consecuencia de la repercusión que tuvo una campaña de comunicación que realizamos, y de la mayor participación de los chicos y sus familias.



Durante 2014, "Senti2 Conecta2 con SueñaLetras" se desarrolló en escuelas de Salta, La Rioja y Chaco

9.3

Inclusión & TIC



Implementamos proyectos para facilitar la inclusión social de poblaciones vulnerables y potenciamos el uso de las tecnologías como herramientas para favorecer el desarrollo humano.

• Aula móvil: Educando sobre Ruedas

Durante 2014 continuamos con este programa de capacitación gratuita en informática básica y en Internet para los habitantes de comunidades más alejadas o vulnerables. Acompañamos esta iniciativa que apunta a la integración de las nuevas tecnologías como herramientas de desarrollo personal y de mejora de la calidad de vida de las personas. Además, mantuvimos nuestra alianza con Fundación Educando y llevamos el Aula Móvil a nuevas localidades del país: Juan José Castelli [Chaco] y Añatuya [Santiago del Estero].

Desde marzo de 2014, junto a la empresa Burgwardt & Cía., el Aula Móvil funcionó en el Colegio Pío XII, en Castelli, Chaco. Durante casi cinco meses, y a través de 54 cursos, capacitamos a 541 personas, quienes recibieron su certificado. Entre ellos, 123 diplomas fueron para los alumnos de la Escuela Secundaria N° 122, del barrio La Unión, quienes recibieron capacitación en nuevas tecnologías. En esa escuela, además, instalamos un gabinete portátil de informática, con el que desarrollamos con éxito los cursos de operador de PC. En agosto, el Aula emprendió un nuevo viaje para visitar la ciudad de Añatuya, Santiago del Estero, con el Obispado de Añatuya como aliado. En esta oportunidad, ofrecimos capacitación en la Escuela de Capacitación Laboral San Vicente de Paul, con 60 cursos de 24 horas cada uno. La recepción local fue excelente, y 638 personas recibieron sus certificados.



El Aula Móvil es un moderno semirremolque equipado con todos los recursos informáticos, multimedia y didácticos necesarios para el dictado de cursos sobre herramientas básicas de Windows, Office e Internet. Cuenta con 16 computadoras en red. Recorre distintas localidades del noroeste y nordeste argentino ofreciendo cursos de cuatro meses dirigidos especialmente a adultos mayores, docentes, y a la comunidad en general.

En cinco años, ha brindado capacitaciones en las localidades de Salvador Mazza, Orán, y Embarcación, en Salta; Wanda, en Misiones; Banda de Río Salí y San Miguel de Tucumán, en Tucumán; Castelli, en Chaco; y Añatuya, en Santiago del Estero.



AULA MÓVIL

	2013	2014
Participantes	1.307	1.950
Cantidad de cursos	108	111
Horas cursadas	2.592	2.664
Beneficiarios indirectos	11.745	12.654



• Universidad de la Puna

Acompañamos por tercer año consecutivo al Centro de Aprendizaje Universitario [CAU] Warmi Huasi Yachana de Abrapampa, que abre sus puertas en plena Puna jujeña gracias a nuestro servicio de banda ancha.

Este Centro Universitario se creó junto a la Asociación Civil Warmi Sayasjunco (Mujeres Emprendedoras). Allí se dictan carreras de pregrado y grado, habilitadas por el Ministerio de Educación de la Nación, enmarcadas bajo el formato de las modalidades de educación a distancia-distribuida (el alumno asiste al CAU solo una vez por semana). El Centro Warmi Huasi Yachana (Casa de Aprendizaje Warmi) es la primera universidad de la Puna jujeña. Allí, un grupo de alumnos pueden ac-

ceder por primera vez a formación universitaria sin necesidad de abandonar su lugar de origen, sus afectos y su cultura. En 2012 extendimos la fibra óptica que conectó al centro y brindó Internet de alta velocidad para que los alumnos pudieran estudiar bajo una modalidad mixta virtual-presencial, con el respaldo académico de la Universidad Siglo 21. Este acompañamiento nos permite ser socios tecnológicos de una iniciativa innovadora que constituye un hito histórico en la región.

Los 32 alumnos que cursan sus estudios en la Universidad tuvieron un muy buen desempeño académico durante 2014. Las carreras que se dictan son las de Contador Público, Administración de Empresas, Ciencias Agrarias, Abogacía, y recientemente se agregaron la Licenciatura en Educación y la Tecnicatura en Higiene y Seguridad.

9.4

Uso social de las TIC

Promovemos el uso social de aplicaciones, plataformas y tecnología de comunicaciones mediante diferentes proyectos.

• TIC 3.0 Tecnología para el Cambio Social

Este proyecto es el resultado de una alianza entre el Grupo Telecom y Wingu, que surgió en 2013 a partir de una convicción compartida: impulsar acciones que potenciaran el uso de la tecnología para el cambio social. Su objetivo es fomentar el conocimiento compartido y contribuir para que las organizaciones sociales ingresen al mundo tecnológico y capitalicen sus recursos en favor de su gestión.

Estamos convencidos de que la tecnología ayuda a las organizaciones sociales a acortar la brecha digital y a potenciar su labor de cara a la sociedad.

En 2014:

Mejoramos la usabilidad, los procesos y la estética del sitio Comunidad Wingu (<http://comunidad.winguweb.org/>). En 2013 pusimos en marcha la primera plataforma online colaborativa dirigida a organizaciones de la sociedad civil de América Latina. Se trata de un espacio abierto y gratuito que permite compartir y generar conocimiento sobre tecnología a través de la web. Durante 2014, hubo alrededor de 4.900 visitas al sitio Comunidad Wingu.

Asesoramos a organizaciones sociales sobre las posibilidades que ofrecen las TIC para mejorar su gestión. Así, capacitamos a través de reuniones presenciales o virtuales a Argentina Narrada, Asociación Civil Grupo Puentes, Asociación Civil Haciendo Norte, Asociación Cristiana de Jóvenes/YMCA, Centro Argentino de Teatro Ciego, Cruzada Argentina, Detrás de Todo para la inclusión social, EDNA (Equipo

Diocesano de Niñez y Adolescencia), Educar y Crecer, Fundación Banco de Alimentos, Fundación Corazón de Rosa, Fundación Lowe, Fundación Poleas, La Vereda, Norte Sustentable, OAJNU (Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas), Recitativo-Asociación Civil, Salud sin Daño y Sembrando Sueños. En total, brindamos 239 horas de asesoría en donación online, web, redes sociales y campaña online, entre otros temas, en Chaco, Córdoba, Salta, Santa Fe, Corrientes, Mendoza, San Juan, Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires.

Por otra parte, potenciamos las estrategias de comunicación online de siete finalistas del Premio Abanderados de la Argentina Solidaria 2014: Brincar Autismo Feliz, Cooperativa El Corre Camino, Fundación Elegir Sonreír, Fundación Hope, FUNDANOA (Fundación Oftalmológica del NOA), Hospice Buen Samaritano, Instituto Jorge Elías y Próximo Agencia Escuela.

33 organizaciones participaron del asesoramiento tecnológico.

299 horas de asesoramiento tecnológico.

• Fundación Pescar: Desarrollo de Plataforma SIRVE (Sistema Integrado de Relevamiento Virtual y Estadístico)

Durante 2012 y 2013, trabajamos en el desarrollo e implementación de una aplicación web y móvil para mejorar y modernizar los canales de comunicación entre los involucrados en las acciones de la Fundación Pescar. La adopción de dicha plataforma por parte de los tutores de Pescar fue muy satisfactoria, además de considerarla una ventaja y una ayuda para simplificar tareas, agilizar tiempos y mejorar la

realización de informes, reportes estadísticos, etcétera.

Por ello en 2014 nos propusimos capitalizar este desarrollo para que pueda ser utilizado por otras organizaciones de la comunidad. Así surgió SIRVE (Sistema Integrado de Relevamiento Virtual y Estadístico), cuyo objetivo es mejorar la gestión de datos de las organizaciones sociales a través de una plataforma informática, que permitirá relevar los datos en el campo de trabajo por personal de la organización mediante dispositivos móviles que utilicen la plataforma Android y/o a través de computadoras, y podrán ser consultados y/o actualizados desde computadoras, celulares y tablets.



SIRVE
DATOS EN ACCIÓN

• Mapa georreferencial de la inversión social privada

Concebido con el apoyo de Fundación Danone, Banco Galicia, Fundación IRSA, Grupo Telecom y Fundación YPF, este Mapa busca generar mayor conocimiento entre las entidades donantes, contribuir con la difusión de la acción que realiza el sector privado en materia de inversión social, orientar la gestión y la estrategia de las organizaciones con información del conjunto, facilitar el conocimiento para potenciar alianzas y guiar a la sociedad civil en la búsqueda de financiamiento y en el acercamiento a programas de inversión social.

9.5

Difusión tecnológica

Con la intención de compartir conocimiento sobre las tecnologías y las telecomunicaciones, nuestros empleados, expertos en diversos temas, participaron como expositores en distintas entidades educativas. También recibimos a alumnos en nuestras instalaciones y les ofrecimos charlas y visitas guiadas:

- Estudiantes de la carrera de Telecomunicaciones de la Universidad Católica de Salta: visita coordinada por el área Field Service Región Noroeste Andina.
- Alumnos del Instituto Provincial de Educación Técnica N° 50 Ing. Emilio F. Olmos y alumnos del Instituto Provin-

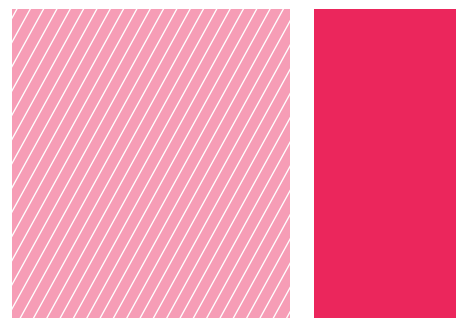
cial de Educación Técnica N° 264 Teodoro Asteggiano: visita al edificio de la ciudad de San Francisco, en Córdoba.

- Alumnos del IPET N° 250 Dr. Juan Biale Massé y alumnos del Instituto Superior del Profesorado Tecnológico: visita al edificio de Telecom de Alvear 66, en Córdoba.

Además, representantes del área Field Service Región Noroeste Andina se presentaron en las Jornadas TECOM 2014, que organiza anualmente el laboratorio de Comunicaciones del Departamento de Ingeniería Electrónica de la UTN-Facultad Regional Córdoba.

9.6

Diálogo con la comunidad



Recibimos pedidos, comentarios y sugerencias a través de los siguientes canales:

- Sitio web www.telecom.com.ar/rse, donde hay un formulario de consultas.
- E-mail rse@ta.telecom.com.ar, de lectura permanente.
- Correo postal: sobres dirigidos a la Gerencia de RSE con domicilio en Alicia Moreau de Justo 50, C1007AAB, Capital Federal.

- Youtube [GrupoTelecom], en el que difundimos videos sobre nuestra gestión.

Todos los mensajes y pedidos que recibimos son respondidos y gestionados por el equipo de la Gerencia de RSE. Además, informamos nuestros objetivos y programas, y compartimos nuestro reporte de rendición de cuentas anual en nuestra web. Los comentarios nos ayudan a enriquecer la gestión; por eso valoramos mucho ese intercambio.

SISTEMATIZACIÓN DE LOS PEDIDOS DE COLABORACIÓN COMUNITARIA

	2014
Cantidad total de requerimientos recibidos	196
Propuestas por tipo de organización	
Propuestas de OSFL (Organización Social sin fines de Lucro)	122
Propuestas de empresas	36
Propuestas de Gobierno	8
Propuestas del ámbito educativo	20
Propuesta de medios ⁽¹⁾	7
Propuesta de particulares	3
Propuestas según su estado	
Pedidos aceptados	36
Pedidos denegados ⁽²⁾	137
Pedidos <i>stand by</i>	8
Pedidos cerrados ⁽³⁾	15

(1) Se contabilizan propuestas y eventos organizados por medios de comunicación, independientemente de los pedidos de pauta e información.

(2) Los pedidos son denegados cuando no están relacionados con el foco de nuestro aporte.

(3) Corresponden a aquellos requerimientos que son derivados a otras áreas de la Compañía o a otras organizaciones por exceder el alcance de la Gerencia de RSE.

DONACIÓN DE EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO

	Cantidad
PC completa (CPU, monitor, teclado y mouse)	129
Impresoras	1
Notebooks	5
Total	135

NORTE SUSTENTABLE

Somos miembros activos del grupo Norte Sustentable, el primer nodo de RSE de la provincia de Salta, que en 2014 llevó adelante #SustentableMente junto con la Universidad Católica de Salta. El evento contó con la participación de más de 200 alumnos de los últimos años de las carreras de la universidad, emprendedores sociales locales, empresas miembros que mostraron sus acciones de RSE y Rosario Quispe, de la Asociación Warmi de Jujuy, como invitada especial.

¿QUERÉS LEER MÁS SOBRE NUESTRA GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON LA COMUNIDAD?

En el Reporte Complementario disponible en nuestra página web vas a poder ver información sobre:

- Acciones de mecenazgo en Buenos Aires y Chaco.
- Aliados en el trabajo con la comunidad.
- Red de voluntarios.
- Acciones de Núcleo en Paraguay.

Accedé a www.telecom.com.ar

9.7

¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?

DESAFÍOS 2014

Generar ideas de negocios con valor social.

CUMPLIMIENTO 2014

Continuamos desarrollando iniciativas que vinculen el uso social y educativo del móvil, y que nos permitan a futuro agregar valor social a nuestros servicios. Un ejemplo es la finalización de la experiencia piloto Di.M.E (Dispositivos Móviles en Educación) en la provincia de Córdoba, iniciativa que busca potenciar el uso educativo de las tecnologías móviles en el ámbito escolar.

DESAFÍOS 2014

Generar, junto con organizaciones especializadas, el desarrollo de plataformas tecnológicas que fomenten espacios colaborativos, acompañen la gestión interna de las organizaciones sin fines de lucro e impulsen nuevas modalidades de generación de proyectos inclusivos.

Optimizar nuestro modelo de diseño y evaluación de proyectos de inversión social para que permita sistematizar, monitorear y evaluar el impacto de nuestra inversión a través de indicadores transversales.

CUMPLIMIENTO 2014

Desarrollamos S.I.R.V.E (Sistema Integrado de Relevamiento Virtual y Estadístico), una plataforma móvil para dispositivos Android, que permite recolectar información en campo, que es almacenada directamente en la base de datos de la institución central. Además, se relanzó el sitio Comunidad WINGU con nuevos servicios a las organizaciones sociales.

Este año avanzamos en el armado de un plan transversal de evaluación de impacto y seguimiento de proyectos.

¿QUÉ NOS PROPONEMOS A FUTURO?

- Realizar el lanzamiento de un proyecto de RSE de escala, relacionado con nuestra actividad empresarial.
- Hacer mayor sinergia con las áreas comerciales para implementar acciones con valor social.
- Optimizar un modelo de diseño y evaluación de proyectos, que nos permita evaluar el impacto de nuestra inversión en la comunidad.



10. MEDIOAMBIENTE



¿CUÁLES SON LOS TEMAS MATERIALES MÁS IMPORTANTES EN LA RELACIÓN CON EL MEDIOAMBIENTE?



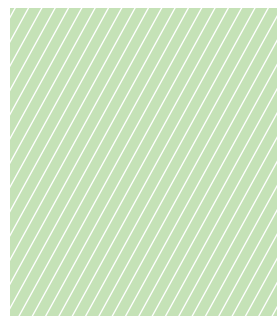
Uso de materiales y residuos electrónicos.



Impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad.

10.1

Compromiso con la gestión ambiental



Estamos convencidos de que el respeto por el medioambiente y la eficiencia energética son pilares fundamentales de la sustentabilidad. Esta es la razón por la que nos comprometemos a gestionar el negocio optimizando los recursos y administrando los materiales en forma responsable. A su vez, buscamos ofrecer soluciones tecnológicas en beneficio del medioambiente y de los recursos no renovables, propiciando además que la comunidad también actúe a favor del entorno.

Es así como gestionamos nuestro negocio enfocados en los siguientes objetivos estratégicos ambientales:

- Optimizar el uso de los recursos energéticos y otros recursos naturales.
- Minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos.
- Perseguir la mejora continua del desempeño ambiental.

- Adoptar políticas de compra que tomen en consideración las cuestiones ambientales.
- Diseminar una cultura que promueva un correcto enfoque de los temas ambientales.

CERTIFICACIONES

El Sistema de Gestión de Calidad [SGC] de la red móvil de Telecom Personal, mantuvo la certificación de acuerdo a los requerimientos de la norma ISO 9001:2008. En este marco, impartimos un total de 19 cursos a 238 colaboradores alcanzados por el perímetro certificado del SGC. Además, el SGC recibió durante el año 4 auditorías internas y, en cuanto a las auditorías externas, en el primer trimestre de 2015 se continuará la recertificación del SGC en la norma ISO 9001:2008.

10.2

Funcionamiento de la red de telefonía



Impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad

Antenas y Radiaciones No Ionizantes (RNI)

El sistema de comunicación móvil funciona gracias a las antenas que envían y reciben señales conectando los teléfonos celulares desde las antenas más cercanas o hacia estas. Estas antenas deben estar instaladas precisamente donde están los usuarios, es decir, donde se producen las comunicaciones.

El sistema de telefonía móvil, como todo sistema inalámbrico, utiliza la transmisión de ondas de radio, que posibilita la comunicación entre los usuarios distantes. Esa transmisión inalámbrica es posible gracias al fenómeno físico natural conocido como “campos electromagnéticos”. Las ondas electromagnéticas se propagan en el aire, y se atenúan muy rápidamente. La transmisión de energía en forma de ondas electromagnéticas a través del aire se denomina “radiación” o “emisión”. Las emisiones electromagnéticas pueden ser de 2 tipos según su frecuencia:

- Emisiones ionizantes: de alta frecuencia, como los rayos x.
- Emisiones no ionizantes: de baja frecuencia, como las empleadas por el sistema de telefonía móvil.

La telefonía móvil cumple con una rigurosa observación de los límites de exposición a las emisiones radioeléctricas. En la Argentina, las resoluciones del Ministerio de Salud y de la

Comisión Nacional de Comunicaciones establecen valores máximos de emisión. En Telecom Personal, dichas emisiones se encuentran muy por debajo del máximo estipulado por las normas nacionales, las cuales se encuentran en sintonía con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.

- Resolución MSyAS N° 202/95: Estándar Nacional de seguridad para la exposición de Radiaciones No Ionizantes (RNI).
- Resolución SC 530/00: Dispone la aplicación obligatoria para todos los sistemas de telecomunicaciones de la Resolución 202/95.
- Resolución CNC 3690/04: Establece que los titulares de estaciones radioeléctricas deberán presentar declaraciones juradas con las mediciones de las emisiones radioeléctricas de las antenas.

En 2014 la SECOM creó el Sistema Nacional de Monitoreo de las Radiaciones No Ionizantes (SiNaM) por Resolución 11/2014, que tendrá como objetivos la medición de las emisiones electromagnéticas, el cumplimiento del Estándar Nacional de Seguridad para la exposición a radiofrecuencias, la articulación de políticas entre los actores involucrados y su adecuada comunicación. Además, este organismo creó el Grupo de Trabajo para el Control Popular de las Radiaciones, para articular estrategias y para realizar recomendaciones.

En el Grupo Telecom, todas las mediciones de RNI se

realizan teniendo en cuenta un procedimiento interno en el que se especifica cada uno de los puntos que deben considerarse al momento de la realización y entrega del respectivo informe. Esto incluye todas aquellas mejoras realizadas al momento de certificar ISO 9001 e ISO 14001. A su vez, está en ejecución un plan de acción en el que se

detallan indicadores de avance, a fin de hacer más eficientes las mediciones del 100% de los sitios.

