



**REPORTE DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 2015**

## Contenido

<b>MENSAJE DE LA DIRECTORA GENERAL EJECUTIVA .....</b>	<b>4</b>
<b>1. ALCANCE Y COBERTURA.....</b>	<b>5</b>
<b>2. SOBRE EL GRUPO TELECOM.....</b>	<b>6</b>
<b>3. GOBIERNO CORPORATIVO Y TRANSPARENCIA.....</b>	<b>9</b>
3.1 Gobierno corporativo.....	9
3.2 Compliance.....	12
3.3 Código de Ética y Conducta.....	13
3.4 Auditoría interna .....	14
3.5 Gestión de Riesgos.....	15
3.6 Seguridad corporativa y control interno .....	15
3.7 Marco regulatorio de las telecomunicaciones .....	16
<b>4. NUESTRA GESTIÓN DE LA RSE.....</b>	<b>19</b>
4.1 La importancia de la RSE para nuestra compañía.....	19
4.2 Gobernanza de la RSE .....	19
4.3 Nuestros grupos de interés.....	20
4.4 Análisis de materialidad .....	21
4.5 Participación activa en la agenda pública .....	22
4.6 Premios y reconocimientos.....	24
<b>5. CLIENTES.....</b>	<b>25</b>
5.1 Nuestros clientes .....	25
5.2 Principales novedades .....	26
5.3 Atención y calidad de servicio al cliente .....	29
5.4 Generación de valor social y ambiental en productos y servicios.....	33
5.5 Impacto de productos y servicios en la salud y bienestar de la sociedad.....	34
5.6 Uso responsable de las tecnologías.....	35
5.7 Entrenamiento a empleados de atención al cliente .....	36
5.8 Participación en eventos deportivos y musicales .....	37
5.9 Nuestros objetivos y desafíos a futuro.....	38
<b>6. CAPITAL HUMANO .....</b>	<b>39</b>
6.1. Nuestro compromiso con el capital humano .....	39
6.2. Programa Diversidad e Inclusión.....	39
6.3. Equilibrio en Acción.....	41
6.4. Teletrabajo .....	41
6.5. Relaciones laborales.....	42
6.6. Capacitación y formación de empleados .....	43
6.7. Gestión del desempeño y desarrollo del talento .....	45
6.8. Compensaciones .....	46
6.9. Espacio de Beneficios .....	47
6.10. Encuesta de Clima y Compromiso .....	48
6.11. Salud y seguridad ocupacional .....	48
6.12. Indicadores de nuestro Capital Humano.....	49
6.13. Nuestros objetivos y desafíos a futuro .....	54
<b>7. INVERSORES .....</b>	<b>54</b>
7.1 Novedades del capital accionario y sociedades del Grupo Telecom .....	54
7.2 Canales de comunicación con nuestros inversores .....	56
7.3 Nuestros objetivos y desafíos a futuro.....	57
<b>8. PROVEEDORES .....</b>	<b>57</b>
8.1 Una relación cercana con nuestros proveedores .....	58
8.2 Evaluación y seguimiento de proveedores .....	58
8.3 Análisis de la cadena de valor en aspectos de salud, seguridad y medioambiente .....	59
8.4 Capacitación a los proveedores en gestión responsable .....	60

8.5	Implementación del Due Diligence .....	61
8.6	Análisis de riesgos de provisión y desarrollo de nuevos proveedores .....	61
8.7	Certificación de procesos productivos .....	61
8.8	Digitalización de facturas .....	62
8.9	Nuestros objetivos y desafíos a futuro.....	62
9.	COMUNIDAD .....	64
9.1.	Nuestra estrategia de Inversión Social Privada .....	64
9.2.	Educación & TIC.....	65
9.3.	Inclusión & TIC .....	67
9.4.	Uso social y Responsable de las TIC.....	68
9.5.	Red de Voluntarios y Convocatoria de Iniciativas .....	70
9.6.	Acciones de mecenazgo en Buenos Aires y en Chaco .....	71
9.7.	Acciones en Núcleo, Paraguay .....	72
9.8.	Diálogo con la comunidad.....	73
9.9.	Nuestros objetivos y desafíos a futuro.....	73
10.	MEDIOAMBIENTE .....	74
10.1	Compromiso con la gestión ambiental .....	74
10.2	Funcionamiento de la red de telefonía .....	75
10.3	Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso .....	76
10.4	Consumo de materiales y gestión de residuos.....	76
10.5	Estrategias y acciones para la eficiencia energética.....	78
10.6	Gestión del agua .....	79
10.7	Emisiones de gases de efecto invernadero .....	79
10.8	Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental.....	80
10.9	Nuestros objetivos y desafíos a futuro.....	81
11.	TABLA DE INDICADORES DE DESEMPEÑO .....	82
12.	GLOSARIO .....	100
13.	QUEREMOS ESTAR COMUNICADOS.....	103

## MENSAJE DE LA DIRECTORA GENERAL EJECUTIVA

Tengo el agrado de presentar el noveno Reporte de Responsabilidad Social Empresaria del Grupo Telecom, para compartir con ustedes el resultado de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante 2015.

Desde hace más de 25 años, trabajamos para construir el futuro como protagonistas del sector y de la transformación de las telecomunicaciones. En el último año hemos fortalecido el posicionamiento del Grupo Telecom en todos los segmentos de negocio donde desarrollamos nuestras actividades. Hoy contamos con más de 28 millones de clientes de telefonía fija, móvil y banda ancha en la Argentina y el Paraguay, y continuamos trabajando para ser líderes en innovación, con diversos productos y servicios basados en tecnología de última generación, enfocándonos en la mejora de la calidad del servicio y de la atención a nuestros clientes.

Los resultados del año muestran también un sólido desempeño económico con crecientes resultados. Nuestras ventas consolidadas se incrementaron un 21% y el margen operativo creció un 25% respecto del año anterior. Somos una de las compañías que más invierte en este país tal como demuestran nuestras inversiones en bienes de capital e intangibles, que alcanzaron la suma de \$10.100 millones en el año, un monto equivalente al 25% de nuestros ingresos.

En materia de control interno, a partir de noviembre entraron en vigencia el nuevo Código de Ética y Conducta, la Política Anticorrupción y la Política sobre Conflictos de Intereses del Grupo Telecom Argentina. Esta fue una buena ocasión para renovar nuestro compromiso con los principios éticos más exigentes del gobierno corporativo.

Por otra parte, en lo social, continuamos impulsando el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores, y destacamos el trabajo realizado en temas innovadores. Este año el Instituto Europeo de Capital Social (EISC) –ente certificador en normas Work & Life Balance– renovó la certificación internacional del Programa Equilibrio en Acción del Grupo Telecom por un nuevo período de tres años. En cuanto a la Inversión Social Privada, invertimos más de 8 millones de pesos en los distintos programas que realizamos, con el objetivo de educar, incluir y promover el uso responsable de las TIC. En relación con nuestra gestión medioambiental, continuamos trabajando para ser más eficientes en la utilización de los recursos.

El ejercicio 2016 plantea importantes desafíos y estamos trabajando para continuar enriqueciendo nuestra oferta con nuevos productos y servicios, transformando al Grupo Telecom en una compañía cada vez más digital. Estamos dando nueva vida a la telefonía fija con el desarrollo de la banda ancha y continuaremos desplegando de manera sostenida la “ultrabanda ancha” con nuevas tecnologías que revitalizan el cobre o por medio de fibra óptica, ampliando la capacidad de la red en todo el país. En telefonía móvil, Personal continuará trabajando con foco en la calidad de servicio, en el despliegue de la red 4G LTE a nivel nacional y ampliando los servicios brindados, apuntando a ofrecer la mejor “experiencia de usuario” y mejorando la cobertura y la velocidad de la red.

Somos una compañía líder en el sector de las telecomunicaciones en la Argentina, y nuestra estrategia y el importante plan de inversiones están basados en esta visión de futuro y en el compromiso del Grupo Telecom con el país y su gente.

En este marco, la nueva estructura societaria y el nuevo Directorio refuerzan el compromiso de continuar trabajando en el crecimiento de nuestra gestión sustentable.

Con la satisfacción por lo realizado en estos años, queremos reconocer especialmente a todo el personal, a nuestros clientes, proveedores y accionistas, que han contribuido al cumplimiento de los objetivos planteados, e invitarlos a recorrer las páginas de esta publicación al fin de compartir cómo estamos construyendo el futuro que imaginamos.

**Elisabetta Ripa**  
Directora General Ejecutiva

## 1. ALCANCE Y COBERTURA

**Nombre de la publicación:** Reporte de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) 2015.

**Número de publicación:** 9.

**Período alcanzado:** De enero a diciembre de 2015. Incluye información comparativa de los años 2013 y 2014.

**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<sup>1</sup>.
- Pacto Mundial de Naciones Unidas. Este Reporte se presenta como la Comunicación para el Progreso (COP) Avanzada 2015.
- AccountAbility 1000: AA1000SES (*Stakeholder Engagement Standard*).
- Norma 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). Para definir los contenidos relevantes a incluir en nuestro Reporte de RSE, en 2014 realizamos 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.

**Más información en el capítulo Nuestra gestión de la RSE.**

**Aprobaciones y revisiones:** Los contenidos de esta publicación son analizados en primer lugar por la Gerencia de RSE, luego por el Grupo Operativo y, por último, por el Directorio.

**Verificación externa:** El Reporte es verificado externamente por PricewaterhouseCoopers en la Argentina. **Más información en el capítulo Verificación externa.**

**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.

---

<sup>1</sup> 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

Conscientes del rol fundamental que las tecnologías y servicios de comunicaciones tienen en la actualidad, en el Grupo Telecom trabajamos día a día para conectar más y mejor a las personas.

En los últimos 25 años nuestra sociedad ha experimentado una verdadera revolución de la mano de la tecnología, y el Grupo Telecom ha sido uno de los principales protagonistas de esos cambios, contribuyendo a facilitar las conexiones y la participación de sus clientes en la creación de su realidad mediante el uso de los servicios de comunicaciones.

Somos uno de los proveedores líderes de servicios de comunicaciones en la Argentina desde 1990 y estamos presentes en el Paraguay desde 1998.

Con telefonía básica como servicio inicial, a través de “Telecom” y las marcas asociadas “Personal” y “Arnet” para la telefonía móvil e Internet, respectivamente, fuimos creciendo al ritmo de un fuerte plan de inversiones y de la reconversión de las telecomunicaciones en el país, y hoy participamos en el mercado ofreciendo una amplia variedad de productos y servicios, al mismo tiempo que generamos valor para los distintos grupos de interés de la compañía: clientes, inversores, proveedores, empleados, la comunidad y el medioambiente.

Operaciones del Grupo Telecom		
Segmento del negocio	Sociedad	Participación de Telecom Argentina en capital social y votos
<b>Servicios Fijos (Voz, Datos e Internet)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telecom Argentina S.A.</li> <li>• Telecom Argentina USA, Inc.</li> <li>• Micro Sistemas S.A. (a) (b)</li> </ul>	- 100,00% 99,99%
<b>Servicios Móviles Personal y Servicios Móviles Núcleo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telecom Personal S.A. (a)</li> <li>• Núcleo S.A. (Paraguay) (c)</li> <li>• Personal Envíos (Paraguay) (c)</li> </ul>	99,99% 67,50% 67,50%
<p>(a) El 0,01% restante pertenece a Nortel.</p> <p>(b) Sociedad sin operaciones durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2015 y 2014. Mediante Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria celebrada el 21 de abril de 2015 (segundo tramo), se modificó el objeto social de Microsistemas fijándolo en la realización “por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros, dentro o fuera de la República Argentina, la prestación y administración de todo tipo de servicios vinculados a la utilización de medios electrónicos de pago, transferencias y/o uso electrónico de dinero, a través de redes y equipos de telecomunicaciones”. Dicha sociedad se encuentra analizando oportunidades de nuevos negocios.</p> <p>(c) El accionista no controlante de Núcleo es ABC Telecomunicaciones S.A. con el 32,50% del capital social.</p>		

### Nuestros valores



<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO A LOS GRUPOS DE INTERÉS (en millones de pesos)</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Ventas consolidadas	27.287	33.341	40.496
Otros ingresos y resultados por venta de PP&E (a)	77	56	75
Ingresos Financieros (b)	1.361	1.459	1.130
<b>Valor económico directo creado (VEC)</b>	<b>28.725</b>	<b>34.856</b>	<b>41.701</b>
Costos operativos (c)	(15.998)	(19.060)	(23.138)
Costos laborales	(4.152)	(5.591)	(7.253)
Proveedores de fondos (incluye dividendos) (d) (b)	(1.866)	(2.460)	(3.083)
Impuesto a las Ganancias, impuestos y tasas y derechos del Ente Regulador	(4.481)	(5.264)	(5.635)
Inversión en RSE (e)	(7)	(6)	(8)
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	<b>(26.504)</b>	<b>(32.381)</b>	<b>(39.117)</b>
<b>Valor económico retenido (VER=VEC-VED)</b>	<b>2.221</b>	<b>2.475</b>	<b>2.584</b>

(a) Incluye "Resultado por la disposición de PP&E" por \$14 millones, \$9 millones y \$31 millones en 2013, 2014 y 2015, respectivamente, que a los efectos de los Estados Financieros se incluye en la línea de "Resultado por disposición y desvalorización de PP&E".

(b) Los valores 2013 y 2014 se modificaron debido a reclasificaciones efectuadas en los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015.

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

(d) Incluye Costos Financieros más Dividendos Pagados.

(e) Contablemente reconocido dentro de Costos operativos.

### Nuestros principales resultados

<b>Resultados financieros (en millones de pesos)</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Ventas y otros ingresos	27.350	33.388	40.540
Utilidad neta	3.254	3.729	3.435
<b>Situación patrimonial</b>			
Activo	23.130	26.317	38.465
Pasivo	11.079	11.548	20.855
Patrimonio neto	12.051	14.769	17.610

Nota: Los datos adicionales correspondientes a los rubros de Estados Contables pueden observarse en la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015.

<b>Clientes</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Servicios Fijos - Líneas en servicio (en miles)	4.124	4.093	4.043
Internet - Suscriptores Arnet (en miles)	1.687	1.749	1.791
Servicios Móviles - Clientes (en miles) (a)	22.508	22.066	22.202
Clientes adheridos a factura online (b)	609.734	802.364	1.685.000

(a) Incluye 20.088, 19.585 y 19.656 clientes de Telecom Personal (Argentina) y 2.420, 2.481 y 2.546 clientes de Núcleo (Paraguay) durante 2013, 2014 y 2015 respectivamente.

(b) Incluye los clientes adheridos a factura online de servicios fijos, móviles, corporativos y mayoristas.

<b>Empleados</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Cantidad de empleados (a)	16.581	16.416	16.224
Teletrabajadores (b)	1.325	1.561	2.144
Inversión en formación de empleados (en millones de pesos)	13,30	15,06	21,20

(a) Considera únicamente la dotación efectiva.

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

Proveedores (a)	2013	2014	2015
Cantidad total de proveedores (b)	1.829	1.658	1.598
Porcentaje de compras a proveedores nacionales	96%	93,4%	88,2%
Proveedores capacitados en sustentabilidad (c)	58	132	126
Inspecciones al personal contratado	6.748	11.325	12.819
(a) Alcance: Argentina. (b) Proveedores con contratación vigente al 31 de diciembre de cada año sobre el total de proveedores con orden de compra adjudicada durante el ejercicio. (c) Son representantes de empresas proveedoras.			

Comunidad (a)	2013	2014	2015
Cantidad de requerimientos recibidos	233	196	348
Cantidad de organizaciones sociales con las que nos relacionamos	51	97	215
Inversión social privada (en miles de pesos)	6.600	6.180	8.033
Inversión en acciones de voluntariado (en miles de pesos) (b)	552	513	610
Beneficiarios directos de proyectos de inclusión social con uso de TIC	2.924	4.494	5.940
(a) Alcance: Argentina. (b) Incluye presupuesto de la Dirección de Comunicación y Medios, y de la Dirección de Capital Humano.			

Medioambiente	2013	2014	2015
Baterías de celulares recolectadas y tratadas (unidades) (a)	10.986	13.855	31.028
Consumo de energía eléctrica (en Gwh) (b)	378	391	404
Consumo de agua proveniente de suministro público (en m <sup>3</sup> ) (b)	1.991.376	2.513.731	2.358.446
Consumo de papel FSC/FCA (kg) (a)	487.892	475.412	880.924
Total de papel reciclado (en kg) (c)	239.680	91.672	48.003
Consumo FSC/FCA sobre el total de papel consumido (%)	18,38%	31,65%	48,88%
(a) Alcance: Argentina. (b) Alcance: Argentina y Núcleo (Paraguay). (c) Alcance: AMBA, Córdoba, Río Cuarto y Salta.			



### 3. GOBIERNO CORPORATIVO Y TRANSPARENCIA

Con el objetivo de promover la transparencia a lo largo de toda la organización, contamos con una variedad de políticas, procedimientos y sistemas de control aprobados por el Directorio e implementados y gestionados por distintas áreas y comités creados para tal fin. Al mismo tiempo, nos mantenemos actualizados sobre las últimas novedades en materia de gobierno corporativo para mantener a nuestra empresa como líder en el 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.
- ✓ **Personal Gerencial Clave:** Junto con el Directorio, son los responsables de gestionar el negocio en todas sus operaciones.
- ✓ **Comisión Fiscalizadora:** Órgano de fiscalización interna, compuesto por miembros titulares y suplentes.
- ✓ **Comités / Consejos creados por el Directorio**
  - Consejo de Dirección (a)
  - Comité de Cumplimiento Regulatorio (a)
  - Comité de Auditoría (a)
  - Comité de Operaciones (a)
  - Comisión de Información (b)

(a) Integrado por miembros del Directorio.

(b) Integrado por miembros de la Gerencia.

***Para más información sobre las 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 2015.***

#### **Directorio**

Nómina al 31 de diciembre de 2015

##### **Presidente**

Oscar Carlos Cristianci

##### **Vicepresidente**

Gerardo Werthein

##### **Directores Titulares**

Andrea Mangoni

Gianfranco Ciccarella

Francesca Petralia

Piergiorgio Peluso

Enrique Llerena

Esteban Gabriel Macek

##### **Directores Suplentes**

Aldo Raúl Bruzoni

Jorge Alberto Firpo

Lorenzo Canu

Jorge Luis Pérez Alati

Maria Virginia Genovés

Eduardo Federico Bauer

Pablo Alberto Gutiérrez

**Directorio (1)**

Nómina a la fecha de emisión del presente Reporte

**Presidente**

Mariano Marcelo Ibáñez (a)

**Vicepresidente**

Gerardo Werthein (a)

**Directores Titulares**

David Manuel Martínez

Carlos Alejandro Harrison (a) (b)

Martín Héctor D'Ambrosio (b) (c) (\*)

Pedro Chomnalez

Alejandro Macfarlane (c) (\*)

Esteban Gabriel Macek (b) (c) (\*)

Pedro Ángel Costoya (b) (\*\*)

Enrique Horacio Boilini (b) (\*\*)

Darío Leandro Genua (b) (\*\*)

**Directores Suplentes**

Baruki Luis Alberto González

Saturnino Jorge Funes

Bernardo Saravia Frías (b)

Gabriel Hugo Fissore (b)

José Luis Galimberti

Ignacio Villarroel

Eduardo Federico Bauer (d)

Pablo Alberto Gutierrez (b)

Germán Ariel Zunini (b) (\*\*)

Martín Alberto Breinlinger (b) (\*\*)

Luis María Abbá (b) (\*\*)

- (1) El 7 de marzo de 2016, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) autorizó la adquisición de control por parte de Fintech Telecom LLC y, el 8 de marzo de 2016, se completó el cierre de la operación de transferencia de la participación accionaria del 51% del Grupo Telecom Italia en Sofora Telecomunicaciones S.A., controlante indirecta de Telecom Argentina, a Fintech Telecom LLC. Como consecuencia de ese cambio de control, el 8 de marzo presentaron sus renuncias todos los directores titulares y suplentes de Telecom Argentina designados a propuesta del Grupo Telecom Italia, renuncias que fueron aceptadas por el Directorio en esa misma fecha. La Comisión Fiscalizadora designó (en los términos del artículo 258, 2° párrafo, de la Ley General de Sociedades) directores titulares y suplentes en reemplazo de los renunciantes y con mandato hasta la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria del 8 de abril de 2016. Asimismo y por los mismos motivos, el 8 de marzo pasado, los tres síndicos titulares y tres síndicos suplentes que habían sido nominados por el Grupo Telecom Italia, presentaron sus renuncias con efectos a partir de la fecha de celebración de la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria del 8 de abril de 2016. La Asamblea del 8 de abril de 2016 designó seis directores titulares y seis directores suplentes y tres síndicos titulares y tres suplentes, con mandato hasta la Asamblea Ordinaria Anual del 29 de abril de 2016, completando el mandato de los directores y síndicos renunciantes.

