

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA: LA VOZ DEL INTERIOR SA

TÍTULO CoP: COMUNICACIÓN DE PROGRESO 2014

PERÍODO: ENE-2015/ DIC-2015

DECLARACIÓN DE APOYO CONTINUO:



Desde su fundación, esta empresa periodística realiza acciones vinculadas a la comunidad, acciones que hoy se encuadran dentro de políticas de responsabilidad social empresarial. Como cada año desde 2005, **La Voz del Interior SA**, editora del diario del mismo nombre, de otras publicaciones y de varios sitios en Internet, renueva su compromiso con el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas y adhiere a los principios que este promueve.

La Voz del Interior es un medio de comunicación cuyos productos impresos y digitales conciben a la información como un bien público y asume que una empresa es socialmente sustentable cuando agrega valor a la comunidad o a las comunidades a las cuales llega.

Por estas razones, nuestra empresa continúa adhiriendo al Pacto Global y sigue sumando distintas acciones que, de manera directa o indirecta, abordan los principios que este postula, no sólo para que nuestra intención se traduzca en una buena acción, sino en programas eficientes tanto en el mensaje como en los objetivos planteados.

Osvaldo Salas
Gerente General
La Voz del Interior SA

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN

Gestión responsable

El contenido y las políticas editoriales de La Voz del Interior se basan en el reconocimiento y la defensa de los derechos humanos. Para nuestra organización, la representación de los derechos fundamentales como la libertad de expresión, los derechos culturales, el derecho a la propiedad intelectual y el derecho a la protección de la privacidad son esenciales para crear y divulgar contenido responsable.

La Voz del Interior posee políticas responsables en materia de recursos humanos. Algunos aspectos para destacar son los procesos abiertos de selección de personal; la remuneración de sueldos de acuerdo al mercado e incluso superiores a los que este regula; la calidad y las condiciones del medio ambiente laboral y las acciones para facilitar la transición de los empleados en el inicio de su etapa pasiva, todo lo cual demuestra, entre otros aspectos, una cultura organizacional responsable.

En el ámbito administrativo y comercial en general, como en la relación con nuestros proveedores en particular, los acuerdos, compras, contrataciones, etc. se establecen en el marco de una gestión responsable.

PRÁCTICAS LABORALES

Quiénes somos

La Voz del interior realiza continuamente una apuesta para crear y generar un buen clima laboral entre sus empleados. Profesionales de los medios y de distintas disciplinas valoran trabajar y formarse en nuestra empresa; su política de formación continua favorece la capacitación y brinda herramientas necesarias para cada tipo de trabajo. A esto refieren los bajos índices de rotación laboral y la existencia de empleados con más de 40 años de antigüedad.

La Gerencia de Recursos Humanos facilita la apertura de canales de comunicación entre las distintas áreas para que la información sea fluida, con la creación de una intranet y la permanente comunicación a través de correos electrónicos internos, que pretende mantener informados a todos los empleados sobre cuestiones que hacen a la marcha de la empresa.

Recientemente, en el marco del proyecto La Voz Global 2020, y dentro de las políticas de cambio cultural, pusimos en marcha un equipo de Comunicación que es integrado por personal de todas las áreas de la empresa, encargados de transmitir a sus compañeros las políticas que se impulsan para la transformación organizacional.

En materia de higiene y seguridad en el trabajo, la compañía se ajusta de manera estricta a la normativa vigente y en muchos casos va mucho más allá, a tal punto que nuestros índices de siniestralidad están muy por debajo de la media de la actividad y no se computan accidentes que impliquen gravedad o riesgo de vida.

Nosotros en números

Total de empleados	2014	2015	Diferencia
	324	313	-3,39%
Distribución de empleados de la empresa por categoría			
Gerentes	10	11	10,00%
Mandos medios	53	61	15,09%
Jefes, administración y comercial	66	67	1,51%
Personal técnico calificado	85	74	12,94%
Periodistas no jerárquicos y otros	110	100	-9,09%
Empleados por sexo *			
Hombres	256	249	-2,73%
Mujeres	68	64	-5,88%
*Esta diferencia se explica por la gran cantidad de personal que trabaja en áreas técnicas, en las que predomina el personal masculino.			
Empleados por edades	2014	2015	Diferencia
<30	36	16	-55,55%
31-50	202	203	0,49%
>51	86	94	9,30%

Formación – Capacitación – Desarrollo

Durante 2015, La Voz del Interior destinó una importante cantidad de recursos para continuar desarrollando el programa integral de cambio para toda la compañía, denominado “La Voz Global 2020”. Con la conformación de equipos de trabajo y la numerosa participación de personas de todas las áreas, se implementaron varios proyectos que abarcaron los tres grandes planos que integran “La Voz Global 2020”: reconversión de valor, reconversión de portafolio y reconversión organizacional.

Por otra parte, la empresa destinó más de 4.594,10 horas a la capacitación de sus empleados. Con la finalidad de desarrollar nuevas habilidades y fortalecer las existentes, los colaboradores participaron en cursos individuales y grupales, dentro y fuera de la compañía, que se plasmaron a través de la asistencia a:

- Programa Ejecutivo de Negocios Digitales – Gerentes.
- Diplomatura en MKTG y Comunicación.
- Asistencias a cursos o talleres cortos y específicos según la materia: Planeamiento financiero a corto plazo, Big data, Soldadura mig mag, Impuestos a las ganancias y sobre los bienes personales, CRM, talleres de estrategia, Gestión del Desempeño y Feedback, Tendencias digitales, HTML5 y CSS3, Negociación en Harvard, Gestión del cambio en la organización, Nuevas tendencias en evaluación de talentos, Gestión editorial en la transición digital, Curso de archivista, 7th Latin American Conference on Human Computer Interaction, Campo y comunidad – Salud, Ambiente y Producción, Gestión estratégica de la sustentabilidad, Qué hacemos con los malos empleados con impunidad, Formulación y evaluación de

proyectos, Workshops de experiencia de usuario, Congresos de RRHH, Periodismo de datos – Declaraciones juradas, SEO Editorial, entre otros.

- Programas de capacitación interna: Operación doblador, Capacitación CEL (Gestión del desempeño), Operación de centro de emergencia, Definición de estrategia editorial en redes sociales, Uso de atadoras, flejadoras, rotuladoras para personal de Logística; Hackaton 2015, Contenidos multimedia, Edición y publicación de imágenes, entre otros.
- Programa de Capacitación en Metodologías Ágiles dictado InCo.
- Programa de Capacitación en Marketing Digital dictado InCo.
- Programa 5S para la Gerencia de Producción y el área de Soporte de Sistemas.
- Programa de Coaching.
- Jornadas de actualización, seminarios y congresos, tales como Fopea, 4º congreso de innovación de Córdoba.
- Idiomas: como desde hace varios años, se continúa con la apuesta de inglés para todos los empleados interesados en cursar.