La Compañía realiza, de modo habitual y periódico, mediciones de RNI en sus sitios, de modo tal de alinear sus procedimientos con la normativa vigente en la materia.

¿QUÉ ES UNA RADIACIÓN NO IONIZANTE (RNI)?

Las Radiaciones No Ionizantes (RNI) son las radiaciones electromagnéticas que no tienen la energía suficiente para ionizar la materia y por lo tanto no pueden afectar el estado natural de los tejidos vivos. Constituyen, en general, la parte del espectro electromagnético cuya energía fotónica es demasiado débil para romper enlaces atómicos; entre aquellas cabe citar la radiación ultravioleta, la luz visible, la radiación infrarroja, los campos de radiofrecuencias y microondas, y los campos de frecuencias extremadamente bajas. Las RNI pueden provenir de la naturaleza [el Sol es la mayor fuente de radiación], o de servicios y sistemas radioeléctricos de uso civil y militar, tales como la radio, TV, Internet, telefonía fija y móvil o celular, radioaficionados, así como los sistemas de seguridad de las Fuerzas Armadas, aeropuertos, radares, policía, bomberos, salud, alarmas, rastreo satelital, etc. En orden de magnitud, los servicios de radiodifusión [AM, FM y TV], por sus características técnicas, de cobertura y su antigüedad en el mercado, son los que irradian mayor potencia. Les siguen artefactos tales como los hornos a microondas, monitores de PC, tubos fluorescentes, etc. Sin embargo, todos se encuentran dentro de los límites máximos de exposición humana a las Ondas Electromagnéticas establecidos por la normativa vigente en la República Argentina, a través del Ministerio de Salud y Acción Social de la Nación. Es importante destacar que las ondas radioeléctricas, que emiten Radiaciones No Ionizantes, aun cuando sean de alta intensidad de potencia, no pueden causar ionización en un sistema biológico, es decir que no pueden alterar su estructura molecular ni celular.

El marco normativo argentino sobre los niveles de la Máxima Exposición Poblacional [MEP] a las RNI está basado en las últimas recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud [OMS], que a su vez se basan en los estudios de la Comisión Internacional para la Protección contra las Radiaciones No Ionizantes [ICNIRP]. En particular, con respecto a la telefonía celular, la información científica producida hasta el momento por la ICNIRP no indica la necesidad de precauciones que se deban sumar a las recomendaciones de la OMS para el uso de teléfonos móviles, o la instalación de las antenas que permiten dar cobertura a este servicio radioeléctrico.

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

Para más información ingresar en

http://www.cnc.gob.ar/radiaciones-no-ionizantes_p119



¿Cómo funciona la red de telefonía celular?

El sistema funciona gracias a las antenas que envían y reciben señales conectando a los dispositivos móviles desde o hacia las antenas más cercanas.

PASO A PASO

1 Comunicación

Al realizar una llamada, mandar un mensaje o usar Internet móvil los teléfonos celulares emiten ondas de radiaciones no ionizantes, que son interceptadas por las antenas receptoras.

2 Antenas y estaciones base

Las antenas reciben y luego envían la información a las estaciones base o las transforman para transferirlas a los nodos que controlan la comunicación.

3 Nodos de control

Los nodos reciben toda la información, la ordenan y envían a la antena más cercana al usuario que va a recibir la comunicación.

4 Antenas y estaciones base

La antena receptora recibe la información y la transmite al usuario.

5 El usuario recibe la llamada.

Movimiento del usuario

Mientras el usuario se traslada al hablar, mensajear o usar Internet móvil, la red debe ser capaz de pasar la comunicación de una antena a otra sin que el usuario perciba interrupciones por la transferencia.

LA RED CELULAR

a Las ciudades están divididas en sistemas de **células hexagonales**.

b En el centro de cada célula hay una **antena** receptora-transmisora.

c Cada antena brinda servicio en la zona que la rodea.

d El conjunto de estas células componen la **red de telefonía celular**.

e Para tener **cobertura** (señal) es necesario que exista una antena próxima al teléfono celular.

El tamaño de la célula depende de la densidad de usuarios. Si el número rebasa la capacidad de una célula es necesario dividirla en células más pequeñas.

LA RED DE ANTENAS

Los servicios móviles están conectados por una red de antenas:



El radio de cobertura de cada antena

Es limitado, dependiendo de los obstáculos que las ondas encuentren en su camino.

De **250 metros** en las ciudades a los **5 km** en el campo abierto.

El crecimiento de usuarios

A fin de atender con calidad los crecientes volúmenes de tráfico generados por la expansión de la base de clientes y la evolución de los servicios móviles es necesario extender el despliegue de antenas para la ampliación de capacidad y adecuación de la cobertura.

Las redes móviles están diseñadas para cumplir con límites de seguridad

Las antenas y los teléfonos móviles utilizan señales de radio de baja potencia.

Las comunicaciones cumplen con los límites establecidos por el Ministerio de Salud de La Nación [Resolución MSyAS 202/95], desarrollados por la Comisión Internacional sobre Protección Frente a Radiaciones No Ionizantes (ICNIRP).

Estructuras sostén de antenas

Nuestras redes de telefonía fija y móvil cuentan con 4.202 estructuras de sostén de antenas, sobre las que realizamos tareas de mantenimiento, para asegurarnos de que se encuentren en correcto estado. Realizamos dos tipos de mantenimiento: periódico o preventivo, que consiste en observar el estado general de la estructura para realizar

informes y para implementar tareas de mantenimiento; y correctivo, por medio del cual reparamos o cambiamos los elementos defectuosos según los resultados de los informes efectuados. El mantenimiento de las estructuras nos permite gestionar los riesgos sociales y ambientales, y prevenir accidentes que puedan impactar negativamente sobre la comunidad y su entorno.

MANTENIMIENTO DE ESTRUCTURAS DE SOSTÉN DE ANTENAS EN 2014

	Cantidad de intervenciones	Costo total (pesos)
Mantenimiento periódico	1.358	3.413.167
Mantenimiento correctivo	170	6.755.612

10.3

Consumo de materiales y gestión de residuos



Uso de materiales y residuos electrónicos

Desde noviembre nos encontramos en proceso de implementación de la recolección diferenciada de residuos en 9 edificios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se eliminaron los cestos individuales, y en su lugar se colocaron varias islas de reciclado por piso, con 3 contenedores cada una: uno azul para papel y cartón, uno negro para residuos orgánicos, y uno verde para materiales reciclables.

El papel y el cartón continúan destinándose a la Fundación Garrahan; los residuos húmedos se envían al relleno sanitario del CEAMSE, y los residuos secos o reciclables son recuperados para ser reutilizados o reciclados, y así convertirse en recursos genuinos que vuelven al circuito productivo. Esta campaña se enmarca dentro de la Ley 1.854 de la Ciudad de

Buenos Aires, que promueve la reducción progresiva de la disposición final de los residuos sólidos urbanos.

Reciclado de papel

En relación con la campaña de reciclado de papel y plástico a beneficio de la Fundación Hospital de Pediatría Profesor Dr. Juan Garrahan, en 2014 recolectamos y donamos 71.736 kg de papel y 241 kg de tapas plásticas. Somos una de las organizaciones que más aporta a esta iniciativa en el país, cuyos fondos se destinan al mantenimiento de la Casa Garrahan, a la compra de equipamiento de avanzada, y a la capacitación de médicos y de enfermeras, entre otras actividades. Además, en 2014 comenzamos con la campaña de recolección

de llaves de bronce en todo el país, también a beneficio del Garrahan.

En la ciudad de Córdoba, recolectamos 7.540 kg de papel a beneficio de la Fundación Familia, una organización que trabaja por la defensa y difusión de los valores de la familia en alianza con una red de más de 60 organizaciones de la ciudad.

Además, en el marco del Programa Recuperadores Urbanos, dependiente de la Municipalidad de Río Cuarto, participamos del programa de reciclado de papel que tiene como objetivo facilitar la inclusión social de familias en situación de calle, donde se recaudaron 5.105 kg. Los fondos recaudados por la comercialización del papel fueron destinados de modo directo a las familias participantes.

Continuamos también con la colecta de papel en Salta. En 2014, lo recolectado fue en beneficio de la Fundación CEOS-SOL, dentro del Programa Cuidado y Protección del Medio Ambiente - Campaña de Papel: "Demos una mano de corazón". La organización trabaja desde hace 16 años en Salta, abordando temáticas relacionadas con la salud y con el medioambiente. En 2014, donamos 2.132 kg a dicha institución.

Tratamiento de tóners

El proveedor Lexmark tiene un programa de recolección de cartuchos en todo el mundo. En función de una política de aprovechamiento de insumos que procura la mayor reutilización de los mismos, Lexmark, recibe los materiales utilizados por el Grupo Telecom a través del transporte realizado por Andreani Logística, para su análisis y posterior clasificación. Este Programa ofrece diversos métodos para su devolución, tanto en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como en el resto del país. Una vez recolectados todos aquellos cartuchos que no tienen posibilidad de reutilización, estos son categorizados como residuos y tratados en una planta de termodestrucción.

Proyecto IT verde

Se continuó trabajando en este proyecto que busca reducir el total de impresiones en papel. Con la utilización de hojas doble faz se generó un ahorro equivalente a 19.404 resmas de papel. Así, se preservaron 2.425 árboles en el año.

GESTIÓN DE RESIDUOS

PAPEL	2012	2013	2014
Consumo de papel no reciclado para uso comercial (kg)	2.288.732	2.153.213	1.013.430
Facturación (Telecom Argentina y Telecom Personal)	1.203.982	1.149.353	1.013.430
Folletería Comercial ^(a)	1.084.750	1.003.860	0
Consumo de papel no reciclado para uso de oficina (kg) ^{(b) (c)}	142.904	13.245	13.200
Consumo de papel FSC/FCA (kg) ^(d)	256.125	487.892	475.412
Consumo FSC/FCA sobre el total de papel consumido (%)	9,53%	18,38%	31,65%
Total papel reciclado (kg) ^{(d) (e)}	57.717	239.680	91.672
Cantidad de árboles preservados (unidades) ^(f)	981	8.109	1.558
TAPAS PLÁSTICAS			
Tapas plásticas recolectadas (kg)	308	326	241
TÓNER			
Tóners recolectados (unidades)	1.268	2.096	1.440
Tóners recolectados (kg)	284	2.090	1.728

(a) El valor 2014 es igual a 0 porque para folletería comercial se dejó de utilizar papel común y se reemplazó por papel FCA.

(b) El indicador es calculado a partir del papel comprado para uso de oficina, que no es necesariamente el consumido.

(c) Alcance Argentina y Núcleo (Paraguay).

(d) Alcance Argentina.

(e) Alcance: AMBA, Córdoba y Salta. En 2013 se envió a reciclar material de archivo en desuso.

(f) Este valor se calcula sobre la cantidad de papel reciclado. 1tn de papel equivale a 17 árboles medianos.

10.4

Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso



Uso de materiales y residuos electrónicos

Las baterías de celulares son un elemento que, alcanzado el fin de su vida útil y sin tratamiento responsable, pueden ser contaminantes. Por este motivo, desde octubre de 2009, comenzamos a trabajar en un Plan de Reciclado de Baterías de celulares en desuso. Instalamos urnas destinadas exclusivamente para este propósito; de este modo concientizamos e incentivamos a nuestros clientes y empleados a depositar allí las baterías para su posterior reciclado.

Esta iniciativa voluntaria se lleva a cabo en el marco de la campaña “Conciencia Celular”, incentivando a la población a disponer de las baterías en desuso de una manera adecuada para el cuidado del medioambiente.

Como parte del plan de reciclado de baterías, existen urnas fijas en las oficinas comerciales de la Ciudad de Buenos Ai-

res, en edificios de Grandes Clientes y en el Municipio de Vicente López [a pedido de este último]. Además la campaña funciona en eventos como el Personal Fest.

Las baterías recolectadas son retiradas por una empresa especializada en el reciclado de residuos electrónicos, que las acopia de manera responsable y segura hasta el momento del envío a la planta de reciclado en el exterior. Allí, todo el material es separado y reprocesado para obtener una nueva materia prima de cada componente. El nivel de recupero de los metales que se alcanza es alto y con un nivel de contaminación cero gracias a sistemas de captura y abatimiento de emisiones

PLAN DE RECICLADO DE BATERÍAS	2012	2013	2014
Cantidad de baterías recolectadas y tratadas (unidades)	22.609	10.986	13.855
Celulares enviados a reciclar (kg)	10.604	4.331,5 ⁽¹⁾	3.736,5
Peso de material recolectado (kg) ⁽²⁾	11.395	4.716	4.221,4

(1) Este valor ha sido recalculado y corregido; por eso difiere del publicado en el Reporte 2013.

(2) Incluye baterías recolectadas y equipos enviados a reciclar.

¿QUERÉS LEER MÁS SOBRE NUESTRA GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL MEDIOAMBIENTE?

En el Reporte Complementario disponible en nuestra página web vas a poder encontrar información sobre:

- Estrategias y acciones para la eficiencia energética.
- Emisiones de gases de efecto invernadero.
- Consumo de agua.
- Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental.

Accedé a www.telecom.com.ar

10.5

¿Qué nos propusimos y cómo lo cumplimos?

DESAFÍOS 2014

Entrenar en sensibilización ambiental utilizando la modalidad *e-learning*.

Seguir fomentando el consumo de papel FSC o FCA.
Objetivo: 350 toneladas.

Mantener el nivel de consumo de energía acorde al volumen consumido en 2013 de 379,1 GWh.

CUMPLIMIENTO 2014

Desarrollamos dentro de la plataforma de la Universidad Telecom / Campus Virtual, la herramienta que permite entrenar a los colaboradores en "Conciencia Ambiental", utilizando la modalidad *e-learning*. 1.744 personas participaron de este tipo de formación.

Continuamos con la compra de FSC y/o FCA para uso comercial y de oficina, en reemplazo del papel común.

Gracias a las acciones de eficiencia energética se pudieron absorber los crecimientos de consumo propios de la expansión del negocio como ampliación de redes fijas y móviles y apertura de nuevas oficinas comerciales.

¿QUÉ NOS PROPONEMOS A FUTURO?

- Promover la conciencia de reciclado en los colaboradores e implementar en algunos edificios separación en origen de residuos sólidos urbanos [RSU].
- Continuar impulsando el uso de sistemas de iluminación con tecnología LED, y optimizar los sistemas de aire acondicionado de los 10 edificios más importantes con el uso de equipos amigables con el medioambiente.



11. TABLA DE INDICADORES DE DESEMPEÑO



La siguiente tabla informa las secciones donde se presenta la información para el cumplimiento de los requisitos establecidos por los lineamientos de la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), en la opción de conformidad Esencial. Adicionalmente, reportamos algunos contenidos requeridos para la opción de conformidad Exhaustiva, como mues-

tra de nuestro compromiso con una rendición de cuentas completa y transparente. Por otra parte, incluimos la relación con las cláusulas de la Norma ISO 26000:2010 de Responsabilidad Social y con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, a modo de Comunicación para el Progreso.

REFERENCIAS

- RC Reporte Complementario de RSE 2014 que se encuentra disponible en nuestra página web www.telecom.com.ar.
- Indicadores que dan cumplimiento a los 21 criterios de la COP avanzada del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- ✓ Verificado externamente.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

GRI	Nombre del indicador	Secciones / Respuesta	Verificación externa	Cláusula ISO 26000
Estrategia y análisis				4.7, 6.2, 7.4.2
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la Organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	Carta del Presidente. Carta del Director de Comunicación y Medios.		
G4-2	Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 5.6, 6.11, 7.3, 8.7, 9.7, 10.5		
Perfil de la Organización				6.3.10, 6.4.1-6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5, 7.8
G4-3	Nombre de la Organización.	2.		
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	2., 5.1		
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la Organización.	Buenos Aires, Argentina.		
G4-6	Países en los que opera la Organización.	1., 2.		
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	2.		
G4-8	Mercados servidos.	2., 5.1		
G4-9	Dimensiones de la Organización.	2., 5.1, 6.1		

G4-10	Desglose de empleados de la Organización.	6.1	✓	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	6.1, RC [6. Relaciones laborales]		
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la Organización.	8.1		
G4-13	Cambios significativos durante el período objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la Organización.	7.1. No se produjeron cambios significativos en la localización de los proveedores.		
PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS				
G4-14	Descripción de cómo la Organización aborda, si procede, el principio de precaución.	3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 4.1, 4.2, 6.2, 6.10, 8.3, 10.1, 10.2		
G4-15	Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la Organización suscribe o ha adoptado.	Carta del Presidente. Carta del Director de Comunicación y Medios. 1., 3.6, 4.4, 4.5		
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la Organización pertenece.	4.6, 6.2, 6.3, 6.4, 9.2, 9.3, 9.4, RC [9.]		
Aspectos materiales y Cobertura				5.2, 7.3.2, 7.3.3, 7.3.4
G4-17	Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la Organización y otros documentos equivalentes.	1., 2. Todas las sociedades que figuran en la Memoria y Estados Financieros del Grupo Telecom están incluidas en este Reporte.		
G4-18	Proceso de definición del contenido del reporte y la Cobertura de cada Aspecto.	1., 4.5		
G4-19	Listado de Aspectos materiales.	4.5		
G4-20	Cobertura de cada Aspecto material dentro de la Organización.	4.5. Cuadro cobertura a continuación de la tabla GRI. Todos los asuntos estratégicos aplican para todas las operaciones del Grupo Telecom. En caso de alguna limitación relacionada con indicadores específicos, esta se aclara a lo largo del Reporte.		
G4-21	Cobertura de cada Aspecto material fuera de la Organización.	4.5. Cuadro cobertura a continuación de la tabla GRI. Todos los asuntos estratégicos aplican para todas las operaciones del Grupo Telecom. En caso de alguna limitación relacionada con indicadores específicos, esta se aclara a lo largo del Reporte.		
G4-22	Descripción de las consecuencias de las reexpresiones de la información de reportes anteriores y sus causas.	No se han realizado reexpresiones significativas de la información de reportes anteriores. En caso de reexpresión de información, se referencia explícitamente a lo largo del Reporte.		
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada Aspecto con respecto a reportes anteriores.	No existen cambios significativos en el alcance y cobertura de los aspectos materiales con respecto a reportes anteriores.		