La Asamblea Ordinaria y Extraordinaria celebrada el 29 de abril de 2016, designó a los miembros del actual Directorio. 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; en consecuencia, el mandato de todos los directores concluye con la celebración de la Asamblea Ordinaria que considerará la documentación del ejercicio social 2018.

- (a) Miembro del Consejo de Dirección.
- (b) Director independiente frente a las Normas de la CNV.
- (c) Miembro del Comité de Auditoría.
- (d) Miembro del Comité de Cumplimiento Regulatorio.

(\*) Miembros del Comité de Auditoría: los tres miembros califican como "directores independientes" según las regulaciones de la SEC y de la NYSE aplicables a la Sociedad.

(\*\*) Directores nominados por las acciones del ANSES-Fondo de Garantía de Sustentabilidad.

**Comisión Fiscalizadora (\*)****Síndicos Titulares**

Pablo Andrés Buey Fernández

Ernesto Juan Cassani  
Diego Emilio Rangugni  
Gerardo Prieto  
Gabriel Andrés Carretero (\*\*)

#### **Síndicos Suplentes**

Javier Alegría  
Pablo Cinque  
Juan Facundo Genis  
Mirta Silvia Maletta  
Raúl Alberto Garré (\*\*)

(\*) Las designaciones de los síndicos titulares y suplentes fueron dispuestas por la Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas del 29 de abril de 2016. Los miembros de la Comisión Fiscalizadora se desempeñarán por un ejercicio (hasta la Asamblea que considere la documentación del ejercicio 2016).

(\*\*) Síndicos nominados por las acciones del ANSES-Fondo de Garantía de Sustentabilidad.

#### **Personal Gerencial Clave (2)**

Nómina al 31 de diciembre de 2015

##### ***Dirección General Ejecutiva (DGE)***

Directora General: Elisabetta Ripa (a)

##### ***Directores dependiendo de la DGE***

Administración, Finanzas y Control: Adrián Calaza

Asuntos Jurídicos y Regulatorios: Alejandro D. Quiroga López (b)

Capital Humano: Elisabetta Ripa (Interina)

Comunicación y Medios: Elisabetta Ripa (Interina)

Seguridad Corporativa: Gerardo H. Maurer

C.O.O. (Chief Operating Officer): Aníbal Gómez

Tecnología: Paolo Perfetti (c)

Wholesale: Máximo D. Lema (d)

##### ***Director dependiendo de la Presidencia***

Auditoría Interna: Diego Chahwan (Interino)

- (2) Sus integrantes se encuentran en relación de dependencia y ejercen posiciones de "directores" con dependencia directa de la DGE, pero no son miembros del Directorio de la Sociedad.
- (a) La Directora General Ejecutiva cesará sus funciones con efecto a partir del 12 de mayo de 2016, habiendo designado el Directorio de la Sociedad al señor Germán Horacio Vidal como su reemplazante.
- (b) Con fecha 10 de febrero de 2016, esta Dirección cambió su denominación a "Asuntos Públicos y Legales". Además, asumió las funciones de Relaciones Institucionales.
- (c) A partir del 1 de abril de 2016, esta posición es ocupada por Fernando J. Torres Palmero (Interino).
- (d) A partir del 1 de enero de 2016, la Dirección Wholesale pasó a depender del C.O.O.

#### **Datos generales del Directorio**

Al 31 de diciembre de 2015

<b>NACIONALIDAD</b>	
Argentina	66,67%
Italiana	33,33%
<b>GÉNERO</b>	
Hombres	86,67%
Mujeres	13,33%
<b>RANGO DE EDAD</b>	
30 a 39 años	0,00%
40 a 49 años	13,33%
50 a 59 años	26,67%
Mayor de 60 años	60,00%

### Datos generales del Personal Gerencial Clave y sus primeros reportes

Al 31 de diciembre de 2015

NACIONALIDAD	
Argentina	92,30%
Paraguaya	3,85%
Italiana	3,21%
Estadounidense	0,64%
GÉNERO	
Hombres	80,77%
Mujeres	19,23%
RANGO DE EDAD	
30 a 39 años	12,82%
40 a 49 años	63,46%
50 a 59 años	21,80%
Mayor de 60 años	1,92%

#### Prevención y gestión de conflictos de intereses

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 los 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.

Por otra parte, destacamos en 2015 la aprobación de una nueva Política sobre Conflictos de Intereses. Además, se realizaron acciones con la Macroestructura con el objetivo de completar la Declaración Jurada sobre Conflictos de Intereses.

### 3.2 Compliance

Los Directorios de Telecom Argentina y Telecom Personal aprobaron el 2 de noviembre el proyecto de fortalecimiento del gobierno corporativo que incluyó la reformulación del Código de Ética y Conducta, la adopción de la Política Anticorrupción y de la Política de Conflicto de Intereses.

Estos documentos alcanzan 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 de cada una de las sociedades del Grupo Telecom. También se hace extensivo a contratistas, colaboradores, proveedores, asesores y consultores de la organización.

El **Código de Ética y Conducta** es el elemento esencial del modelo organizativo y del sistema de control interno. Ha sido diseñado para lograr una mayor transparencia en el accionar y un mayor compromiso por parte de cada colaborador, con la convicción de que la ética en la conducción de los negocios es condición fundamental para el éxito de la empresa.

La **Política Anticorrupción** brinda a las Sociedades del Grupo Telecom un marco sistemático de referencia en materia de prohibición de prácticas corruptas, confirmando nuestro firme compromiso de no recurrir a conductas ilegales o impropias para el logro de los objetivos de la compañía.

La **Política sobre Conflictos de Intereses** constituye el marco de referencia para prevenir y gestionar las situaciones de conflictos de intereses, a fin de evitarlos o limitar sus impactos negativos

sobre nuestro Grupo, informando a todos a quienes resulta aplicable esta Política sobre los principios a seguir y las conductas a observar para adecuar nuestras acciones a lo dispuesto por la Política sobre Conflictos de Intereses.

Al mismo tiempo, continuamos con el **Compliance Program - Risk Assessment**, colaborando con otras direcciones para su elaboración y recomendando acciones correctivas a partir del análisis de resultados del *Gap Analysis* realizado por las distintas áreas de la compañía. Esta tarea 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.

Durante el año, desde el área de Compliance se ha realizado asistencia en la preparación del plan de trabajo del **Due Diligence Comercial** sobre los terceros que se relacionan contractualmente con la compañía, con particular foco en los canales indirectos de Telecom Personal, los proveedores de contenidos y principales proveedores, con acciones dirigidas a prevenir la responsabilidad por hechos ilícitos y/o actos de corrupción que puedan ser cometidos por los terceros.

En el ámbito de difusión de la Cultura Compliance, se han llevado a cabo actividades de capacitación interna sobre *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA) y *Compliance Program*. Se realizaron 30 reuniones, en un total de 54 horas aproximadamente, con asistencia certificada que alcanzó al 97% de la Macroestructura.

Adicionalmente, en diciembre de 2015 se publicó el E-Learning sobre FCPA en la Universidad Telecom, de una duración aproximada de 20 minutos.

Por último, se promueve en la Intranet un espacio de divulgación de la Cultura Compliance en el cual se incluyeron todas las novedades y actividades realizadas por el área.

### 3.3 Código de Ética y Conducta

El Código de Ética y Conducta es el elemento esencial del modelo organizativo y del sistema de control interno. Ha sido diseñado para lograr una mayor transparencia en el accionar y un mayor compromiso por parte de todos los que forman parte de la compañía, e incorpora, a través de declaraciones de principios y valores, fundamentos morales y éticos de carácter universal dentro de la organización.

El Grupo Telecom desarrolla su actividad interna y externa respetando los principios contenidos en este Código, reconocido como elemento esencial del modelo organizativo y del sistema de control interno y de gestión de riesgos del Grupo Telecom, con la convicción de que la ética en la conducción de los negocios es condición fundamental para el éxito de la empresa.

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, el área de Compliance ha realizado capacitaciones destinadas a la Macroestructura. Además, se está actualizando el contenido de la certificación de conocimientos que luego será difundida internamente en la organización.

El Código se encuentra disponible para su consulta en la Intranet del Grupo Telecom y en la página web corporativa.

**Para descargar el Código de Ética y Conducta ingresar en [http://institucional.telecom.com.ar/pdf/TELECOM\\_ARGENTINA\\_TELECOM\\_PERSONAL\\_CODIGO\\_DE\\_ETICA\\_Y\\_CONDUCTA.pdf](http://institucional.telecom.com.ar/pdf/TELECOM_ARGENTINA_TELECOM_PERSONAL_CODIGO_DE_ETICA_Y_CONDUCTA.pdf)**

### Denuncias de incumplimientos al Código de Ética y Conducta

De acuerdo con lo que consta en el Código de Ética, promovemos la denuncia inmediata de cualquier violación efectiva o potencial de las leyes, normas o reglamentaciones vigentes o de las disposiciones de dicho Código y nos comprometemos a investigar seriamente toda denuncia realizada de buena fe respecto de tales violaciones. Se deja constancia de que no toleramos ninguna clase de represalia por denuncias o quejas que fueran hechas de buena fe respecto de conductas indebidas y se solicita a todo el personal su cooperación en las investigaciones internas de conductas indebidas o de infracciones del Código.

Toda violación del Código de Ética, como así también todo cuestionamiento sobre temas contables, de control interno contable o de auditoría, puede ser denunciado en el sitio web [www.telecom-denuncias.com.ar](http://www.telecom-denuncias.com.ar), que garantiza la confidencialidad de la información recibida. El software que soporta el sitio web fue desarrollado y es mantenido por profesionales externos e independientes. Asimismo, podrá optarse por efectuar las denuncias en forma personal o por escrito ante cualquiera de los integrantes del Comité de Auditoría. Las denuncias y cuestionamientos sobre temas contables, de control interno contable o de auditoría, podrán efectuarse en forma anónima. Las denuncias sobre los restantes temas, no podrán efectuarse en forma anónima.

Durante 2015 se recibieron por este canal 95 denuncias relacionadas con eventuales incumplimientos al Código. De estos casos, 24 fueron relacionados con derechos humanos: 11 fueron resueltos y 13 fueron desestimados por no haberse comprobado. En todos los casos, las denuncias no revisten de gravedad, ya que se trataron de temas menores no sensitivos.

El Comité de Auditoría trata todas las denuncias que involucren cuestiones contables, de control interno contable o de auditoría, con facultades exclusivas para investigar y adoptar todas las resoluciones que estime necesarias. Para los casos en que las denuncias involucren a dicho Comité en su conjunto o a algún miembro de este, serán tratadas por la Comisión Fiscalizadora de la Sociedad, que evaluará la situación y, si el caso lo requiere, lo elevará al Directorio para que este resuelva.

### 3.4 Auditoría interna

La **Dirección de Auditoría** depende jerárquicamente del Presidente y funcionalmente del Comité de Auditoría, y trabaja bajo la supervisión del Comité de Auditoría para verificar el adecuado cumplimiento de las políticas, normas y procedimientos internos en todo el Grupo Telecom, de las leyes y regulaciones vigentes.

Esta Dirección desarrolla sus actividades de conformidad con las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna, las cuales reconocen como principal entidad representativa de la profesión al Instituto de Auditores Internos (*The Institute of Internal Auditors – The IIA*), de los Estados Unidos.

En el marco de dichas normas, la Dirección de Auditoría se sometió en julio de 2013 a una evaluación, obteniendo un **Certificado de Calidad**, válido por 5 años, que establece que la actividad de auditoría interna cumple con las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna emitidas por *The IIA*, máximo reconocimiento al que puede aspirar una auditoría gestionada profesionalmente.

Con el propósito de asegurar la plena vigencia del marco normativo de aplicación, durante el año 2015 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 (PAMC), de acuerdo a lo establecido en el Marco Internacional de la Práctica Profesional de la Auditoría Interna emitido por *The IIA*. El resultado obtenido fue satisfactorio, permitiendo confirmar que la actividad de Auditoría Interna “cumple generalmente” con las Normas Internacionales para la Práctica Profesional de la Auditoría Interna, específicamente con las Normas sobre Atributos, las Normas sobre Desempeño y el Código de Ética.

Por otro lado, es importante destacar que en la planificación anual de las actividades de la Dirección, uno de los principales factores analizados en el mapeo de procesos y riesgos es el riesgo de fraude. Todas nuestras revisiones de auditoría incluyen controles relacionados con la detección y prevención de situaciones de irregularidades, fraude y/o corrupción.

### 3.5 Gestión de Riesgos

En 2012 el Directorio aprobó la implementación de un Proceso de Gestión de Riesgos y la creación de un Comité de Riesgos.

La Política de Gestión de Riesgos tiene como objetivo identificar, medir y administrar eficazmente los riesgos de la compañía. Los principales factores de riesgos son aquellos relacionados con los aspectos regulatorios, con el contexto macroeconómico nacional e internacional y con aspectos de naturaleza legal y laboral, entre otros.

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 de riesgo de la Organización.

Este Comité es presidido por la Directora General Ejecutiva y está integrado por miembros de la Primera Línea Gerencial, cuyo liderazgo y coordinación fue asignado al Director de Administración, Finanzas y Control. También aprobó la creación de la función Gestión de Riesgos (con nivel de Gerencia e independiente de cualquier otra función operativa o corporativa), cuyo responsable a su vez actúa como Secretario del Comité de Riesgos, y tiene dependencia directa del Director de Administración, Finanzas y Control.

A partir de 2015, la Política de Gestión de Riesgos adopta como marco de referencia los lineamientos del *Enterprise Risk Management – Integrated Framework* del año 2004 emitido por el *Committee of Sponsoring Organizations (COSO)* de la *Treadway Commission* de Estados Unidos. Internamente, este procedimiento cuenta con sinergias con los procesos de Certificación SOX, Compliance y Auditoría.

Además, se elaboró un Procedimiento Organizativo de Gestión de Riesgos Empresariales.

Si bien el Directorio delega en el Comité de Riesgos la gestión integral de los riesgos que pueden afectar a la compañía, es informado anualmente sobre los riesgos relevantes gestionados y el nivel de exposición al riesgo que enfrenta el Grupo Telecom.

Contamos con distintos planes de acción, aprobados por este Comité, que procuran mitigar total o parcialmente los riesgos de alto impacto que enfrenta el Grupo Telecom. No obstante, no puede asegurarse que tales planes sean totalmente efectivos o que otros eventos no previstos puedan afectar su desempeño.

***Para más información sobre los factores de riesgo de la compañía, ver el Formulario 20-F que se presenta ante la Securities & Exchange Commission (SEC) de los Estados Unidos, publicado en nuestra página web.***

### 3.6 Seguridad corporativa y control interno

#### Seguridad corporativa

El área de Seguridad Corporativa del Grupo Telecom tiene como misión definir e implementar las estrategias y políticas alineadas a la visión del Grupo, a fin de garantizar la protección de la inversión de los accionistas mediante programas integrales, la salvaguarda de los activos del Grupo, la preservación de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información y 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 tanto para los servicios fijos como móviles.

Durante 2015, se llevaron a cabo actividades relacionadas con la protección de información y datos personales; el correcto cumplimiento de normativas; y la innovación y concientización al personal de las sociedades del Grupo acerca de la seguridad corporativa.

Se destacan las siguientes acciones:

- Avanzamos con la clasificación de activos de información e implementamos un plan de protección de sistemas críticos.
- Iniciamos un proceso de prevención de una eventual fuga de información.
- Contamos con altos estándares de resguardo de información electrónica, sumado a planes de contingencia y de recupero de información.
- En el marco de la campaña Mes de la Seguridad, desarrollamos actividades de concientización y capacitación sobre la seguridad corporativa y la seguridad en la vida personal de nuestros empleados. Fomentamos las buenas prácticas y desalentamos otras con el objetivo de incorporar hábitos para la prevención de incidentes y la protección de nuestros empleados y sus familias.

#### **Control interno: Exitosa certificación de la Sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley**

Por décimo 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 2015. El Grupo utiliza el *Internal Control-Integrated Framework* del *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* del año 2013 ("COSO 2013") como marco de referencia para la Certificación de la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley.

En el proceso de Certificación del año 2015, 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.

### **3.7 Marco regulatorio de las telecomunicaciones**

Nuestras actividades se desarrollan en el contexto de marco regulatorio aplicable a la industria en la que operamos.

#### **Autoridad Regulatoria**

El 19 de diciembre de 2014 se publicó y entró en vigencia, la Ley N° 27.078 denominada "Ley Argentina Digital - LAD", mediante la cual se incorporaron importantes modificaciones al marco regulatorio que rige la prestación de servicios de telecomunicaciones en el país, y se dispuso 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 (PEN), que actuaría como Autoridad de Aplicación de la LAD y sería continuadora, a todos los fines, de la Secretaría de Comunicaciones (SECOM) y de la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), autoridades de Aplicación y de Control, respectivamente, hasta la sanción de la LAD.

La LAD confirió a la AFTIC las facultades de regulación, control, fiscalización y verificación en materia de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en general, de las telecomunicaciones en particular, del servicio postal y de todas aquellas materias que se integrasen a su órbita conforme el texto de la LAD.

A fines de diciembre de 2015 el PEN dictó el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 267/15 (publicado en el Boletín Oficial N° 33.288 del 4 de enero de 2016) por el que se introducen sustanciales modificaciones a las Leyes N° 26.522 (de Servicios de Comunicación Audiovisual - SCA) y N° 27.078 (LAD) y se crea una nueva Autoridad de Aplicación de las referidas leyes, denominada ENACOM



(Ente Nacional de Comunicaciones), la que sustituye a la AFTIC y al AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual), y que actúa, como ente autárquico, en la órbita del Ministerio de Comunicaciones.

Adicionalmente, por el Decreto N° 13/15 se crea el Ministerio de Comunicaciones. La conformación organizativa del Ministerio de Comunicaciones, fue aprobada a través del Decreto N° 268/15, del 29 de diciembre de 2015 (publicado en el mismo Boletín Oficial del 4 de enero de 2016 citado anteriormente).