Número total de horas dedicadas a formación del personal en cada categoría profesional:

- Cantidad de horas de directores y gerentes: 463,5
- Cantidad de horas de jefes, supervisores y coordinadores: 1.368,6
- Cantidad de horas de analistas y cargos administrativos: 1.190
- Cantidad de horas de cargos técnicos: 885,5
- Cantidad de horas de periodistas: 686,5

Total de horas destinadas en formación y capacitación durante 2015: 4.594,10 horas.

Gestión de clima y desempeño laboral

En el marco de acciones que realiza el Grupo Clarín, y como parte de su estrategia de desarrollo organizacional, La Voz del Interior efectúa desde 2010 una Encuesta Interna de Opinión. Durante 2015, se llevó a cabo la **EIO 2015, al clima lo hacemos entre todos**.

El proceso de implementación de la encuesta necesitó de una etapa de formación sobre el instrumento y toma de la encuesta para toda la organización. También fue fundamental una fuerte campaña de comunicación para incentivar a la participación, posteriormente la etapa de análisis y devolución de resultados a los equipos de trabajo, y finalmente el establecimiento de planes de acción para gerentes y jefes.

Durante 2015, se implementó un sistema de gestión del desempeño denominado CEL (Crecimiento de la Efectividad Laboral) que abarca a gran parte de la organización. Esta herramienta de desarrollo facilitará el proceso de transformación organizacional que se está dando en la empresa, y ayuda a sistematizar y formalizar las relaciones entre colaboradores y jefes. La necesidad de implementar esta herramienta surge de las Encuestas Internas de Opinión, las que están orientadas a crear las mejores condiciones para el desempeño laboral y el desarrollo de nuestra gente.

MEDIO AMBIENTE

Programa Tratamiento de Residuos Peligrosos

Nuestra empresa posee una política de gestión responsable que intenta reducir al mínimo el impacto que pudieran generar los residuos derivados del proceso productivo.

Desde 2004, realizamos un relevamiento de tipos y cantidades de residuos que produce nuestra empresa. En 2005, comenzamos con la fase que corresponde al procesamiento de baterías y acumuladores industriales, trapos contaminados y cartuchos de tóner de impresoras láser. A partir de 2006, como parte de la gestión ambiental, se llevan a cabo controles periódicos (análisis físico-químicos y bacteriológicos) de los líquidos de la planta de tratamiento de efluentes cloacales, tanto al ingreso como durante el proceso y también al egreso del efluente tratado.

Durante 2009, se construyó un playón para depositar las tarimas con residuos a incinerar y reciclar. Respecto de los residuos peligrosos, se armó un rack en altura que puede contener unas 25 tarimas y en su parte inferior se construyó una pileta recolectora o de contención de posibles derrames. Este rack es techado y cerrado en los laterales y parte posterior con chapas galvanizadas, con el fin de que esté al resguardo de lluvias, para evitar la acumulación de agua, la proliferación de mosquitos y otras emanaciones contaminantes.

Durante 2015, se enviaron a destrucción total los siguientes residuos peligrosos:

1. Trapos contaminados (básicamente con tinta)	1.100 kg
2. Tóner de las impresoras láser	100 kg
3. Tinta (residuos de tinta sacados de la rotativa)	880 kg
Total: 2.080 Kg	

El costo total de tratamiento y transporte fue 16.184 pesos.

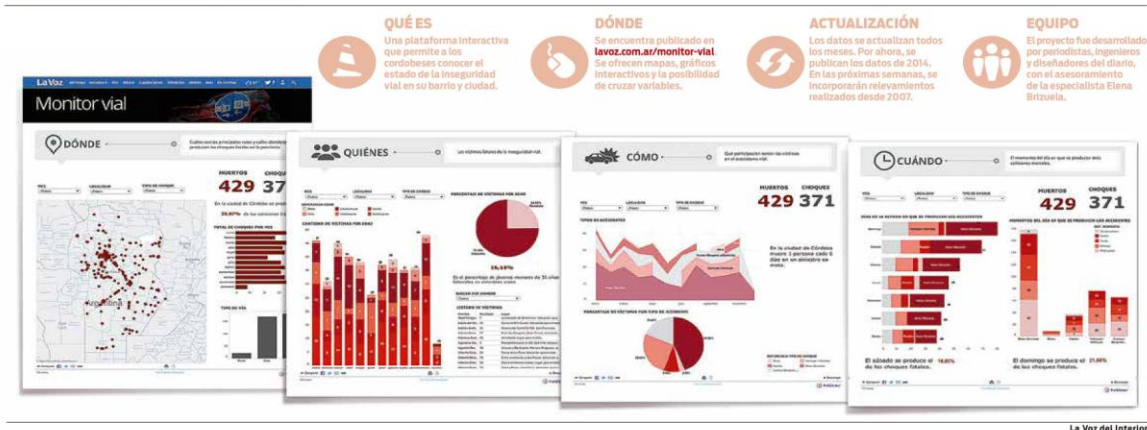
DERECHOS HUMANOS

Monitor vial

[Monitor vial](#) es una plataforma interactiva que permite navegar por el mapa más completo de los siniestros de tránsito de la provincia de Córdoba y saber con exactitud dónde, cómo y cuándo se producen. Esta herramienta también ayuda a establecer posibles patrones y, a partir de ellos, políticas de prevención.

El proyecto fue desarrollado por un equipo interdisciplinario integrado por periodistas, infografistas, diseñadores e ingenieros, con la asistencia de una especialista en periodismo de datos.

Visualización de la información



Pensar Córdoba

El espacio [Pensar Córdoba](#) nació bajo la premisa de mostrar experiencias sustentables en urbes alrededor del mundo, para disparar un debate sobre la posibilidad de su implementación en la ciudad de Córdoba.

Esa primera experiencia evolucionó hacia un desafío mucho más local: mostrar cómo los jóvenes imaginan y proponen soluciones para los problemas que se viven a diario en la ciudad, siempre bajo las consignas de sustentabilidad y puesta en valor del espacio público. De esta manera, trabajos de investigación, desarrollos de tesis y proyectos se muestran en el Pensar Córdoba.

Con esta evolución, el espacio se convirtió en una exposición permanente de alternativas sustentables para mejorar la vida en la ciudad.

PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN

Manual de Principios, Valores y Estilos

El Manual de Principios, Valores y Estilos de La Voz del Interior, reeditado a fines de 2006, fue pensado y realizado en busca de mayor transparencia, pluralismo y equilibrio informativo. Es una herramienta donde se establecen principios para desarrollar la calidad editorial y es un camino para facilitar el debate comunitario; además, es un aporte para quienes ejercen el periodismo y para quienes estudian comunicación.

Este manual contiene una declaración de principios y un capítulo dedicado a las normas de ética y de conducta profesional, del cual transcribimos a continuación algunos de los principios generales:

LA VOZ DEL INTERIOR adopta como bases de su accionar periodístico:

- 1) La defensa de los valores y principios democráticos que inspiran a nuestro sistema constitucional.

- 2) La promoción de la convivencia pacífica, ordenada y justa entre todas las personas.
- 3) El reconocimiento y la defensa de los derechos fundamentales.
- 4) La defensa de las libertades. En el terreno político, bregando por sistemas que aseguren la más amplia participación ciudadana en el manejo de la cosa pública; en el campo económico, en combinación con los principios de justicia y solidaridad, y en el ámbito confesional, defendiendo el principio de la libertad de cultos garantizada por la Constitución. Se otorgará particular relevancia a la libertad de expresión y al derecho que a todos asiste a poseer y recibir una información veraz. En consecuencia, se considera que el ejercicio de la crítica social y política es consustancial con la libertad de expresión, sin otras limitaciones que las impuestas por la veracidad de los hechos, el debido respeto a las instituciones, el cumplimiento de las leyes y la protección de la integridad moral de las personas.
- 5) El rechazo expreso a todo tipo de alineamiento con partidos políticos, corporaciones o grupos de presión. El pluralismo informativo será uno de los pilares fundamentales de la línea editorial, por lo que el diario dará cabida a opiniones de todo el espectro político, con la única excepción de aquellas que atenten contra el sistema democrático o contra la integridad nacional.
- 6) El enfoque de los problemas nacionales desde una óptica federalista, que resguarde los derechos de las provincias como organizaciones preexistentes a la constitución del Estado argentino.
- 7) La información y el análisis de las cuestiones internacionales con objetividad, neutralidad e independencia. Esto no impedirá, en ningún caso, la defensa de los derechos humanos como patrimonio irrenunciable de todos los pueblos de la Tierra y la postulación y promoción de las iniciativas que preconicen la causa de la paz en el mundo.
- 8) La difusión y la promoción de las actividades científicas, culturales y educativas que contribuyan al desarrollo material y espiritual de los argentinos.
- 9) La información equilibrada y desinteresada. En el desempeño de su labor, los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR no aceptarán, ni mucho menos buscarán, ventajas personales ni servirán otros intereses que los estrictamente informativos. Por eso, rechazarán las recomendaciones o presiones de grupos políticos, confesionales, económicos o sociales que pretendan orientar, influir o alterar las informaciones. También rehusarán cualquier atención o regalo cuyo valor supere las habituales normas de cortesía. Es obligación del periodista de LA VOZ DEL INTERIOR contrastar todas las fuentes implicadas en cualquier información y dejarlo expresado con claridad en la noticia que se publique.
- 10) La capacitación permanente. Los miembros de la Redacción del diario tendrán el deber inexcusable de adquirir los conocimientos precisos para informar con exactitud y competencia. Se considerarán faltas profesionales gravísimas el plagio, la difamación, la calumnia o la acusación sin pruebas.

Normas éticas y de conducta profesional

I.1. Principios generales

I.1.1. En su actividad periodística, LA VOZ DEL INTERIOR es independiente de todo grupo de poder político o económico. Independencia significa tomar distancia de los poderes, públicos o privados, para criticar “todo acto contrario a la ley o la moral” y aplaudir los que “signifiquen progreso, respeto por la ley o amor por la justicia”. La información generada por medios oficiales es tomada como una fuente más, pero no de carácter excluyente ni preponderante.

I.1.2. Ninguna institución o persona será censurada porque el periodista o el diario en su conjunto haya enfrentado dificultades para cubrir una noticia. El derecho a la información es ante todo del lector, no del medio.

I.1.3. Aun cuando enfrenten restricciones, presiones o amenazas que limiten la búsqueda de información, los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR no abandonarán las buenas maneras para reclamar por sus derechos. Los modos prepotentes son inadecuados en el desempeño profesional.

I.1.4. Es norma de conducta de los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR que la sociedad tiene derecho a saber la verdad completa, comprobable, en forma oportuna, sin intereses ni prejuicios personales. Por ende, los hechos deben ser descriptos con exactitud, sin falsear, omitir ni distorsionar la información.

I.1.5. El periodista debe utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes. Será considerado falta grave recurrir a procedimientos ilícitos, como ser grabaciones secretas o pagar a una fuente para que ésta suministre una información.

I.1.6. El uso de métodos no convencionales para lograr datos o testimonios en algún caso extremo requiere una fundamentada justificación que debe ser suministrada al público.

I.1.7. El periodista debe identificarse como tal. Es conveniente que las personas entrevistadas sepan que el fin de las preguntas que se les formulan es periodístico.

I.1.8. Ninguna primicia justifica poner en riesgo una vida ni entorpecer la labor de la Justicia.

I.1.9. Los sobornos son una falta gravísima. Ningún periodista debe aceptar pagos, dádivas ni privilegios de ningún tipo de poder, sean o no ofrecidos con intenciones explícitas de incidir sobre un manejo informativo particular.

I.1.10. Sólo son admisibles los regalos de cortesía de poco valor.

I.1.11. Los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR no aceptarán a título personal invitaciones para realizar viajes. En caso de que la empresa acepte una invitación paga, esta situación debe ser explicitada obligatoriamente en la cobertura, para que el lector esté en conocimiento de ese dato y pueda evaluar la imparcialidad del periodista.

I.1.12. Copiar fragmentos de trabajos existentes sin mencionarlos en carácter de citas constituye plagio y también representa una falta grave. Las primicias ajenas deben ser atribuidas a quien corresponda.

I.1.13. El periodista tiene derecho a no firmar notas que hubieran sido modificadas por encima de lo que considere aceptable en el marco de una tarea de edición. El editor está obligado a hacer conocer al redactor los cambios de fondo que introduzca y las razones por las cuales adopta esa decisión.

I.1.14. El periodista debe respetar la privacidad de las personas. La vida privada de las personas públicas pasa a ser de interés público cuando ellas mismas la exponen o cuando elementos privados salen a la luz mientras ellas ejercen sus deberes públicos.

En todo caso, el tratamiento periodístico de elementos privados de la vida de las personas públicas deberá estar justificado con razones más específicas que la mera atribución del interés a la curiosidad colectiva.