Participación de los grupos de interés				5.3
G4-24	Listado de los grupos de interés vinculados a la Organización.	4.3		
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que la Organización trabaja.	4.3		
G4-26	Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés.	3.1, 4.3, 4.5, 4.6, 5.2 [Canales, Atención al cliente, encuestas de satisfacción, gestión de reclamos], 6.3, 6.6, 6.9, 7.2, 8.1, 8.4, 8.5, 9.6, RC [6. Comunicación interna].		
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la Organización, entre otros aspectos mediante su Reporte.	4.5, 5.2 [Atención al cliente, encuestas de satisfacción, gestión de reclamos], 8.4		
Perfil del Reporte				7.5.3, 7.6.2
G4-28	Período objeto del Reporte.	1.		
G4-29	Fecha del último Reporte.	Reporte de RSE 2013.		
G4-30	Ciclo de presentación de Reportes.	1.		
G4-31	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido del Reporte.	13.		
ÍNDICE DE GRI				
G4-32	Opción «de conformidad» con la Guía que ha elegido la Organización, Índice GRI de la opción elegida y referencia al Informe de verificación externa.	1, 11., 12.		
VERIFICACIÓN				
G4-33	Política y prácticas vigentes de la Organización con respecto a la verificación externa del Reporte.	1, 11., 12.		
Gobierno				6.2, 7.4.3, 7.7.5
LA ESTRUCTURA DE GOBIERNO Y SU COMPOSICIÓN				
G4-34	Estructura de gobierno de la Organización y sus comités.	3.1. Más información sobre la composición del Gobierno Corporativo del Grupo Telecom puede encontrarse en la Memoria y Estados Financieros disponible en www.telecom.com.ar .	✓	
G4-35	Proceso de delegación del órgano superior de gobierno de su autoridad en temas económicos, ambientales y sociales en la alta dirección y determinados empleados.	4.2		
G4-36	Cargo ejecutivos o con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales, y si sus titulares reportan directamente al órgano superior de gobierno.	4.2		
G4-39	Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	3.1		

G4-41	Procesos para prevenir y gestionar posibles conflictos de intereses en el órgano superior de gobierno.	3.1, 3.2, 3.4		
FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN EL ÁMBITO DE GESTIÓN DEL RIESGO				
G4-45	Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	3.1, 3.5, 4.2, 4.3, 4.5		
G4-46	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos organizacionales de gestión del riesgo de temas económicos, ambientales y sociales.	3.1, 3.5, 4.2, 4.3, 4.5		
G4-47	Frecuencia de supervisión del órgano superior de gobierno sobre los impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	3.5, 4.2		
FUNCIÓN DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA ELABORACIÓN DEL REPORTE DE RSE				
G4-48	Máximo comité o cargo que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la Organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	4.2. El Directorio es el responsable de asegurarse de que todos los Aspectos materiales estén incluidos en el Reporte de RSE.		
RETRIBUCIÓN E INCENTIVOS				
G4-51	Políticas remunerativas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	3.1		
Ética e integridad				4.4, 6.6.3
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la Organización.	2., 3.2, 3.4, 3.5, 4.1		
G4-57	Mecanismos internos y externos para el asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como líneas de ayuda.	3.2		
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, y asuntos relacionados con la integridad organizacional.	3.2		

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

GRI	Nombre del indicador	Secciones / Respuesta	Razones por omisión	Verificación externa	Cláusula ISO 26000
ECONOMÍA					
Desempeño Económico					
Enfoque de gestión		Carta del Presidente. 2., 4.5, 9.1			
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	2., 9.1		✓	6.8.1, 6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9
G4-EC4	Ayudas económicas recibidas, otorgadas por entes del Gobierno.	No recibimos ayudas significativas de Gobiernos en la Argentina.			
Presencia en el mercado					
Enfoque de gestión		Carta del Presidente. 2., 3.1, 4.5, 6.7			
G4-EC5	Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	6.7		✓	6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4, 6.8.1, 6.8.2
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local, en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	3.1.			6.4.3, 6.8.1, 6.8.2, 6.8.5, 6.8.7
Consecuencias económicas indirectas					
Enfoque de gestión		2., 4.5, 5.3, 8.1, 9., RC [5. Estrategia de red]			
G4-EC7	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los tipos de servicios.	5.3 [inclusión social], 9.1, 9.3 [Aula Móvil y Universidad Puna], RC [5. Estrategia de red]			6.3.9, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7, 6.8.9
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	2., 5.3, 8.1, 8.6, 9., 9.1, 9.2 [Sueñaletas y DiME], 9.3 [Aula Móvil y Universidad Puna], 9.4, 9.6, RC [9.]		✓	6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8.1-6.8.2, 6.8.5, 6.8.7, 6.8.9
Prácticas de adquisición					
Enfoque de gestión		2., 4.5, 8.1			
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	8.1		✓	6.4.3, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7,
MEDIOAMBIENTE					
Materiales					
Enfoque de gestión		4.5, 10.3, 10.4			
G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	10.3		✓	6.5.4
Efluentes y residuos					
Enfoque de gestión		4.5, 10.3, 10.4			
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	10.4		✓	6.5.3

G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	Se produjo un derrame de sustancias químicas, de un tamaño de 4 litros. Por otra parte, se produjo un derrame de combustibles, correspondiente a 50 litros. En ambos casos se tomaron las medidas correspondientes.			6.5.3
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor en términos de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la Organización.	No aplicable.	Las actividades del Grupo Telecom no generan un impacto directo en recursos hídricos y hábitats relacionados, por lo que este indicador no aplica a la Empresa.		6.5.3, 6.5.4, 6.5.6

DESEMPEÑO SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

Empleo

Enfoque de gestión		4.5, 6.			
G4-LA1	Número y tasa de nuevos empleados contratados y rotación media de empleados, desglosados por edad, género y región.	6.1		✓	6.4.3
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	6.8.			6.4.4, 6.8.7
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la licencia por maternidad o paternidad, desglosados por género.	6.2. Todos los empleados tuvieron derecho a la licencia por maternidad o paternidad que establece la Ley N° 20.744.			6.4.4

Salud y seguridad en el trabajo

Enfoque de gestión		4.5, 6.10			
G4-LA6	Tipo y tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	6.10. No hubo víctimas mortales relacionadas con el trabajo durante 2014. La información sobre tasa de días perdidos e indicadores de salud y seguridad relacionada con los empleados de contratistas no se encuentra disponible para esta edición. Por el mismo motivo tampoco está reportada la información desglosada por género y región.	Nos comprometemos a tener disponible a futuro la información aún no reportada.	✓	6.4.6, 6.8.8
G4-LA7	Trabajadores con alta incidencia o riesgo de contraer enfermedades relacionadas con su ocupación.	No existen empleados con alto riesgo de contraer enfermedades ocupacionales.			6.4.6, 6.8.8
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	RC [6. Relaciones laborales].			6.4.6

Capacitación y educación

Enfoque de gestión		4.5, 6.5, 6.6, RC [6. Capacitación y formación a empleados].			
--------------------	--	--	--	--	--

G4-LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	6.5		✓	6.4.7
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	6.5, RC [6. Capacitación y formación a empleados].			6.4.7, 6.8.5
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por categoría profesional y por género.	6.6			6.4.7
Diversidad e igualdad de oportunidades					
Enfoque de gestión		3.1, 4.5, 6.1, 6.2			
G4-LA12	Órganos de gobierno corporativo y plantilla por categoría profesional, edad, género y pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	3.1, 6.1, RC [6. Datos plantilla].		✓	6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres					
Enfoque de gestión		4.5, 6.1, 6.2, 6.7			
G4-LA13	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicación de operaciones significativas.	6.7		✓	6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4
SOCIEDAD					
Comunidades Locales					
Enfoque de gestión		4.5, 9., RC [9.]			
G4-SO1	Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	9., 9.1, 9.2 [Sueñaletas y DiME], 9.3 [Aula Móvil y Universidad Puna], 9.4, 9.6, RC [9.].		✓	6.3.9, 6.5.1, 6.5.2, 6.5.3, 6.8
G4-SO2	Operaciones con importantes impactos negativos significativos potenciales o reales sobre las comunidades locales.	3.5. La Compañía monitorea periódicamente los principales riesgos de impacto del negocio sobre la comunidad donde opera. Uno de los principales impactos negativos potenciales o reales se relaciona con el corte o interrupción del servicio que ofrecemos. Continuamos invirtiendo en infraestructura de redes para responder de manera adecuada a las demandas del mercado y habilitamos los medios necesarios para prevenir tales incidentes, y, en caso de ocurrencia, procurar su resolución con la mayor inmediatez posible.			6.3.9, 6.5.3, 6.8
Lucha contra la Corrupción					
Enfoque de gestión		3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 4.5			

G4-SO3	Porcentaje y número de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6. Toda la Compañía está sujeta a los análisis del Comité de Riesgos, que incluyen aspectos relacionados con la corrupción.			6.6.1, 6.6.2, 6.6.3
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y formación sobre la lucha contra la corrupción.	3.2, 3.4.		✓	6.6.1, 6.6.2, 6.6.3, 6.6.6
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No hubo incidentes de corrupción.			6.6.1, 6.6.2, 6.6.3
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS					
Salud y seguridad de los clientes					
Enfoque de gestión		4.5, 5.4, 10.2			
G4-PR2	Número 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.	No se registraron reclamos judiciales ni reclamos administrativos ante la Comisión Nacional de Comunicaciones relacionados con incumplimientos de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida, considerados como materiales y significativos. Conforme a la norma interna "Administración y Contabilización de Contin-gencias", consideramos como reclamos materiales aquellos con un impacto estimado superior a quince millones de pesos y como reclamos significativos aquellos con un impacto entre siete y quince millones de pesos.		✓	4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8
Etiquetado de los productos y servicios					
Enfoque de gestión		3.7, 4.5, 5.2, 5.4, 10.2			
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la Organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	3.7, 5.2 (Transparencia en facturación y derechos de los consumidores), 5.4 (exposición de ondas de radio y privacidad), 10.2			6.7.1, 6.7.2, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.9
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	5.2 (encuestas de satisfacción a clientes).		✓	6.7.1, 6.7.2, 6.7.6
Comunicaciones de marketing					
Enfoque de gestión		4.5, 5.2 (transparencia en facturación), 5.5			

G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de marketing, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	No se registraron reclamos judiciales ni reclamos administrativos ante la Comisión Nacional de Comunicaciones relacionados con incumplimientos de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de marketing, considerados como materiales y significativos. Conforme a la norma interna "Administración y Contabilización de Contingencias", consideramos como reclamos materiales aquellos con un impacto estimado superior a quince millones de pesos y como reclamos significativos aquellos con un impacto entre siete y quince millones de pesos.		✓	4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.3
Privacidad de los clientes					
Enfoque de gestión		4.5, 5.4			
G4-PR8	Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No se registraron reclamos judiciales ni reclamos administrativos ante la Comisión Nacional de Comunicaciones relacionados con la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes, considerados como materiales y significativos. Conforme a la norma interna "Administración y Contabilización de Contingencias", consideramos como reclamos materiales aquellos con un impacto estimado superior a quince millones de pesos y como reclamos significativos aquellos con un impacto entre siete y quince millones de pesos.		✓	6.7.1, 6.7.2, 6.7.7

COBERTURA DE LOS TEMAS ESTRATÉGICOS

COBERTURA DE LOS TEMAS ESTRATÉGICOS		
Temas estratégicos para la gestión de RSE en el Grupo Telecom	Aspectos GRI G4 relacionados	Grupos de interés involucrados
1. Atención y satisfacción del cliente	Etiquetado de los productos y servicios [PR]	Clientes
2. Reducción de la brecha digital y acceso a las telecomunicaciones	Consecuencias económicas indirectas [EC]	Clientes Comunidad
3. Relaciones con la comunidad	Comunidades locales [SO]	Comunidad
4. Uso de materiales y residuos electrónicos	Materiales [EN] Efluentes y residuos [EN]	Comunidad Medio Ambiente
5. Protección a menores y uso responsable de las tecnologías	Salud y seguridad de los clientes [PR]	Clientes Comunidad Sector público

6. Desarrollo profesional y mejora de la calidad de vida de los empleados	Empleo [LA] Salud y seguridad en el trabajo [LA] Capacitación y educación [LA] Diversidad e igualdad de oportunidades [LA] Igualdad de retribución entre mujeres y hombres [LA]	Empleados
7. Impacto de productos y servicios en la salud y el bienestar de la sociedad	Salud y seguridad de los clientes [PR] Comunicaciones de Marketing [PR]	Clientes Comunidad Sector público
8. Aporte al desarrollo económico del país	Desempeño económico [EC] Presencia en el mercado [EC] Consecuencias económicas indirectas [EC] Prácticas de adquisición [EC]	Inversores Comunidad Proveedores
9. Privacidad y seguridad de la información	Privacidad de los clientes [PR]	Clientes
10. Lucha contra la corrupción	Lucha contra la corrupción [SO]	Proveedores Inversores Comunidad Sector Público

COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO (COP) AVANZADA

Cumplimiento con el Pacto Mundial de Naciones Unidas		
Categorías	Principios	Secciones del Reporte de RSE 2014
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.	6.2, 6.3, 8.6, 9., RC [6., 9.]. En 2014 ingresaron a través del sitio web de denuncias un total de 49 casos relacionados a Derechos Humanos. Cabe destacar que el tratamiento de la totalidad de denuncias relacionadas al tema en cuestión son realizadas por la Dirección de Auditoría conjuntamente con la Dirección de Capital Humano y la Dirección involucrada en la denuncia. De las 49 denuncias ingresadas, 30 casos fueron resueltos y 19 desestimados por no haberse comprobado los hechos denunciados o por resultar insuficiente la información suministrada por el denunciante para iniciar la pertinente investigación. Corresponde resaltar que las referidas denuncias no revisten gravedad, toda vez que se trataron de temas menores no sensitivos.
	Principio 2 - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	6.2, 6.3, 8.3, 8.4, 8.5

TRABAJO	Principio 3 - Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	RC [6.], 8.3. No hay actividades en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos. Respetamos el derecho fundamental de libre participación de los empleados en las actividades gremiales y promovemos el diálogo directo con las organizaciones gremiales. El 100% de los proveedores debe aplicar y hacer aplicar el Código de Conducta y Ética Empresaria, que contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos, según lo establecido en las condiciones generales de compra.
	Principio 4 - Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	6.3, 6.4, 6.8, 6.10, 8.3. No hay operaciones con riesgo de ser origen de trabajo forzado o no consentido. El 100% de los proveedores debe aplicar y hacer aplicar el Código de Conducta y Ética Empresaria, que contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos, según lo establecido en las condiciones generales de compra.
	Principio 5 - Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	4.6, 8.3. No hay actividades que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Nuestro procedimiento de contratación incluye la obligatoriedad de que los empleados sean mayores de edad. El 100% de los proveedores debe aplicar y hacer aplicar el Código de Conducta y Ética Empresaria, que contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos, según lo establecido en las condiciones generales de compra.
	Principio 6 - Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	3.2, 6.2, 8.3. No se registran reclamos significativos relacionados con incidentes por discriminación.
MEDIOAMBIENTE	Principio 7 - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.	10.1, 10.2
	Principio 8 - Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	5.3, 5.4, 10.3, 10.4, RC [10.]
	Principio 9 - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.	5.3, 5.5, 10.4
ANTICORRUPCIÓN	Principio 10 - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.	No se han realizado aportes a partidos políticos. En el Capítulo 9 del Código de Conducta y Ética se establece que la Sociedad no realizará aportes ni contribuciones a partidos o agrupaciones políticas.



12. VERIFICACIÓN EXTERNA





Informe De Seguridad Independiente

A los señores Presidente y Directores de
Telecom Argentina S.A.
Alicia Moreau de Justo 50
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Introducción

Hemos sido contratados por los directores de Telecom Argentina S.A. para realizar un encargo de seguridad limitada sobre cierta información contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014 por el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2014. La preparación del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014 es responsabilidad del Directorio de la Sociedad. Nuestra responsabilidad consiste en emitir un informe de seguridad limitada e independiente sobre el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014 con el alcance detallado en el presente informe.

Información sujeta a análisis

Nuestro trabajo de seguridad limitada consistió en la revisión de la siguiente información contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014:

- indicadores claves detallados en el anexo adjunto;
- la autodeclaración realizada por Telecom Argentina S.A. respecto a que se ha cumplido con los contenidos básicos recomendados en la Guía para la elaboración de reportes de sustentabilidad del "Global Reporting Initiative", versión G4 (en adelante "GRI G4") para una opción de conformidad esencial.

Responsabilidad del Directorio

El Directorio de Telecom Argentina S.A. es responsable por:

- el contenido del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014;
- haber establecido como criterio para el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014 los lineamientos del GRI G4 y los indicados en el anexo adjunto;
- realizar la medición del desempeño basados en la guía GRI G4;
- el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos para que la preparación de la información sujeta a análisis esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error; y
- mantener registros adecuados para respaldar el proceso de información.

Responsabilidad del profesional interviniente

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión independiente, con base en nuestros procedimientos de seguridad limitada, acerca de la existencia de algún tema que nos haya llamado la atención para indicar que la información de sustentabilidad, identificada en la sección "Información sujeta a análisis", contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014 no se ha manifestado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con los criterios de presentación de la información.

Llevamos a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Resolución Técnica N° 35 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) en lo que respecta a las Normas Internacionales de Compromisos de Seguridad 3000 (ISAE 3000 por sus siglas en inglés) "Compromisos de aseguramiento diferentes de auditoría o revisión de información financiera histórica". Esta norma requiere que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo para obtener un grado de seguridad limitado sobre la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe.

Resumen del trabajo realizado

Nuestros procedimientos incluyen el examen, en función de pruebas sobre bases selectivas, de la evidencia relacionada con la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe. También se incluye una evaluación de las estimaciones o juicios significativos realizados por el Directorio para preparar esa información. Los procedimientos para obtener información fueron más limitados en comparación con una auditoría y, por ello, el nivel de seguridad es menor que el que se habría obtenido en un trabajo de auditoría o de seguridad razonable.

Nuestro trabajo consistió, entre otros procedimientos, en:

- evaluar el diseño de los procesos claves y controles para monitorear, registrar y reportar la información seleccionada. Nuestro trabajo no incluye el testeo de la efectividad de los controles operativos para el periodo bajo análisis;
- realizar pruebas, sobre bases selectivas, para verificar la exactitud de la información presentada;
- realizar entrevistas con la gerencia y altos directivos para evaluar la aplicación de los lineamientos GRI G4;
- inspeccionar, sobre bases selectivas, la documentación para corroborar las manifestaciones de la gerencia y altos directivos en nuestras entrevistas;
- revisar la tabla resumen de GRI para considerar la afirmación de la gerencia en relación con la aplicación de los lineamientos del GRI G4.

Creemos que la evidencia que obtuvimos es suficiente y adecuada para brindarnos una base para nuestra conclusión de seguridad limitada.

La información no financiera está sujeta a limitaciones propias distintas que la información financiera, dada su naturaleza y los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar valores. Las interpretaciones cualitativas de relevancia, materialidad y exactitud de los datos están sujetas a suposiciones y criterios individuales.

No hemos llevado a cabo ningún trabajo sobre información presentada correspondiente a periodos anteriores o con relación a objetivos y proyecciones futuras. No hemos realizado ningún trabajo fuera del alcance acordado y por ello, nuestra conclusión se limita solamente a la información de sustentabilidad identificada y revisada.

Conclusión

Sobre la base del trabajo descrito en el presente informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que la información sujeta a análisis, incluida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2014 de Telecom Argentina S.A., referente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2014, no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos GRI G4 y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 17 de Marzo de 2015

PRICE WATERHOUSE & CO.
ASESORES DE EMPRESAS S.R.L.

(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A.T°1 F°18

Jorge C. Bacher

Contador Público (UBA)

C.P.C.E.C.A.B.A.T°87 F°233

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., Bouchard 557, piso 8°, C1106ABG - Ciudad de Buenos Aires, T: +(54.11) 4850.6000, F: +(54.11) 4850.6100, www.pwc.com/ar

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. es una firma miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Cada una de las firmas es una entidad legal separada que no actúa como mandataria de PwCIL ni de cualquier otra firma miembro de la red.

ANEXO – Contenidos básicos generales e indicadores objeto de la revisión

Indicador	Denominación	Criterios adicionales a la Guía GRI G4 definidos por Telecom Argentina S.A.
G4-10	Desglose de empleados de la organización.	
G4-34	Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	
EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Gastos de RSE: Alcance, Argentina.
EC5	Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Operaciones significativas: mercado geográfico en donde se realizan la mayor cantidad de transacciones, Argentina.
EC8	Impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	Alcance: Argentina.
EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	"Operaciones significativas: mercado geográfico en donde se realizan la mayor cantidad de transacciones, Argentina. Local: País en donde se desarrollan las operaciones significativas."
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	
EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	Alcance: Argentina.
LA1	Número y tasa de nuevos empleados contratados y rotación media de empleados, desglosados por edad, género y región.	
LA6	Tipo y tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	Alcance: Argentina.
LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	
LA12	Órganos de gobierno corporativo y plantilla por categoría profesional, edad, género y pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Alta dirección: miembros del directorio y directores de primera y segunda dependencia.
LA13	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicación de operaciones significativas.	
SO1	Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	Se contemplan los programas y otras acciones con la comunidad. Alcance: Argentina.
SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y formación sobre la lucha contra la corrupción.	
PR2	Número 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.	
PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Encuestas de satisfacción de clientes de servicios fijos y servicios móviles.
PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de marketing, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	
PR8	Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	



13. SIGAMOS COMUNICADOS



Nos interesa su opinión.