El Directorio del ENACOM deberá integrarse por un Presidente y 3 directores designados por el Poder Ejecutivo, y otros 3 directores propuestos por la Comisión Bicameral de la Comunicación Audiovisual y los Servicios TIC. El quórum se conformará con la presencia de cuatro de los miembros. No se establecen condiciones de idoneidad especiales para ser miembro del Directorio y sólo se dispone no tener incompatibilidades, en los términos de la Ley N° 25.188 (“Ética Pública”). Los miembros del ENACOM pueden ser removidos en forma directa y sin causa por el PEN.

El ENACOM entró en funcionamiento el 5 de enero de 2016 con los 4 directores nombrados por el PEN mediante el Decreto N° 7/16, quedando así constituido conforme lo establece al artículo 23 del Decreto N° 267/15.

### **Ley N° 27.078 (Ley Argentina Digital – “LAD”)**

Como se anticipó en nuestro Reporte anterior, entre las características más destacadas contenidas en la LAD, que modificaron el marco regulatorio vigente hasta el 19 de diciembre de 2014 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 licenciatarios de servicios TIC (posteriormente derogado por el art. 22 del Decreto N° 267/15);
- b) la regla sobre precios y tarifas, que establece que los licenciatarios 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, disponiéndose que podrán establecerse a título precario exenciones o reducciones de tasas, tarifas y gravámenes de 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 instrumento de universalización tendiente al desarrollo de una efectiva competencia.

La LAD declaró de interés público al 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.

### **Decreto N° 267/15 - Modificaciones a la LAD**

El 4 de enero de 2016, se publicó en el Boletín Oficial, el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 267/15 por el que se modifica la Ley N° 26.522 (Servicios de Comunicación Audiovisual o de Medios) y la Ley N° 27.078 (LAD) y, tal como se ha mencionado, se crea el ENACOM como nueva Autoridad de Aplicación de las citadas leyes.

Entre las principales modificaciones a la LAD, se destacan también, la incorporación del Servicio de Televisión por Suscripción (vínculo físico o radioeléctrico, como por ejemplo la TV por cable) como un servicio TIC, bajo la órbita de aplicación de la LAD, sacándolo de la Ley N° 26.522. Se excluye a la televisión por suscripción satelital (comercialmente TV satelital), la que se sigue rigiendo por la Ley N° 26.522. Por otra parte, se establece que la titularidad de una licencia de televisión por suscripción con vínculo satelital, excluye la posibilidad de ser titular de cualquier otro tipo de licencias de servicios de comunicación audiovisual y servicios TICs.

Las licencias de radiodifusión por suscripción (vínculo físico o radioeléctrico, como las de video cable), otorgadas con anterioridad al Decreto N° 267/15, serán consideradas, a todos los efectos, Licencia Única Argentina Digital, con registro para dicho servicio. Por otra parte, el Decreto dispone también, la extensión de 10 años contados a partir de enero de 2016 para el uso de frecuencias del espectro para los titulares de licencia de radiodifusión por suscripción por medio radioeléctrico.

Entre las definiciones que sustituyen el artículo 6 de la LAD, se incorpora al servicio de video a pedido o demanda, definido como el servicio ofrecido por un prestador de servicios TIC para el acceso a programas en el momento elegido y a petición propia, sobre la base de un catálogo. El 7 de enero de 2016 la Sociedad y Personal han efectuado una presentación al ENACOM solicitando el registro del servicio de radiodifusión por vínculo físico o radioeléctrico, describiendo en la misma las características del servicio cuyo registro se solicitó. A la fecha de emisión del presente Reporte, el ENACOM no se ha pronunciado al respecto.

El Decreto sustituye el art. 94 de la LAD disponiendo que los prestadores de Servicio Básico Telefónico (SBT), los licenciarios de telefonía fija conferida por el Decreto N° 264/98, y los prestadores de telefonía móvil con licencias conferidas bajo el Decreto N° 1.461/93, no podrán brindar servicio de radiodifusión por suscripción (por ejemplo servicios de video cable e IP TV) hasta transcurridos 2 años contados desde el 1° de enero de 2016 (dicho plazo podrá extenderse por un año más). Asimismo, el Decreto sustituye el art. 95 de la LAD y establece una serie de obligaciones para los licenciarios de telefonía fija conferida por el Decreto N° 264/98, y los prestadores de telefonía móvil con licencias conferidas bajo el Decreto N° 1.461/93, que opten por brindar el servicio de radiodifusión por suscripción.

El artículo 28 del Decreto N° 267/15 creó, en el ámbito del Ministerio de Comunicaciones, la Comisión para la Elaboración del Proyecto de Ley de Reforma, Actualización y Unificación de las Leyes N° 26.522 y 27.078. La Comisión tendrá a su cargo el estudio de las reformas a ambas leyes, bajo los principios allí establecidos. Mediante la Resolución N° 09/2016, del 1 de marzo de 2016, el citado Ministerio resolvió que la Comisión estará compuesta por 6 miembros y 1 Secretario, que realizarán sus funciones “ad honorem”. La Resolución también designó a sus miembros. La Comisión debe presentar un pre-proyecto de reforma, actualización y adaptación de un sistema unificado del Marco Regulatorio de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina dentro de los 180 días desde la fecha de su constitución. Este término podría ampliarse a petición de la Comisión.

A la fecha de emisión del presente Reporte, se encuentra pendiente la reglamentación que debe dictar la Autoridad de Aplicación. La Dirección de la Sociedad espera que tal reglamentación aclare el alcance de diversos aspectos de la LAD y del Decreto N° 267/15 para una mejor evaluación de los impactos operacionales y económico-financieros que la LAD genera sobre los negocios del Grupo Telecom.

***Para más información sobre el marco regulatorio aplicable al Grupo Telecom y sobre la actividad de la autoridad regulatoria durante 2015, ver la sección B.2.2 de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015.***

## 4. NUESTRA GESTIÓN DE LA RSE

### 4.1 La importancia de la RSE para nuestra compañía

Nuestro negocio cumple un rol fundamental en la sociedad, acercando a las personas mediante la tecnología, por ello en 2012 el Directorio definió formalmente la importancia de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) para nuestra compañía y acordó la siguiente declaración:

*“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”.*

Esta declaración es ratificada anualmente en reuniones de Directorio de Telecom Argentina y Telecom Personal.

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 soluciones 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.

### 4.2 Gobernanza de la RSE

El gobierno de la RSE a lo largo de la compañía, es gestionado por:

El Directorio
<ul style="list-style-type: none"> <li>Por medio de la Gerencia de RSE, el Directorio 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.</li> <li>En diciembre de 2014 el Directorio aprobó, para 2015, 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.</li> <li>Con motivo del lanzamiento del Reporte de RSE 2014, el 17 de marzo de 2015 se presentaron, en los Directorios de Telecom Argentina y Telecom Personal, los siguientes temas: objetivos de la RSE en el Grupo, un resumen del proceso de elaboración del Reporte RSE, novedades del Reporte de RSE 2014, y cuestiones relevantes de la gestión sustentable según la última encuesta de materialidad. El documento, considerado previamente por la Comisión de Información, fue</li> </ul>

aprobado por unanimidad, ratificando los principios básicos y el alcance de la RSE a los que adhiere el Grupo Telecom.

- Tanto el Directorio como el Personal Gerencial Clave 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.

#### Gerencia de RSE

- Depende de la Dirección de Comunicación y Medios.
- Diseña, planifica, coordina y facilita el modelo de sustentabilidad e inversión social. 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.

#### Grupo Operativo de RSE

- Está integrado por 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 2015. Del encuentro participaron 17 representantes de distintas áreas de la compañía. Además, se expusieron nociones generales de RSE y tendencias y perspectivas actuales de la temática. Sobre el final, se reforzaron procedimientos vinculados con la verificación externa de los indicadores, y el armado de la información, lo que le da mayor exhaustividad a nuestro Reporte.

#### Sensibilización y difusión de la RSE

En nuestra Intranet está disponible una capacitación e-learning sobre RSE, dentro del Campus online de la Universidad Telecom, una unidad educacional establecida y gerenciada por la compañía para sus empleados. El curso pertenece al área de formación Transversal y permite conocer el concepto de RSE, su evolución a lo largo del tiempo, el modelo de RSE del Grupo Telecom y algunas acciones responsables que se implementan. Tiene una duración de 20 minutos e incluye un test para evaluar lo aprendido.

Por otro lado, en septiembre dictamos una capacitación a 32 responsables de oficinas comerciales de Personal en AMBA, para contarles las acciones de RSE del Grupo y además generar propuestas e ideas aplicables a las oficinas, para que cada uno trabaje con sus equipos. Los participantes recibieron un diploma como “Embajadores de RSE y Sustentabilidad” para continuar difundiendo las prácticas responsables internamente.

#### Campañas de comunicación

En 2015 realizamos dos campañas de comunicación publicitaria. La primera fue de alcance nacional y continuó con el lema “Una mirada diferente para un mundo diferente”, que busca difundir la gestión responsable de nuestra compañía con motivo del lanzamiento del Reporte de RSE. La segunda campaña tuvo como objetivo dar a conocer el proyecto “Nuestro Lugar”, nueva iniciativa del Grupo, y para ello se realizó una pieza que fue difundida en medios de la Ciudad de Buenos Aires y en las ciudades donde se realizaron actividades vinculadas con el proyecto (Córdoba, Corrientes, Rosario y Tucumán). Además, presentamos un video institucional que se encuentra disponible en nuestro canal de Youtube ([www.youtube.com/GrupoTelecom](http://www.youtube.com/GrupoTelecom)), junto con otros nuevos videos subidos a la web durante 2015.

### 4.3 Nuestros grupos de interés

Para nuestra gestión de RSE, resulta clave la identificación y la generación de diálogo con nuestros grupos de interés. La dinámica de la relación con cada público depende de la temática que nos vincula, la ubicación geográfica y otros asuntos analizados en el mapeo de grupos de interés clave.

#### Relacionamiento con grupos de interés

Grupo de interés	Descripción	Canales de comunicación
Empleados	Colaboradores efectivos, temporarios y/o eventuales, y sus familias.	Encuesta de clima - Focus groups - Comités - Investigaciones - Panel de diálogo - Canales de comunicación interna - Evaluaciones de desempeño
Proveedores	Personas físicas o jurídicas, públicas o	Canales presenciales y web - Auditorías -

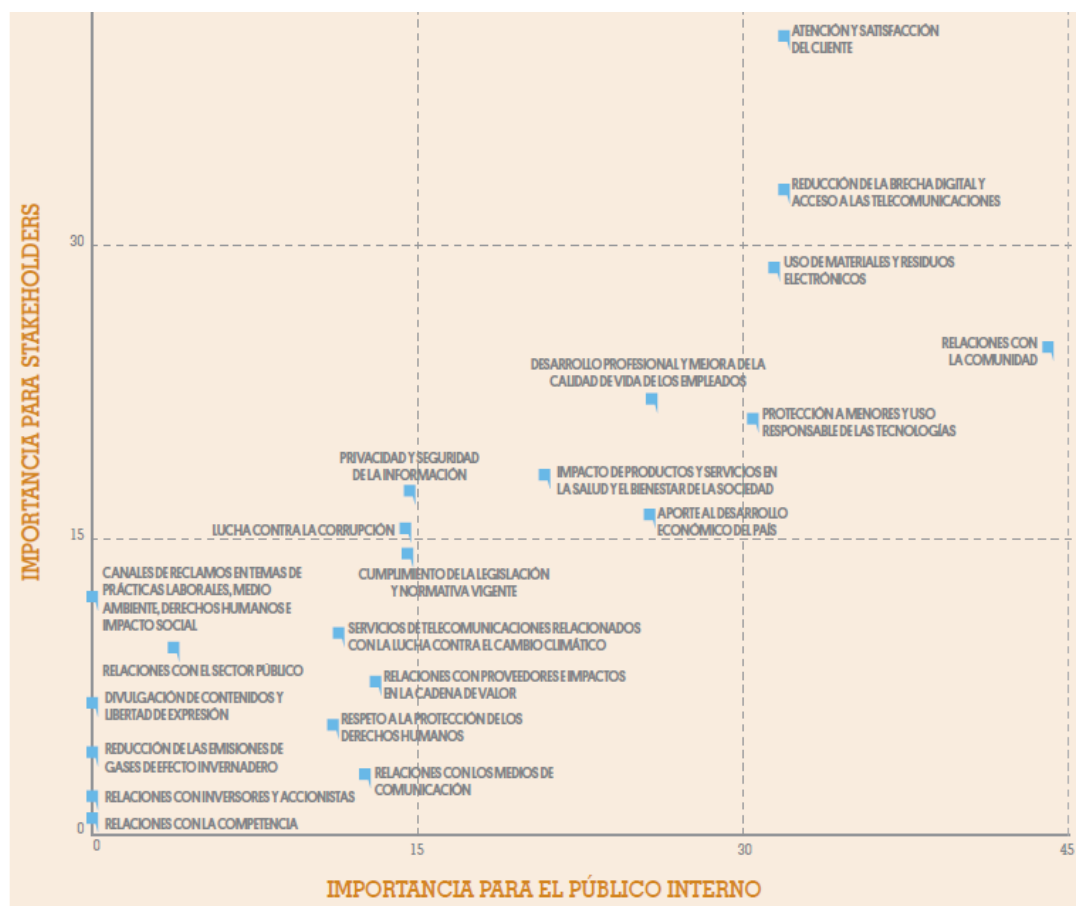
	privadas, nacionales o extranjeras que realicen de manera profesional para el Grupo Telecom, actividades de producción, montaje, creación, desarrollo, construcción, importación, distribución, comercialización de productos, obras o servicios, entre otras.	Inspecciones - Encuentros - Encuestas - Capacitaciones - Reuniones contractuales y de evaluación de desempeño - Taller para proveedores
Inversores	Nortel Inversora S.A. (accionista controlante); e inversores minoritarios de acciones (ANSES, inversores institucionales y otros).	Conferencias - Web - Gerencia Relaciones con Inversores - Asamblea de Accionistas - Cobertura Analistas
Clientes	Individuos; empresas pequeñas, medianas y grandes; Gobiernos nacional, provinciales y municipales; y otros operadores, nacionales e internacionales.	Canales de comunicación web y presenciales - Investigaciones - Encuestas - Relación con órganos de defensa del consumidor
Comunidad	Comunidades cercanas a los negocios de la Empresa, organizaciones de la sociedad civil, sector privado, medios de comunicación, instituciones interempresariales, universidades y otras instituciones.	Relación con instituciones empresarias, académicas, de la sociedad civil - Recepción y respuesta a requerimientos de la sociedad civil - Diálogos formales - Encuestas - Mail RSE - Formulario de contacto en sitio web del Grupo
Sector público	Entidades y organismos de Gobierno nacionales, provinciales y municipales.	Vínculo con entidades y organismos de Gobierno nacionales, provinciales y municipales (a)
Medioambiente	Entorno donde la Empresa desarrolla sus actividades.	Relación con sector público, instituciones interempresariales, universidades y otras instituciones

(a) 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 Ética y Conducta.

#### 4.4 Análisis de materialidad

En 2014 realizamos nuestro análisis de materialidad siguiendo la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y el estándar AA1000SES. De esta manera, tuvimos como objetivo identificar los contenidos relevantes a informar en nuestro Reporte de RSE, considerando las actividades, la repercusión, y las expectativas y los intereses fundamentales de los grupos de interés y de la propia compañía. Trabajamos para ello sobre la base de cuatro principios: Materialidad, Participación de los grupos de interés, Contexto de sostenibilidad y Exhaustividad.

Así, se identificaron 21 temas relevantes para la compañía, que fueron consultados en una encuesta online a 1.757 personas pertenecientes a los grupos de interés: clientes, instituciones/referentes de RSE/ académicos, proveedores, empleados y Directores de Telecom. Luego, se realizó un cruce con las opiniones de la empresa (incluye a Directores del Grupo Telecom y a los miembros del Grupo Operativo) y se obtuvo la siguiente matriz de materialidad:



Como resultado, identificamos los siguientes 10 temas estratégicos para la gestión de RSE en nuestra empresa:

✓	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

Para más información sobre el proceso de análisis de materialidad ver Reporte de RSE 2014 disponible en nuestra página web [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)

#### 4.5 Participación activa en la agenda pública

Con el objetivo de mantenernos conectados con organizaciones referentes en temas de RSE y otros asuntos clave para nuestro negocio, mantenemos las siguientes alianzas estratégicas:



- 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 del Consejo Estratégico Consultivo*
- GSMA Association - *Participación en el CPROG LATAM, y en los Grupos de Trabajo: Técnico y Terminales (con representación en la posición de Chair), Regulatorio (con representación en el puesto de Deputy Chair), de Seguridad y Fraude, y de Roaming y Facturación.*
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (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

### Norte Sustentable

Desde sus inicios en 2012, somos miembros activos del grupo Norte Sustentable, el primer nodo de RSE de la provincia de Salta y referente regional de la temática en el noroeste argentino. En 2015 se llevó adelante una Cátedra de RSE denominada "Sustentablemente", gratuita y a distancia, realizada en conjunto con la Universidad Católica de Salta, donde participaron más de 700 personas que debatieron sobre la RSE en las empresas y el mundo. Por otro lado, el Nodo convocó a Alberto Arébalos, especialista en Comunicación, quien disertó sobre Sustentabilidad y Crisis Públicas en tiempo de Redes Sociales ante más de 150 personas.

También fuimos partícipes de las siguientes acciones, premios e investigaciones, entre otros:

- **Premio Abanderados de la Argentina Solidaria.** Por tercer año consecutivo acompañamos 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.
- **Sustainable Brands: "Cómo la innovación en sustentabilidad está transformando los negocios ahora".** Acompañamos su segunda edición en la Argentina, un evento que contribuye a generar una visión compartida sobre el rol transformador de las marcas para lograr un desarrollo sustentable.
- **Conferencia Internacional IARSE 2015. "Responsabilidad Social y Sustentabilidad: estar en el mundo".** Auspiciamos este encuentro que, con la presencia de disertantes destacados, busca anticiparse a las tendencias mundiales y promover mejores prácticas en sustentabilidad.
- **Foro de Emprendedores Sostenibles Trabajando (FEST).** Organizado por Ecomanía, este ciclo de charlas reúne a emprendedores que trabajan en proyectos innovadores para la sustentabilidad y el cambio social.
- **Distinciones RSC 2015.** Acompañamos este evento que premia a empresas, ONGs y medios de comunicación que se destacan en temas relativos a la solidaridad, bien público y sustentabilidad.
- **Barrio Abierto en la Villa 21-24 (Barracas).** Es una jornada de charlas brindadas por referentes barriales con proyectos de vida inspiradores que pueden mejorar problemas propios de la pobreza socio-económica.
- **Investigación sobre "CEOs y Sustentabilidad"** realizada por ComunicaRSE.
- **Jornada Regional de RSE del Centro del país.** Auspiciamos este evento del IARSE en Córdoba.

- **Foro anual: Institucionalidad, Competitividad y Desarrollo Sustentable.** Colaboramos con este evento realizado en Paraná y organizado por el Consejo Empresario de Entre Ríos.
- **4to. Congreso para organizaciones sociales: Inclusión 360°.** Organizado por la Fundación Manos Abiertas en Salta, abordó la inclusión como eje de trabajo desde el sector social, la docencia, el sector público, el sector privado y la economía social.