I.1.15. La redacción de noticias debe atender a tres principios básicos: imparcialidad, exactitud y claridad.

De las dos primeras, surgen otras más explícitas:

a. Los hechos sobre los que se basa una información deben ser siempre comprobables. Quien redacta una crónica debe abstenerse de exponer sus opiniones personales.

b. Debe actuarse con cautela en la utilización de adjetivos calificativos. Estos deben ser evitados en las crónicas, sobre todo en las que describen hechos policiales. Muchas veces el adjetivo puede tomar la forma de una opinión. Ej.: llamar “desalmada” a una mujer que abandonó a su bebé está de más (no se conocen cuáles fueron las circunstancias de su vida que la llevaron a eso, no se sabe si actuó por amenazas, necesidad, etcétera). En las informaciones también deben evitarse expresiones de elogio al trabajo policial, tales como “puntillosa investigación” o “esforzada labor”.

c. Siempre debe reflejarse la posición de todas las partes en litigio. Si no fuere posible obtener la versión de un sector, esta circunstancia debe hacerse constar con toda claridad en la información.

d. Está prohibido el uso de expresiones peyorativas hacia razas, credos o minorías, tales como “trabaja como un negro” o “le hizo una gitaneada”.

e. También se prohíben expresiones con carga peyorativa al aludir a la edad de una persona, como “sexagenario” o “anciano”. Esto último sólo podrá emplearse de manera muy excepcional, más como exponente de decrepitud física que para aludir a una etapa de la vida de un hombre. La norma es la siguiente: menos de 1 año, bebé; de 1 a 12 años, niña o niño; de 13 a 21 años, joven y adolescente; más de 21 años, hombre o mujer (cuando se trata de la cónyuge, no escriba “la mujer de Pedro”, sino “la esposa de Pedro” o “la pareja de Pedro”).

f. No está permitido manipular fotografías con fines informativos, como se consigna en el capítulo VIII.

I.1.16. Cualquier nota o comunicado que llegue a la Redacción debe ser verificado. En las comunicaciones verbales, el interlocutor habrá de identificar su personalidad, sin margen para dudas. Y así deberá constar en la información publicada.

I.1.17. El diario debe ser el primero en subsanar sus errores. Los editores deben revisar la edición del día y ver si hay que rectificar un dato. En este caso, el error se reconocerá llanamente, sin recursos retóricos y sin aludir a “deficiencias técnicas” o “errores de imprenta”.

El primer capítulo, también establece una serie de pautas respecto del comportamiento editorial en relación con las fuentes de información, un tema clave para el ejercicio profesional y la protección de los derechos humanos.

Guía para el Uso de Redes Sociales en La Voz del Interior

En función de la aparición de los nuevos medios de comunicación y con el auge de las redes sociales, durante 2013 y tras un largo debate interno, La Voz del Interior estableció una Guía para el Uso de Redes Sociales, por entonces única en los medios de comunicación de nuestro país.

Estas normas complementan y actualizan el Manual de Principios, Valores y Estilos editado en 2006 y obtuvieron el consentimiento por parte del personal de todas las áreas de La Voz del Interior.

Estas prácticas y recomendaciones se enmarcan en los principios de respeto, responsabilidad profesional y personal, libertad de expresión y demás derechos fundamentales reconocidos por nuestra Constitución Nacional y los tratados internacionales a ella incorporados.

Guía para el uso de redes sociales en LA VOZ DEL INTERIOR S.A.

Las siguientes normas complementan y actualizan nuestro **Manual de principios, valores y estilos** (2006) y apuntan a impulsar el uso activo de las redes sociales por parte del personal de todas las áreas de **La Voz del Interior SA**, con precisiones en los casos que involucren sólo a los periodistas.

Estas prácticas y recomendaciones en ningún caso deberán ser interpretadas como invasivas de la esfera personal de cada uno de los que integramos esta empresa; antes bien, se enmarcan en los principios de respeto, responsabilidad profesional y personal, libertad de expresión y demás derechos fundamentales reconocidos por nuestra Constitución Nacional y los tratados internacionales a ella incorporados.

1. Cuando utilicemos redes sociales, tengamos presente que todo lo que decimos o mostramos es público y visible. Estamos siempre sujetos a la valoración de nuestros lectores, clientes y usuarios, y de la comunidad en general, que esperan del personal de **La Voz** una actuación profesional en todos los ámbitos.
2. Aunque nuestros perfiles en las redes sociales no indiquen expresamente que somos integrantes de **La Voz del Interior**, ello no nos exime de actuar con responsabilidad profesional.
3. Las reglas éticas de nuestra actividad son de plena aplicación en las redes sociales. Las normas establecidas en nuestro **Manual de principios, valores y estilos** (Normas éticas y de conducta profesional, página 31) rigen tanto en el entorno *online* como en el *offline*.
4. Como integrantes de **La Voz del Interior**, estamos obligados a mantener una línea de conducta que no afecte nuestra reputación y la de nuestros compañeros de trabajo, así como al diario y a la empresa.
5. Debemos preservar la confidencialidad sobre deliberaciones internas o resoluciones en torno de planes de trabajo o proyectos.
6. Con el fin de preservar nuestra credibilidad, nos abstendremos de publicar en las redes sociales noticias, comentarios, opiniones, fotografías y/o videos que representen una discriminación por razones políticas, raciales, sexuales, religiosas o de cualquier otra índole o que expresen fanatismos que puedan empañar nuestra reputación como profesionales y la de La Voz del Interior.
 - 6.1 Retuitear, compartir o reproducir en otras redes opiniones, denuncias, versiones o imágenes sin verificar puede ser interpretado como una adhesión personal o del medio a publicaciones de terceros, por lo que esa decisión debe ser valorada en profundidad y, en todo caso, el tema deberá ser presentado como noticia.
7. Cuando corresponda, ofrezcamos las aclaraciones o disculpas que sean necesarias, siempre en un tono de respeto y amabilidad. Rectificar es una muestra de respeto y transparencia. Si una publicación requiere rectificación, emitamos un tuit o elaboremos un posteo que comience con la palabra "Corrección".
8. En el caso del personal de Redacción, con el fin de promover un mayor alcance de nuestro periodismo en tiempo real daremos prioridad a la publicación de las informaciones en nuestras plataformas *online* y sólo enviaremos anticipos a las redes sociales cuando la magnitud o urgencia de la información así lo amerite. Incluyamos siempre un enlace a los artículos en nuestros sitios web.
9. El trato con los usuarios debe ser amable, claro y en un tono conversacional. Motivemos la participación de la audiencia y promovamos el debate inteligente de ideas. Si recibimos agravios o cuestionamientos por nuestra actividad profesional, no reaccionemos de modo intempestivo. La difamación no debe ser respondida con ataques personales. En caso de duda, consultemos al responsable a cargo de nuestra sección o área.
10. Actuemos con sentido común y responsabilidad profesional. Nuestros lectores, clientes y usuarios lo agradecerán.