Lo invitamos a que acerque sus comentarios sobre este Reporte, enviando un mail a rse@ta.telecom.com.ar.

Elaboración del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria:

Publicado en abril de 2015

Coordinación General:

Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria

Dirección de Comunicación y Medios

Grupo Telecom

rse@ta.telecom.com.ar

www.telecom.com.ar

Equipo de elaboración:

Grupo Operativo de RSE

Facilitadores Externos:

Reporte Social

www.reportesocial.com

Diseño e impresión:

FP Impresora

Este Reporte fue impreso con papel FCA, papel elaborado con fibras celulósicas alternativas provenientes de bagazo de caña de azúcar.

**GRUPO
TELECOM**



www.telecom.com.ar



Reporte de
Responsabilidad
Social Empresaria
2014

*Reporte
Complementario*

**GRUPO
TELECOM**

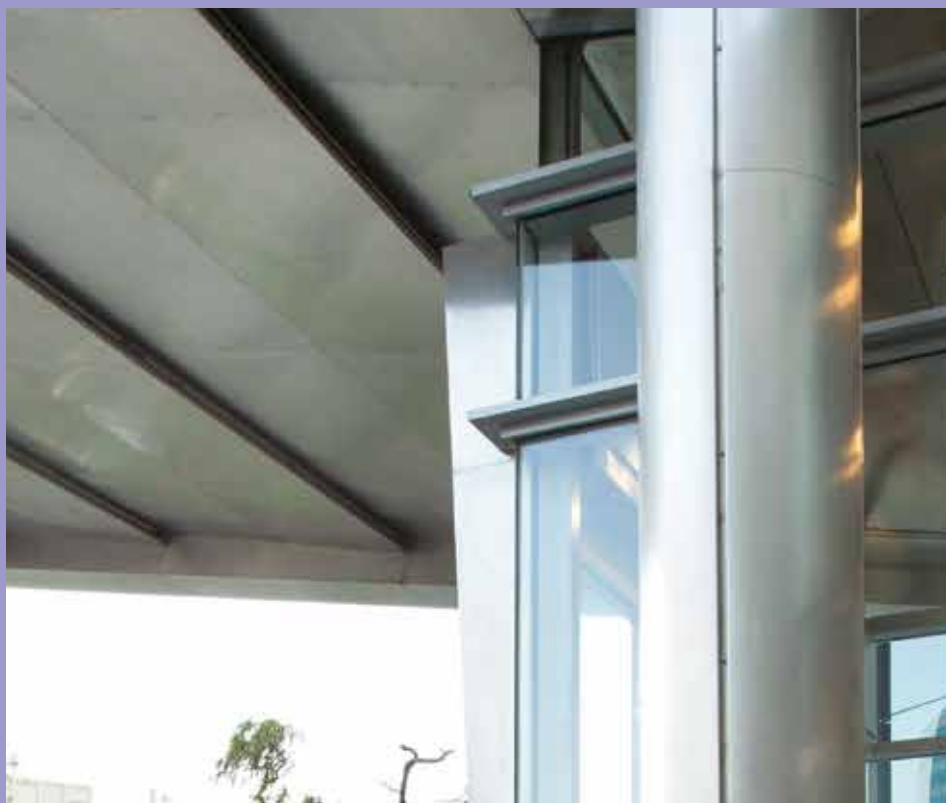


**GRUPO
TELECOM**



CONTENIDO

5. CLIENTES	4
Entrenamiento a empleados de atención al cliente	5
Estrategia de red	8
Beneficios para nuestros clientes	10
Participación en eventos deportivos y culturales	10
6. CAPITAL HUMANO	13
Datos sobre la plantilla del Grupo Telecom	14
Relaciones laborales	15
Comunicación interna	21
8. PROVEEDORES	22
Análisis de riesgos de provisión	23
Certificación de procesos productivos	23
Digitalización de facturas	24
9. COMUNIDAD	25
Acciones de mecenazgo en Buenos Aires y Chaco	26
Aliados en el trabajo con la comunidad	27
Red de Voluntarios	29
Acciones de Núcleo en Paraguay	34
10. MEDIOAMBIENTE	36
Estrategias y acciones para la eficiencia energética	37
Emisiones de gases de efecto invernadero	38
Consumo de agua	40
Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental	40
11. GLOSARIO	42



5. CLIENTES



Entrenamiento a empleados de Atención al Cliente

Servicios Fijos

A mediados de 2014 se inició el proceso de relevamiento en los canales de atención de telefonía fija y Arnet a fin de implementar las herramientas de capacitaciones que se encuentran disponibles en Personal. Se trata de dos herramientas que contribuirán a los procesos de capacitación masivos y específicos de los distintos canales:

a. Trainner: Es una herramienta de entrenamiento digital, desarrollada sobre plataforma Moodle que permite la publicación de contenidos de soporte de aula (manuales de alumno, manuales del instructor, ejercicios) y el delivery de contenidos a las distintas poblaciones con posibilidades de medición de tiempo de realización, evaluaciones, estadísticas, etc.

b. Aula virtual: Es una herramienta de capacitación virtual que le permite a un formador conectarse multipunto con distintos lugares del país, interactuando en una “doble vida” con los participantes. Permite compartir documentos, marcar y dibujar sobre estos, y distribuir evaluaciones y encuestas con fines estadísticos.

La implementación de estas herramientas permitirá una mayor rapidez y precisión de llegada a los canales de atención presencial y telefónica distribuidos en el país.

Además, durante 2014 la red de facilitadores continuó funcionando como en años anteriores: distribuyendo de manera presencial los contenidos desarrollados por el área de Entrenamiento. Los próximos pasos se orientan a un relevamiento profundo de los perfiles y roles definidos para esta red, a fin de que converjan con el staff de instructores de *workshops*.

Atención al cliente de telefonía fija

2014

Cantidad de colaboradores capacitados en atención al cliente ^(a)	2.580
Cantidad de horas de formación dictadas ^(b)	4.828
Cantidad de facilitadores que conforman la red de facilitadores	38

(a) Dotación de venta y posventa.

(b) Incluye capacitación presencial y *e-learning*.

Servicios Móviles

Entrenamiento a empleados de la Dirección Comercial - Contacto con clientes

Desde la Gerencia de Entrenamiento, se realizaron diversas acciones de capacitación destinadas a los integrantes de la Dirección Comercial. El objetivo de aquellas consistió en formar a los recursos en las habilidades y conocimientos

requeridos para asesorar integralmente a nuestros clientes, para de este modo contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la Compañía.

A. Capacitaciones presenciales para ingresantes a la Dirección Comercial

Las personas que ingresaron durante 2014 para puestos *front* de atención personalizada en las oficinas de Telecom Personal y Posventa Propia en Agentes participaron del

entrenamiento presencial como condición requerida para desempeñarse en el puesto de trabajo. Concluida la etapa de capacitación en aula, se seleccionan algunos recursos para continuar su proceso de formación atendiendo al cliente con el soporte y *coaching* diario de analistas de Calidad, Entrenamiento y un líder formador de la operación [espacio denominado OJT: *On The Job Training*]. Aquellos que ingresan para las posiciones de Ejecutivos Pymes y Soho participan de un curso de formación específico para su rol.

B. Capacitaciones Virtuales para Cajeros

A partir de septiembre de 2014, las personas que se incorporaron para desempeñar el rol de cajero en una oficina comercial realizaron un entrenamiento virtual como condición para iniciar su desempeño en la función.

C. Capacitaciones presenciales por nuevo modelo de atención

En el marco del despliegue del nuevo modelo de atención de oficinas comerciales de Telecom Personal realizadas durante 2014, se dieron diversos cursos de especialización específicos por función, que abarcaron todos los roles involucrados en la oficina.

D. Entrenamiento para el desarrollo de habilidades de gestión

Entrenamiento en técnicas de calidad de atención, venta y negociación para los recursos *front* de oficinas y agentes de posventa.

E. Programa de especialización en ventas

Concluido y aprobado el proceso de formación inicial, los empleados son derivados a la operación. Aquellos que desempeñan la función de ventas son convocados a los 30 días a una capacitación presencial para especializarlos en ofertas y técnicas de ventas.

F. Reentrenamiento del personal existente

- **Capacitaciones sobre terminales.** Reentrenamiento sobre terminales destinados a los empleados de *front* de ciertas oficinas comerciales seleccionadas sobre la base de su segmentación.

• **Capacitaciones sobre implementaciones estratégicas.**

Acompañando diferentes lanzamientos estratégicos durante 2014, se realizaron capacitaciones presenciales y virtuales sobre:

- Nueva Oferta Día Full: Están destinadas a los empleados de *front* de todas las oficinas comerciales del país. Asimismo, se desarrolló una jornada para responsables de oficinas comerciales.
- Nuestra Calidad: Varias jornadas destinadas a mandos medios de oficinas comerciales.
- Digitalización: Talleres destinados a referentes de cada oficina comercial.

• **Programa de formación de Mandos Medios.** En conjunto con la gerencia de Formación Corporativa se diseñó un programa de formación exclusivo para líderes y responsables de oficinas comerciales y posventa propia en agentes. La finalidad radicó en que cada participante identificara su estilo personal de *Coaching* y Supervisión de equipos, a fin de comprender el impacto que este tiene en la gestión de las personas, y así potenciar las habilidades y competencias personales. El curso consistió en tres días de capacitación presencial, donde se trabajaron contenidos específicos para estos roles.

• **Capacitación vía e-learning.** Educación a distancia a través de una plataforma web en la cual mensualmente se publican cursos de diferentes temáticas. Los cursos están destinados a puestos *front* de oficinas comerciales, agentes de posventa, back office y especialistas en Entrega y Configuración. Estos son de lectura obligatoria y cuentan con una evaluación mensual para medir el nivel de conocimientos adquirido.

• **Capacitación presencial sobre NPS.** Acompañando la implementación de la metodología NPS en los diferentes canales de atención de la Compañía [oficinas comerciales, agentes de posventa propia, agentes oficiales], se llevaron a cabo capacitaciones presenciales destinadas a los empleados involucrados. La finalidad fue sensibilizar a los actores involucrados en el proceso de atención de clientes, con el objeto de promover un cambio cultural sustentado en el orgullo por la pertenencia a la empresa, que favorezca la asunción del rol de promotor.

• **Reentrenamiento sobre temáticas específicas.** Durante 2014 se continuó el programa de reentrenamiento iniciado el año anterior. Está orientado a los empleados de *front* de todas las oficinas comerciales del país. Su objetivo consiste en afianzar y consolidar los conocimientos de la dotación existente, unificando criterios de aplicación y asegurando una correcta gestión. Para ello se seleccionaron temáticas de alto impacto para el negocio, tales como manejo de clientes críticos. La

implementación del programa se efectivizó mediante el dictado de cursos cortos, de dos horas de duración, bajo las modalidades presencial o virtual.

Para los Ejecutivos Pymes se desarrollaron capacitaciones presenciales de temáticas de alto impacto, a fin de reforzar operatorias específicas tales como baja, *portout*, televentas, entre otras.

Entrenamiento a empleados de la Dirección Ventas Masivo	2013	2014
Empleados que asistieron a la formación presencial	2.313	5.040
Horas de e-learning (anual dotación)	12.913	7.250
Horas de capacitación presencial por instructor	7.403	4.297
Evaluaciones de admisión ^(a)	576	386
Personas en inducción ^(b)	262	193

(a) Evaluaciones tomadas durante el curso de inducción (ingresantes a oficinas comerciales).

(b) Incluye Raps, Especialista en Venta, Posventa, Derivación y Entrega y Configuración.

Entrenamiento a Empleados de la Dirección de Customer Care

Desde la Gerencia de Entrenamiento, se realizaron diversas acciones de capacitación destinadas a los integrantes de la Dirección de Customer. El objetivo consistió en formar a los recursos en habilidades y conocimientos requeridos para asesorar integralmente a nuestros Clientes, y así contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la Compañía.

A. Capacitaciones Presenciales para ingresantes a la Dirección Customer

Los empleados ingresados en los Calls propios durante 2014 para puestos *front* y de segundas líneas de atención participaron del entrenamiento como condición requerida para desempeñarse en el puesto de trabajo.

B. Reentrenamiento del personal existente

- **Capacitaciones sobre terminales.** Reentrenamiento sobre terminales destinados a los empleados de *front* de ciertas Oficinas Comerciales seleccionadas sobre la base de su segmentación.
- **Capacitaciones sobre implementaciones estratégi-**

cas. Acompañando diferentes lanzamientos estratégicos durante el 2014, se realizaron capacitaciones presenciales y virtuales sobre:

- Nueva Oferta Día Full: Destinadas a los empleados de *front* de todas las Oficinas Comerciales del país. Además, se desarrolló una jornada para Responsables de Oficinas Comerciales.
- Nuestra Calidad: Varias jornadas destinadas a Mandos Medios de Oficinas Comerciales.

• **Capacitación vía e-learning.** Educación a distancia a través de una plataforma web en la cual mensualmente se publican cursos de diferentes temáticas. Los cursos enseñan las diferentes herramientas necesarias en los Calls, primeras y segundas líneas. Estos son de lectura obligatoria y cuentan con una evaluación mensual para medir el nivel de conocimientos adquirido.

• **Capacitación vía Agenda.** Educación a distancia a través de una plataforma web en la cual semanalmente se publican contenidos de diferentes temáticas. Están destinados a los diferentes skills de los Calls, primeras y segundas líneas. Estos son de lectura obligatoria y cuentan con una evaluación para medir el nivel de conocimientos adquirido.

- **Capacitación presencial sobre NPS.** Acompañando la implementación de la metodología NPS en los diferentes canales de atención de la Compañía, se llevaron a cabo capacitaciones presenciales destinadas a los recursos involucrados. La finalidad consiste en sensibilizar a los actores involucrados en el proceso de atención de clientes, con el objeto de promover un cambio cultural sustentado en el orgullo por pertenecer a la empresa, que favorezca la asunción del rol de promotor.

- **Reentrenamientos.** Durante 2014 se realizaron actividades presenciales de entrenamiento con objeto de reforzar temáticas estratégicas, tales como facturación en roaming, facturación destinada a Back Office, talleres sobre trivias y suscripciones. Los cursos estuvieron destinados a puestos *front*, de segundas líneas y mandos medios.

- **Train the Trainers a Calls de terceros.** Se realizaron cursos de capacitación destinados a los facilitadores del tercero.

NÚCLEO – PARAGUAY

Se realizaron las siguientes acciones para los empleados que atienden a nuestros clientes:

- Inducción inicial.
- Capacitación inicial de atención, fidelización y retención.
- Negociación.
- Seminarios para mandos medios sobre liderazgo, motivación y *coaching*.
- Capacitaciones externas para líderes y representantes.
- Incentivos otorgados por mejor calidad en la atención brindada y mejor vendedor mensual.
- Trabajo de motivación para el equipo en fechas especiales: Día del Trabajador, Día de la Amistad, Día de la Juventud y Navidad.

Estrategia de red

Servicios Fijos

Durante 2014 la estrategia de red continuó focalizándose en el desarrollo de la capacidad de la red y en la disponibilidad, a los fines de mejorar la calidad de los servicios.

En ese sentido se mejoró la disponibilidad, segurización y capacidad del core troncal de la red, mediante la implementación de la Red Centurión, que consiste en una red DWDM a 100 Gbps sobre la Malla Óptica Interurbana Central, de tres caminos disjuntos de fibra óptica con restaura-

ción inteligente, entre las ciudades de Córdoba, Rosario y Buenos Aires.

Asimismo, se dio continuidad a un plan que tiene como objeto un cambio estructural de la red de transporte de Telecom Argentina, que permitirá pasar de una red multiprotocolo a otra más homogénea, de alta disponibilidad, con un único protocolo [MPLS]. En ese contexto, se continuó con el despliegue de la red MPLS de transporte de paquetes [PTN] a 10 Gbps, y se llegó a la habilitación de más de 450 nodos. Una vez finalizada dicha red, cubrirá todos los sitios regionales

que se encuentren a lo largo de cada traza de fibra óptica interurbana, lo que permitirá mejorar el ancho de banda disponible en más ciudades y su uso más eficiente.

También se continuó con el despliegue del plan de acortamiento de loop: se habilitaron en el 2014 más de 1.100 nodos VDSL (Very High Bit Rate Digital Subscriber Line o Línea Digital de Abonado de Muy Alta Tasa de Transferencia) outdoor, lo que potencia la capacidad de la Banda Ancha fija actual. Esto permite velocidades aun mayores y la capacidad de ofrecer servicios de valor agregado que requieran mayor ancho de banda.

En 2014 comenzó a desplegarse la infraestructura de red FTTH en zonas predeterminadas con clientes actualmente conectados vía pares de cobre. Por otra parte, se continuó con la estrategia de instalar FTTB (Fiber to the Building o fibra hasta el edificio) en nuevos emprendimientos. El 2014 finalizó con más de 180 emprendimientos acometidos directamente por fibra óptica y nodo MSAN asociado (Multi-Service Access Node) –que permite integrar los servicios de telefonía y de Banda Ancha en un solo equipamiento– en edificios, barrios y countries.

Para continuar con las obras del plan de recambio de postes, se reemplazaron más de 50.000 postes en el 2014, incluyendo el reemplazo de postes de madera por otros de madera o cemento. En un plan constante de mejora en relación con la preservación y cuidado del medioambiente, ampliamos el parque de postes de hormigón. Adicionalmente, se realizó un piloto de evaluación de postes de PRFV (plástico recubierto por fibra de vidrio), con el objetivo de comenzar su utilización en el 2015.

Servicios Móviles

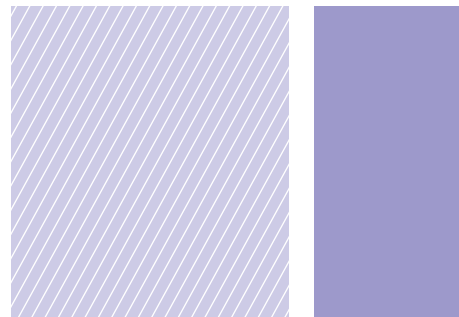
En 2014 se continuó con la estrategia de mejorar la cobertura y capacidad de la red de acceso móvil. Para ello se prosiguió con la ampliación de la red 2G (fundamentalmente para el tráfico de voz) y se superaron, al cierre de 2014, los 3.700 sitios con radiobases 2G distribuidos en todo el país.

De igual forma, se continuó el despliegue de la red de acceso 3G, y se superaron los 3.700 sitios a fines del 2014. Esto aumentó su capacidad en sitios existentes luego de la activación de espectro reasignado de la red de 2G y de la construcción de radiobases de 6 sectores, lo cual a su vez permite satisfacer el crecimiento de demanda de los servicios de Internet móvil 3G.

Por otro lado, a raíz de los resultados de la subasta de espectro SCMA, comenzó el despliegue de la tecnología LTE. En el mismo sentido empezó a equiparse con tecnología 3G el nuevo espectro PCS y SRMC adquirido en dicha licitación.

Asimismo, se continuó con la estrategia de aumentar el número de radiobases vinculadas con fibra óptica y conectividad full IP, con el objetivo de asegurar la disponibilidad de ancho de banda para las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes.

Beneficios para nuestros clientes



Club Personal

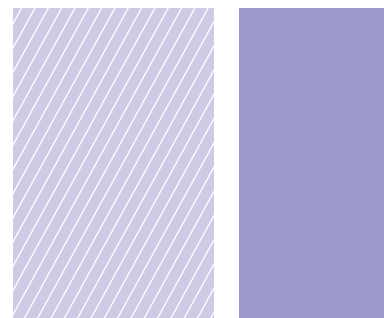
Con más de seis millones de socios y con una amplia y renovada plataforma de beneficios, Club Personal apunta su nueva estrategia de fidelización a mejorar la experiencia de nuestros clientes, brindando beneficios a la medida de sus necesidades.