#### 4.6 Premios y reconocimientos

- **Reconocimiento al Reporte de RSE.** Nuestro Reporte de RSE 2014 fue elegido y reconocido como una buena práctica entre 186 Reportes de América Latina, en un estudio realizado por el *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* – Consejo Mundial Empresario para el Desarrollo Sostenible. Este estudio, titulado *Reporting Matters*, fue realizado por el WBCSD junto a 10 socios de su Red Global con la finalidad de promover la presencia del sector empresario de nuestro país en estos procesos. El Reporte fue seleccionado entre 186 informes no financieros de empresas miembro de la Red Global del WBCSD. Se menciona particularmente como una buena práctica en el apartado del Criterio, Metas y Compromisos. Se destaca que al final de cada capítulo del Reporte, se identifican, para los temas propios de dicho capítulo, los desafíos al origen del período reportado, sus niveles de cumplimiento y las propuestas de gestión futura.
- **Premio por la gestión en RSE.** Obtuvimos un reconocimiento del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social por nuestra labor en RSE, junto con otras empresas, organizaciones de trabajadores y cámaras empresarias. En el evento, realizado en el marco de la conmemoración del 10º aniversario del Programa de Promoción de Políticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), se hizo entrega de una distinción a aquellas organizaciones que se destacan por la mejora de las condiciones de empleabilidad y trabajo decente.



## 5. CLIENTES

### Destacados 2015 con nuestros clientes

- Desplegamos la red 4G<sup>2</sup> más potente del país y mejoramos la capacidad y cobertura de las redes 2G y 3G, alcanzando más de 335 localidades en 18 provincias e invirtiendo 30 mil millones de pesos para el período 2015 - 2017.
- Contamos con 1.685.000 clientes adheridos a factura online.
- Desarrollamos el Kit de Seguridad Personal en alianza con Intel Security, una herramienta multidispositivo que permite a los clientes de Personal el resguardo de todos sus contenidos y la protección de sus dispositivos.

### 5.1 Nuestros clientes

Somos protagonistas de un momento histórico de cambio en la forma de conectarse de las personas. Cada vez más, la tecnología es parte esencial de nuestras vidas, es nuestra plataforma cotidiana de conexión con otros y de acción. En el Grupo Telecom nos enfocamos en el crecimiento y la innovación, contribuyendo a facilitar las conexiones y la participación de nuestros clientes en la creación de su realidad mediante el uso de los servicios de comunicaciones.

Mediante nuestras marcas Telecom, Personal y Arnet, innovamos constantemente para brindar los mejores servicios de telecomunicaciones en la Argentina y el Paraguay. Contamos con más de 28 millones de accesos fijos, móviles y de banda ancha.

Aspiramos a “ser la compañía líder en conectividad del mercado argentino” y la implementación de esta nueva estrategia definida se soportará en 3 grandes pilares:

- Aumentar nuestra cuota en todos los segmentos del mercado (individuos, hogares y empresas), a través de ofertas convergentes de triple y cuádruple play.
- Transformar la experiencia de nuestros clientes, potenciando su rol en el centro de nuestras decisiones de negocio, convirtiéndolos de tal modo en el principal grupo de interés.
- Impulsar la excelencia operacional adoptando las mejores prácticas internacionales en los distintos procesos de negocio, empleando las fortalezas de ejecución e innovación de nuestro capital humano y los beneficios de la nueva tecnología.

Ofrecemos a nuestros clientes una amplia variedad de servicios de comunicaciones. Los principales productos y servicios de cada segmento de negocio son los siguientes:

**Servicios fijos:** comunicaciones urbanas, interurbanas e internacionales, servicios suplementarios (llamada en espera, facturación detallada y contestador automático de llamadas, entre otros), interconexión a otros operadores, transmisión de datos (entre otros redes privadas, tránsito dedicado, transporte de señal de radio y TV), servicios de Internet (Banda Ancha); servicios de tercerización de soluciones informáticas y venta de equipos de telefonía fija, datos e Internet.

**Servicios móviles:** comunicaciones de voz, servicios de comunicaciones móviles GSM, 3G y 4G sobre redes UMTS/HSDPA/HSDPA+/LTE, entre ellos: Internet móvil de alta velocidad, descarga de contenidos y aplicaciones (temas musicales, juegos, imágenes, videos), SMS, MMS, streaming de video, correo electrónico, acceso a redes sociales y servicios de resguardo de contactos; y venta de dispositivos de comunicación móvil (teléfonos celulares y tablets, entre otros).

---

<sup>2</sup> Para más información ingresar en <http://www.personal.com.ar/4g/>

Nuestros clientes (en miles)	2013	2014	2015
<b>Servicios fijos</b>			
Líneas en servicio	4.124	4.093	4.043
<b>Internet</b>			
Suscriptores Arnet	1.687	1.749	1.791
<b>Servicios móviles</b>			
Clientes Personal (Argentina)	20.088	19.585	19.656
Clientes Núcleo (Paraguay) (a)	2.420	2.481	2.546
<b>Clientes móviles totales</b>	<b>22.508</b>	<b>22.066</b>	<b>22.202</b>
<b>Clientes totales</b>	<b>28.319</b>	<b>27.908</b>	<b>28.036</b>
(a) Incluye aproximadamente 5.000, 5.000 y 6.000 clientes de Internet Wimax de Núcleo al 31 de diciembre de 2013, 2014 y 2015, respectivamente.			

## 5.2 Principales novedades

### Servicios fijos (voz, datos e Internet)

En lo que respecta a la red fija, en 2015 logramos:

- Desplegar de manera sostenida la ultra banda ancha con nuevas tecnologías que revitalizan el cobre o por medio de fibra óptica, ampliando la capacidad de la red en todo el país.
- Introducir nuevas tecnologías de acceso que permiten ampliar el portfolio de banda ancha con velocidades de hasta 2,5 Gbps.
- Mejorar de manera sustancial la red de transporte que conecta a máxima velocidad los sitios entre sí y con las centrales, la red Metro Ethernet y el backbone IP de la compañía.

A partir de estas mejoras en la red de transporte mediante el acercamiento de la fibra óptica al hogar, continuamos brindando a los clientes la opción de incrementar la velocidad de acceso.

En 2015 seguimos impulsando la oferta combinada de Banda Ancha más llamadas locales (incluyendo llamadas a líneas móviles), brindando así a los clientes una propuesta de comunicación integral, con alternativas complementarias.

Respecto a los contenidos de valor agregado sobre los servicios fijos, ampliamos el catálogo de contenidos de Arnet Play, el servicio de *streaming* de video de Telecom Argentina, enriqueciendo la oferta de contenidos disponibles. De esta forma, la compañía puso a disposición de sus clientes una gran variedad de películas, programas infantiles, series, documentales, cine nacional y canales temáticos.

Finalmente, Arnet continuó desarrollando ofertas para facilitar la conexión entre las personas y el mundo a través de los distintos dispositivos y la tecnología.

### Servicios móviles (voz, datos e Internet móvil)

Continuamos con la oferta de planes, paquetes, servicios y promociones donde se destaca la estrategia en términos de conveniencia y de beneficios adicionales en la recarga de crédito.

La nueva propuesta comercial de Personal reflejó la importancia que las personas otorgan a la conexión permanente y acompaña a las tendencias mundiales hacia la simplificación de la oferta de planes, con predominio en el uso de internet.

A partir de la asignación del lote de espectro más eficiente, se continuó con el despliegue de la red 4G más potente del país, que potencia, adicionalmente, la capacidad y cobertura de las redes 2G y 3G, continuando con el proceso de modernización de toda la red. Es importante destacar que en 2015 se inició la mayor transformación de infraestructura en la historia de la empresa, con un plan de inversión global de más de \$30 mil millones para el período 2015-2017.

El proceso de modernización de la red móvil se basa fundamentalmente en un importante plan de despliegue de la tecnología 4G LTE, permitiendo aumentar la velocidad de acceso a internet y mejorar la experiencia de usuario de los clientes. Desde el inicio del despliegue, se habilitan simultáneamente las bandas de 700 Mhz y 1700/2100 Mhz lo que permitirá, en un futuro cercano, la óptima utilización de ambos espectros a través de la funcionalidad de “carrier aggregation” (funcionalidad que permite agregar portadoras para incrementar el ancho de banda). En concordancia con lo mencionado, se continuó aumentando la capacidad en sitios existentes luego de la activación de espectro reasignado de la red de 2G y del nuevo espectro PCS/SRMC adquirido en la licitación. Además, hubo un importantísimo aumento en el número de radiobases vinculadas con fibra óptica y conectividad full IP.

Este proceso de modernización de la red móvil coexiste con la mejora en la capacidad de transporte a través de la expansión del transporte óptico DWDM, la incorporación y actualización de equipamiento en la red Metro Ethernet y la mejora en el backbone IP, todo ello con el objetivo de asegurar la disponibilidad de ancho de banda para las necesidades actuales y futuras.

El despliegue de la red 4G alcanzó hacia fines de 2015, más de 335 ciudades de 18 provincias en todo el país, todo esto acompañado por la oferta de una amplia gama de equipos disponibles en esta tecnología, resultado de una estrategia sostenida de introducción de terminales inteligentes a precios accesibles y beneficios según los medios de pago.

Asimismo, se continuó profundizando la estrategia de innovación ampliando la propuesta de contenidos móviles y la generación de alianzas estratégicas, incentivando el crecimiento del parque de clientes con terminales inteligentes para potenciar los servicios de valor agregado.

- **Marca.** Desde Personal presentamos el nuevo concepto de marca, “Hagamos que todo suceda”, que hace del teléfono celular una plataforma habilitadora de conexión y participación de las personas en la creación de su realidad.
- **Oferta Data Centric.** Lanzamos la nueva oferta de planes bajo este modelo para brindar voz on-net y SMS de manera ilimitada como principal beneficio, con una renovación de cuota de datos simple y unificada para todos los planes. La nueva propuesta comercial reflejó la importancia que las personas otorgan a la conexión permanente y acompaña a las tendencias mundiales hacia la simplificación de la oferta de planes, con predominio en el uso de internet. Hacia fines de 2015, más de 1,5 millones de clientes de Personal pudieron experimentar, en zonas de cobertura 4G, la navegación móvil de alta velocidad que ofrece esta nueva tecnología.
- **Promo Histórica.** Lanzamos la primera oferta conjunta entre Personal y Arnet con importantes beneficios para los clientes de ambas marcas, que accedieron a descuentos de un 50% sobre la contratación de servicios según su plan de origen.
- **Smartphones.** Acompañamos el importante despliegue de la tecnología 4G con una oferta de amplia gama de equipos inteligentes a precios accesibles y beneficios dependiendo de los medios de pago.
- **Acuerdos internacionales.** Firmamos acuerdos estratégicos en el marco de los servicios 4G de Roaming Internacional. A través de un acuerdo con el operador ENTEL, nuestros clientes que viajaron a Chile pudieron vivir la experiencia de navegación por 4G durante la Copa América. Por otra parte, con la participación de la selección Argentina en el mundial de Rugby en Inglaterra, logramos realizar un convenio con la operadora local *EE Limited UK*.

### **Cooperativas telefónicas**

Continuamos con el impulso de “Nuestro”, la marca que utiliza la Federación de Cooperativas del Sur (Fecosur) para brindar el servicio de telefonía móvil a través del uso de la red y sistemas de Personal. “Nuestro” continuó siendo el único operador de su tipo en la Argentina (operador móvil virtual u OMV), estableciendo un modelo de negocio diferencial cuyo principal atributo es la cercanía al cliente, expresada principalmente a través de la atención personalizada en las cooperativas y puntos de venta del interior del país.

**Para más información sobre estrategia de red de servicios fijos y servicios móviles, y acontecimientos relevantes de 2015, ver la sección B.3.6.1 y B.3.6.2 de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015.**

### **Servicios corporativos**

El mercado de los grandes clientes agrupa a empresas líderes del mercado argentino así como al Gobierno Nacional, los Gobiernos Provinciales y las principales Municipalidades del país. Dichos clientes demandan soluciones tecnológicas de avanzada, a la medida de sus necesidades, que integran servicios de voz, datos, Internet y valor agregado.

La mayoría de las empresas se encuentran diseñando la mejor forma de administrar el impacto de la movilidad en los procesos de negocios, con la tecnología Cloud instalada definitivamente. En este sentido, gestionar y facilitar de manera segura el acceso a la información y a los procesos de negocio a través de la incorporación de aplicaciones móviles, se ha convertido en un punto clave para nuestros grandes clientes.

Por otro lado, ha incrementado el interés de las empresas por la modalidad Cloud en relación con infraestructura, plataforma y servicios. La adopción de la misma varió de acuerdo con la criticidad de los procesos e industrias. Es por esto que las compañías se vieron forzadas a repensar la estrategia de desarrollo de *delivery* de aplicaciones y plataformas así como la gestión de contratos que aseguren un *Service Level Agreement* (SLA) específico para el proceso adoptado.

Una de las propuestas comerciales específicas para segmentos corporativos fue Executive, el primer segmento convergente de la compañía. Executive fue parte de la necesidad de tener una visión única del cliente y un mejor vínculo, buscando generar un diferencial en el mercado. El segmento está conformado por nuestros clientes Empresas y Pymes de más alto valor en productos móviles, datos y telefonía fija. Estos clientes tuvieron una propuesta orientada bajo un mismo paraguas comunicacional de oferta y de atención en venta y posventa. Es una estrategia de comunicación B2B (Business to business, de empresa a empresa) que promueve el relacionamiento mensual con eventos, flexibilidad y convergencia en las ofertas.

Como evolución de *Machine to Machine* (M2M), Personal, en alianza con Jasper, líder mundial en plataformas IoT (*Internet of Things*), lanzó *Control center*, plataforma que permite al cliente autogestionar la conectividad de todos los dispositivos de su empresa.

### **Servicios mayoristas**

Este año continuamos siendo uno de los proveedores líderes de soluciones mayoristas de telecomunicaciones, tanto de servicios móviles como fijos. Brindamos servicios tales como: tráfico nacional e internacional fijo y móvil, Internet, transporte de señales de audio y video, enlaces dedicados, enlaces *backhaul*, *hosting/housing* en datacenters, entre otros.

- Negocios nacionales

Entre los destacados del año, se puede mencionar que desde Telecom Argentina continuamos consolidándonos como un proveedor de soluciones para el segmento de operadores de servicios de radiodifusión, y soluciones de distribución de señales de video para operadores de cable y canales de TV del interior de Argentina. Asimismo, nos afianzamos como principal proveedor de soluciones integrales de transporte y distribución de señal de video para la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales (ARSAT).

También realizamos el transporte de la señal de video en alta definición de diversos eventos como el Abierto de Polo de Palermo, el Rugby Championship, Copa Davis, ATP Buenos Aires, y cobertura de las elecciones nacionales, entre otros.

Por otro lado, se profundizó la contratación a otros operadores de recursos y facilidades que contribuyeron a continuar el desarrollo de la red móvil y su evolución a 4G, mejorando los servicios ofrecidos a los clientes. Cabe destacar la firma de los nuevos acuerdos mayoristas de provisión de infraestructura para comunicaciones móviles, con Telefónica de Argentina S.A. y con AMX Argentina.

- Negocios internacionales

Con las facilidades técnicas instaladas en Miami, Estados Unidos, desde Telecom Argentina continuamos posicionándonos como opción para transmitir al exterior eventos deportivos de primer nivel. Durante 2015 se realizaron múltiples transportes de transmisiones de contenido audiovisual relacionados con eventos realizados en Argentina, con interés en el resto del mundo. Telecom Argentina continúa posicionándose como opción para transportar al exterior la señal de transmisión de los eventos deportivos de primer nivel.

En 2015, Personal continuó afianzando su posicionamiento en servicios de Roaming Internacional. Siguió ampliándose la cobertura de datos 3G en Roaming, y se implementaron los primeros acuerdos 4G con el objetivo de brindar una mejor experiencia a los clientes que viajan al exterior. Respecto a la mejora de la experiencia del usuario para el servicio de Roaming de datos, logramos el lanzamiento de 11 acuerdos LTE Outbound, lo que permitió una mejora significativa en la velocidad de navegación de Internet, especialmente durante la Copa América Chile 2015 y el Mundial de Rugby Inglaterra 2015.

#### Núcleo – Paraguay

En diciembre se realizó el lanzamiento del servicio 4G con la campaña “Si sos Personal sos 4G” siendo así Núcleo la primera operadora en Paraguay en dar el servicio de internet LTE en el teléfono a sus clientes.

### 5.3 Atención y calidad de servicio al cliente

#### Canales de atención comercial

En el Grupo Telecom creemos que el desarrollo y cuidado de nuestros clientes es el eje central de nuestra actividad y conforma uno de los principales factores de diferenciación. Es por eso que buscamos estar cada día más cerca de ellos para conocerlos y poder brindarles todo aquello que necesitan de la manera más simple y efectiva.

Hoy son los clientes quienes deciden en qué canales tenemos que estar y nosotros debemos tener la flexibilidad y agilidad para poder responder rápidamente y adaptarnos a sus nuevas necesidades de comunicación.

#### Servicios fijos

- **Línea 112 y 0800-888-0112** para clientes residenciales.
- **[www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)**
- **[www.telecomnegocios.com.ar](http://www.telecomnegocios.com.ar)** - Segmento Negocios.
- **0800-888-0800** - Segmento Negocios.
- **[08008880800@ta.telecom.com.ar](mailto: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.

#### Internet - Arnet

- **0800-555-9999.**
- **[www.arnet.com.ar](http://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.
- **Club Arnet**

#### Servicios móviles

- **\*111 y 0800-444-0800.**
- **[www.personal.com.ar](http://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, Interactive Voice Response—), USSD (consulta de saldo sin cargo —en inglés, *Unstructured Supplementary Service Data*—), 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.

#### **Servicios corporativos**

- **0800-555-7247 (PAIS).**
- **[0800555pais@ta.telecom.com.ar](mailto:0800555pais@ta.telecom.com.ar)**
- **0800-888-7888** - Grandes Clientes y Gobierno.
- **Sitio web y mail de contacto de los ejecutivos de cuenta de la atención móvil** fueron actualizados a las siguientes direcciones: [www.executive.telecom.com.ar](http://www.executive.telecom.com.ar) y [guardiaGGCCmovil@personal.com.ar](mailto:guardiaGGCCmovil@personal.com.ar).
- **Nuevo canal de comunicación para los clientes:** 0800-777-4422 (Posventa Móvil) y el 0800-777-4422 (GGCC).

#### **Servicios mayoristas**

- **0800-555-OPER.**
- **[cao\\_telecom@ta.telecom.com.ar](mailto:cao_telecom@ta.telecom.com.ar)**

#### **Núcleo – Paraguay**

En Núcleo contamos con canales de comunicación tradicionales (atención telefónica, en oficinas comerciales y puntos de ventas híbridos) y no tradicionales (sitio web de autogestión, Mi mundo USSD, atención vía SMS, chat, redes sociales e Implementación de Mi Mundo para smartphones App Android).