Córdoba, Argentina, 12 Junio de 2013.

ASUNTOS DE CONSUMIDORES

Protección de públicos y toma de decisiones informadas

Algunas de las acciones tomadas para proteger e informar al público respecto del contenido que está por ver son las leyendas para advertir a los usuarios por determinadas imágenes fuertes o que puedan herir su sensibilidad.

La política establecida para nuestros sitios respecto de las fotografías de menores con protección legal es pixelar o no publicar estas imágenes, con el fin de proteger la identidad del menor.

Asimismo, en las normas éticas que se incluyen en el Manual de Principios, Valores y Estilos de La Voz del Interior se mencionan, entre otras, las siguientes pautas:

I.1.14. El periodista debe respetar la privacidad de las personas. La vida privada de las personas públicas pasa a ser de interés público cuando ellas mismas la exponen o cuando elementos privados salen a la luz mientras ellas ejercen sus deberes públicos. En todo caso, el tratamiento periodístico de elementos privados de la vida de las personas públicas deberá estar justificado con razones más específicas que la mera atribución del interés a la curiosidad colectiva.

I.1.15. La redacción de noticias debe atender a tres principios básicos: imparcialidad, exactitud y claridad.

De las dos primeras, surgen otras más explícitas:

b. Debe actuarse con cautela en la utilización de adjetivos calificativos. Estos deben ser evitados en las crónicas, sobre todo en las que describen hechos policiales.

Muchas veces el adjetivo puede tomar la forma de una opinión. Ej.: Llamar “desalmada” a una mujer que abandonó a su bebé está de más (no se conocen cuáles fueron las circunstancias de su vida que la llevaron a eso, no se sabe si actuó por amenazas, necesidad, etcétera). En las informaciones también deben evitarse expresiones de elogio al trabajo policial, tales como “puntillosa investigación” o “esforzada labor”.

d. Está prohibido el uso de expresiones peyorativas hacia razas, credos o minorías, tales como “trabaja como un negro” o “le hizo una gitaneada”.

e. También se prohíben expresiones con carga peyorativa al aludir a la edad de una persona, como “sexagenario” o “anciano”. Esto último sólo podrá emplearse de manera muy excepcional, más como exponente de decrepitud física que para aludir a una etapa de la vida de un hombre. La norma es la siguiente: menos de 1 año, bebé; de 1 a 12 años, niña o niño; de 13 a 21 años, joven y adolescente; más de 21 años, hombre o mujer (cuando se trata de la cónyuge, no escriba “la mujer de Pedro”, sino “la esposa de Pedro” o “la pareja de Pedro”).

f. No está permitido manipular fotografías con fines informativos

Edición digital

Durante 2015, los lectores de La Voz del Interior Edición Digital continuaron accediendo a algunas ventajas que permite esta versión, como:

- Los artículos pueden ser leídos en voz alta por el propio sistema, una herramienta muy útil para personas con disminución de sus capacidades visuales.

- Permite diferentes modos de lectura y cambiar tipo y tamaño de letra.
- Navegación fácil e intuitiva.
- Se pueden imprimir páginas y compartir notas por e-mail y redes sociales.
- Búsqueda de artículos de archivo y favoritos.

Además, todos nuestros sitios cumplen con estándares Web W3C y poseen el código HTML semánticamente correcto. Las imágenes publicadas también cuentan con texto alternativo.

Día a Día

El 3 de mayo de 2004, La Voz del Interior comenzó a editar un segundo diario dirigido y pensado para sectores de menores recursos, adecuando el precio de tapa, los temas y el abordaje de la información a medida de este público. El 16 de marzo de 2009, se lanzó el sitio Web de Día a Día para complementar este producto que apunta directamente a públicos de bajos ingresos.

Durante 2015, Día a Día continuó sus acciones estratégicas para satisfacer a este público con productos periodísticos y servicios accesibles a un sector social ubicado en la base de la pirámide de ingresos, el cual no siempre es considerado, ni los productos que lo tienen como target se mantienen a lo largo del tiempo.

PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

Programa de voluntariado corporativo “Vos También”

Desde abril de 2012, La Voz del Interior SA comenzó a desarrollar la implementación del programa de voluntariado corporativo “Vos También”. Tiene por objetivo emprender acciones solidarias entre los colaboradores de las distintas unidades de negocio, que benefician a la comunidad y promuevan la inclusión y el desarrollo en nuestra sociedad.

Está comprobada la multiplicidad de beneficios en distintos niveles que otorgan los proyectos de desarrollo social a mediano y largo plazo, implementados por las empresas en el marco de los programas de voluntariado corporativo. Además de promover el trabajo solidario, aumenta el grado de satisfacción de los colaboradores e impacta positivamente en el clima laboral.

Fin de año en familia

Durante diciembre de 2015, colaboradores de LVI y Día a Día participaron de la actividad “Fin de año en Familia”, que consiste en el armado de cajas con alimentos y regalos para familias carenciadas o que atraviesan por una situación de necesidad económica y/o afectiva en particular.

Esta acción se realizó con la Fundación Manos Abiertas y el grupo Caminar de Nuevo, que tiene como misión acompañar social y afectivamente a mujeres, adolescentes y niños con HIV/SIDA, incentivando a comenzar y mantener el tratamiento para su enfermedad.

Participaron 97 colaboradores distribuidos en 9 grupos. En total, se armaron y decoraron 27 cajas con alimentos y regalos destinadas a 37 familias. La Voz del Interior invirtió 6.100 pesos y cada uno de los colaboradores aportó alimentos y regalos para el contenido de las cajas.

Esta actividad, valorada por los empleados, estimuló la integración y el trabajo en equipo, acciones claves para contribuir a la generación de un buen clima laboral.





Programa El Diario como Apoyo Educativo

[El Diario como Apoyo Educativo](#) es el programa de capacitación docente gratuita que realiza La Voz del Interior SA desde 1990, con el objetivo de promover el hábito de lectura en las escuelas en particular y en la sociedad en general, y desarrollar capacidades de analizar de manera crítica la información que transmiten los medios de comunicación.

Las temáticas desarrolladas durante 2015 fueron:

1. La información del diario como recurso.
2. Los valores sociales en el diario.
3. Informaciones sobre actitudes viales.