El acceso al descuento es muy fácil e innovador: sólo debe enviarse un SMS al 3372 con la palabra clave del local. Modificamos la lógica de la plataforma apuntando a la sustentabilidad con mayor federalización y con beneficios más atractivos para nuestros clientes y sus necesidades.

La identificación de cada socio y su acceso a los beneficios se da sobre cuatro categorías: Black, Platino, Oro y Plata. Los tipos de beneficios a los que los socios en cada una de sus categorías pueden acceder son descuentos, premios, extras en consumos y tratamiento VIP.

Entre los principales objetivos buscamos darle mayor masividad y protagonismo a nuestra plataforma de fidelización, a través de algunos cambios estratégicos totalmente alineados con la nueva estructura de segmentación de la Compañía [Alto Valor, Masivo, Jóvenes], aportando un canal de fidelización notable y en sintonía con el concepto de marca "Cada persona es un mundo".

Participación en eventos deportivos y culturales



• **El Grupo Telecom y el deporte.** Telecom Personal continúa apoyando el deporte como pilar estratégico en su comunicación de marca, y fomenta su apoyo y difusión como un factor social y de desarrollo para la sociedad. Además, promueve la participación de los jóvenes como parte fundamental para la popularización de las disciplinas deportivas y genera un fuerte vínculo con los valores deportivos. Durante 2014 se

realizaron las siguientes acciones, auspicios y participaciones: Dakar 2014, Moto GP, Rally de Córdoba, Luis Scola [acuerdo de imagen], Copa Mundial de la FIFA 2014, Personal Rugby Championship, Selección Argentina de Rugby – Los Pumas [UAR], Selección Argentina de Vóley [FAV], Selección Argentina de Básquet [CABB]; Media maratón Arnet 21K, Maratón 42K, Golf: Personal Classic.

- **El Grupo Telecom y la cultura.** Se realizaron las siguientes acciones, auspicios y participaciones: Personal Fest Verano, One Direction, Lollapalooza, Violetta, Tecnópolis, Personal Play, Alianza Ideas Del Sur - Marcelo Tinelli, Disney on Ice, Disney Live!, alianza con Whatsapp, Teatro Colón y We Color Festival.



Corredores de la Media Maratón de Arnet 21K



Personal junto a Los Pumas

PERSONAL FEST - 10 AÑOS

Los festejos por la décima edición del Personal Fest comenzaron con la muestra “Retrospectiva Personal Fest 10 años”, en el marco del Festival Ciudad Emergente, en el Centro Cultural Recoleta. Quienes la visitaron pudieron recorrer y recordar los grandes momentos de cada edición del festival con una propuesta atrayente e interactiva, disfrutando de la calidad artística y experiencia única que caracterizan al Personal Fest.

Como novedad, se presentó una propuesta integral e innovadora que invitó a festejar todo el año a través de su sitio web oficial PersonalFest.com.ar, la plataforma de comunicación exclusiva, donde se pudo disfrutar de regalos y sorpresas interactivas, y extender la experiencia digital del festival incluyendo, además, acciones a través de los perfiles oficiales de Twitter: @personalar y de Facebook: Personal Argentina.

Como parte de la celebración, Personal Fest presentó el primer Web Tour de una banda internacional en la Argentina. La banda internacional Soja realizó un recital virtual tocando 8 temas de su grilla y recorriendo distintos sitios webs de los principales medios de la Argentina. Más de 15.000 personas disfrutaron los videos del Web Tour, y más de 1,5 millones de cuentas de Twitter participaron con el hashtag #PersonalFest.

En la edición 2014, Personal Fest presentó una edición especial aniversario el 8 y 9 de noviembre en el Estadio G.E.B.A San Martín con Arctic Monkeys, Calle 13 y MGMT como *headliners*. La décima edición del festival completó su grilla con muchas bandas más. Personal Fest cerró su décima edición con 50.000 asistentes y con más de 500.000 espectadores online.

En todas sus ediciones, el Personal Fest logró reunir más de 470.000 personas y más de 325 bandas nacionales e internacionales.



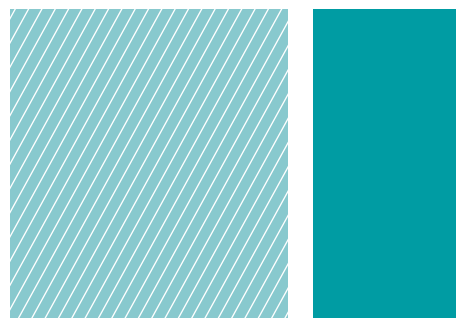
La muestra “Retrospectiva Personal Fest 10 años”, en el Centro Cultural Recoleta



6. CAPITAL HUMANO



Datos sobre la plantilla del Grupo Telecom



Dotación efectiva del Grupo Telecom



Empleados 2014

DATOS GENERALES	Hombres	Mujeres	TOTAL
DOTACIÓN EFECTIVA	10.353	6.063	16.416
POR EDAD			
18 α 20 años	0,4%	0,3%	0,37%
21 α 29 años	15,6%	19,1%	16,9%
30 α 39 años	29,8%	47,9%	37,04%
40 α 49 años	25,1%	22,1%	23,9%
50 α 59 años	24,4%	9,9%	18,65%
Más de 60 años	4,7%	0,7%	3,1%
OTROS DATOS DE EMPLEADOS			
Cantidad de empleados incorporados	493	242	735
Empleados con capacidades diferentes	16	9	25

Cantidad de empleados por categoría profesional y por grupo de edad 2014

	18 α 20 años	21 α 29 años	30 α 39 años	40 α 49 años	50 α 59 años	Más de 60 años	TOTAL
Empleados fuera de convenio	1	435	1.556	788	232	18	3.030
<i>Analista</i>	1	309	1.117	574	163	10	2.174
<i>Empleado</i>	0	109	236	43	3	0	391
<i>Especialista</i>	0	1	30	67	36	3	137
<i>Jefe</i>	0	1	22	13	2	0	38
<i>Responsable</i>	0	2	97	52	9	0	160
<i>Secretaria</i>	0	2	23	29	18	5	77
<i>Supervisor</i>	0	11	31	10	1	0	53
<i>Otros</i>	0	0	0	0	0	0	0
Macroestructura. Director	0	0	3	21	12	3	39
Macroestructura. Gerente	0	3	165	296	60	4	528
Empleados dentro de convenio	59	2.338	4.356	2.822	2.758	486	12.819
TOTAL	60	2.776	6.080	3.927	3.062	511	16.416

Relaciones laborales

En el Grupo Telecom respetamos el derecho fundamental de libre participación de los empleados en las actividades gremiales además de promover el diálogo directo con las organizaciones gremiales. Por eso garantizamos que en ninguna actividad el derecho a la libertad de asociación pueda correr riesgos.

En el transcurso del año 2014, las organizaciones gremiales FOEESITRA, FATEL, FOPSTTA y UPIET continuaron integrando la Mesa de Unidad Sindical de las Telecomunicaciones (M.U.S.). Como se viene desarrollando hace más de tres años, fue dentro de ese marco en que se llevó a cabo una de las negociaciones paritarias, la que culminó (en el mes de junio) con la suscripción de acuerdos salariales y de

otras condiciones, tanto para la telefonía básica como para la actividad Call Center.

El Centro de Profesionales de Empresas De Telecomunicaciones (CEPETEL), reconocido en el 2012, continúa desarrollando la dinámica de negociación y paritaria por fuera de la M.U.S. No obstante, en septiembre de 2014, se firmó el acuerdo salarial con dicha entidad gremial, en iguales términos que el resto de las asociaciones sindicales telefónicas.

En relación con el personal convencionado de Telecom Personal, y en virtud de la entrada en vigencia del Convenio Colectivo de Trabajo para la actividad telefonía Celular

o Móvil N° 676/13 el 1 de febrero de 2014, se implementó dicho cuerpo normativo en el ámbito de FOETRA Sindicato Buenos Aires. En relación con el resto del territorio, permanece representado por la F.A.E.C.yS., y resultan aplicables sus acuerdos correspondientes. No obstante, se han suscripto convenios colectivos para la actividad móvil con FATEL, FOESITRA, FOPSTTA y UPIET, respecto de los cuales se está al aguardo de sus correspondientes homologaciones. Se estima su entrada en vigencia en el 2015.

Respecto de la materia salud y seguridad del trabajo, Telecom Argentina cumple rigurosamente con los diversos acuerdos que han sido celebrados con las entidades sindicales sobre las condiciones y ambiente de trabajo en tareas de telegestión, trabajo en altura, evacuación de edificios en emergencias, trabajo en cáma-

ras subterráneas y elementos de protección personal, teletrabajo, entre otros.

Los espacios de concertación continúan incrementándose, profundizando el respeto, la libertad sindical y la interacción entre los distintos actores involucrados, a través de un diálogo fluido y directo. En 2014, los temas tratados y resueltos a nivel colectivo con las organizaciones gremiales, fuera de la cuestión salarial, han sido de diverso origen, a saber: planificación de carreras profesionales, revisión de rubros, tales como el adicional por guarderías, licencias para la actividad call center, promociones, teletrabajo, etc. Vale resaltar que Telecom Argentina fomenta firmemente la dinámica negocial, propiciando la comunicación continua con todas las entidades gremiales.

Representación sindical de empleados 2014

Segmento del negocio	Compañía	Tipo de contrato	Cantidad de empleados	% por tipo de contrato
Servicios Fijos	Telecom Argentina S.A.	Fuera de convenio ⁽¹⁾	1.045	9,5%
		Dentro de convenio ⁽²⁾	10.009	90,5%
	Telecom U.S.A.	Fuera de convenio ⁽¹⁾	2	100,0%
Servicios Móviles	Telecom Personal	Fuera de convenio ⁽¹⁾	2.148	43,3%
		Dentro de convenio ⁽³⁾	2.810	56,7%
	Núcleo (Paraguay)	Fuera de convenio ⁽¹⁾	402	100,0%

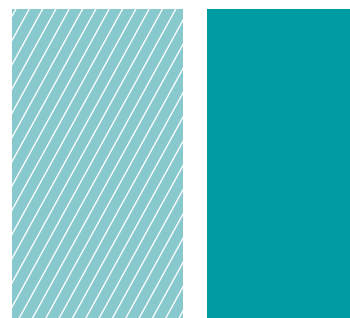
(1) Incluye macroestructura.

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

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

Para mayor información sobre las relaciones laborales, ver la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2014.

Capacitación y formación a empleados



Actividades desarrolladas como parte de la Universidad Corporativa Telecom:

Management

• **Escuela de Altos Directivos.** Diseñada en conjunto con la Universidad Torcuato Di Tella [UTDT], consta de un programa de 92 horas de formación distribuidas en tres fases y orientadas a todos los Directores y Gerentes de primer reporte. En 2014, se realizó la primera edición del Programa de Desarrollo para líderes, diseñada con la UTDT. Este estuvo compuesto por tres talleres: “Liderazgo y gestión emocional”, “Gestión de personas en procesos de cambio” e “Inteligencia política”. Participaron en esta oportunidad aproximadamente 80 Directores y Gerentes de la Compañía. Además, se realizaron dictados de “Oratoria y Comunicación” exclusivamente para Gerentes de primer reporte.

Por otra parte, 66 Directores y Gerentes de primer reporte del COO participaron del Programa “Las Conversaciones en la Empresa y los Equipos de Alto Desempeño” basado en la perspectiva del *coaching* ontológico, en función del desarrollo de una cultura de trabajo en equipo y liderazgo transformacional. Este programa tuvo una duración de 5 meses.

• **Programa Sistema de Relaciones Laborales.** Tanto los Mandos Medios como Especialistas de distintas áreas de la Compañía participaron de la 6ª edición del Programa Sistema de Relaciones Laborales, que tiene por objetivo formar a los participantes en aquellos aspectos relativos a negociaciones y a relaciones laborales. El programa consta de 80 horas cátedra y participaron este año más de 80 participantes.

Capacitación en Management

Programa	Cantidad de participantes
Escuela de Altos Directivos (Directores)	23
Escuela de Altos Directivos (Gerentes)	165
Programa Mandos Medios - Gestión del Desempeño	23
Programa Mandos Medios - Activando tu Desarrollo Profesional	309
Programa Mandos Medios - Aduénate del Liderazgo	66
Programa Sistema de Relaciones Laborales	99

Comercial

• **Escuela de Ventas Fija y Escuelas de Customer (Fija y Móvil).** Continuamos con los talleres orientados a desarrollar las competencias de los Mandos Medios en la gestión de personas. Realizamos diferentes ediciones del programa tanto en Buenos Aires, como Rosario y Córdoba. Estas trataron sobre “Activando tu Desarrollo”,

y este año incorporamos “Activando tu estilo hacia el Líder Coach”, basándonos en herramientas de autoconocimiento para potenciar los diferentes estilos.

Para el segmento masivo realizamos *e-learning*s, sobre la base de “Detección de Necesidades”, “Argumentación Efectiva” y “Gestión de las Emociones”, a las que se accede desde la plataforma del Campus Virtual.

- **Escuela de Ventas Móvil.** Trabajamos en un diseño mixto que consistió en 2 módulos áulicos sobre “Planificación Comercial” y “Gestión de la Cuenta”. Posteriormente se trabajó sobre la aplicación de estos conocimientos en “Gestión de Cartera de Clientes”, un proceso para potenciar el modelo comercial con clientes Business.
- **Escuela de Marketing (Fija y Móvil).** Realizamos el Programa “Experiencia Mundo Digital”, un diseño orientado a comprender en profundidad el impacto del entorno digital en la forma de hacer negocios. Participaron colaboradores de distintas áreas comerciales que intervienen en los diferentes procesos digitales.

Consistió en un Ciclo de Charlas con *speakers* expertos sobre “El mundo digital”, “La revolución de e-media”, “Foco en el usuario: e-caring” y “Midiendo el negocio”. Adicionalmente, 35 personas participaron de “Champions Digitales” para profundizar en estos aspectos y relacionarlos con la realidad de la Compañía.

Tecnología

- **Tecnología y Sistemas.** Este programa es dictado por los partners oficiales de las principales tecnologías como Java, Oracle, Cisco, SUN, *Red Hat*, Microsoft y Linux, entre otras, e impacta en las distintas áreas atravesadas por la gestión de conocimientos IT.

Capacitación en Tecnología

Programa	Cantidad de participantes
Tecnología y Sistemas	2.205

Especialidades

- **Escuela de Abastecimiento.** Fue diseñada con el fin de uniformar visiones, herramientas y técnicas de gestión de la Cadena de Abastecimiento que permitan crear una cultura compartida de trabajo que agregue valor a la gestión individual y global de la Dirección. En 2014, llevamos a cabo 3 talleres en el primer semestre del año, en los que se convocó a más de 60 colaboradores.

Capacitación en Especialidades

Programa	Cantidad de participantes
Escuela de Abastecimiento - participantes de Compras, Logística y Real Estate	64

General / Transversal

- **Escuela de Analistas.** En este marco, en 2014 continuamos con el módulo de “Metodología de Análisis”. En esta oportunidad alcanzamos a más de 400 colaboradores de la Compañía de todo el país. El objetivo es formar en herramientas de calidad que permitan adquirir habilidades y comportamientos para lograr una cultura innovadora en la forma de analizar las dificultades que se pueden presentar en la tarea diaria.

Tanto en esta escuela como en la **Escuela de Mandos Medios**, incorporamos la temática de Innovación a la Universidad Telecom, realizando 32 *workshops* en diferentes plazas del país, que abarcaron aproximadamente a 400 personas. Buscamos generar una experiencia aplicada de creatividad e innovación que sea vivida como distintiva y de valor nuevo y relevante para su trabajo cotidiano, invitándolos a desafiar supuestos, paradigmas e ideas preconcebidas a través de un modelo específico.

- **Escuela de Cultura Organizacional.** Continuamos con el dictado de “Diálogos en la Oscuridad” en el Centro Cultural Konex, para equipos de trabajo que buscaron potenciar el trabajo en equipo y explorar el trabajo en contextos adversos y diversos.

- **Talleres Diversidad e Inclusión.** Realizamos la 2ª edición de “*Maternity Coaching*”. Además, sumamos una charla abierta a madres y padres, en la que podían participar con sus parejas, sobre la difícil tarea de ser padres hoy.

Continuamos a su vez con el taller “VIH y diversidad sexual” con 2 dictados durante el último semestre.

En relación con la capacitación en Derechos Humanos, abordamos la temática desde la óptica de la no discriminación y el respeto por las personas.

En el transcurso de estos años hemos impulsado el acceso a 2 e-learning que abordan aspectos para sensibilizar a nuestros colaboradores sobre el respeto por los Derechos Humanos. Aquellos cuentan con algunos tests para que cada empleado pueda evaluar cuánto conoce sobre la temática:

E-LEARNING DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Con el fin de fomentar la Diversidad y la Inclusión en todos los ámbitos de trabajo de la Compañía, desarrollamos una capacitación en formato *e-learning* con el objetivo de ayudar a los colaboradores a identificar y cambiar la tendencia a estereotipar y el comportamiento basado en prejuicio, así como también a valorar la Diversidad. La capacitación consta de 4 módulos de aproximadamente 30 minutos de duración cada uno. Los módulos recorren los siguientes temas: la Diversidad y su gestión organizacional, Diversidad Generacional, Diversidad de Género, Discapacidad y Diversidad.

E-LEARNING VIH/SIDA

Tiene el objetivo de brindar información a los empleados, dado que el conocer más nos ayuda a tener más conciencia y ser proactivos en el cuidado propio y de quienes nos rodean, en relación con la temática. Esta capacitación brinda información para revisar los mitos y tabúes en relación con el VIH/sida y contrarrestarlo con información actual y científica sobre la epidemia del VIH, su transmisión, la epidemiología, los avances biomédicos y sociales, así como la legislación actual en la materia.

- **Programa de Regulación y Negocios.** Llevamos a cabo la 4ª edición del Programa de Regulación y Negocios para distintas áreas de la Compañía. En esta oportunidad se realizaron 2 dictados del módulo de Regulación Inicial a los que fueron convocados más de 80 Gerentes y Analistas de Marco Regulatorio, Legales, Auditoría, Marketing, Ventas, Administración y Finanzas, Red, entre otras.

- **Derecho Societario y Defensa de la Competencia.** Realizamos la edición 2014 para distintas poblaciones del Grupo. Participaron Gerentes y Especialistas de diferentes unidades de negocio. Los módulos dictados fueron “Defensa de la Competencia” y “Compromisos”.

- **Escuela de Formadores.** Llevamos a cabo por tercer año

consecutivo, para proporcionar a aquellas áreas que realizan actividades de Entrenamiento como parte de su rol y a aquellos colaboradores que eventualmente dictan un curso, las herramientas pedagógicas que permitan garantizar la transmisión de conocimientos en forma adecuada. Los módulos desarrollados en esta escuela son “Diseño de actividades”, “Metodologías Innovadoras”, “Herramientas de Enseñanza”, “Aprendizaje en Adultos” y “Técnicas avanzadas de Facilitación”. Se registraron más de 350 participaciones en los diferentes módulos impartidos en Bs. As., Córdoba, Rosario, Tucumán y Resistencia.

- **Negociación Efectiva.** Durante el 2º semestre de 2014, realizamos dictados de Negociación Efectiva [metodología Harvard] en los niveles Inicial y Avanzado, en las Ciudades

de Bs. As., Córdoba y Rosario. Se llegó aproximadamente a 250 colaboradores de todas las áreas de la Compañía. Adicionalmente, se realizaron 2 clínicas de Negociación específicas para 40 colaboradores de la Unidad Wholesale.

- **Escuela de Ofimática.** Continuamos formando en temas de Microinformática, dictando cursos presenciales de MS Office, como Access, Excel, PowerPoint y Project en sus distintos niveles, tanto en Buenos Aires como en Rosario y Córdoba. Participaron de estas actividades aproximadamente 370 personas.

- **Formación idiomática.** Realizamos capacitaciones de inglés, italiano y español. En 2014 hemos gestionado la capacitación de más de 500 colaboradores.