### **Atención al cliente**

#### **Servicios fijos e Internet**

Trabajamos para lograr un servicio de atención eficiente con más de 1.500 representantes<sup>3</sup> en todo el país. Se realizaron avances en las siguientes iniciativas:

- **Canales autogestionables.** En los canales digitales realizamos mejoras en la navegabilidad, ampliamos los segmentos alcanzados por las autogestiones y garantizamos la experiencia en el acceso multidispositivo. En cuanto al IVR, desarrollamos un canal inteligente que brinda información proactiva al cliente, adelantándonos a sus necesidades y facilitando la resolución de las mismas.
- **Mejoras en procesos de atención.** Con el fin de mejorar la experiencia del cliente, modificamos los procesos de facturación y cobranza, generando que cada vez más canales sean aptos para realizar pagos sin facturas o bien imputaciones de pago online, sin necesidad de que el cliente deba realizar una gestión posterior.
- **Desarrollo de canales social media.** Modificamos el modelo de atención ampliándolo a los 7 días de la semana las 24 horas, garantizando al cliente una rápida respuesta. Entendemos que el cliente digital tiene otros tiempos y adaptarnos a ello es parte del desafío.
- **Fidelización de clientes.** Llevamos a cabo campañas de fidelización a clientes que tenían un plan de 6 y 10 megas para aumentarlos a velocidades de entre 15 y 30 megas con igualdad de condiciones en la factura. El objetivo de esta campaña fue posible por la evolución de la red, que acerca a nuestros clientes a una tecnología de avanzada y permite la mejor experiencia de nuestro servicio.

<sup>3</sup> Entre personal propio y de terceros.



### Resultados de atención al cliente

Más de **4 millones de contactos** en autogestión IVR fija (Respuesta de Voz Interactiva; en inglés, *Interactive Voice Response*)

Más de **7 millones de llamadas** atendidas

Más de **485.000 sesiones en autogestión** web Mi Cuenta

Más de **55.000 gestiones en las redes sociales**

Más de **14.000 contactos por e-mail**

Más de **28.000 contactos por chat**

### Servicios móviles

Continuamos trabajando para brindar a nuestros clientes la mejor experiencia, donde puedan realizar gestiones y autogestiones de manera simple, rápida y por el canal que prefieran. Más de 6.200 representantes<sup>4</sup> de atención de Telecom Personal en todo el país estuvieron a disposición de nuestros clientes.

- **Canales autogestionables.** Profundizamos el desarrollo de autogestiones en la APP Mi Cuenta equiparándola al resto de los canales digitales y acompañando la tendencia de uso de los clientes. Además, agregamos nuevas autogestiones de valor para el usuario con el fin de que pueda encontrar todo lo que necesita donde quiera y cuando quiera.
- **Redes sociales y chat.** Desarrollamos un chat proactivo, que brinda al cliente la oportunidad de contactarse con un asesor en el caso de que no encuentre la información que busca o no pueda resolverlo por sí mismo.
- **Modelo E2E.** Con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes de alto valor en el canal telefónico (Black y Business), implementamos la metodología de atención *End to End*, que implica que el representante asuma la gestión de inicio a fin.
- **Atención en oficinas comerciales.** En pos de contar con una visión integradora de la experiencia del cliente, trabajamos en la metodología del proceso macro de monitoreo de transacciones. En el marco del Programa de Monitoreo de Atención, un equipo de expertos realizaron visitas regulares a nuestras oficinas comerciales con el fin de asegurar la calidad de atención y calificar aquellos aspectos que hacen a la gestión general de la oficina e impactan directamente en la satisfacción de los clientes. Además, para asegurar una mirada unificada de calidad en la atención entre analistas y líderes de oficinas comerciales, implementamos un programa presencial de calibración del enfoque de la calidad en la atención, que compara las calificaciones individuales de cada líder con relación a la del experto de calidad en casos testigos de análisis. Por último, acompañando la implementación de la metodología de NPS (Net Promoter Score)<sup>5</sup>, se inició el programa de monitoreo de la calidad en los Centros de Atención Comercial de Telecom. De esta manera, se estandarizó el monitoreo de las transacciones en el canal presencial propio.
- **Monitoreo de la calidad de atención telefónica.** Realizamos regularmente un análisis de transacciones que abarcó tanto llamadas como gestiones del *back office* con el objetivo de calificar aquellos aspectos que inciden en la satisfacción de nuestros clientes. Este análisis se realizó sobre todos los segmentos de clientes, garantizando la medición de calidad de atención en todos los canales desde una misma perspectiva. Desarrollamos una base consolidada de indicadores de calidad de los diferentes canales de atención. Esto permitió detectar varios desvíos en la calidad de atención y establecer correlaciones con otros indicadores de manera tal de poder identificar posibles problemas relacionados con el deterioro de la calidad en el servicio. Estos indicadores estratégicos integraron diferentes tableros mensuales elaborados para la Dirección General de Operaciones, junto a los resultados de las encuestas de satisfacción y lealtad, como también otros indicadores del negocio.

### Resultados de atención al cliente

<sup>4</sup> Entre personal propio y de terceros.

<sup>5</sup> Más información en "Encuestas de satisfacción a clientes".

Más de **2.600 millones de contactos** en USSD (en inglés, *Unstructured Supplementary Service Data*; corresponde a la consulta de saldo sin cargo a través del celular)  
 Más de **65 millones de contactos** en autogestión IVR móvil (Respuesta de Voz Interactiva; en inglés, *Interactive Voice Response*)  
 Más de **49 millones de llamadas** atendidas  
 Más de **24 millones de sesiones en autogestión** web Mi Cuenta + Mobile Mi Cuenta  
 Más de **781.000 sesiones en autogestión wap**  
 Más de **1,7 millones de gestiones en las redes sociales**  
 Más de **315.000 contactos por e-mail**  
 Más de **195.000 contactos por chat**  
 Más de **20 millones de mensajes** en autogestiones SMS  
 Más de **747 millones de consultas** en asteriscos prepago \*150, \*151 y \*152

### Núcleo – Paraguay

En 2015 nos planteamos los siguientes focos estratégicos: superar los objetivos en NPS táctico en todos los puestos de atención en el frente; mejorar y superar el objetivo de niveles de servicios en oficinas comerciales e implementar el nuevo modelo de atención en servicio técnico. Para poder lograrlo realizamos capacitación y acompañamiento al representante de atención al cliente, monitoreamos diariamente el indicador NPS, creamos iniciativas para mejorar la experiencia del cliente, e implementamos el proyecto WOW, entre otras acciones.

### Encuestas de satisfacción a clientes

Con la intención de colaborar con la toma de decisiones del negocio y acercar a toda la compañía la experiencia del cliente, en 2015 continuamos desplegando la estrategia *Customer Experience* iniciada en 2012. Los pilares de la estrategia se centran en conocer la experiencia del cliente unificando la métrica postevento NPS. El NPS 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”.

Dicha métrica se implementó por medio de dos programas diferentes: WOW<sup>6</sup> y FULL METRIC. Dentro del programa WOW, el equipo de trabajo realizó un seguimiento y evolución del indicador que permitió predecir mejor las decisiones y comportamientos a futuro del cliente.

Tomando la voz del cliente en productos y servicios, realizamos mapeos sobre los temas emergentes para entender las oportunidades de mejora que existen y sumarlas a las propuestas realizadas por los clientes internos, obtenidas del feedback recibido del cliente. En 2015 trabajamos en 1.300 iniciativas y prácticas en pos de mejorar la Experiencia del Usuario.

Resultado de encuestas de satisfacción	2014	2015
<b>Servicios fijos</b>		
Cantidad de encuestas de calidad de servicio telefónicas realizadas	1.006.804 (a)	815.003 (b)
Índice de satisfacción por servicio – Atención comercial (c)	74,5%	77,19%
<b>Servicios móviles</b>		
Satisfacción con el servicio que recibe de Personal (d)	61,00%	67,60%
(a) Resultado de la sumatoria de Front Propio y Tercero de comercial, voz, Internet. (b) Resultado de Front propio y de tercero de comercial. (c) Promedio de cada año, con resultados de Front Propio y Front tercero comercial. (d) Indicador adicional dentro del estudio NPS. La toma se realiza mediante entrevistas telefónicas (10 minutos de duración) y adicionalmente se preguntan algunos temas ad hoc como usos que le da al celular, principales medios/canales de atención que utiliza y promociones/ofertas, entre otros. El dato anual es un promedio directo de los clientes más satisfechos y satisfechos, según la encuesta.		

### Núcleo – Paraguay

<sup>6</sup> Este programa 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 éste gestione diariamente la experiencia del cliente con el objetivo de incrementar promotores.



Implementamos las Encuestas Tácticas enfocadas en la atención brindada y en conocer los atributos que necesitamos mejorar como compañía. El objetivo es escuchar a los clientes y trabajar con los principales motivos de insatisfacción. Para ello implementamos encuestas en profundidad y enfocadas en atributos como satisfacción general, trato, tiempo, entre otros. Además, comunicamos los resultados a las diferentes gerencias para trabajar de forma coordinada, entre otras acciones.

### Transparencia en facturación y derechos de los consumidores

Este año continuamos impulsando la autogestión y la accesibilidad de nuestros clientes a través de diversos canales con el fin de que tengan una buena experiencia y fomentar la transparencia de la información. Publicamos la oferta de terminales móviles vigentes en la web de Telecom Personal. Además nuestros clientes pueden controlar y analizar sus consumos de datos a través de la sección "Mi cuenta Personal" o bajando la aplicación del mismo nombre.

En 2015 habilitamos nuevos canales de adhesión a factura online. A su vez, incorporamos la visualización y adhesión a la facturación electrónica desde la APP Mi Cuenta Mobile y más de 1 millón de clientes de telefonía fija tienen factura bimestral.

Respecto a los derechos de los consumidores, contamos con diversas áreas que reciben las denuncias de los clientes ante los entes oficiales de todo el país. Además, cumplimos con las leyes correspondientes a la Defensa del Consumidor (ley N° 26.993 y modificación de la ley N° 24.240). Actualmente nos encontramos implementando el nuevo sistema de resolución de conflictos creado mediante la Ley de Defensa del consumidor: el servicio de conciliación previa en las relaciones de consumo (COPREC), que tiene por objetivo dotar de herramientas nuevas y más ágiles al consumidor para resolver los problemas que puedan tener en las relaciones de consumo.

## 5.4 Generación de valor social y ambiental en productos y servicios

### Inclusión social – reducción de la brecha digital

Sabemos que nuestros productos y servicios tienen el potencial para mejorar el bienestar de las personas y reducir la brecha digital. Para ello, buscamos facilitar el acceso de las personas a los servicios de telecomunicaciones, y así potenciar el desarrollo y la inclusión social.

Servicios fijos e Internet	Abonos para personas de bajo consumo, teléfonos y servicios para hipoacúsicos, servicios para personas no videntes, servicio de telefonía pública, telefonía pública social, servicio semipúblico de larga distancia y accesos a Internet con bonificaciones en zonas alejadas (servicios 0611 y 0612).
Servicios móviles	Servicios para personas hipoacúsicas, servicios para personas no videntes, tarjeta Argenta, packs accesibles, Día Full y utilización de antenas móviles en varios eventos.

Para información detallada sobre los productos y servicios ver el Reporte de RSE 2014 disponible en nuestra página web [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar).

En septiembre de 2015, tras el sismo ocurrido en Chile, bonificamos el 100% de las llamadas a este país para los siguientes clientes: individuos, profesional y Negocios y Pymes de Personal (con tarjeta, abono fijo y pospagos). El beneficio aplicó a las llamadas de larga distancia internacional que se realizaron desde la Argentina al país vecino, así como también en las llamadas emitidas y recibidas en roaming de los clientes de Personal que se encontraban en Chile. El beneficio aplicó de forma retroactiva desde las 20 horas del 16 de septiembre hasta el 18 de septiembre a las 23.59 horas inclusive.

A fin de año, otorgamos una prórroga en el pago de la factura a clientes afectados por la inundación en Concordia, Entre Ríos.

Contamos con un nuevo concepto de radiobases móviles que pueden ser trasladadas a cualquier punto del país y puestas en servicio en 3 horas, y con el mínimo de personal. Estas radiobases permiten responder con mayor eficiencia ante situaciones de emergencia o eventos con alta concentración temporaria de clientes. Las 20 unidades están distribuidas en diferentes ciudades del país, y pueden ser trasladadas para responder a contingencias.

### Responsabilidad ambiental

Activamente incentivamos a nuestros clientes a adherirse a la factura online, con el objetivo de facilitar el acceso a la información y de reducir el consumo de papel.

Número de clientes adheridos a factura online (a)	2013		2014		2015	
	Cantidad	% del total de clientes	Cantidad	% del total de clientes	Cantidad	% del total de clientes
Servicios fijos (b)	154.000	6,00%	221.000	7,01%	505.000	13,65%
Servicios móviles	455.734	10,65%	581.364	13,66%	1.180.000	23,90%
<b>Total</b>	<b>609.734</b>	<b>-</b>	<b>802.364</b>	<b>-</b>	<b>1.685.000</b>	<b>-</b>
(a) Alcance: Argentina. Los porcentajes se calculan sobre el total de clientes que reciben factura (clientes con abono fijo y Pospago).						
(b) La telefonía fija se factura junto con el servicio de Internet.						

Además, contribuimos con la transformación de la sociedad mediante productos, servicios e iniciativas innovadoras que generan un impacto positivo sobre el medioambiente.

Servicios fijos e Internet	Terminales inalámbricas eficientes ECO DECT, cajas de módems con materiales reciclables, sobre de papel con la facturación procedente de fuentes responsables, tecnología switching en módems y equipos inalámbricos.
Servicios móviles	Recolección de baterías y facturación electrónica.
Para más información en detalle sobre estos servicios ver el Reporte de RSE 2014 disponible en nuestra página web <a href="http://www.telecom.com.ar">www.telecom.com.ar</a> .	

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

### Aspectos de salud y seguridad de nuestros productos y servicios

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 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.

### **Privacidad de la información y manejo de datos**

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

- Ley 25.326, Decreto Reglamentario 1558/01 y normas complementarias (Ley sobre Protección de Datos Personales).
- Ley 26.951, Decreto Reglamentario 2501/14 y normas complementarias (Ley Registro Nacional No Llame).
- Ley 27.078 (Ley Argentina Digital).
- Dictámenes de la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales.

En total observancia a lo normado, el Grupo Telecom realizó ante el Registro Nacional de Bases de Datos, de la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, la renovación de sus registros de sus bases de datos alcanzados por la Ley N° 25.326 y disposiciones complementarias.

Protegemos la privacidad de nuestros clientes incorporando medidas de restricción de acceso a datos personales, monitoreo de actividades y cifrado de datos sensibles toda vez que sea requerido por una ley o normativa. Trabajamos en la prevención de la suplantación de identidad y el fraude por suscripción, optimizando los procesos de desconocimiento de líneas y con una gestión proactiva de detección de fraudes.

En 2015 iniciamos un proceso de innovación, mediante la creación de una gerencia dedicada a la búsqueda de nuevas soluciones que permitan mejorar la seguridad, a través del diseño, desarrollo e implementación de mecanismos técnicos que aumenten los niveles de protección de los usuarios, en respuesta a las nuevas amenazas y vulnerabilidades que se presentan en los ecosistemas informáticos.

### **5.6 Uso responsable de las tecnologías**

#### **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”.

### **Seguridad de acceso a contenidos**

### Servicios fijos

En el caso del producto Arnet Play contamos con la posibilidad de que sus usuarios configuren el "Control Parental" desde el portal en la PC. Esta configuración se utiliza para bloquear con contraseña todas las películas con determinada calificación. Cada vez que un usuario intente reproducir películas con esta calificación deberá ingresar una la clave de seguridad. Es importante aclarar que Arnet Play no posee películas de contenido adulto.

Continuamos ofreciendo el Kit de Seguridad Arnet, un producto adicional de Antivirus de Arnet que permite: proteger información privada, detectar y eliminar virus y programas espías (incluyendo los enviados a la casilla de mail), 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 niños, bloquear el acceso a intrusos que intentan ingresar a tu PC, simplificar la detección de correo basura e identificar y bloquear posibles robos de identidad.

### Servicios móviles

Los servicios que proveen contenidos adultos se ofrecen vía WEB y WAP.

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 una leyenda que dice: "El sitio al que intentas ingresar es prohibido para menores de 18 años. Al ingresar se aceptan los términos y condiciones del servicio".

En 2015 presentamos el Kit de Seguridad Personal en alianza con Intel Security, la mayor empresa del mundo especializada en tecnología de seguridad. Es una herramienta multidispositivo que permite a los clientes de Telecom Personal el resguardo de todos sus contenidos (fotos, videos, archivos e información) y la protección de sus dispositivos. El kit de seguridad posee funcionalidades de localización, alarma de dispositivos, bloqueo, borrado remoto, control parental, back up en la nube, capture cam, gestión de perfiles, filtro de SMS, de llamadas y rastreo de tarjeta sim, entre otros servicios.

## 5.7 Entrenamiento a empleados de atención al cliente

### Servicios fijos

Implementamos una herramienta llamada Trainer para realizar capacitaciones vía e-learning de forma masiva a todos los canales de atención de clientes. Permite la publicación de contenidos a las distintas poblaciones con posibilidades de medición de tiempo de realización, evaluaciones, estadísticas, entre otros.

Atención al cliente de telefonía fija (a)	2014	2015
Cantidad de colaboradores capacitados en atención al cliente	2.580	3.297
Cantidad de horas de formación dictadas	4.828	2.931
(a) Capacitaciones en el área de atención comercial		

### Servicios móviles

Continuamos capacitando a los integrantes de la Dirección Ventas Masivo y la Dirección Customer Care, con el objetivo de formarlos en las habilidades y conocimientos necesarios para brindar un buen asesoramiento a nuestros clientes.

Área	Curso	Descripción
------	-------	-------------

Dirección Ventas Masivo	Capacitación virtual para cajeros de oficina comercial	Actualización de contenidos para la formación del empleado previo a ocupar su puesto.
	Nuevo modelo de atención de oficinas comerciales	Iniciativa destinada a todos los roles involucrados en las oficinas comerciales.
	Desarrollo de habilidades de gestión	Capacitación en técnicas de calidad de atención, venta y negociación para los colaboradores de atención en el frente de oficinas y agentes de posventa.
	Especialización en ventas	Formación inicial y especialización en ofertas y técnica de venta.
	Reentrenamiento	Capacitación en: terminales, implementaciones estratégicas, vía <i>e-learning</i> y reentrenamiento sobre temáticas específicas.
	Presencial para ingresantes	Actividad de inducción destinada a puestos de atención en el frente, de atención personalizada en las oficinas de Personal y posventa propia en agentes.
Dirección Customer Care	Presencial para ingresantes	Destinada a los Call Center propios para puestos de atención en el frente y de segundas líneas de atención.
	Reentrenamiento	Capacitaciones sobre: terminales, implementaciones estratégicas, vía <i>e-learning</i> , vía agenda, NPS y formación de formadores a Call Center de terceros.

Para más información en detalle sobre cada una de las capacitaciones ver el Reporte complementario de RSE 2014 disponible en nuestra página web [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar).

Capacitación a empleados de la Dirección Ventas Masivo		2015
Dotación total (a)		5.564
Cantidad de participaciones en la formación presencial (b)		7.678
Horas de <i>e-learning</i> (anual dotación) (c)		7.858
Horas de capacitación presencial por instructor		3.654
(a) Incluye personal de oficinas comerciales y ventas, propios y terceros.		
(b) Cantidad de asistencias contadas por temática.		
(c) Dirigida al personal de oficinas y call centers propios.		