Durante 2015, se realizaron 20 talleres; hubo 86 inscriptos, de los cuales 71 obtuvieron su certificado. En el siguiente cuadro, se puede ver el impacto que tuvieron los talleres de capacitación realizados desde 2003 a 2015, respecto de la cantidad de docentes de la provincia de Córdoba.

D.A.E. DOCENTES CAPACITADOS ENTRE 2003 Y 2015											
	AÑO	LOCALIZACIÓN	CAPACITADOS en CAPITAL	EXISTENTES en CAPITAL (%)	EXISTENTES en CAPITAL (%)	CAPACITADOS en el INTERIOR	EXISTENTES en el INTERIOR	% DE CAPACITADOS en el INTERIOR	EXISTENTES TOTALES (CAPITAL + INTERIOR)	CAPACITADOS TOTALES (Capital + interior)	% DE CAPACITADOS TOTALES (CAPITAL + INTERIOR)
Todos los niveles pero mayoritariamente provinciales	2003	CAPITAL	288	27.227	1%				68.892	640	0,9%
		INTERIOR				366	41.667	1%			
	2004	CAPITAL	400	27.917	1%				70.168	720	1,0%
		INTERIOR				320	42.241	1%			
	2005	CAPITAL	430	28.530	2%				72.224	630	0,9%
		INTERIOR				200	43.694	0%			
	2006	CAPITAL	791	29.657	3%				78.983	838	1,2%
		INTERIOR				96	47.328	0%			
	2007	CAPITAL	410	30.474	1%				77.620	667	0,9%
		INTERIOR				257	47.346	1%			
Mayoritariamente municipales	2008	CAPITAL	638	32.050	2%						
	2009	CAPITAL	480	31.706	2%						
	2010	CAPITAL	430	20.179	2%						
	2011	CAPITAL	300	880	36%						
	2012	CAPITAL	276	880	32%						
	2013	CAPITAL	320	886	37%						
	2014	CAPITAL	220	902	24%						
	2015	CAPITAL	71	902	8%						

El cuadro representa en cifras la cobertura del programa de capacitación para docentes de niveles inicial, primario y secundario de toda la provincia de Córdoba entre 2003 y 2015.

Se relacionan frecuencias de docentes asistentes a los cursos-taller con cifras de docentes existentes en la provincia, según los datos publicados por el área de Estadística del Ministerio de Educación de la provincia de Córdoba.

Desde 2000 y hasta 2008, quienes realizaban los talleres de capacitación y aprobaban obtenían puntaje docente a través de la resolución ministerial N° 767. Esta resolución tuvo vigencia hasta marzo de 2008, fecha en que, tras distintas modificaciones reglamentarias en la oferta oficial, se dejó sin efecto, entre otras, la mencionada resolución. Desde 2008 en adelante, sólo los docentes municipales obtienen puntaje docente.

A partir de 2008, las capacitaciones se desarrollan en Córdoba capital, aunque en menor medida también asisten docentes del interior.

Los datos de 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015 reflejan el porcentaje de asistentes que pertenecen mayoritariamente al ámbito municipal de la ciudad de Córdoba. Este grupo de docentes atiende a la población estudiantil de niveles inicial y primario con características de marginalidad y con factores de riesgo social.

Los datos numéricos reflejan la demanda a pesar de que el reconocimiento de puntajes para su carrera docente, según las normativas municipales, es muy bajo.

Actividades de cooperación social

Avisos solidarios

La Voz del Interior publica de forma totalmente gratuita avisos de fundaciones, asociaciones y ONG. Durante 2015, publicamos un promedio de dos páginas y media tamaño sábana de avisos

solidarios. A través de estos avisos, se difunden la labor, los datos de contacto y se da a conocer a distintas ONG con el objetivo de acercar a futuros beneficiarios, donantes y posibles voluntarios.

Durante 2015, colaboramos con:

Fundación Relevando Peligros, Manos Abiertas, Cáritas, Centro de Asistencia al Suicida, 102-Maltrato Infantil, Querubines, Cepram, Abuelas de Plaza de Mayo, Apradoc, Pro Salud, Fundación Corazoncito, Comité Interreligioso por la Paz, Fundación Cordobesitos, Fundación Ictus y Hombre Nuevo (“Pato Solidario”), entre otras.

La Maratón del Papel

Por séptimo año consecutivo, la [Maratón del Papel](#) fue organizada por Radio Mitre Córdoba y la Asociación del Hospital Infantil Municipal de la capital provincial. La Voz del Interior realizó una contribución de 10 toneladas de papel y dio a conocer a todos los cordobeses antes y durante la colecta los detalles de esta. En la campaña 2015, se marcó un nuevo récord: 252 mil kilos recolectados en un día, con lo cual se superó la marca del año pasado.

Esos miles de kilos de papel y algunas donaciones empresariales se transformaron en medicamentos, leches especiales, movilidad para pacientes, sostenimiento de talleres de capacitación para adolescentes y la creación de ludotecas en las salas de espera.

PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD

Diálogos con las audiencias - Interactividad - Comunidad informativa

La Voz del Interior trabaja cada día por una cultura participativa, transparente y de compromiso con la sociedad y sus lectores. La web 2.0, con sus infinitas posibilidades y avances, ofrece hoy el acceso de las audiencias a nuevos espacios para el debate inteligente de ideas y la posibilidad de que los ciudadanos intervengan en el proceso de producción de la información, creen sus propias noticias y se abra un nuevo espacio de periodismo ciudadano.

Redes sociales

Durante 2015, se siguieron llevando adelante numerosas iniciativas de participación ciudadana a través de plataformas sociales como Facebook y Twitter, con el objetivo de conocer las necesidades de los usuarios y demandas insatisfechas en servicios públicos (alumbrado, transporte, infraestructura urbana) que luego recibieron tratamiento periodístico en las ediciones impresas del diario, con el propósito de establecer un canal de comunicación entre los ciudadanos y el sistema político.

Sección Opinión - Cartas de lectores - Tribuna Pública

El contenido de esta sección es fruto de los aportes, acerca de diversas temáticas, de miembros de nuestra Redacción, voces calificadas del ámbito local, nacional e internacional y las cartas de nuestros lectores.

Con esta pluralidad de discursos, se convierte en una tribuna pública donde se reflejan opiniones sobre temas relevantes o de actualidad, por parte de distintos sectores y actores sociales. En la Sección Opinión, se publicaron aproximadamente 1.100 notas a lo largo de 2015 y estimamos, 250 cartas de lectores.

Empoderar al lector y calidad en la creación de contenido

Programa encuentros con suscriptores

Durante 2014, se inició una serie de encuentros entre socios/suscriptores de Club La Voz* y periodistas para conocer inquietudes y establecer una relación con los lectores. La intención con la que se crean estos encuentros es para que cada suscriptor tenga protagonismo en la definición del producto editorial y expresen sus inquietudes.