- **Actividades de extensión universitaria - “Ciclo de charlas”.** El Ciclo de Charlas de la Universidad Telecom es un espacio en el que panelistas expertos, tanto internos como externos, tienen la oportunidad de compartir sus experiencias en temáticas generales y de Negocio. Constituye una actividad que permite poner en valor el conocimiento y promover diferentes instancias de aprendizaje.

Una de las temáticas con mayor repercusión en 2014 fue la charla de “Evolución Tecnológica”, que contó con modalidad presencial y remota. A través de videoconferencia en simultáneo, pudimos conectar distintos puntos de la geografía de Telecom, lo que nos permitió tener mayor proximidad a los intereses e inquietudes de gran parte de nuestras áreas y regiones.

Capacitación General / Transversal

Programa	Cantidad de participantes
Escuela de Analistas	1.044
Escuela de Cultura Organizacional	282
Talleres Diversidad e Inclusión	320
Programa de Regulación y Negocios	57
Derecho Societario y Defensa de la Competencia	17
Escuela de Formadores	153
Negociación Efectiva	305
Microinformática	220
Formación idiomática	476
Ciclo de Charlas	798

Formación en Medioambiente

Talleres de Medioambiente. Nos focalizamos conjuntamente con Riesgos del Trabajo en dos aspectos: Conciencia Ambiental y Contención de Derrames. En 2014, replicamos esta formación en Bs. As. y en el interior del país. También diseñamos el curso de Conciencia ambiental en formato *e-learning*, del cual participaron más de 1000 colaboradores de todo el país.

Formación en Medioambiente

Programa	Cantidad de participantes
Talleres de Medioambiente	3.949

CAPACITACIÓN EN NÚCLEO Y DESARROLLO PROFESIONAL (PARAGUAY)

El plan de capacitación 2014, en el marco del Programa Universidad Personal, incluyó programas y actividades para todos los niveles. Para los responsables realizamos el programa de Liderazgo Situacional y para el Desempeño, con el objetivo de desarrollar y fortalecer habilidades que permitan a estos líderes influir efectiva y positivamente en la gestión de sus colaboradores.

También realizamos actividades que hacen al desarrollo de habilidades técnicas y de gestión, para todas las áreas.

En cuanto al desarrollo profesional, trabajamos continuamente para detectar los puntos de apalancamiento y establecer las herramientas sobre las que se fundamenta nuestro estilo de liderazgo y los factores motivacionales, alineados a los objetivos de la Compañía, el fortalecimiento del equipo y nuestra cultura organizacional.

El plan de desarrollo 2014 de la Universidad Personal tuvo un alcance de 82 participantes [Gerentes y Jefes]. Este plan tiene por objetivo trabajar el potencial de los líderes de la Compañía, agregando valor a la gestión, alineando las competencias gerenciales claves para asumir los desafíos del negocio. Por otro lado, el Programa de Jóvenes Profesionales: Futuros Cuadros de Reemplazo fue iniciado durante el segundo semestre y obtuvo 40 postulaciones, de las cuales quedaron seleccionadas 28 para la primera etapa de evaluación.

Comunicación Interna



En 2014 continuamos actualizando nuestros canales de comunicación interna para mantenernos conectados con nuestros empleados:

- **NEOTV:** Realizamos un nuevo ciclo de “Un día con”, donde las cámaras muestran una jornada laboral junto a nuestros colaboradores.

- **RADIO ECO:** Contamos con nuevos especiales y contenidos de producción interna y original.

- **SMS:** Realizamos el lanzamiento de contenidos vía dispositivos *mobile* corporativos.



8. PROVEEDORES



Análisis de riesgos de provisión

Uno de los aspectos críticos para la Dirección de Abastecimiento es asegurar la cadena de aprovisionamiento de materiales y una adecuada variedad de ofertas para realizar las mejores adquisiciones en cuanto a costo-beneficio.

Por eso, en 2014 continuamos con el programa de seguimiento de provisión de materiales críticos, e hicimos foco en la exploración y desarrollo de proveedores o de materiales que pudiesen reemplazarlos o brindar nuevas alternativas de solución. Esto fue de suma importancia en un contexto en el que buscábamos potenciar la fabricación nacional para abaratar los costos, minimizar los tiempos de provisión y desarrollar la industria nacional.

Este modelo de trabajo logró que nuevas empresas iniciaran proyectos de desarrollo de productos acompañadas por Telecom hasta obtener su correspondiente homologación y la Certificación de Procesos Productivos para dichos materiales.

Antes de incorporar a un nuevo proveedor, realizamos el análisis de riesgo primario y la certificación de aquel, además de auditorías constantes para asegurar la calidad y provisión del producto. Simultáneamente monitoreamos al proveedor a través del sistema Vendor Rate, que califica las entregas y el cumplimiento de lo pactado.

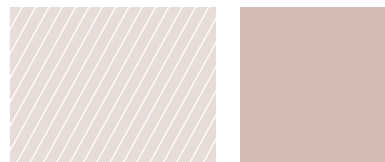
Certificación de procesos productivos

Aplicamos la metodología de certificación de procesos con nuestros proveedores: contamos con 66 empresas certificadas y con 1.286 materiales entregados bajo esta modalidad.

En 2014 efectuamos auditorías para garantizar la continuidad del modelo y el compromiso de nuestros proveedores con la calidad final del producto entregado. Para realizar las auditorías, dividimos las familias de materiales por tipo de producto, y asignamos a un especialista para que efectuara seguimiento constante y profundizara los controles realizados por nuestros proveedores.

Gracias a la efectividad del sistema, los tiempos de entrega se redujeron considerablemente de 21 días demandados para los ensayos de laboratorio por controles puntuales de calidad realizados para cada entrega, a 1 día por controles de documentación presentada para la autovalidación. Como el proveedor está certificado previamente, se reduce el tiempo de demora por ensayos.

Digitalización de facturas



Contamos con un Sistema de Gestión de Facturación a Proveedores que permite unificar el circuito de ingreso de facturas que se presentan de manera digital en la página web del grupo Telecom, en el link de acceso a proveedores.

Digitalización de facturas	2012	2013	2014
Cantidad de facturas digitalizadas	100.789	122.219	127.317
Cantidad de proveedores	4.789	6.143	6.580
Monto de la facturación digital (en millones de pesos)	14.261	17.030	28.304



9. COMUNIDAD



Acciones de mecenazgo en Buenos Aires y en Chaco

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la Ley de Mecenazgo tiene como objetivo fomentar el aporte privado a través de beneficios fiscales. En 2014, ampliamos nuestro apoyo a proyectos culturales poniendo foco en los siguientes ejes:

a) Fortalecer proyectos de preservación y de mejora del patrimonio cultural

- Restauración y puesta en valor de la cúpula del Palacio Errázuriz [Asociación de Amigos del Museo Nacional de Arte Decorativo].
- Reparación de las cubiertas de la sinagoga de la Congregación Israelita de la República Argentina, CIRA [Centro Israelita de la República Argentina].

b) Difundir la cultura

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

- Festival Internacional de Títeres Al Sur [Asociación Mutual Catalinas Sur].
- Centro integral de Creatividad y Desarrollo Comunitario [Círculo Cultural Barracas].
- Carrusel, Club de las Artes [Asociación Civil de Difusión y Promoción de las Artes].
- Programa de Integración Comunitaria y Extensión Educativa II [Fundación PROA].
- Conciertos del Distrito Tecnológico [Fundación EXACTA].
- Orquesta Académica de Buenos Aires [Asociación Civil Recitativo].
- Compañía al Pie de la Cama - Teatro para la salud [Fundación para el Cambio Democrático].
- Cómo dibujar historietas [Proyecta.org].
- Exposición "La Línea Piensa" [Fundación para las Artes-Centro Cultural Borges].
- Documental *Nuevas voces de la narrativa argentina* [Asociación Civil Rumbo Sur].

ciación Civil Rumbo Sur].

- Documental sobre Abelardo Castillo [Pablo Rey-Asociación Civil Rumbo Sur].
- Reedición de cuadernos de la Shoa N° 1, y edición y publicación de cuadernos de la Shoa N° 4 [Generaciones de la Shoa, Holocausto, en Argentina].
- Catálogo del Museo de Artes Plásticas [Asociación Amigos del Museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori].
- Revista *Cantabile* de Música Académica [Fundación Cantabile para las Artes].
- Segunda Edición de la Bienal de Imagen en Movimiento [Asociación Civil ACUNTREF].

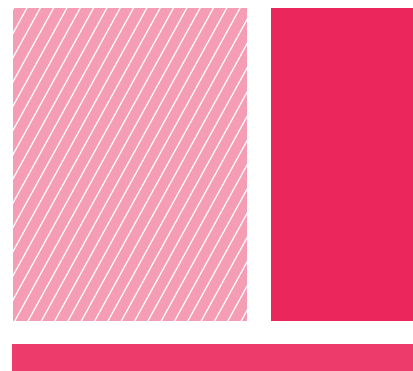
En la provincia del Chaco

El departamento de Programas y Leyes Especiales del Instituto de Cultura del Chaco es el responsable de ejecutar la Ley N° 5459 de Fomento de la Actividad Privada en Actividades Culturales, que fue reglamentada a finales de 2007. La finalidad de esta ley es la de promover, desde el Estado, la participación de las empresas y de los particulares en el sostenimiento de proyectos culturales.

En 2014 se acompañaron los siguientes proyectos:

- Proyecto de la Fundación Urunday: El proyecto Resistencia, la Ciudad de las Esculturas incluyó la ampliación del Departamento de Mantenimiento y la restauración de esculturas del Museo de las Esculturas Urbanas del Mundo [MUSEUM] y su mantenimiento, un parque de las esculturas, la Ciudad Virtual de las Esculturas (visor 360°) y un escenario para la realización de futuras bienales de esculturas.
- Proyecto de la Fundación Deportiva Social: El proyecto LAIT WE ('viento norte') busca que niños, jóvenes y adultos en situación de riesgo o vulnerabilidad cuenten con un espacio donde canalizar sus emociones y sus vivencias.

Aliados en el trabajo con la comunidad



Comunidad ⁽¹⁾	2012	2013	2014
Cantidad de alianzas en proyectos de gestión social	41	51	97

(1) No incluye Núcleo.

Destacamos en **negrita** aquellas organizaciones con las que se esté trabajando en proyectos sociales de mediano / largo plazo.

ORGANIZACIONES	PROYECTO	TERRITORIO
Ámbito académico		
Colegio Pío XII, Castelli	Proyecto Aula Móvil	Chaco
Escuela de Capacitación Laboral San Vicente de Paul, Añatuya	Proyecto Aula Móvil	Santiago del Estero
Universidad Católica de Chile, Centro de Desarrollo de Tecnologías de Inclusión	Senti2 Conecta2 con Sueñalettras	Salta, La Rioja, Chaco
Universidad de San Andrés	Becas para el Posgrado de Organizaciones sin Fines de Lucro. Auspicio Cena Anual	Buenos Aires
Universidad Siglo 21	Centro Universitario Warmi Huasi Yachana	Jujuy
Sector público		
Dirección de Educación Especial del Programa Conectar Igualdad	Senti2 Conecta2 con Sueñalettras	Salta, La Rioja, Chaco
Escuela Alas Argentina, Córdoba Capital	Proyecto DiME	Córdoba
Escuela Benjamín Matienzo, Córdoba Capital	Proyecto DiME	Córdoba
Escuela Manuel Belgrano, Laboulaye	Proyecto DiME	Córdoba
Escuela Provincia de Neuquén, Bell Ville	Proyecto DiME	Córdoba
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social - CONAETI	Red de Empresas contra el Trabajo Infantil	Nacional
Red Provincial de Capacitación y Recursos TIC de la Subsecretaría de Estado de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa del Ministerio de Córdoba	Proyecto DiME	Córdoba

ORGANIZACIONES	PROYECTO	TERRITORIO
Organizaciones de la sociedad civil		
ALPI (Asociación Lucha contra la Parálisis Infantil)	Colaboración anual	Buenos Aires
AmCham	Auspicio entrega Premios Ciudadanía Empresaria	Buenos Aires
AMIA - Comunidad Judía	Colaboración anual	Buenos Aires
Arzobispado de Buenos Aires	Colaboración anual	Buenos Aires
Asociación Civil Warmi Sayasjunco	Centro Universitario Warmi Huasi Yachana	Jujuy
Asociación Conciencia	Colaboración en Jardines de Cosecha (Préstamo de celulares)	Salta y Jujuy
Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER)	Colaboración anual	Misiones
Asociación ORT	Colaboración anual	Buenos Aires
COAS (Cooperadora de Acción Social)	Auspicio Feria de las Naciones y Cena Anual	Buenos Aires
DAIA	Auspicio Evento DAIA por la Diversidad Cultural	Buenos Aires
Endeavor Córdoba	Colaboración (Préstamo de celulares)	Córdoba
Fundación Banco de Alimentos	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación CEOS-Sol	Campaña de reciclado de papel	Salta
Fundación CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento)	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Dr. Fernández	Auspicio Gran Premio Carlos Pellegrini	Buenos Aires
Fundación Educando	Proyecto Aula Móvil	Chaco, Santiago del Estero
Fundación Espacios Verdes	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Familia	Campaña de reciclado de papel	Córdoba
Fundación Haciendo Caminos	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Hospital Garrahan	Auspicio torneo de golf para recaudación de fondos	Buenos Aires
Fundación ICBC	Arte en las Escuelas	Nacional
Fundación Jean Navajas	Proyecto Bicentenario Local	Corrientes
Fundación Laureus	Auspicio torneo de golf para recaudación de fondos	Buenos Aires
Fundación Manos Abiertas Salta	Segundo Congreso de Organizaciones Sociales del NOA, REDES 360°	Salta
Fundación Mariquita Sánchez de Thompson	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Pescar	Proyecto SIRVE	Nacional
Fundación Pide Un Deseo	Auspicio de la Gala Anual	Buenos Aires
Fundación Rosario	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Sagrada Familia	Colaboración en evento de inserción social	Buenos Aires
Fundación SI	Centro Universitario Warmi Huasi Yachana	Jujuy
Fundación Tzedaká	Colaboración anual	Buenos Aires
Fundación Universidad Torcuato Di Tella	Auspicio de la cena anual de recaudación de fondos	Buenos Aires

ORGANIZACIONES	PROYECTO	TERRITORIO
Organizaciones de la sociedad civil (cont.)		
FUNDALEU (Fundación Para Combatir la Leucemia)	Colaboración anual	Buenos Aires
Huerta Niño	Colaboración anual	Buenos Aires
Mozarteum Argentino	Auspicio Institucional del Ciclo de Conciertos	Buenos Aires
Obispado de Añatuya	Aula Móvil	Santiago del Estero
Programa Alerta Vial	Colaboración anual	Buenos Aires
Sociedad Italiana de Beneficencia de Buenos Aires	Auspicio Maratón	Buenos Aires
Sociedad Rural Argentina	Auspicio institucional	Buenos Aires
TEDx Plaza Independencia	Colaboración (Préstamo de celulares)	Tucumán
Un Techo para mi país Salta	Colaboración (Préstamo de celulares)	Salta
Wingu, Tecnología sin fines de lucro	Proyecto TIC 3.0, Tecnología para el cambio social	Nacional

Red de Voluntarios

La Red de Voluntarios tiene por objetivo generar espacios valiosos para la acción solidaria de los colaboradores del Grupo Telecom, que a su vez impacten positivamente en la comunidad, brindando bienestar a los propios voluntarios y favoreciendo el espíritu de equipo.

Durante 2014 se trabajó en 15 ciudades de la Argentina: Buenos Aires, Córdoba, Salta, Rosario, Río Cuarto, Neuquén, San Miguel de Tucumán, San Salvador de Jujuy, Mendoza, Resistencia, Corrientes, San Rafael, Posadas, Catamarca y La Rioja. Se incorporaron Catamarca y La Rioja durante la gestión 2014.

Los proyectos de la Red de Voluntarios se difunden a través de las distintas herramientas de comunicación que brinda la Compañía. Las más utilizadas son mails, Intranet corporativa y Tecotwitt [red social interna].

Las capacitaciones que se brindaron a lo largo de 2014 estuvieron orientadas a brindar información para que los voluntarios pudieran llevar adelante las tareas en cada uno de los proyectos. Las capacitaciones se brindan en conjunto con la organización social con la que se realiza la actividad. Algunas de las organizaciones con las que brindamos capacitaciones fueron Junior Achievement, Fundación León, PlantaRSE, Banco de Alimentos de Rosario, Fundación Tzedaká, Fundación Compromiso, La Casa de Ronald McDonald, CILSA [Centro de Inclusión Libre y Solidario de Argentina], entre otras.

Además, mantuvimos reuniones con organizaciones de la sociedad civil en las plazas que se incorporaron durante ese año y en las ciudades visitadas:

- **Tucumán:** ONG identidad, Fundación León, Comedor parroquia San Juan de La Cruz.
- **Posadas:** Asociación Civil Fortalecer Misiones, Brazos Abiertos.
- **Salta:** Fundación Hope, Manos Abiertas, Fundación por los Niños.
- **La Rioja:** Fundación Alas Argentina, Asociación Todo Para Ellos.

En Paraguay estuvimos presentes con distintas acciones en las ciudades de Asunción, Encarnación, Coronel Oviedo y Ciudad del Este.