Capacitación a empleados de la Dirección Customer Care		2015
Dotación total (a)		5.884
Cantidad de participaciones en la formación (b)		251.344
Horas de <i>e-learning</i> (c)		78.572
Horas de capacitación presencial por instructor		1.278
(a) Incluye personal de call centers propios y terceros.		
(b) Incluye participaciones en <i>e-learning</i> s, Agenda Semanal (un modo de <i>e-learning</i> de 15 minutos semanales) y formación presencial.		
(c) Se contabilizan <i>e-learning</i> s mensuales de 30 minutos cada uno, y Agenda Semanal.		

## 5.8 Participación en eventos deportivos y musicales

Continuamos construyendo el vínculo con los fanáticos del deporte, apoyando los eventos deportivos de máximo nivel que se desarrollan en el país. Además, seguimos impulsando el posicionamiento de artistas consagrados e independientes y acercando a los fans sus bandas favoritas. En 2015 se realizaron las siguientes acciones, auspicios y participaciones:

- **Deporte.** 35° edición del Rally Argentina de Córdoba, Unión Argentina de Rugby (UAR) - Los Pumas, Maratón Arnet 42K, Maratón de Buenos Aires Personal 2015, Golf Personal Classic.

- **Música.** Personal Fest Verano 2015: Con la novedad de un show en vivo y otro en pantalla gigante, entre sus tres fechas, el Personal Fest Verano 2015 cerró un gran ciclo de música en todo el país que fue seguido por más de 400 mil personas. El mismo contó con bandas como Illya Kuryaki and the Valderramas y Maxi Trusso en Mar del Plata, Miranda! y Coti en Córdoba, Tan Biónica en Mendoza y Estelares en Rosario. Además, presentamos Violetta Live 2015 y el Espacio Personal Festers en el festival Ciudad Emergente.

## 5.9 Nuestros objetivos y desafíos a futuro

Desafíos 2015		Cumplimiento 2015	Objetivos 2016
Servicios fijos y Servicios móviles			<b>Grupo Telecom</b>  Afianzar el liderazgo de Telecom Personal accionando sobre la calidad y la innovación del desarrollo de la red (4G LTE) a partir del despliegue de esta tecnología a nivel nacional.  Trabajar para optimizar la experiencia de nuestros clientes. Ampliar los servicios de tercera generación con nuevas frecuencias y más inversiones, continuando de esta forma con la reconversión tecnológica y la ampliación de la capacidad.  Evolucionar en la oferta <i>Data Centric</i> en sintonía con la evolución del mercado y el nuevo modelo de negocio que requiere evolución y simplificación.
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.	Iniciamos la mayor transformación de infraestructura en la historia de la empresa con un plan de inversión global de más de 30 mil millones de pesos para el período 2015 - 2017. Se concursó y ganó el lote de espectro más eficiente, asegurando el despliegue de la red 4G más potente del país que mejora la capacidad y cobertura de las redes 2G y 3G. Este despliegue alcanzó más de 335 localidades de 18 provincias en todo el país.		
Núcleo (Paraguay)			
Campaña proactiva desde el Contact Center para activación de Factura Electrónica. A cada contacto de clientes al asterisco, se le ofrece el servicio de factura electrónica para evitar la impresión en papel.	Se realizó con éxito esta campaña y continuaremos difundiendo la factura electrónica entre nuestros clientes.		
Servicios corporativos			
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.	Con respecto a Comunicaciones Unificadas, se estuvieron dando este tipo de servicios de valor agregado a varios de nuestros Grandes Clientes con muy buen resultado. En el caso de infraestructura, se lanzó el servicio Datacenter Privado Virtual con la posibilidad de que los clientes auto gestionen su infraestructura reduciendo costos de Infraestructura IT con la plataforma ubicada en nuestro Datacenter. El producto FOL tiene clientes incorporados con acciones puntuales para poder sumarlos a la base y ya se cuenta con clientes funcionando.		
Servicios mayoristas			
Focalizar la calidad de atención y servicios a nuestros clientes mediante el trabajo de nuestros Ejecutivos de Venta en Atención al Cliente.	Alcanzamos la comunicación personalizada con todos los clientes.		

## 6. CAPITAL HUMANO

### Destacados 2015 con nuestros colaboradores:

- 2.144 teletrabajadores activos.
- Más de 21 millones de pesos invertidos en la formación de nuestros colaboradores.
- 7.311 empleados participaron del proceso de gestión del desempeño.
- Renovamos la certificación internacional del Programa Equilibrio en Acción.
- Trabajamos temas innovadores como la diversidad sexual y nuevas masculinidades.
- Ganamos el Premio *Leadership 500 Awards* a las mejores prácticas de gestión a nivel global en la categoría *International Company* por la iniciativa Taller de Duelo y Acompañamiento.

### 6.1. Nuestro compromiso con el capital humano

En el Grupo Telecom creemos que nuestro capital humano es quien asegura el éxito de la compañía. Por eso contamos con iniciativas para ayudar a mejorar el entorno de nuestros colaboradores y a favorecer su desarrollo profesional. Nuestra gestión está focalizada en mejorar la calidad de vida de nuestros empleados.

En lo que respecta al perfil de nuestros colaboradores contamos con una dotación efectiva de 16.224 empleados de los cuales el 63% son hombres y el 37% son mujeres. Del total de la dotación, casi el 80% está dentro de convenio.

### DOTACIÓN EFECTIVA POR SEGMENTOS Y SOCIEDADES DEL GRUPO TELECOM 2015

Segmento	Cantidad de empleados
<b>Servicios fijos</b>	<b>10.903</b>
- Telecom Argentina	10.901
- Telecom USA	2
<b>Servicios móviles</b>	<b>5.321</b>
- Personal	4.908
- Núcleo	408
- Personal Envíos	5
<b>TOTAL</b>	<b>16.224</b>

EMPLEADOS 2015			
DATOS GENERALES	Hombres	Mujeres	TOTAL
Dotación efectiva	10.270	5.954	16.224
POR TIPO DE CONTRATO			
Fuera de convenio	1.890	1.361	3.251
Dentro de convenio	8.380	4.593	12.973

### 6.2. Programa Diversidad e Inclusión

El programa cuenta con la certificación final de la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA) como Empresa Comprometida con la Diversidad, obtenida en 2013, y una mención por fomentar la capacitación en la temática de la no discriminación.

Con el objetivo de fortalecer el trabajo que venimos realizando en equidad de género, en 2015 firmamos los *Women's Empowerment Principles* (Principios para el Empoderamiento de las Mujeres) de la Red Argentina del Pacto Global. Esta iniciativa ofrece a las empresas orientaciones prácticas sobre cómo empoderar a las mujeres en el lugar de trabajo, los mercados y la comunidad.

**Durante 2015 formamos a 385 colaboradores en temáticas relacionadas con la diversidad y la inclusión, representando un total de 785 horas.**



Ejes de acción y avances 2015					
Género					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Women's Break:</b> reflexionamos junto con mujeres gerentes sobre las oportunidades de carrera y las barreras y facilitadores con los que cuentan las organizaciones. Trabajamos sobre lenguaje y género, cultura y gestión del error.</li> <li>• <b>Taller de Planificación de Carrera para Mujeres:</b> brindamos herramientas a mujeres líderes para el desarrollo de su plan estratégico de carrera.</li> <li>• <b>Nuevas Masculinidades:</b> iniciamos un proceso de revisión de nuestras prácticas y políticas para acompañar y promover nuevos modelos de masculinidad respecto a la participación del hombre en la crianza de los hijos.</li> </ul>					
Concientización					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Campañas de concientización:</b> abordamos temas relacionados con la diversidad a través de campañas de concientización sobre VIH/Sida, bullying y diversidad sexual entre otras. También generamos acciones de comunicación con un lenguaje inclusivo y de respeto por la diversidad.</li> </ul>					
Personas con discapacidad					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuamos trabajando en alianza con La Usina Asociación Civil y Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) en abordar las situaciones de nuestros empleados con discapacidad y sus equipos de trabajo. Llevamos a cabo las siguientes iniciativas: Taller para familiares (empleados de Telecom) sobre orientación laboral de personas con discapacidad, Taller de herramientas para la búsqueda de empleo para personas con discapacidad y Guía de discapacidad.</li> </ul>					
Familia					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Todos contra el bullying:</b> por cuarto año consecutivo entregamos a nuestros colaboradores la serie de cuadernillos "Todos contra el bullying", orientados a tres públicos bien definidos: padres, adolescentes y docentes.</li> <li>• <b>Mi compromiso con la diversidad:</b> afianzamos el vínculo con las escuelas a las que concurren los hijos de nuestros colaboradores mediante la entrega de una serie de cuadernillos para sensibilizar a niños y jóvenes en la identificación de prácticas discriminatorias en Internet. Desde 2014 hasta la fecha entregamos a nivel nacional más de 2.800 juegos de cuadernillos llegando a 2.000 estudiantes.</li> <li>• <b>Día de la Familia:</b> colaboramos en la organización de este espacio de encuentro y recreación de las familias con hijos con discapacidad.</li> </ul>					
Generaciones					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuamos realizando las iniciativas para este segmento en materia de conciliación vida laboral-familiar y acciones formativas (e-learning para empleados).</li> </ul>					
Diversidad Sexual					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Procedimiento operativo para la garantía del derecho a la identidad de género:</b> desarrollamos un documento formal que establece las pautas, responsabilidades y pasos a seguir para asegurar que se respete este derecho a las personas.</li> <li>• <b>Talleres de formación sobre LGBT:</b> brindamos capacitaciones presenciales, junto a Fundación Huésped, y en formato e-learning sobre la temática Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transgénero (LGBT) para colaboradores y mandos medios. Se dictaron 5 talleres en total: 2 en Buenos Aires, 1 en Mendoza, 1 en Salta y 1 en Mar del Plata.</li> <li>• <b>Proceso de construcción por personas trans:</b> acompañamos en este proceso de modificación física, quirúrgica y cambio registral desde la compañía (mail, tarjeta corporativa, legajo, entre otros). Realizamos un trabajo de sensibilización junto con los jefes y sus equipos de trabajo.</li> </ul>					

Indicadores de licencia por maternidad y paternidad	2013	2014		2015	
	Total	Total	Hombres	Mujeres	Total
Cantidad de personas que tomaron una licencia durante el año	697	807	282	482	<b>764</b>
Cantidad de personas que tomaron una licencia durante el año y volvieron a trabajar	690	795	276	469	<b>755</b>
Cantidad de personas que regresaron al trabajo luego de la licencia y que se quedaron durante 12 meses o más en la compañía	676	770	250	473	<b>723</b>

### 6.3. Equilibrio en Acción

Con este programa buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros empleados, para que puedan alcanzar así una mayor satisfacción, rendimiento, productividad y compromiso con la compañía.

Durante 2015 lideramos activamente la comisión de trabajo y difundimos entre nuestros colaboradores la campaña de bien público del Consejo Publicitario Argentino “Hacé el click hoy” que apunta a reflexionar sobre la integración de la familia y el trabajo. También incentivamos la participación en la encuesta propuesta por el Consejo Publicitario para que nuestros colaboradores identificaran cómo se encuentra su balance de vida.

Las iniciativas de este programa se agrupan en siete categorías: horario y organización laboral; políticas de comunicación e información interna; desarrollo personal; beneficios económicos; servicios para las familias; sistemas de medición; y control e iniciativas propias de la compañía.

En la categoría Desarrollo Personal, incorporamos la iniciativa Maternidad y Paternidad Activa, que busca acompañar a madres y padres primerizos en esta etapa de transición para que puedan generar una visión compatible con los múltiples roles que les toca desempeñar y así lograr una vuelta al trabajo positiva. En una primera etapa, el programa apunta a mejorar la experiencia de nuestras colaboradoras durante el transcurso del embarazo, con foco en el acompañamiento post licencia. También hay actividades diseñadas para los futuros papás, como jornadas informativas en las que pueden participar con sus parejas.

En 2015 recibimos el premio Mejores prácticas de gestión a nivel global en la categoría International Company por la iniciativa Taller de Duelo y Acompañamiento del Leadership 500 Awards.

#### Un programa con certificación internacional

En febrero de 2016 el Instituto Europeo de Capital Social (EISC) con sede en Alemania renovó la certificación internacional del Programa Equilibrio en Acción por un período de tres años. Como parte de la auditoría, el EISC evaluó en qué medida la cultura de la Compañía facilitó a los colaboradores integrar sus responsabilidades laborales con las familiares. Realizó entrevistas a diferentes colaboradores y evaluó el desempeño de las más de 40 iniciativas que integran el Programa. Con esta certificación, formamos parte del reconocido conjunto de empresas que alcanzaron este logro a nivel global. En este sentido declaramos, una vez más, nuestro compromiso para estimular el desarrollo y la satisfacción de los colaboradores, mediante un entorno de trabajo sano, donde el respeto, la confianza y el liderazgo responsable facilitan la construcción de escenarios participativos, al tiempo que balancean su desarrollo personal, familiar y profesional.

### 6.4. Teletrabajo

Desde el Grupo Telecom continuamos con el desarrollo del programa de Teletrabajo bajo los lineamientos establecidos por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS) a través del Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (PROPET) y acuerdos firmados con las entidades sindicales. Además generamos alianzas con la Red de Teletrabajo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Observatorio Tripartito de Teletrabajo (OTT).

#### Beneficios del teletrabajo

Luego de 7 años de experiencia podemos afirmar que el Teletrabajo brinda los siguientes beneficios:

- Mejora la calidad de vida de los colaboradores. Entre abril y octubre de 2015, el MTEySS realizó una encuesta a los teletrabajadores de la compañía, de la cual participaron 920 empleados, y el 100% manifestó que desde que teletrabaja mejoró su calidad de vida.
- Contribuye con la satisfacción de los empleados.
- Mejora la conciliación entre lo profesional y lo personal ya que le brinda al empleado la posibilidad de disponer del tiempo para trabajar y compartir con su familia.
- Mejora el clima de trabajo ya que el empleado se siente cuidado por la empresa.
- Ayuda a retener talentos.

- Mejora los resultados en términos de tasa de ausentismo de los teletrabajadores.
- Contribuye al medioambiente.
- Disminuye los puestos físicos en edificios de alta densidad poblacional.
- Posibilita la participación del Grupo Telecom en grupos de trabajo Internacionales como la Comisión del Teletrabajo y Trabajo Virtual de la eLAC (un plan de acción para Latinoamérica y el Caribe coordinado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe).
- Brinda la apertura de nuevos negocios: seguimos ofreciendo la Solución Integral del Teletrabajo a nuestros Grandes Clientes.
- Mejora la imagen de la compañía: compartimos nuestra experiencia en el Congreso Teleworkweek Colombia 2015, en la Jornada “Teletrabajo, el futuro es ahora” organizada por el MTEySS, Programa Capacitación para Agentes de la APN de la Sindicatura General de la Nación (SIGEN) y con OSDE.
- Según los resultados de una encuesta específica realizada por la compañía a los empleados, la iniciativa se encuentra en una performance de excelencia, con un puntaje de 86,1 sobre 100.

El programa en el Grupo Telecom cuenta con 2.144<sup>7</sup> teletrabajadores activos ubicados en 86 edificios de 43 localidades distintas y distribuidos en 14 provincias incluyendo personal fuera y dentro de convenio e involucrando a las 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 (UPJET). En Paraguay contamos con 5 empleados fuera de convenio trabajando bajo esta modalidad distribuidos en todo el país.

**En una encuesta realizada por el MTEySS a 920 teletrabajadores del Grupo Telecom, el 87% reveló que el teletrabajo generó un cambio positivo en su vida familiar y el 100% que mejoró su calidad de vida.**

## 6.5. Relaciones laborales

En el Grupo Telecom propiciamos y fomentamos la dinámica negocial, impulsando la comunicación continua con todas las entidades gremiales. Buscamos garantizar que en ninguna actividad el derecho a la libertad de asociación pueda correr riesgos.

En 2015 se llevó a cabo la negociación paritaria del año, en la que se alcanzaron acuerdos tanto para la telefonía básica como para la actividad de Call Center, con vigencia hasta junio de 2016. Como desde hace 5 años, continuamos integrando la Mesa de Unidad Sindical de las Telecomunicaciones (M.U.S.) con la participación de las siguientes organizaciones gremiales: F.A.TEL., F.O.E.E.S.I.T.R.A., F.O.P.S.T.T.A. y U.P.J.E.T.

Por otra parte, alcanzamos acuerdos similares en términos a los receptados en los acuerdos suscriptos con la M.U.S con el Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicaciones (CePETel), que continúa desarrollando la dinámica negocial y paritaria por fuera de la M.U.S.

Como consecuencia de las acciones que llevamos a cabo desde hace varios años, ya se encuentran vigentes y en aplicación los Convenios Colectivos de Trabajo para la actividad móvil (Telecom Personal), que fueran oportunamente firmados con F.A.TEL., F.O.E.E.S.I.T.R.A., F.O.P.S.T.T.A. y U.P.J.E.T.

<sup>7</sup> 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).

**Asuntos sobre los que se dialogan**

Los temas tratados y resueltos a nivel colectivo que trascienden la cuestión salarial son:

- Planificación de las carreras de los empleados.
- Teletrabajo y distintas condiciones que acompañan la dinámica del trabajo.
- En materia de salud y seguridad del trabajo cumplimos con los acuerdos sobre: condiciones y ambiente de trabajo en tareas de telegestión, trabajo en altura, evacuación de edificios en emergencias, trabajo en cámaras subterráneas y elementos de protección personal, teletrabajo, entre otros.

**Representación sindical de empleados 2015**

Segmento del negocio	Compañía	Tipo de contrato	Cantidad de empleados	% por tipo de contrato
Servicios Fijos	Telecom Argentina	Fuera de convenio (a)	903	8,3%
		Dentro de convenio (b)	9.998	91,7%
	Telecom U.S.A.	Fuera de convenio (a)	2	100,0%
Servicios Móviles	Telecom Personal	Fuera de convenio (a)	1.933	39,4%
		Dentro de convenio (c)	2.975	60,6%
	Núcleo y Personal Envíos	Fuera de convenio	413	100%

(a) Incluye macroestructura.  
 (b) Representados por FATEL, Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina (FOESITRA), FOPSTTA, UPJET y por CePETel.  
 (c) 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 relaciones laborales, ver la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015.*

**6.6. Capacitación y formación de empleados**

En la Universidad Telecom desarrollamos competencias en nuestros colaboradores alineadas al negocio para mejorar su desempeño y brindar nuevas oportunidades. En 2015 invertimos \$21.199.391 en la formación de nuestros colaboradores.

Dentro de las áreas formativas, los programas de capacitación se desarrollaron organizados en diferentes escuelas:

Área formativa	Escuelas	Programa / Taller
Management	- Altos Directivos - Mandos Medios	- Programa de Innovación, Creatividad y Neurociencias. - Programa Sistema de Relaciones Laborales. - Programa Diseño de Conversaciones para la Acción.
Comercial	- Marketing - Ventas Business - Customer y Ventas Masivo - Wholesale	- Programa para Responsables y Líderes. - Detección de Necesidades, Argumentación Efectiva y Gestión de las Emociones. - Programa de Account Planning.
Tecnología	- Tecnología - Sistemas	- Formación en Tecnología 4G. - Cursos Autocad Map. - Home Location Register HP (Hewlett Packard)
Especialidades	- Capital Humano - Abastecimiento	- Conversaciones para la Acción.
General	- Analistas - Formadores - Negociación - Ofimática	- Trabajo en Equipo, Oratoria y Comunicación, y Creatividad e Innovación. - Formadores: herramientas pedagógicas. - Negociación efectiva: método Harvard. - Ofimática: MS Office.