El programa prevé invitar periódicamente a un grupo de socios para que puedan hablar con nuestros periodistas y editores y estos escuchen sus propuestas para mejorar el contenido editorial.

Durante 2015, cada 15 días, más de 40 socios se anotaron para participar de los encuentros junto a sus familias en las instalaciones del diario. Los encuentros consistieron en un recorrido guiado por el área de redacción con el flamante estudio televisivo, la planta impresora, conocer datos de nuestra historia como empresa y disfrutar de una merienda con integrantes de distintas áreas del diario para narrar e intercambiar sus experiencias como lectores.

El ciclo de encuentros con los suscriptores sigue firme y desde marzo de 2016 volverán para recibir a muchos más lectores que desean conocer la empresa. Durante 2015, se realizaron una serie de encuentros en los que participaron más de 700 suscriptores.



*Club La Voz, es el club de beneficios del diario La Voz del interior, en el que más de 37.095 socios disfrutan beneficios diferenciales en más 800 comercios todos los días. Los suscriptores al diario tienen su tarjeta Club La Voz y ahorran hasta un 50% en las mejores marcas de Córdoba, en rubros como Gastronomía, Entretenimientos, Indumentaria, Supermercados, Turismo y los mejores *shoppings*. Además, los socios tienen accesos exclusivos a obras de teatro, *avant premieres*, concursos, entradas a eventos deportivos y culturales.

Calidad en la creación de contenido

La Voz del interior posee canales institucionales para recibir la participación más activa por parte de los usuarios, como también para las exigencias de audiencias informadas que enriquecen y generan información.

Autocrítica de la edición

Uno de los métodos de autoevaluación y monitoreo interno utilizado para mejorar la calidad en la creación de contenido periodístico es la autocrítica de la edición. Con el objetivo de identificar aciertos, falencias o errores generales, editores jefes y editores asistentes realizan una evaluación interna de calidad editorial y periodística. La autocrítica de la edición se publica en un transparente ubicado en el centro de la redacción y en algunos casos se envía por email. Este método de autoevaluación posibilita la reducción de errores, resalta los aciertos periodísticos y mejora la calidad periodística.

Directo al editor

Es un canal de comunicación directa, a través de una dirección de correo electrónico creada para que los lectores y usuarios de La Voz del Interior planteen sugerencias, dudas, consultas, comentarios, etc. dirigidos al editor. Representa una puerta abierta que permite interactuar, identificar errores, corregirlos, pero sobre todo conocer y dar respuesta a nuestros lectores. Nuestros lectores pueden utilizar esta vía de comunicación a través de una dirección de correo electrónico, a toda hora y desde cualquier lugar del mundo.

Diálogos con el personal de Redacción

Adicionalmente, y luego de que el entonces secretario de Redacción de la empresa dejara su cargo, el director periodístico inició una ronda de diálogo con cada uno de los 123 integrantes del área editorial. Las charlas, de 10 minutos a una hora de duración en cada caso, se extendieron desde julio a septiembre de 2015.

Call center

Nuestro *call center* es uno de los canales de comunicación más utilizados por los lectores. Es también uno de los métodos más eficaces para recolectar respuestas y brindar retroalimentación en relación con la valoración del contenido producido y otras cuestiones relacionadas con los diarios La Voz del Interior y Día a Día y con los sitios lavo.com.ar, vos.com.ar, mundod.com.ar y diaa-dia.com.ar.

Los temas que se recogen están clasificados de la siguiente forma:

Reclamo / Queja	
Denuncias	
Comentario referencial	
Demanda de información	
Participación	
Venta de ejemplares	
Visitas guiadas	
Consulta juegos	

Reclamo / Queja:

Estos mensajes en general corresponden a insatisfacciones referentes a cualquier aspecto relacionado con las publicaciones impresas o digitales. Ejemplos: mala calidad de la impresión; errores de redacción u ortografía; publicación errónea de un aviso; problemas para acceder a una página, etc.

Denuncia:

A diferencia del reclamo o queja, en general este tipo de llamadas alude a terceros, como por ejemplo: servicios públicos, organismos gubernamentales, empresas privadas, etc.

Comentario referencial:

Mensajes cuyo contenido responde a temas tratados en las ediciones. Por ejemplo: felicitaciones por notas que tratan temas científicos, por las coberturas online, por la calidad del papel de un coleccionable, etc.

Consultas/Demanda de información:

En general, se trata de interpelaciones dirigidas al diario referidas a cualquier aspecto de interés público o privado de carácter general.

Participación:

Mensajes de usuarios o lectores cuyo contenido se refiere a realizar un aporte complementario de datos, opiniones o valoraciones de temas tratados o no por el diario. Ejemplos: convalidar una denuncia, manifestar acuerdos o desacuerdos, elogiar un desempeño deportivo, etc.

Venta de ejemplares:

Estos llamados corresponden a solicitudes de ejemplares o a la asignación de un vendedor a un barrio determinado.

Visitas guiadas:

También, a través de nuestro *call center* se toman reservas para realizar visitas guiadas al diario y se coordinan fechas y horarios.

Consulta sobre entretenimientos en vigencia:

Estos llamados son, en general, para aclarar dudas relacionadas con entretenimientos organizados por nuestra empresa o sobre los posibles ganadores.

Call center

El promedio de contactos que recibe nuestro *call center* es de 750 llamadas mensuales, aproximadamente. Las llamadas se registran y clasifican en el momento en que se producen; luego se derivan al área correspondiente para proceder según cada caso y dar respuesta a las mismas.

El siguiente cuadro corresponde a la cantidad de llamadas recibidas durante 2015.