Acción	Plaza	Cantidad de voluntarios
Banco de Alimentos: Clasificación - Give & Gain	Rosario	9
Banco de Alimentos: colecta Anual de alimentos	Córdoba	11
Campaña útiles escolares - Sonrisas	Buenos Aires	16
Casa Padres: festejo del Día del Niño	Corrientes	17
Casa Ronald: armado de ludotecas - Give & Gain	Buenos Aires	13
Cilsa - Junior Achievement: Las ventajas de permanecer en la escuela	Buenos Aires	3
Clasificación - Banco de Alimentos Rosario	Rosario	5
Colecta de medicamentos - Campaña anual de medicamentos Fundación Tzedaká	Buenos Aires	4
Colecta de ropa - Comedor Emmanuel	San Rafael	8
Colecta de ropa y calzado - Brazos Abiertos	Posadas	3
Colecta de útiles - Cilsa	Mendoza	1
Colecta de útiles - Movimiento Acción Solidaria	Rosario	2
Colecta por alud de Catamarca	Buenos Aires y San Miguel de Tucumán	5
Colecta por inundación Litoral	Buenos Aires	4
Colecta por inundación Litoral parte 2 - Con LAN	Buenos Aires	5
Colecta y clasificación de medicamentos Fundación León y Fundación Tzedaká	San Miguel de Tucumán	5
Comedor Santa Rita: festejo de la primavera	Río Cuarto	6
Compartí tu Arte - Manos Laboriosas	Resistencia	17
Día del Niño	Asunción, Encarnación, Coronel Oviedo y Ciudad del Este	50
Día Internacional del Voluntario: Acompañamiento en cierre de año, animación infantil y merienda - Centro Santa Rita	Río Cuarto	9
Día Internacional del Voluntario: Club Social y deportivo	San Rafael	6
Día Internacional del Voluntario: Escuela Bandera Argentina	Mendoza	4
Día Internacional del Voluntario: Festejo fin de año en Fundación Alas	La Rioja	34
Día Internacional del Voluntario: Hogar San Roque	Rosario	3
Día Internacional del Voluntario: Hospital del Niño Jesús de Tucumán - Fundación León	San Miguel de Tucumán	5
Día Internacional del Voluntario: Intervención artística en escuela Lenguas Vivas	Buenos Aires	11
Día Internacional del Voluntario: Limpieza de la costa de Vicente López	Buenos Aires	6

Acción	Plaza	Cantidad de voluntarios
Escuela Primaria N° 462 de Lipán	San Salvador de Jujuy	13
Festejo Día del Niño - Escuela N° 969	Resistencia	15
Fundación Tzedaká: clasificación de medicamentos - Give & Gain	Buenos Aires	21
Hogar del Señor y la Virgen del Milagro - Fundación Manos Abiertas	Salta	2
Hogar San José de niñas - Fundación León	San Miguel de Tucumán	7
Hombre Nuevo: actividad recreativa para adultos mayores - Give & Gain	Córdoba	13
Hospital del Niño Jesús: actividad recreativa para niños - Fundación León - Give & Gain	San Miguel de Tucumán	14
Hospital Teodoro Schestakow - Give & Gain	San Rafael - Mendoza	9
Junior Achievement: Las ventajas de permanecer en la escuela	Mendoza	2
Navidad en el Hospital de Niños	Asunción	20
Nochebuena para Todos - Nochebuena para Todos	Buenos Aires	33
Nochebuena para Todos - Nochebuena para Todos	Rosario	7
Nochebuena para Todos: Brazos Abiertos	Posadas	2
Nochebuena para Todos: Capilla Padre de las Misericordias	Chaco Corrientes	8
Nochebuena para Todos: Cáritas	Jujuy	30
Nochebuena para Todos: Cáritas	Catamarca	12
Nochebuena para Todos: Cáritas	Tucumán	6
Nochebuena para Todos: Cáritas	Río Cuarto	3
Nochebuena para Todos: CONIN	Mendoza	7
Nochebuena para Todos: El Alfarcito	Salta	10
Nochebuena para Todos: Guandacol (pueblo)	La Rioja	12
Nochebuena para Todos: Hombre Nuevo	Córdoba	13
Nochebuena para Todos: Manos que ayudan	Neuquén	7
Nochebuena para Todos: Escuela: N° 2-051 M. Capitanelli de Sanchez	San Rafael	8
Plantación de árboles en el barrio Los Mirasoles -Festival ecológico	Salta	3
Plantación de árboles en la Reserva Costanera Sur - Festival ecológico	Buenos Aires	10
Reyes	Asunción	20
Socios por un Día - Junior Achievement	Buenos Aires	18
Vocación Junior	Buenos Aires	55
Vocación Junior	Córdoba	7
Vocación Junior	Rosario	9



Voluntarios en acción durante la Jornada de armado de cajas para Nochebuena para Todos

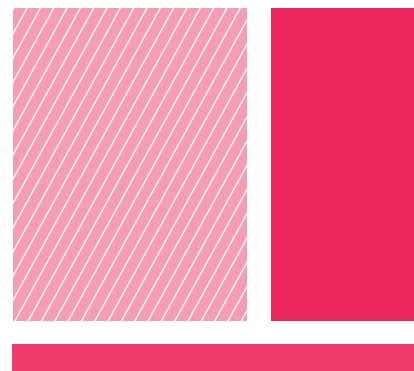
Red de Voluntarios	2013	2014
Cantidad total de voluntarios por única vez	673	421 ⁽¹⁾
Voluntarios capacitados	10	90
Horas de capacitación	10	178
Capacitaciones brindadas	3	20
Proyectos realizados	45	55
Voluntarios coordinadores de proyectos	53	72
Instituciones involucradas	39	37
Beneficiarios directos	1.881	1.763
Horas laborales invertidas	2.721	2.180
Horas no laborales invertidas	1.204	895
Horas totales de voluntariado	3.924	3.075

(1) Este valor considera solo aquellos voluntarios que participaron por única vez. Si consideráramos a aquellos voluntarios que participaron más de una vez durante el año, el número asciende a 576.



Voluntarios participando en la Jornada de Plantación de Árboles en la Reserva Ecológica Costanera Sur

Acciones de Núcleo en Paraguay



Durante el 2014 realizamos una serie de actividades, entre las cuales podemos citar:

NIÑEZ Y SALUD

- **Operación Sonrisa.** Continuamos colaborando con la Fundación Operación Sonrisa Paraguay en su tarea de realizar cirugías sin costo a niños y jóvenes con paladar hendido y labio fisurado. En el noveno año de acción conjunta, 232 personas fueron operadas exitosamente. Además del apoyo económico brindado, continuamos proveyendo comunicación sin costo a la Fundación y promoviendo la participación como voluntarios de sus empleados.

- **Programa de Inmunizaciones.** Colaboramos con la Campaña de Vacunación Nacional del Programa Ampliado de Inmunizaciones, del Ministerio de Salud Pública; la Secretaría de la Mujer y la Secretaría de la Niñez y la Adolescencia. En este marco colaboramos con la difusión de mensajes de texto, informando sobre las fechas y vacunas disponibles.

COMUNIDAD

- **Plazas wi-fi.** En materia de inclusión digital, continuamos brindando servicio de Internet sin costo en espacios públicos del país, específicamente en Asunción y en ciudades del interior: Concepción, Pedro Juan Caballero, San Estanislao, Pilar. Con esta iniciativa, la Compañía brinda un beneficio extra a los vecinos y visitantes de cada una las ciudades en donde ha sido instalado el servicio.

- **Techo Paraguay.** Continuamos con el apoyo a la asociación sin fines de lucro TECHO en sus actividades de construcción y donación de viviendas de emergencia para

familias de muy escasos recursos. Apoyamos a Techo en materia económica, en la provisión de conectividad a la organización, y con la participación de sus voluntarios en las campañas de construcción de viviendas realizadas en Asunción, Gran Asunción y Ciudad del Este. Desde el inicio, se han donado un total de 24 viviendas de emergencia, de las cuales 9 fueron erigidas con voluntarios de Personal.

EDUCACIÓN

- **Paraguay Educa.** Continuamos apoyando al proyecto One Laptop per Child, desarrollado en Caacupé por la organización Paraguay Educa, así como el Proyecto OLPC en Concepción juntamente con el Rotary Club Concepción. Un total de 40 escuelas ubicadas en Caacupé y Concepción reciben el servicio de Internet sin costo, provisto por Núcleo. Igualmente, desde este año se sumó el Centro Tecnológico Serranía de Paraguay Educa, mediante el cual se llevan a cabo cursos de computación para jóvenes y adultos.

- **Fundación en Alianza.** La campaña “Un libro, una esperanza”, en conjunto con Fundación en Alianza, por duodécimo año consecutivo entregó textos escolares del área de comunicación y de matemáticas en escuelas de escasos recursos de todo el Paraguay. Durante 2014 recibieron sus libros de texto 1.800 niños de escasos recursos en 23 escuelas públicas instaladas en el interior del país.

CULTURA

- **Tierra Nuestra.** Renovamos el acuerdo de cooperación con Fundación Tierra Nuestra en apoyo al Proyecto Sonidos de la Tierra, orientado a niños y jóvenes para, a través de la música, brindarles una oportunidad de desarrollo.

Los programas de Sonidos de la Tierra cuentan con la participación de más de 25.000 jóvenes de todo el país, a quienes Personal los apoyó por segundo año consecutivo como parte de su objetivo de promover actividades relacionadas con la cultura y la excelencia.

- **ADEC.** Apoyamos económicamente el Congreso ADEC [Asociación de Empresarios Cristianos] de RSE, llevado a cabo en octubre con renombrados expositores expertos en temas de responsabilidad social. Igualmente, apoyamos los premios ADEC que reconoce a jóvenes emprendedores en la construcción de empresas con valores. ADEC también recibe apoyo con nuestros servicios comunicacionales para coordinar la logística de las mencionadas actividades.

AMBIENTE

- **Hora del Planeta.** Trabajamos con WWF Paraguay, adhiriéndonos a la Hora del Planeta y desarrollando acciones de concienciación para el cuidado del medioambiente.

Además de todo lo anterior, durante 2014 apoyamos a organizaciones y programas como Fundación El Cabildo, Fundación Ecocultura, Organización Socorro, Asociación de Veteranos de la Guerra del Chaco, al Centro de Ayuda al Discapacitado de Encarnación, Comedor Mita Raity de Sara Servián y la Asociación Paraguaya para la Calidad, entre otros.

Organizaciones aliadas en el trabajo con la comunidad

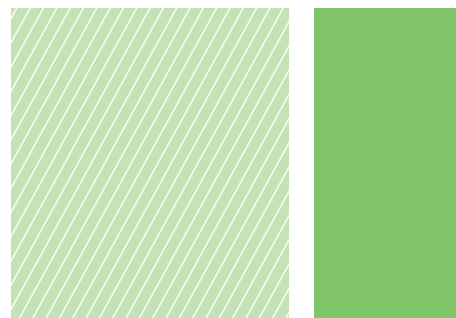
Fundación en Alianza
Un Techo Paraguay
Paraguay Educa
Rotary Concepción
Ecocultura
Socorro



10. MEDIOAMBIENTE



Estrategias y acciones para la eficiencia energética



Dentro del Plan Trienal de Eficiencia Energética definimos un modelo de gestión automática de sistemas de aire acondicionado capaz de cumplir con las políticas definidas en materia de temperaturas para los distintos usos de los edificios. Se identificaron los edificios clave para la realización de acciones de *relamping*, control inteligente, recambio de sistemas de aire acondicionado y refuncionalización de espacios para optimización de puestos de trabajo.

Además, se pondrán bajo monitoreo ambiental 15 oficinas de Telecom Personal para controlar parámetros de temperatura y uso racional de la energía eléctrica.

Por otra parte, estamos trabajando en la definición de una normativa del uso de la energía: se creó, dentro de la estructura del Grupo Telecom, una gerencia dedicada a la gestión de la energía, en el ámbito de la Dirección de Abastecimiento.

Bajo el Proyecto Ahorro y Racionalización Energética [AYRE], se realizaron las siguientes acciones:

- Trabajamos internamente en el diseño sustentable de nuevos espacios, utilizando materiales de bajo consumo energético y larga vida útil, mejorando el rendimiento y su impacto en el medioambiente.
- **Relamping.** Se concretaron los proyectos de Madero y Estomba, y se recibieron 15.000 nuevas luminarias LED para su montaje en edificios seleccionados. Los ahorros en consumo de energía obtenidos son del 50% en relación con el sistema anterior.

• **Sistema de iluminación del datacenter Pacheco.** Reemplazamos 292 luminarias y completamos la migración de todo el sistema de iluminación exterior del predio.

• **Obras de recambio de equipos de aire acondicionado de baja eficiencia.** Se concretaron los proyectos de Edificio Pampa, Edificio Congreso 3940, Comerciales: La Rioja, Mendoza, San Martín y Rosario. Se prevé continuar con otros edificios durante 2015.

• **Sistema inteligente en el Edificio Madero.** El sistema inteligente fue migrado a la última tecnología disponible en el mercado, incorporando un sistema de Energy Management, capaz de reportar los consumos de energía, combustible y agua del edificio. Esto permite detectar desvíos y optimizar el uso de los recursos. El sistema es capaz de ser gestionado por dispositivos móviles como teléfonos móviles y tablets.

De esta manera, los ahorros obtenidos son de aproximadamente el 50% para los sistemas de iluminación y entre el 15 y 30% en sistemas de aire, dependiendo de la tecnología reemplazada.

Por otra parte, en el marco del proyecto TIGREEN se adquirieron 30 kits capaces de monitorear los 30 edificios de mayor consumo de energía. Se implementaron tableros en los edificios Pampa, Golf, Costanera, Rosario Centro, y se recambiaron los sistemas de aire de los edificios Pampa y Congreso 3940.

CONTACT CENTER ROSARIO, UN EDIFICIO VERDE

Este edificio cuenta con la certificación Leadership in Energy and Environmental Design (LEED). Este año se realizó la capacitación inicial a los empleados junto a la difusión de un manual para generar el compromiso de cuidar el agua, separar los residuos, utilizar las instalaciones para bicicletas, ahorrar energía, mantener el orden y la limpieza, y cuidar el aire.

Otra acción que se implementó es la separación de los residuos en categorías. Para ello hoy se cuenta con un contenedor provisto por la Municipalidad de Rosario, donde se colocan los residuos reciclables (papel, cartón, metal y vidrio), los cuales son retirados por cooperativas de reciclaje. Para ello, se realizaron charlas de información y capacitación para el personal de limpieza, supervisores y líderes del edificio.

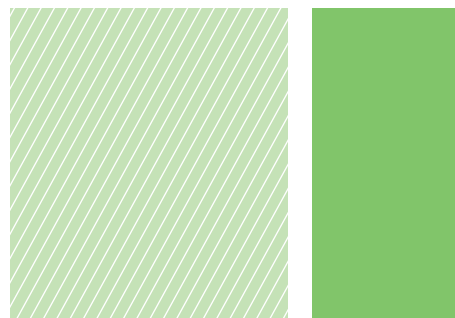
La recolección de agua de lluvia se realiza en un tanque ad hoc que fue instalado con la obra del edificio; el agua que se recolecta se utiliza para el lavado de grandes superficies como el playón de ingreso y las calles laterales. Además, los paneles fotovoltaicos instalados abastecen a los termotanques de agua caliente de todo el edificio.

Consumo de energía (en GWh)	2012	2013	2014
Consumo de energía ⁽¹⁾	386,93	378,14	390,90
Compra de electricidad procedente de fuentes renovables ⁽²⁾	2,61	2,53	0,77

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

(2) Incluye Núcleo (Paraguay), energía hidroeléctrica.

Emisiones de gases de efecto invernadero



Para el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero, incluimos el gas CO₂, derivado de la combustión de gasolina verde [naftas] y diesel en la flota automotor.

Emisiones de gases de efecto invernadero

Denominación	Consumo combustible (en litros)			Emisiones totales de CO ₂ (en TnCO ₂ eq)		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Emisiones por consumo de gasoil (Flota automotriz) en litros ^{(1) (2)}	4.019.820	3.686.600	3.222.494	10.758	9.867	9.433
Emisiones por consumo de nafta (Flota automotriz) en litros ^{(1) (2)}	1.278.870	1.854.982	2.037.954	2.905	4.214	4.978
Emisiones por consumo de gasoil (Grupos Electrógenos) ⁽³⁾	353.160	365.799	591.157	950	984	1.591
Emisiones por consumo de gas domiciliario (gas natural) para calefacción, en m ³ ⁽³⁾	508.484	641.815	545.949	1.309	1.213	1.032
Total de emisiones provenientes de fuentes directas - Alcance 1 ^{(1) (4)}	-	-	-	15.923	16.277	17.033
Total de emisiones indirectas provenientes de la electricidad comprada - Alcance 2 ⁽⁵⁾	-	-	-	208.485	202.304	207.962
Emisiones generadas por viajes en avión ^{(1) (2)}	-	-	-	3.643	2.270	2.727
Emisiones generadas por el traslado de los colaboradores hacia el trabajo ^{(2) (6)}	-	-	-	13.286	13.071	12.423
Total de emisiones - Alcance 3 ⁽⁷⁾	-	-	-	16.929	15.341	15.150

(1) Alcance Argentina y Núcleo (Paraguay).

(2) Herramienta utilizada: Transport or mobile sources GHG emission calculation tool Versión 2.5.

(3) Alcance Argentina. Herramienta Stationary Combustion, GHC Emission Calculation Tool Versión 4.0.

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

(5) Corresponde a las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica comprada a la red (fuente externa). Consumo 390.906 MWh. Factor de emisión de CO₂ de la red eléctrica argentina, Secretaría de Energía de la Nación. Se utilizó el factor de emisión del Margen de Operación opción *ex ante*. Se tomó un promedio de los últimos tres años. El factor de emisión fue 0,532 TnCO₂/Mwh. Paraguay no registró emisiones porque su consumo de energía provino de fuentes renovables (energía hidroeléctrica).

(6) Alcance Argentina.

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

Consumo de agua



El Grupo Telecom se abastece de agua a través de servicios de suministro públicos, sin afectar fuentes de agua de manera significativa; ni recicla o reutiliza este recurso. El destino del agua es para uso de los empleados. Las actividades de Telecom Argentina no generan un impacto directo en recursos hídricos ni en hábitats relacionados.

Consumo de agua	2012	2013	2014
Consumo de agua proveniente de servicios de suministro público (m ³) ⁽¹⁾	1.850.427	1.991.376	2.480.784

(1) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay).

Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental



En 2014 continuamos desarrollando cursos y campañas internas para informar y concientizar a nuestros empleados sobre la importancia del cuidado del medioambiente. De esta manera, logramos generar conciencia sobre el uso racional de los recursos, demostrando gran interés y compromiso. El trabajo junto a la Fundación de la Universidad del Salvador fue clave para poner foco en el entrenamiento y formación de nuestros colaboradores en temas de sensibilización ambiental.

También continuamos reforzando el entrenamiento sobre los procedimientos de control de derrames de baterías y combustibles en tareas operativas.

Dentro de la Web ambiental/Neoportal, actualizamos contenido con el objeto de llevar conceptos de aprendizaje a nuestra gente. La nueva web incluye temas sobre:

- Acciones que desarrolla nuestra empresa.
- Cuidado del agua.
- Cuidado del aire.
- La energía y el medioambiente.
- Cambio climático.
- Biodiversidad.

Por otra parte, para celebrar el Día Mundial del Medio Ambiente, realizamos un festival ambiental de tres jornadas, donde se desarrollaron módulos de cine debate de temas

ambientales, talleres de reciclaje, huerta orgánica, compostaje y charlas sobre cambio climático, energías alternativas y consumo responsable.

La comunicación de temas ambientales se realizó a través de la Web interna y Teco Twitt, desarrollando temas de interés

general, actividades del Grupo y el calendario ambiental nacional.

También desarrollamos actividades de plantación de árboles de especies nativas en la reserva ecológica del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Capacitación en temas ambientales	2014
Cantidad de colaboradores en cursos presenciales	2.755
Cantidad de colaboradores en cursos <i>e-learning</i>	1.744
Cantidad de visitas en la web ambiental	2.729



GLOSARIO



Las siguientes definiciones no tienen la intención de ser definiciones técnicas, sino que ayudan al lector a comprender algunos términos utilizados en el Reporte.

3G: Es la abreviación de tercera generación de transmisión de voz y datos a través de telefonía móvil, incluyendo UMTS [Universal Mobile Telecommunications System o Servicio Universal de Telecomunicaciones Móviles].

3GPP: Son las siglas de Third Generation Partnership Project, una colaboración de grupos o asociaciones de telecomunicaciones [miembros organizacionales].

4G: Es la cuarta generación de tecnologías de telefonía móvil, sucesora de las tecnologías 2G y 3G. La principal diferencia con las generaciones predecesoras es su capacidad para proveer velocidades de acceso mucho más elevadas.

AA1000SES: Esta norma brinda un marco normativo para ayudar a las organizaciones a asegurarse del compromiso y cumplimiento de sus grupos de interés. Los principios de esta norma son el involucramiento e integración de los grupos de interés.

AccountAbility: Es una organización global que ofrece soluciones innovadoras en materia de responsabilidad corporativa y del desarrollo sostenible. Más información en www.accountability.org.

ADR: American Deposit Receipt. Es un instrumento financiero negociable en los mercados bursátiles de Estados Unidos, que representa una cantidad determinada de acciones de sociedades constituidas fuera de dicho país. De esta forma, se permite a empresas extranjeras emitir acciones directamente en el mercado estadounidense.

ADS: American Depositary Shares. Son las acciones subyacentes al ADR.

Android: Es un sistema operativo basado en Linux, diseñado principalmente para dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes o tablets, inicialmente desarrollado por Android Inc [comprada por Google en 2005].

Antispam: Es un servicio de Personal que permite denunciar la recepción de SMS no deseados. Los mensajes spam recibidos en el celular deben enviarse al número corto

7726 [SPAM], que es utilizado a nivel mundial para el tratamiento de este tipo de fraude. El servicio es totalmente gratuito.

Aplicación o App: Una aplicación móvil es un programa que se puede descargar y al que se accede directamente desde un teléfono celular o desde algún otro aparato móvil con acceso a Internet.

APN: Administración Pública Nacional.

Assessment: Es un instrumento de alta especificidad técnica para la evaluación del potencial de las personas.

Backhaul: En una red móvil; genéricamente se denomina backhaul a las conexiones y enlaces entre las estaciones base y el núcleo o core de la red.