Transversal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura</li> <li>- Gestión por Proyectos, Idiomas, Posgrados y Externos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crianza Activa.</li> <li>- VIH y Diversidad Sexual.</li> <li>- E-learning sobre: Diversidad e Inclusión, Derechos Humanos, VIH/SIDA, y Diversidad Sexual.</li> <li>- Taller de planificación de carrera para mujeres.</li> <li>- Programa Finanzas Corporativas.</li> <li>- Programa Inteligencia del Negocio.</li> <li>- Idiomas: italiano, inglés y español.</li> <li>- Actividades de extensión universitaria: UT Day 2015 - foco en innovación.</li> </ul>
-------------	---	---

La información detallada sobre cada una de las actividades de formación se comunicó en el Reporte de RSE Complementario 2014 disponible en nuestra página web [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar).

### Otras novedades en materia de capacitación

#### Rally de Innovación

Se trata de una actividad ad-hoc dentro del programa Innovación de la Gerencia Cultura y Desarrollo Organizacional. Consistió en una jornada de trabajo orientada a desarrollar la capacidad de pensamiento innovador dentro del Grupo Telecom dirigida a todos los colaboradores. Participaron 200 empleados y se presentaron 10 desafíos de los cuales surgieron un total de 3.000 ideas. Esta iniciativa forma parte de una propuesta integral para desarrollar la competencia Innovación como capacidad organizacional. Nos apoyamos en el expertise del consultor Estanislao Bachrach para el aprendizaje de la metodología para desarrollar un pensamiento innovador.

#### Campus Virtual

En 2015 incorporamos en el Campus Virtual de la Universidad Telecom las versiones digitales de materiales de los programas presenciales, para evitar su impresión y contribuir así al cuidado del medioambiente. Trabajamos en el upgrade del software del Campus Virtual que permitió el acceso directo desde cualquier dispositivo conectado a internet incluyendo los móviles.

Realizamos una prueba piloto de entregas de insignias virtuales que tuvo muy buena recepción por parte de los participantes. También lanzamos una nueva herramienta de Seguimiento Virtual, incorporamos elementos de Gaming al proponer una trivia con preguntas que suman puntajes y lanzamos el primer e-learning realizable 100% desde cualquier dispositivo móvil.

#### Jornadas de formación intensiva

Realizamos un nuevo "UT Day", un día intensivo de capacitación con multiconferencias y seminarios sobre temáticas de negocio y soft skills. Fueron 3 jornadas: junto a la Universidad Torcuato Di Tella en la ciudad de Buenos Aires, la Universidad Católica Argentina de la ciudad de Rosario y la Universidad Siglo 21 en la ciudad de Córdoba. Participaron más de 1.200 colaboradores en diferentes seminarios, alcanzando un total de 3.000 asistencias a las multiconferencias.

#### Anticorrupción

En temas de anticorrupción, capacitamos presencialmente sobre FCPA (*Foreign Corrupt Practices Act*) a un total de 477 colaboradores de la Macroestructura, representando el 97% sobre el total de dicha población. En diciembre, estos contenidos fueron incorporados mediante un e-learning a la Universidad Telecom para todo el personal, informándolo por medio de una comunicación interna.

#### Capacitación en Núcleo (Paraguay)

La Universidad Personal es un espacio para la formación de nuestros colaboradores y tiene por objetivo fortalecer las habilidades de management y liderazgo para todos los niveles de la estructura organizacional. Para lograr esto establecimos alianzas con 2 reconocidas escuelas de negocios,

Compass y ADEN, e invertimos un total de 2.800.000 de pesos (argentinos) con los que logramos alcanzar 1.872 horas de formación que equivalen a 30,19 horas per cápita.

En este marco desarrollamos programas que abarcan las siguientes temáticas: liderazgo, supervisión, desarrollo de competencias, gestión comercial, trabajo en equipo, ambientes provechosos y coaching ontológico. A su vez realizamos formaciones en tecnología, abastecimiento, derecho societario y defensa de la competencia, regulación y negocios, medioambiente, negociación efectiva, formación de formadores, informática e idiomas. En temas de anticorrupción se trabajó sobre medidas de seguridad en caja y pericias caligráficas.

INDICADORES DE CAPACITACIÓN (a)	2013	2014	2015
Participaciones de empleados en capacitación	33.012	43.827	38.611
Horas de formación	193.937	245.308	243.647
Promedio de horas de capacitación per cápita (b)	11,7	19,8	17,04

(a) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay).

(b) Este indicador se calcula considerando el total de empleados de la organización.

Nota: La Universidad tiene dentro de sus principales objetivos generar actividades ajustadas a las necesidades del negocio. En función de esta constante búsqueda de foco en las demandas específicas de cada sector, pueden verse reducidas las participaciones sin que esto implique una merma en la calidad de las acciones formativas. Es importante tener en cuenta que esta transición hacia programas focalizados conlleva un incremento considerable de horas que no se incluyen en este Reporte, como talleres de relevamiento, diseño, focus y demás acciones previas a la cursada.

CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL (a)			
Indicador	Año	Gerentes y Directores	Personal dentro y fuera de convenio
Total de empleados capacitados	2013	524	9.853
	2014	531	10.205
	2015	495	10.917
Horas de formación	2013	18.996	174.939
	2014	42.189	203.119
	2015	37.090	206.557
Horas promedio de formación	2013	34,79	15,49
	2014	116,92	17,10
	2015	74,9	18,9

(a) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay).

CAPACITACIÓN POR GÉNERO (a)				
Indicador	2014		2015	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total de empleados capacitados	8.018	4.389	7.588	3.824
Horas de formación	167.600	77.778	171.127	72.520
Horas promedio de formación (b)	20,90	17,71	22,6	19,0

(a) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay).

(b) Este indicador se calcula sobre el total de mujeres y hombres capacitados.

## 6.7. Gestión del desempeño y desarrollo del talento

Nuestro Modelo de Gestión del Desempeño acompaña a nuestros empleados en el desarrollo de su plan de carrera y busca maximizar su contribución a la compañía. Realizamos varias acciones de comunicación para orientar a los colaboradores sobre el proceso y brindamos recomendaciones para una gestión efectiva.

En 2015 incluimos en el proceso de Gestión de Desempeño a los empleados dentro de convenio que pertenecen a FOETRA MOVIL Y FOESITRA MOVIL. También continuamos desarrollándolo con todos



los empleados fuera de convenio y aquellos empleados dentro de convenio que pertenecen a los sindicatos CEPETEL, UPJET y FOPSTTA. En total participaron 7.311 empleados que representan el 45% de la población total de la compañía. En el caso de Paraguay, el alcance fue del 98% de la dotación total.

#### Gestión del desempeño por género

	2014			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
<b>Empleados evaluados</b>	3.838	2.894	6.732	4.040	3.271	7.311
<b>Porcentaje de empleados evaluados (a)</b>	37%	48%	41%	39%	55%	45%

(a) El porcentaje se calcula sobre el total de cada población (es decir, cantidad de hombres evaluados sobre total de empleados hombres).

#### Gestión del desempeño por categoría laboral

	2014			2015		
	Dentro de convenio	Fuera de convenio	Total	Dentro de convenio	Fuera de convenio	Total
<b>Empleados evaluados</b>	3.850	2.882	6.732	5.061	2.250	7.311
<b>Porcentaje de empleados evaluados (a)</b>	30%	80%	41%	39%	69%	45%

(a) El porcentaje se calcula sobre el total de cada población (es decir, cantidad de empleados dentro de convenio evaluados sobre el total de empleados dentro de convenio, y lo mismo para aquellos fuera de convenio).

#### Desarrollo de Talentos

Dentro de esta temática contamos con dos iniciativas: Pool de Talentos y Programa de Asociados. El primero busca identificar a aquellos colaboradores con un potencial destacado y con grandes condiciones. Durante 2015 se realizaron 128 assessments center de Macroestructura. A su vez, se dio continuidad a la prueba piloto de Cuadros de Reemplazo de la Unidad Tecnología y se sumó la Dirección Atención Técnica Telefónica.

Por otra parte continuamos con el Programa Asociados que consiste en la retención de 51 Gerentes que ocupan puestos críticos a fin de potenciar el compromiso con la compañía y fidelizar su contribución diaria al negocio. Se lleva a cabo mediante una propuesta económica con un plan trienal de 10 sueldos y una propuesta cualitativa que incluye membresías a conferencias nacionales e internacionales.

En Paraguay, el proceso está alineado al modelo de Gestión por Competencias implementado en 2015 a todo el personal efectivo. Realizamos 51 evaluaciones de potencial. Anualmente se capacita a los jefes que evalúan por primera vez al inicio del proceso.

### 6.8. Compensaciones

Los acuerdos y ajustes salariales en 2015 se lograron gracias al constante diálogo con representantes sindicales, donde intentamos favorecer a todos los actores involucrados en el proceso. Los acuerdos fueron los siguientes:

- **Personal fuera de convenio:** en mayo dispusimos un ajuste de un 16% plano para todos los niveles. Como complemento, en agosto otorgamos un 3,45% plano para toda la nómina y en noviembre un 9%, distribuido de la siguiente manera: 6% general y 3% discrecional. Además en agosto concedimos un pago único de \$2.500 (este último excluye la macroestructura).



- **Posiciones jerárquicas (reportes directos de la Dirección General Ejecutiva):** se definió un ajuste selectivo en el mes de agosto como así también para el mes de diciembre.
- **Macroestructura:** en agosto dispusimos un pago único de \$5.000 excluidos los primeros reportes de la DGE.
- **Personal convencionado de Telecom Argentina:** en julio de 2015 firmamos acuerdos con todas las organizaciones gremiales representadas por los sindicatos alineados en: FATEL (Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Chaco, Luján y Tucumán), FOEESITRA, FOPSTTA, UPJET y CEPETEL, en los que se contemplaron aumentos salariales y otras condiciones laborales.
- **Personal convencionado de Telecom Personal:** aplicamos los acuerdos de Foetra, FOEESITRA, FOPSTTA y UPJET Móvil.

Por otra parte, durante el año realizamos los siguientes avances relacionados con la remuneración de nuestros empleados: actualizamos las escalas salariales del personal fuera de convenio, liquidamos el bono anual para directores y gerentes y el "ranking de bono" para el resto del personal fuera de convenio así como la política de incentivo de largo plazo, y actualizamos los topes de las políticas de incentivos comerciales.

Además, la consultora Towers Watson llevó a cabo una encuesta de Compensación Total para el Grupo Telecom así como también la consultora HAY Group desarrolló otra referida a posiciones de estructura.

Respecto al salario de un empleado ingresante para una jornada de tiempo completo en el Grupo Telecom Argentina S.A., al 31 de diciembre de 2015 fue de \$10.851 (cat. 1 Fatel Rem+ No rem) mensuales, es decir, un 94,18% mayor al Salario Mínimo Vital y Móvil a la misma fecha (\$5.588). En el caso de Telecom Personal S.A., fue de \$11.759,72 (cat. A Fatel) mensuales, es decir, un 110,44% mayor al Salario Mínimo Vital y Móvil. 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.

Por último, para el personal convencionado 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 6%, 4% y 15% para las categorías analistas, especialistas y macroestructura respectivamente. En el caso de la categoría de empleados el salario promedio femenino es superior al masculino en un 1%. Las diferencias se deben a que cada categoría mencionada incluye 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. Si tomamos las zonas con mayor volumen de operaciones (por ejemplo AMBA, Córdoba y Rosario), no se verifican variaciones significativas en dicha relación.

## 6.9. Espacio de Beneficios

Continuamos brindando a los colaboradores un Espacio de Beneficios al que pueden acceder todos los empleados del Grupo en Argentina. Estos incluyen: seguro de vida adicional al obligatorio, medicina prepaga, feriado flexible, programa de asistencia al colaborador (PAC), planes internos de celulares, licencia por paternidad de 15 días, guardería, ayuda económica al hijo con discapacidad, reconocimiento a la trayectoria y asesoramiento previsional, y gestión de trámites jubilatorios, entre otros.

En 2015 incorporamos el rubro turismo en el portal Descuentos Exclusivos, con ofertas en pasajes de micros a través de Plataforma 10 así como también en el rubro tecnología con la empresa Exo. Además actualizamos el monto de reintegro en el beneficio de Colonias y del Día del Niño.

Por otro lado, en Paraguay se realizaron varias alianzas con empresas reconocidas en el mercado. Los colaboradores pueden acceder a través de Intranet.

**Autogestión y firma digital**

Desde hace 4 años, en el Grupo Telecom utilizamos la plataforma de Autogestión denominada Mi Gestión para consultar y gestionar distintos trámites personales y laborales dentro de la compañía en forma directa y online. Con el aval del Ministerio de Trabajo emitimos los recibos de haberes de nuestros empleados en forma digital. Esto posicionó al Grupo Telecom como una compañía pionera en la materia y además colaboramos con el cuidado del medioambiente y con la utilización responsable de insumos.

Además, en el marco de las iniciativas orientadas a la modernización de la gestión del capital humano, implementamos la Firma Digital. Esta herramienta cumple con todos los requisitos de seguridad, jurídicos e informáticos para brindar tranquilidad a los empleados y garantizar un uso eficiente, exclusivo y seguro. Por otro lado, facilita la gestión diaria de los colaboradores, contribuye a las prácticas sustentables y al cuidado del medioambiente, reduciendo la cantidad de uso de papel.

**6.10. Encuesta de Clima y Compromiso**

Del 1 al 21 de noviembre de 2014 se realizó la Encuesta de Clima Laboral, dirigida a todos los colaboradores de la compañía. El estudio, una encuesta de tipo cuali-cuantitativa, tuvo una duración promedio de 16 minutos e incluyó preguntas abiertas, cerradas y escalas de opinión. Fue respondido por 11.017 empleados y el nivel total de compromiso (engagement) manifestado fue del 48%. El plan de acción desarrollado durante 2015 y orientado a mejorar este resultado, se enfocó en trabajar los siguientes temas: experiencia del empleado, comunicación de logros y reconocimientos, consolidación del liderazgo y marca empleo.

**6.11. Salud y seguridad ocupacional**

Trabajamos alineados a las recomendaciones 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 nación o provinciales. Acatamos las indicaciones técnicas emitidas por la Superintendencia de Riesgos del Trabajo.

En el marco de la prevención y promoción de la salud se realizaron las siguientes actividades:

- Plan de exámenes médicos para anticipar y promover una cultura saludable.
- Seguimiento de pacientes con patologías recuperables en nuestros consultorios.
- Capacitaciones en temas de salud y cuidado personal.
- Plan "Micro Ausentista Frecuente": identificación de los colaboradores con ausentismo de uno a dos días en forma reiterada para realizar un análisis más profundo.
- Visitas en conjunto con el área de Prevención para evaluaciones de puestos de trabajo.
- Difusión de información a través de nuestros canales internos de comunicación (Neoportal y TecoTitt) con consejos para los trabajadores y sus familias.
- Análisis ergonómicos de las tareas del Grupo Telecom y verificación de su cumplimiento.

A su vez, contamos con 22 consultorios médicos internos en diferentes regiones. Continuamos realizando un entrenamiento intensivo en temas de prevención a nuestros colaboradores, contamos con un Plan de Seguridad y llevamos a cabo la investigación de siniestros.

Respecto al Plan de Riesgos de Trabajo realizamos inspecciones al personal propio, ampliamos el temario de las capacitaciones y reevaluamos los planes de mejora. 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.

Continuamos con el programa Cuidado de la Voz, Oído y Postura para los Call Centers y estamos evaluando incluir en 2016 una cuarta etapa sobre Coaching de Salud.

En el marco de la Campaña Interna de Seguridad Vial, continuamos sensibilizando a nuestros colaboradores y efectuando pericias de siniestros vehiculares.

Por último, en 2015 realizamos 252 visitas presenciales a los domicilios de los teletrabajadores para evaluar el puesto de trabajo en forma integral e informar sobre medidas de prevención.

Indicadores de salud y seguridad (a)	2013	2014	2015
<b>Salud ocupacional</b>			
Consultorios médicos internos	23	23	22 (j)
Exámenes periódicos al personal	11.039	11.993	12.357
Exámenes preocupacionales	866	927	666
Exámenes de egreso	52	168	136
Empleados capacitados en temas de salud (b)	3.446	5.283	7.371
Horas de capacitación sobre temas de salud y seguridad (c)	2.057	2.419,5	2.078
Visitas a teletrabajadores (d)	319	59	252
<b>Ausentismo</b>			
Tasa de ausentismo controlable (e)	3,31	3,44	3,41
Tasa de incidencia enfermedades profesionales (f)	2,97	2,44	2,28
Tasa de gravedad (g)	N/D	N/D	0,86
<b>Seguridad</b>			
Tasa de incidencia (h)	14,98	14,80	13,47
Plan de Riesgos de Trabajo. Cantidad de inspecciones del nivel de accidentología en personal propio (i)	9.299	10.254	11.872
Cantidad de hidroelevadores certificados, en cumplimiento con la norma IRAM 3926	127	107	261
Cantidad de auditorías de condiciones ambientales en cada lugar de trabajo	449	233	233
Cantidad de asistencias a cursos en riesgos específicos	12.995	16.868	20.960
<b>Plan de emergencias</b>			
Cantidad de m2 relevados	341.434	415.000	482.836
Cantidad de edificios relevados	81	104	121
Cantidad de personas capacitadas	14.890	15.143	15.143
Cantidad de simulacros de evacuación realizados en todo el país	87	119	137
Cantidad de edificios con desfibriladores automáticos adicionales	15	15	15
Cantidad de equipos instalados (desfibriladores automáticos adicionales)	31	28	28
% de la población de estos edificios que se encuentra capacitada en RCP	90%	91,5%	93%
(a) Alcance: Argentina (b) Resucitación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios, uso de la voz, y prevención del dengue y de la Gripe A. (c) Corresponde al total de horas de instructor. Dicho indicador comenzó a medirse a partir del 2012. (d) 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. (e) Corresponde a los días perdidos por enfermedades inculpables, accidentes de trabajo y accidentes <i>in itinere</i> , dividida la dotación por la cantidad de días al año. (f) Enfermedades profesionales por cada mil trabajadores. (g) Días perdidos por enfermedades profesionales cada mil trabajadores. (h) Accidentes de trabajo por cada mil trabajadores. (i) 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. (j) En 2015 cerró un consultorio que estaba ubicado en un edificio que ya no pertenece más a la compañía.			