Etiquetas	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Total
Atención al lector 0810 LVI	561	593	538	639	639	524	719	964	1128	1008	1131	8444
Marketing	548	569	525	621	621	485	700	947	1114	997	1118	8245
Chica del Verano	1											1
Colegio Privado						2		1			1	4
Colegio Público			1				1					2
Cordobés Destacado											5	5
Empresario Destacado											1	1
Gobierno Provincial						1						1
Información General	1		3	4	4	4		6	8	1	2	33
La Pegaste	537	565	514	603	603	412	38					3272
Otras instituciones				2	2	16		14	15	15	8	72
Premios Estímulo			1								1	2
Referidas a LVI	9	4	6	11	11	21	11	10	13	13	10	119
Triplata							640	903	1074	960	1069	4646
Varias						1						1
(en blanco)				1	1	28	10	13	4	8	21	86
Redacción	13	24	13	18	18	39	19	17	14	11	13	199
Anabólicos		1		1	1	1		1				5
Clasificados		1				1	1		2		1	6
Empresas privadas	1						1				1	3
Gobierno Municipal	1	9	1	2	2	7	4	1	1	2		30
Gobierno Nacional							1					1
Gobierno Provincial	4	1	1							1		7
Mundo D	1							2				3
Opcionales		1		2	2		2	3				10
Otros		2	2			4	2		2	1	2	15
Particulares		1	1	2	2	1				2	1	10
Sección A	2	5	1	1	1	6	2	1		3	2	24
Suplementos		1	1	3	3	1		1	1	1		12
Temas sugeridos	3		2	4	4	6		1	1			21

VOS				1	1	1						3
(en blanco)	1	2	4	2	2	11	6	7	7	1	6	49
Muro de registro								2	10	22	1	35
Consulta derivada										1		1
(en blanco)										1		1
Consulta directa										1		1
(en blanco)										1		1
Consulta online								2	9	20		31
(en blanco)								2	9	20		31
Respuesta telefónica										1	1	2
(en blanco)										1	1	2
Total general	561	593	538	639	639	524	719	966	1138	1030	1132	8479

*Al momento de elaborar este informe, no tenemos datos de diciembre de 2015.

Moderación de los comentarios y política de participación

Con el objetivo de mantener nuestros sitios y espacios de participación, el diario publica y revisa con frecuencia las normas de uso de los espacios donde los usuarios pueden discutir sobre los contenidos o, más ampliamente, debatir sobre temas de interés general.

El objetivo es favorecer un debate amplio, fortalecerlo con argumentos constructivos y evitar mensajes o contenidos que puedan resultar ofensivos o amenazantes hacia la comunidad y el resto de los usuarios.

De esa manera, los moderadores retiran del sitio mensajes racistas, sexistas, homófobos o que contengan cualquier otra forma de discriminación, mensajes difamatorios, materiales que violen los derechos de autor, la intimidad o la privacidad y todo aquel contenido que infrinja las leyes.

Se apunta a crear un sentido de responsabilidad colectiva para mantener un entorno apropiado y constructivo, en el entendimiento de que el debate mejorará en beneficio de todos.

Cantidad de usuarios registrados Red de Sitios La Voz *	2014	2015	Diferencia
	210.387	387.168	84,03%
Cantidad de usuarios únicos Red de Sitios La Voz *	2014	2015	Diferencia
	5.399.842	8.191.721	51,70%

*Cantidad al 31/12 de cada año, perteneciente a la red de sitios La Voz (LaVoz.com.ar, MundoD.com.ar, VOS.com.ar, DiaaDia.com.ar y ClasificadosLaVoz.com.ar)

Moderación de comentarios

Los comentarios moderados durante 2015 en forma manual y automática se categorizaron en los siguientes temas: agresivos, contenido repetido, contenido sexual, contra el cliente, crítica a la moderación, datos personales, discriminación, mensajes duplicados, fuera de contexto, imagen del cliente, incomprensible, minoridad, responder al lector y *spam*.

En el caso de los mensajes clasificados como “responder al lector”, son enviados por los moderadores a las distintas áreas de la empresa, según corresponda, para que se les dé una respuesta o tratamiento al comentario en cuestión.

Durante 2015, la Red de sitios La Voz recibió 281.244 comentarios, de los cuales fueron aprobados 203.674 y rechazados 54.136.

En los siguientes cuadros, detallamos el total de contenido recibido y moderado y sus decisiones de moderación desde enero a diciembre de 2015.

Agresivo	RedLaVozComentario	31745
	MundoD	9194
	VozVosComentario	639
	MundoDFB	6936
	VozVosFB	1848
Total		50362
Repetido	RedLaVozComentario	3892
	MundoD	1928
	VozVosComentario	79
	MundoDFB	193
	VozVosFB	58
Total		6150
Datos Personales	RedLaVozComentario	2520
	MundoD	1065
	VozVosComentario	95
	MundoDFB	169
	VozVosFB	235
Total		4084
Contenido Sexual	RedLaVozComentario	2254
	MundoD	1815
	VozVosComentario	83
	MundoDFB	1714
	VozVosFB	333

Total		6199
Críticas a la Moderación	RedLaVozComentario	1489
	MundoD	392
	VozVosComentario	22
	MundoDFB	45
	VozVosFB	7
Total		1955
Contra el cliente	RedLaVozComentario	1248
	MundoD	41
	VozVosComentario	14
	MundoDFB	29
	VozVosFB	18
Total		1350
Imagen del Cliente	RedLaVozComentario	1159
	MundoD	308
	VozVosComentario	28
	MundoDFB	158
	VozVosFB	68
Total		1721
Discriminación	RedLaVozComentario	303
	MundoD	175
	VozVosComentario	2
	MundoDFB	290
	VozVosFB	10
Total		780
Fuera de Contexto	RedLaVozComentario	273
	MundoD	13
	VozVosComentario	9
	MundoDFB	6
	VozVosFB	4
Total		305
Incomprensible	RedLaVozComentario	16
	MundoD	6
	VozVosComentario	2
	MundoDFB	1

	VozVosFB	1
Total		26
Spam	RedLaVozComentario	7
	MundoD	0
	VozVosComentario	0
	MundoDFB	0
	VozVosFB	0
Total		7
Minoridad	RedLaVozComentario	1
	MundoD	1
	VozVosComentario	0
	MundoDFB	0
	VozVosFB	1
Total		3

Total de contenido recibido desde enero a diciembre de 2015

2015	RedLaVoz					RedLaVoz Total
	RedLaVozComentario	RedMundoDComentario	RedVosComentario	RedMundoDFB	RedVosFB	
Enero	12.968	7.114	630			20.712
Febrero	13.740	7.418	399			21.557
Marzo	16.001	6.861	452			23.314
Abril	15.852	7.815	485			24.152
Mayo	14.521	7.478	500			22.499
Junio	14.754	5.378	569			20.701
Julio	13.891	4.898	313			19.102
Agosto	15.440	1.777	118			17.335
Septiembre	14.563	1.729	93	5.925	1.756	24.066
Octubre	16.121	1.941	87	6.897	2.018	27.064
Noviembre	17.090	1.441	84	8.906	3.273	30.794
Diciembre	19.576	955	79	6.298	3.040	29.948
Gran Total	184.517	54.805	3.809	28.026	10.087	281.244

Enlaces URL del Informe Anual 2014

www.lavoz.com.ar

Responsable del Programa de Responsabilidad Social Empresarial

Carlos Jornet

Director periodístico

Información de contacto

Laura M. Ayala

layala@lavozdelinterior.com.ar