Banda ancha: Este término normalmente se refiere al acceso de alta velocidad a Internet.

Bullying: Acto que daña deliberadamente a otra persona, de manera física o psicológica. Sus modos son varios: acosar, molestar, excluir, denigrar, hostigar, humillar, agredir físicamente o verbalmente a alguien.

Carrier: Son empresas que interconectan distintos operadores localizados en lugares distantes o redes locales de un mismo operador, separados por largas distancias, con enlaces inalámbricos [microondas, satélite, etc.] y/o terrestres [cable multipar, coaxil, fibra óptica, etc.]; en general, no dan servicio a usuarios finales de servicios de telecomunicaciones.

CEAMSE: Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado. Más información en www.ceamse.gov.ar.

CEPETEL: Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicaciones. Más información en www.cepotel.org.ar.

Cloud: Es un nuevo paradigma en el que la información se almacena de manera permanente en servidores de Internet, de modo que los usuarios puedan acceder a los servicios disponibles en la nube de Internet.

CNC: Comisión Nacional de Comunicaciones. Más información en www.cnc.gov.ar.

CNV: Comisión Nacional de Valores. Más información en www.cnv.gob.ar.

CO₂: Dióxido de carbono.

Comunidad: La comunidad se compone de las personas que viven alrededor del lugar donde opera la Compañía o donde ofrece servicios. Las acciones que implementamos y las decisiones que tomamos impactan en su vida cotidiana. Sus acciones pueden afectar la reputación de la Compañía y pueden generar lazos de alianza y colaboración mutua.

CONAETI: Comisión Nacional de Erradicación del Trabajo Infantil, dependiente del Ministerio de Trabajo de la Nación. Su función es coordinar, evaluar y dar seguimiento a los esfuerzos en favor de la prevención y erradicación real y efectiva del trabajo infantil.

CONATEL: Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Paraguay. Más información en www.conatel.gov.py.

Conference Call: Conferencia telefónica con analistas, inversores institucionales e inversores individuales en la que la Compañía comunica sus resultados financieros del trimestre más reciente.

CoP: Comunicación de Progreso. Consiste en comunicar a las partes interesadas [consumidores, sindicatos, accionistas, medios de comunicación, gobiernos, etc.] los avances que una empresa ha logrado en la aplicación de los 10 Principios del Pacto Mundial en sus actividades.

Counseling: Apunta a la prevención y atención de problemas de la vida cotidiana o conflictos relacionados con crisis vitales, tales como sexualidad, adolescencia, relaciones de pareja, adicciones, desarrollo personal, etc.

Customer Care: Servicio de atención posventa orientado al cuidado del cliente.

Cyberbullying: Es el uso de medios de comunicación [mail, redes sociales, blogs, mensajes de texto y sitios web] para acosar a un individuo o grupo, mediante ataques personales u otros medios. Puede constituir un delito penal.

DAIA: Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas. Más información en www.daia.org.ar.

Datacenter: Centro de procesamiento de datos. Es el lugar donde se encuentra y se mantiene el equipamiento IT [mainframes, servidores, storage, etc.]. Allí residen los sistemas y bases de datos necesarios para la operación de una empresa. El Datacenter también puede brindar servicios a otras empresas.

Dial-Up: Conexión por línea conmutada. Es una forma económica de acceso a Internet en la que el cliente utiliza un módem para llamar a través de la Red Telefónica Conmutada [RTC] al nodo del ISP, un servidor de acceso [por ejemplo PPP] y el protocolo TCP/IP para establecer un enlace módem-a-módem, que permite entonces que se enrute a Internet.

DDE: El servicio DDE [Discado Directo Entrante] consiste en una conexión o vínculo digital desde una central pública de Telecom Argentina a una central privada PABX. Este tipo de conexión permite acceder al interno de una central privada sin pasar por el puesto de operadora; es decir, un abonado de la red pública puede comunicarse directamente con un "interno" de una central PABX con solo marcar el número telefónico correspondiente.

DWDM: Dense Wavelength Division Multiplexing [Multiplexación por división en longitudes de onda densas]. Tecnología que permite multiplexar y transmitir simultáneamente diferentes longitudes de onda por una fibra óptica.

E2E: End-to-end. Métodos o procesos que se abordan de manera integral y con una visión global.

Ejecutivos Soho: Son ejecutivos de ventas que atienden un segmento de clientes, los cuales son los profesionales con 1 a 5 líneas de teléfono [no llegan a ser pymes].

E-Learning: Es la educación a distancia completamente virtualizada a través de los nuevos canales electrónicos [en especial Internet], utilizando para ello herramientas o aplicaciones de hipertexto como soporte de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

ECO-DECT: La tecnología ECO DECT, de Gigaset, es una nueva tecnología que reduce la potencia de consumo y transmisión de los teléfonos. Más información en <http://gigaset.com/ar/es/cms/PageECODECT.html>.

Engagement: Es el compromiso de los colaboradores de una empresa o miembros de una organización. Un trabajador *engaged* es una persona que está totalmente involucrada con su trabajo y entusiasmada con este.

FAECYS: Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios. Más información en www.faecys.org.ar.

FAM: Federación Argentina de Municipios. Es una entidad pública sin fines de lucro, creada por Ley Nacional N° 24.807, facultada para representar a todos los municipios de nuestro país, mediante su asociación voluntaria. Más información en www.famargentina.org.

FATEL: Federación Argentina de Telecomunicaciones. Más información en www.fatel.org.ar.

FCA: Fibras Celulósicas Alternativas. El papel FCA es aquel que se produce a partir de la fibra de caña de azúcar, lo que favorece la protección del medioambiente.

FCC: Federal Communications Commission. Es una agencia estatal independiente de Estados Unidos, bajo responsabilidad directa del Congreso. Es la encargada de la regulación de telecomunicaciones interestatales e internacionales por radio, televisión, redes inalámbricas, teléfonos, satélite y cable. Más información en www.fcc.gov.

FECOSUR: Federación de Cooperativas Telefónicas de la Zona Sur. Más información en www.fecosur.com.ar.

FECOTEL: Federación de Cooperativas de Telecomunicaciones de la República Argentina. Más información en www.fecotel.coop.

Fibra óptica: Es un medio de transmisión empleado habitualmente en redes de datos; un hilo muy fino de material transparente, vidrio o materiales plásticos, por el cual se envían pulsos de luz que representan los datos a transmitir. Las fibras se utilizan ampliamente en telecomunicaciones, ya que son un medio de transmisión que permite transmitir datos a altas velocidades.

FOESITRA: Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina. Más información en www.foesitra.com.ar.

FOETRA: Federación de Obreros y Empleados de Telecomunicaciones.

Más información en www.foetra.org.ar.

FOPSTTA: Federación de Organizaciones del Personal de Supervisión y Técnicos Telefónicos Argentinos.

Formulario 20-F: Es un reporte anual exigido por la Securities and Exchange Commission a aquellas sociedades extranjeras cuyas acciones cotizan en el mercado estadounidense. Su objetivo es estandarizar los reportes financieros de las empresas extranjeras que cotizan en el mercado estadounidense para que puedan ser evaluadas junto a las empresas locales.

Frontline/Front: Comprende al personal de atención al cliente en forma directa.

FCA: Fibras Celulósicas Alternativas. El papel FCA es aquel que se produce a partir de la fibra de caña de azúcar, lo que favorece la protección del medioambiente.

FSC: Forest Stewardship Council [Consejo de Administración Forestal]. Es una organización global dedicada a promover el manejo forestal responsable en todo el mundo. El papel FSC es aquel cuya materia prima, la madera, procede de bosques gestionados de manera sostenible.

FUVA: Federación Única de Viajantes de la República Argentina. Más información en www.fuva.org.ar.

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

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

GPON: Gigabit-Capable Passive Optical Network [Red Óptica Pasiva con Capacidad de Gigabit]. Es una tecnología de acceso que permite conectar, con una fibra óptica desde la oficina central, a múltiples clientes. Soporta distintos servicios y velocidades de transferencia de datos.

GRI: Global Reporting Initiative [Iniciativa de Reporte Global]. Es una organización holandesa que impulsa la elaboración de Reportes de Sustentabilidad en todo tipo de organizaciones. GRI establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social. Más información en www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx.

GSM: Global System for Mobile [Sistema Global para las Comunicaciones Móviles]. Es un sistema estándar de telefonía móvil digital. GSM se considera, por su velocidad de transmisión, un estándar de segunda generación [2G].

GSMA: Asociación GSM. Es una organización que nuclea a compañías y a operadores móviles, dedicada al apoyo de la normalización, la implementación y promoción del sistema de telefonía móvil GSM. Más información en www.gsma.com.

GWh: Gigavatio hora. Se utiliza para medir el consumo de energía eléctrica de grandes países o empresas.

HSDPA: High Speed Downlink Packet Access. Es una optimización de la tecnología UMTS, que permite mejorar la velocidad de bajada de datos.

Homologación: En el ámbito de Tecnología, homologar significa verificar que un tipo/modelo de equipamiento o dispositivo se comporte de acuerdo a las normas y sea apto para utilizarse en la red.

Inversión Social Privada: Implica el uso responsable, estratégico y eficiente de recursos privados en pos del bien público. El retorno esperado es el bienestar de la comunidad y su desarrollo en el largo plazo.

IP: Principal protocolo de comunicaciones utilizado en Internet.

ISDN: Integrated Services for Digital Network [Red Digital de Servicios Integrados]. Facilita conexiones digitales extremo a extremo para proporcionar distintos servicios, tanto de voz como de otros tipos, y a la que los usuarios acceden a través de un conjunto de interfaces normalizadas.

ISO 14001: Es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental [SGA] efectivo.

ISO 26000: Es una guía que proporciona orientación sobre cómo poner en práctica e integrar la Responsabilidad Social en cualquier empresa u organización del mundo que desee abrazar esta modalidad de gestión. No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

ISO 9001: Especifica los requisitos para un Sistema de

Gestión de la Calidad [SGC] que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, sin importar si el producto o el servicio los brinda una organización pública o empresa privada, cualquiera sea su tamaño, para su certificación o con fines contractuales.

IVR: Interactive Voice Response [Respuesta de Voz Interactiva]. Es un sistema automatizado de respuesta interactiva, capaz de recibir una llamada e interactuar con el humano a través de grabaciones de voz y del reconocimiento de respuestas simples, como “Sí”, “No”, u otras.

LEED: Leadership in Energy and Environmental Design. Es un sistema de certificación de edificios sostenibles, desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos [US Green Building Council]. Se basa en la incorporación de aspectos relacionados con la eficiencia energética, el uso de energías alternativas, la mejora de la calidad ambiental interior, la eficiencia del consumo de agua, entre otros.

LED: Light-Emitting Diode [Diodo Emisor de Luz]. Las luces led se usan en iluminación y como indicadores en muchos dispositivos. También la tecnología LED se usa en pantallas de distintos dispositivos [TV, monitores, etc.].

LTE: Long Term Evolution. Es una nueva tecnología de acceso móvil de cuarta generación [4G] introducida a partir de la *release 8* del 3GPP que, comparada con la tecnología 2G/3G, ofrece mejoras sustanciales en las velocidades pico ofrecidas a los usuarios y una disminución en el retardo. Adicionalmente, provee un alto nivel de movilidad, seguridad y optimiza el espectro mediante su uso flexible.

LTI: Long Term Incentive. Incentivo económico de largo plazo.

MDM: Mobile Device Manager. Es un tipo de software que permite asegurar, monitorear y administrar dispositivos móviles sin importar el operador de telefonía. La mayoría de las MDM permiten hacer instalación de aplicaciones, localización y rastreo de equipos, sincronización de archivos, reportes de datos y acceso a dispositivos, todo esto de manera remota.

Modelo High Tech: Tecnología de un alto nivel de desarrollo.

Neoport: Intranet que utilizan los colaboradores del Grupo Telecom.

Neo TV: Canal de televisión interno para colaboradores del Grupo Telecom.

Nodo: En términos genéricos, un nodo es un punto de intersección o unión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar.

NPS: Net Promoter Score. Es un índice de medición que se basa en la pregunta: “¿Qué tan probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo?”. Para ello se les pide a las personas que califiquen en una escala de 0 a 10, donde 0 es “Muy improbable” y 10 es “Definitivamente lo recomendaría”. Según los resultados, los clientes se clasifican en promotores, pasivos y detractores.

NYSE: New York Stock Exchange. La Bolsa de Nueva York es el mayor mercado de valores del mundo en volumen monetario y el primero en número de empresas adscritas. Más información en <https://nyse.nyx.com>.

OIT: Organización Internacional del Trabajo. Es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y a las relaciones laborales. Más información en www.ilo.org/spanish.

OLPC: One Laptop per Child [Una Computadora por Niño]. Es un proyecto centrado en la distribución de una PC fabricada con el propósito de proporcionar a cualquier niño del mundo conocimiento y acceso a la tecnología de la información como formas modernas de educación.

OTT: Over The Top. Es la distribución de contenidos de audio y video por Internet, sin el involucramiento de un operador en el control o en la distribución. El proveedor puede estar al tanto de los contenidos de las IP de los paquetes, pero no es responsable de estos, ni es capaz de controlar las capacidades de visualización, derechos de autor y/o redistribución de otra índole del contenido. Servicios como Whatsapp o Skype entran en esta categoría.

PAC: Programa de Asistencia al Colaborador. Este programa del Grupo Telecom tiene como objetivo ayudar a los colaboradores a manejar diferentes situaciones de manera oportuna y eficaz. Es gratuito y completamente confidencial, tanto para los colaboradores como para sus familiares directos; brinda asistencia en las áreas de psicología, y temas legales y financiero-contables. Se accede a través de una línea telefónica gratuita y es atendido por profesionales especializados.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas: En 1999, en el Foro Económico Mundial de Davos [Suiza], el Secretario General propuso un Pacto Mundial entre las Naciones Unidas y el mundo de los negocios. El Pacto Mundial pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Lucha contra la Corrupción, que se concentran en 10 principios de adhesión voluntaria. Más información en www.unglobalcompact.org y en www.pactoglobal.org.ar.

Portout: Cambio de compañía manteniendo el mismo número.

PP&E: Property, Plant and Equipment [Propiedades, Planta y Equipo]. Son aquellos bienes tangibles destinados a ser utilizados en la actividad principal de la Sociedad, y no a la venta habitual, que tengan una vida útil estimada superior a un año. También se consideran dentro de este rubro aquellos que están en construcción.

Proxy Advisors: Son asesores que elaboran recomendaciones de voto sobre los temas del orden del día, los asuntos y propuestas de Directorio que una determinada Sociedad somete a votación en una Asamblea de Accionistas.

Olikview: Es una herramienta de Inteligencia del Negocio que permite recolectar datos desde diferentes orígenes y modelarlos a nuestro gusto para facilitar su manejo y presentarlos de forma muy visual.

Radiobase: En una red móvil, las radiobases brindan cobertura celular mediante el espectro disponible, proporcionan y controlan el acceso a los terminales, así como el envío y recepción de información hacia la red.

Relamping: Es un concepto de trabajo que busca optimizar las fuentes de luz y ser más eficiente.

Roaming: Es una función que permite a los clientes móviles a utilizar el servicio en las redes de otros operadores distintos de aquel con el que se firmó el contrato inicial. El servicio de roaming está activo cuando un dispositivo móvil se utiliza en un país extranjero.

RSE: Es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medioambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo

sostenible, incluyendo la salud y bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica. *Definición de ISO 26000, primera edición, 2010.*

SEC: Securities Exchange Commission. Es una agencia del gobierno de Estados Unidos que tiene como responsabilidad principal regular y hacer cumplir las leyes federales respecto del funcionamiento de mercados de valores estadounidenses, y velar por los derechos de los inversores. Más información en www.sec.gov.

SECOM: Secretaría de Comunicaciones. Es un organismo cuyo principal objetivo es asistir al Ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios en la elaboración, propuesta y ejecución de las políticas a aplicar en el ámbito de las comunicaciones, tendientes a lograr la actualización tecnológica de dichos servicios. Más información en www.secom.gov.ar.

Smartphone: Es un teléfono móvil inteligente con una mayor capacidad de almacenar datos y de realizar actividades semejantes a las de una minicomputadora, y con mayor conectividad que la de un teléfono móvil convencional.

SMS: Short Message Service (Servicio de Mensajes Cortos). Es un servicio disponible que permite el envío de mensajes cortos entre teléfonos móviles.

Sostenibilidad: Significa: “Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. Esta definición se formalizó por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. La sustentabilidad tiene que ver con mantener el equilibrio que existe en la relación de los seres humanos con el medio, para lograr un desarrollo económico próspero sin dañar la dinámica del medioambiente y para generar condiciones de vida favorables.

SOX: Sarbanes-Oxley Act. La Ley Sarbanes Oxley surgió en Estados Unidos en 2002, con el fin de monitorear las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Estados Unidos, y evitar que las acciones de aquellas sean alteradas

de manera dudosa. Esta ley, más allá del ámbito nacional, involucra todas las empresas que cotizan en NYSE (Bolsa de Valores de Nueva York), así como sus filiales.

Spam: Se llama spam o correo basura a los mensajes no solicitados, no deseados o de remitente no conocido (correo anónimo), habitualmente de tipo publicitario, generalmente enviados en grandes cantidades (incluso masivas), que perjudican al receptor de alguna o varias maneras.

Spotify: Plataforma de música que permite tener, armar y compartir playlists y canciones desde cualquier dispositivo, con conexión o sin esta.

Stakeholders: Se refiere a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa. Estos grupos son los públicos interesados o el entorno interesado, que deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios.

Streaming: Es la distribución de contenido multimedia a través de una red de computadoras, de manera que el cliente consume el producto al mismo tiempo que se descarga. El término se aplica habitualmente a la difusión de audio o de video.

Sustentabilidad: Ver definición de “Sostenibilidad”.

Switching: Es una conexión que realizan los diferentes nodos que existen en distintos lugares para lograr conectar a dos usuarios de una red de telecomunicaciones.

Tecotwitt: Red social interna, similar al Twitter, para colaboradores del Grupo Telecom.

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Think Labs: En el ámbito corporativo, son espacios para pensar profundamente acerca de los problemas y desarrollar soluciones imaginativas.

Train the trainers: Expresión utilizada para referirse a la acción de “capacitar a los instructores”.

Trivia: Una serie de preguntas que se plantean en el marco de un concurso o de un juego, cuyas respuestas deben ser escogidas entre diferentes opciones.

Ultra Broadband: Banda Ancha de muy alta velocidad.

UMTS: Universal Mobile Telecommunications System [Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles]. Es una de las tecnologías usadas por los móviles de tercera generación.

UPIET: Unión del Personal Jerárquico de Empresas de Telecomunicaciones de la República Argentina. Más información en www.upiet.org.ar.

USSD: Unstructured Supplementary Service Data [Servicio Suplementario de Datos no Estructurados]. Es un servicio para el envío de datos a través de móviles GSM.

UTN: Universidad Tecnológica Nacional. Más información en www.utn.edu.ar.

Valores: Fundamentos éticos de carácter universal dentro de la vida cotidiana de la organización [Fuente: Código de Conducta y Ética de la Compañía].

WAP: Wireless Application Protocol [Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas]. Es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas,

por ejemplo, acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.

Whatsapp: Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes.

Wholesale: Negocio mayorista. Todos los negocios mayoristas de la empresa [Nacional, Internacional, Móvil] se brindan a través de la Unidad Wholesale.

WiFi: Es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica. Los dispositivos habilitados con Wi-Fi, tales como una computadora personal, una consola de videojuegos, un smartphone, etc., pueden conectarse a Internet a través de un punto de acceso de red inalámbrica.

WWF: World Wildlife Fund [Fondo Mundial para la Naturaleza]. Es la mayor organización conservacionista independiente del mundo. Su misión es detener la degradación del ambiente natural del planeta y construir un futuro en donde los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza. Más información en www.wwf.org.