## 6.12. Indicadores de nuestro Capital Humano

<b>EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO 2015</b>			
<b>DATOS GENERALES</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>TOTAL</b>
<b>DOTACIÓN EFECTIVA</b>	<b>10.270</b>	<b>5.954</b>	<b>16.224</b>
<b>POR TIPO DE CONTRATO</b>			
<b>Fuera de convenio</b>	1.890	1.361	<b>3.251</b>
Analista	1.109	906	2.015
Empleado	118	113	231

Especialista	85	30	115
Pasante	-	-	-
Jefe	24	8	32
Responsable	108	98	206
Secretaria	-	74	74
Supervisor	41	6	47
<b>Macroestructura</b>			
Director	32	2	34
Gerente	373	124	497
<b>Dentro de convenio</b>	<b>8.380</b>	<b>4.593</b>	<b>12.973</b>

<b>EMPLEADOS POR EDAD 2015</b>			
<b>DATOS GENERALES</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>TOTAL</b>
<b>POR EDAD</b>			
18 a 20 años	0,25%	0,32%	0,28%
21 a 29 años	14,50%	16,68%	15,30%
30 a 39 años	30,04%	46,44%	36,06%
40 a 49 años	25,92%	25,33%	25,70%
50 a 59 años	24,14%	10,36%	19,08%
Más de 60 años	5,15%	0,87%	3,58%

<b>Cantidad de empleados por categoría profesional y por grupo de edad 2015</b>	<b>18 a 20 años</b>	<b>21 a 29 años</b>	<b>30 a 39 años</b>	<b>40 a 49 años</b>	<b>50 a 59 años</b>	<b>Más de 60 años</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Empleados fuera de convenio</b>	<b>1</b>	<b>347</b>	<b>1.498</b>	<b>1.084</b>	<b>291</b>	<b>30</b>	<b>3.251</b>
<i>Analista</i>	0	268	1.030	564	142	11	2.015
<i>Empleado</i>	1	61	130	36	2	1	231
<i>Especialista</i>	0	0	17	56	35	7	115
<i>Jefe</i>	0	2	15	13	2	0	32
<i>Responsable</i>	0	4	120	72	10	0	206
<i>Secretaria</i>	0	3	23	26	18	4	74
<i>Supervisor</i>	0	8	29	9	1	0	47
<i>Otros</i>	0	0	0	0	0	0	0
<b>Macroestructura. Director</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>34</b>
<b>Macroestructura. Gerente</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>132</b>	<b>290</b>	<b>69</b>	<b>5</b>	<b>497</b>
<b>Empleados dentro de convenio</b>	<b>44</b>	<b>2.135</b>	<b>4.352</b>	<b>3.086</b>	<b>2.805</b>	<b>551</b>	<b>12.973</b>
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>2.482</b>	<b>5.850</b>	<b>4.170</b>	<b>3.096</b>	<b>581</b>	<b>16.224</b>

<b>EMPLEADOS POR REGIÓN 2015</b>			
	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
Buenos Aires	1.516	546	2.062
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	3.758	2.297	6.055
Catamarca	52	15	67
Chaco	223	149	372
Chubut	12	4	16
Córdoba	1.487	1.083	2.570
Corrientes	195	75	270
Entre Ríos	277	118	395

Formosa	41	19	60
Jujuy	78	18	96
La Pampa	4	3	7
La Rioja	60	13	73
Mendoza	81	68	149
Misiones	135	24	159
Neuquén	16	13	29
Río Negro	11	14	25
Salta	185	93	278
San Juan	16	11	27
San Luis	8	12	20
Santa Cruz	5	4	9
Santa Fe	1.399	1.089	2.488
Santiago del Estero	97	15	112
Tierra del Fuego	6	5	11
Tucumán	340	119	459
Estados Unidos	1	1	2
Paraguay	267	146	413

Nuevas contrataciones 2015	
Nuevas contrataciones	677
<b>Por género</b>	
Hombres	429
Mujeres	248
<b>Por edad</b>	
18 a 20 años	29
21 a 29 años	339
30 a 39 años	229
40 a 49 años	53
50 a 59 años	20
Más de 60 años	7
<b>Por región</b>	
Buenos Aires	49
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	363
Catamarca	5
Chaco	7
Chubut	1
Córdoba	58
Corrientes	4
Entre Ríos	7
Formosa	1
Jujuy	10
La Pampa	-
La Rioja	4
Mendoza	-
Misiones	-
Neuquén	1
Río Negro	1
Salta	10
San Juan	2
San Luis	-
Santa Cruz	2
Santa Fe	50
Santiago del Estero	6
Tierra del Fuego	1

Tucumán	18
Estados Unidos	-
Paraguay	77

Rotación 2015		
	Cantidad de empleados que rotaron	% Rotación (a)
<b>Por región (b)</b>		
Buenos Aires	71	3,44%
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	336	5,55%
Catamarca	5	7,46%
Chaco	15	4,03%
Chubut	2	12,50%
Córdoba	135	5,25%
Corrientes	6	2,22%
Entre Ríos	16	4,05%
Formosa	4	6,67%
Jujuy	9	9,38%
La Pampa	2	28,57%
La Rioja	3	4,11%
Mendoza	9	6,04%
Misiones	6	3,77%
Neuquén	5	17,24%
Río Negro	2	8,00%
Salta	11	3,96%
San Juan	2	7,41%
San Luis	-	0,00%
Santa Cruz	2	22,22%
Santa Fe	140	5,63%
Santiago del Estero	5	4,46%
Tierra del Fuego	-	0,00%
Tucumán	18	3,92%
Estados Unidos	-	0
Paraguay	66	15,98%
<b>Por género</b>		
Masculino	514	5,00%
Femenino	356	5,98%
<b>Por edad</b>		
18 a 20 años	1	2,22%
21 a 29 años	168	6,77%
30 a 39 años	361	6,17%
40 a 49 años	128	3,07%
50 a 59 años	89	2,87%
Más de 60 años	123	21,17%
<b>TOTAL</b>		-

- (a) 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.
- (b) Del total de bajas producidas durante 2015, el 26,3% 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 4,2 años, mientras que el resto de las desvinculaciones contaba con una antigüedad promedio de 16,7 años. Además, el 3,05% de las renunciaciones correspondió a personal jerárquico.

Indicadores de salud y seguridad por género 2015 (a)	Tasa de ausentismo controlable (b)	Tasa de incidencia enfermedades profesionales (c)	Tasa de gravedad (d)	Tasa de incidencia (e)
Femenino	4,96	5,51	1,96	8,27
Masculino	2,51	0,40	0,21	16,50
Toda la compañía	3,41	2,28	0,86	13,47

(a) Alcance: Argentina  
 (b) 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.  
 (c) Enfermedades profesionales por cada mil trabajadores.  
 (d) Días perdidos por enfermedades profesionales cada mil trabajadores.  
 (e) Accidentes de trabajo por cada mil trabajadores.

Indicadores de salud y seguridad por región 2015 (a)	Tasa de ausentismo controlable (b)	Tasa de incidencia enfermedades profesionales (c)	Tasa de gravedad (d)	Tasa de incidencia (e)
Buenos Aires	3,79	0,97	0,17	15,52
Capital Federal	2,77	0,33	0,05	4,95
Catamarca	2,75	-	-	29,85
Chaco	2,06	-	-	8,06
Chubut	1,35	-	-	-
Córdoba	3,92	6,61	3,12	17,51
Corrientes	2,92	-	-	37,04
Entre Ríos	3,29	-	-	15,19
Formosa	3,02	-	-	-
Jujuy	1,38	-	-	31,25
La Pampa	5,60	-	-	-
La Rioja	1,84	-	-	13,70
Mendoza	3,61	-	0,64	6,71
Misiones	1,92	-	-	6,29
Neuquén	4,26	-	-	34,48
Rio Negro	1,40	-	-	-
Salta	2,29	-	-	28,78
San Juan	3,53	-	-	-
San Luis	3,93	-	-	-
Santa Cruz	0,64	-	-	-
Santa Fe	4,71	6,03	1,92	23,31
Santiago del Estero	4,20	-	-	26,79
Tierra de Fuego	2,67	-	-	-
Tucumán	3,55	-	-	19,61
Toda la compañía	3,41	2,28	0,86	13,47

(a) Alcance: Argentina  
 (b) 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.  
 (c) Enfermedades profesionales por cada mil trabajadores.  
 (d) Días perdidos por enfermedades profesionales cada mil trabajadores.  
 (e) Accidentes de trabajo por cada mil trabajadores.



### 6.13. Nuestros objetivos y desafíos a futuro

Desafíos 2015	Cumplimiento 2015	Objetivos 2016
Deslocalización: Incorporar nuevas modalidades de co-working mediante la virtualización del puesto de trabajo, lo que permite que los colaboradores puedan realizar su trabajo indistintamente del lugar donde se encuentren.	Extendimos la virtualización de puestos de trabajo mediante el uso de herramientas más flexibles como por ejemplo el Trabajo Conectado. Esta modalidad permite al colaborador realizar el cumplimiento de su jornada fuera del domicilio laboral como máximo una vez a la semana. Al cierre del ejercicio contamos con 508 trabajadores conectados, distribuidos en 21 localidades y 47 edificios.	Core Capabilities: mapear las capacidades clave de la compañía para el negocio presente y los desafíos futuros. Este proceso nos permitirá conocer los principales drivers relacionados a personas y sus competencias que se requieren para el negocio.
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.	Publicamos nuevos e-learning y lanzamos varias campañas de comunicación fomentando el acceso a los mismos. Adoptamos el Campus Virtual para la inscripción a actividades con cupo. Ampliamos el acceso al Campus para que los colaboradores que cuenten con una conexión a internet y un navegador (incluso desde los dispositivos móviles) puedan acceder. Construimos un blog de facilitación para vivenciar la cultura digital en procesos de aprendizaje. Incluimos manuales y presentaciones de las iniciativas presenciales. Contamos con un promedio semanal de 3.000 visitas y más de 7.300 usuarios registrados en el Campus.	Smart Working: desarrollar un modelo integrado de Smart Working para la compañía, un enfoque organizacional que combina la utilización de espacios, procesos, tecnologías de información y comunicación para una gestión inteligente del trabajo para obtener mayores rendimientos productivos, sociales y medioambientales. Avanzar en esta metodología nos permitirá orientarnos a la sostenibilidad medioambiental, calidad de vida e innovación como motor del trabajo de las personas.
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.	Trabajamos con nuestros líderes para articular la diversidad y la innovación como elemento central de nuestra organización. Orientamos nuestras actividades en 3 sentidos: la consolidación de capacidades de innovación en líderes, la sensibilización con managers sobre diversidad, y el trabajo con grupos sensibles, en esta oportunidad, mujeres managers.	Experiencia de Empleado: incorporar un modelo de segmentación y canalidad interna que busque maximizar la experiencia del empleado en función a las interacciones con el resto de los colaboradores. Este diseño permitirá brindar valor agregado a las iniciativas de Capital Humano.

## 7. INVERSORES

### 7.1 Novedades del capital accionario y sociedades del Grupo Telecom

En 2013 Telecom Italia S.p.A y Telecom Italia International N.V. (el Grupo Telecom Italia) anunciaron la aceptación de una oferta de Fintech Telecom LLC (Fintech) para la adquisición de la participación de control del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina, de su propiedad, a través de sus subsidiarias Sofora y Nortel, el cual fuera modificado en 2014.

La venta de la participación de control se encontraba sujeta a la obtención de la previa aprobación de la autoridad regulatoria en materia de telecomunicaciones (anteriormente la Secretaría de Comunicaciones de la Nación, posteriormente la AFTIC y en la actualidad el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)).

Con fecha 7 de marzo de 2016, el ENACOM autorizó la adquisición de control por parte de Fintech Telecom LLC y, el 8 de marzo de 2016, se completó el cierre de la operación de transferencia de la participación accionaria del 51% del Grupo Telecom Italia en Sofora Telecomunicaciones S.A., controlante indirecta de Telecom Argentina, a Fintech Telecom LLC.

El 7 de marzo de 2016, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) autorizó la adquisición de control por parte de Fintech Telecom LLC y, el 8 de marzo de 2016, se completó el cierre de la operación de transferencia de la participación accionaria del 51% del Grupo Telecom Italia en Sofora Telecomunicaciones S.A., controlante indirecta de Telecom Argentina, a Fintech Telecom LLC. Como consecuencia de ese cambio de control, el 8 de marzo presentaron sus renunciaciones todos los directores titulares y suplentes de Telecom Argentina designados a propuesta del Grupo Telecom Italia, renunciaciones que fueron aceptadas por el Directorio en esa misma fecha. La Comisión Fiscalizadora designó (en los términos del artículo 258, 2° párrafo, de la Ley General de Sociedades) directores titulares y suplentes en reemplazo de los renunciantes y con mandato hasta la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria del 8 de abril de 2016. Asimismo y por los mismos motivos, el 8 de marzo pasado, los tres síndicos titulares y tres síndicos suplentes que habían sido nominados por el Grupo Telecom Italia, presentaron sus renunciaciones con efectos a partir de la fecha de celebración de la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria del 8 de abril de 2016. La Asamblea del 8 de abril de 2016 designó seis directores titulares y seis directores suplentes y tres síndicos titulares y tres suplentes, con mandato hasta la Asamblea Ordinaria Anual del 29 de abril de 2016, completando el mandato de los directores y síndicos renunciantes.

La Asamblea Ordinaria y Extraordinaria celebrada el 29 de abril de 2016, designó a los miembros del actual Directorio. Asimismo, se designó al señor Mariano Marcelo Ibañez como Presidente del Directorio de Telecom Argentina.

*Para más información sobre la nómina de Directorio y Comisión Fiscalizadora vigente a la fecha de emisión de este Reporte, ver sección 3.1.*

***Para mayor información sobre las Sociedades que integran el Grupo Telecom, remitirse a la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015 y al Formulario 20F, ambos documentos disponibles en [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar).***

### **Composición del capital accionario**

Al 31 de diciembre de 2015, Nortel es titular del 54,74% del capital social total de la Sociedad, lo que le permite ejercer el control de la misma. Dicha participación está compuesta por la totalidad de las acciones Clase "A" (51% del total de las acciones) y del 7,64% de las acciones Clase "B" (3,74% del total de las acciones).

Por el efecto de las adquisiciones de acciones propias de la Sociedad, la participación de Nortel asciende al 55,60% de las acciones en circulación. La totalidad de las acciones ordinarias de Nortel pertenecen a Sofora. Al 31 de diciembre de 2015 dichas acciones ordinarias representan el 78,38% del capital social de Nortel.

### **Estructura societaria**

El capital social total de Telecom Argentina asciende a \$984.380.978, representado por igual número de acciones ordinarias, escriturales, de un peso de valor nominal y con derecho a un voto por acción. El capital social se encuentra totalmente integrado e inscripto en el Registro Público de Comercio.

Las acciones de Telecom Argentina cuentan con autorización de oferta pública otorgada por la Comisión Nacional de Valores y la *Securities and Exchange Commission* (SEC, de Estados Unidos) y autorización para cotizar en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y la Bolsa de Comercio de Nueva York (NYSE, *New York Stock Exchange*). Sólo están habilitadas a la negociación efectiva las acciones Clase "B" por cuanto las acciones Clase "A", de propiedad de Nortel, están sujetas a restricciones regulatorias y las acciones Clase "C" provienen del Programa de Propiedad Participada (PPP). Los certificados de depósito (ADS, *American Depositary Shares*) representativos cada uno de 5 acciones Clase "B" de la Sociedad, cotizan en la NYSE bajo el acrónimo TEO.

Durante 2015 se continuó con las conversiones de acciones de Clase "C" a "B". El 15 de junio de 2015 se procedió a la conversión, en un noveno tramo, de 24.901 acciones Clase "C" en igual cantidad de acciones Clase "B". Quedan pendientes de conversión 241.881 acciones Clase "C".

Clase de acciones	Acciones en circulación	Acciones propias en cartera	Total del capital social
Clase "A"	502.034.299	-	502.034.299
Clase "B"	466.883.425	15.221.373	482.104.798
Clase "C"	241.881	-	241.881
<b>Total</b>	<b>969.159.605</b>	<b>15.221.373</b>	<b>984.380.978</b>

**En <http://institucional.telecom.com.ar/inversores> podrá encontrar mayor información sobre la estructura societaria del Grupo Telecom.**

## 7.2 Canales de comunicación con nuestros inversores

### Canales de comunicación con inversores

- Gerencia Relaciones con Inversores.
- Cobertura de Analistas y Calificadoras de Riesgo.
- 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.

Durante 2015, y continuando con el enfoque de seguir incrementando la presencia en el mercado de capitales, participamos de conferencias organizadas por bancos de inversión en la Argentina y en el extranjero. Asimismo, desarrollamos una gran cantidad de reuniones presenciales y conference calls:

- 11 conferencias organizadas por bancos de inversión (6 en el exterior y 6 en Argentina).
- Más de 300 reuniones presenciales y conference calls (incluyendo a analistas y calificadoras de riesgo).
- Más de 220 fondos de inversión en conferencias, reuniones presenciales y conference calls.
- Reuniones y conference calls en reiteradas oportunidades con el agente depositario de ADRs: JP Morgan, y otros agentes intervinientes en el mercado de capitales.

Dichos encuentros tratan diversos temas tales como: contexto político y macroeconómico; estructura financiera; ampliación del objeto social; 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 y nueva ley Argentina Digital; evolución del negocio e inversiones; aplicación de la caja de la compañía y estrategia de cobertura; cambios en tarifas de telefonía fija; y despliegue de la red 4G y su potencial.

### Relacionamiento con accionistas minoritarios

Mantenemos un diálogo abierto, transparente y fluido con los accionistas minoritarios, brindándoles asistencia respecto de dudas sobre sus tenencias.

Habiéndose alcanzado una solución para los accionistas Clase “C” bajo el régimen de liquidado 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 accionistas nos contactaron para informarse acerca de sus tenencias. Dicha solución fue alcanzada por los propios accionistas y por las entidades que los nuclean.

A 2015, continúan existiendo 241.881 acciones Clase “C”, que representan el 0,03% del capital social, siendo intención de la compañía fomentar su conversión a clase “B”. 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 año retribuimos a los accionistas con el pago de dividendos en efectivo por un monto total de 804 millones de pesos (equivalentes a \$0,83 por acción en circulación) que fueron puestos a disposición de los accionistas el 11 de mayo de 2015.

Por otra parte, en relación con los inversores tenedores de ADSs, 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 Nuestros objetivos y desafíos a futuro

Desafíos 2015	Cumplimiento 2015	Objetivos 2016
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.	Por medio de Telecom Personal, el 10 de diciembre de 2015 emitimos las Series I y II de Obligaciones Negociables por \$571.505.000 y \$149.000.000. Los fondos se destinaron a financiar el plan de inversiones y el capital de trabajo de la compañía. Telecom Personal obtuvo la calificación AA+ (calificación local) otorgada por Fix (Fitch Ratings), gracias a su calidad crediticia y solidez financiera.	Seguir optimizando la estructura de financiamiento de la compañía de manera tal de poder maximizar el valor de los accionistas. Asimismo, se continuará con la retribución a través de dividendos y el desarrollo del plan de inversiones de más de 30.000 millones hasta 2017.

## 8. PROVEEDORES

### Destacados 2015 con nuestros proveedores

- 1.598 proveedores en Argentina y 744 en Paraguay.

- 88% de compras a proveedores nacionales en Argentina y 65% en Paraguay.
- 6.636 inspecciones al personal contratado.
- 126 representantes de 94 empresas proveedoras participaron del “Taller de Buenas Prácticas y Fortalecimiento de Proveedores”.
- 73 proveedores bajo la certificación de procesos productivos que representan el 59% del monto de los materiales ingresados a los almacenes.

### 8.1 Una relación cercana con nuestros proveedores

En el Grupo Telecom contamos con 1.598 proveedores activos, y durante 2015 dimos de alta a 690, de los cuales 154 corresponden a gerencias de la Dirección Abastecimiento y 536 a otras gerencias. En Núcleo, Paraguay, se incorporaron 71 proveedores a un total de 744 con los que nos relacionamos.

En el marco de la normativa de Compre Trabajo Argentino (Ley N° 25.551), siempre que sea posible, damos prioridad a las contrataciones con proveedores locales. Actualmente el 88% de nuestras compras se realizan a proveedores nacionales en Argentina, y un 65% a proveedores locales en el caso de Paraguay.

Por otra parte, también acompañamos el desarrollo de nuevos proveedores, lo que nos permite contar con alternativas en los concursos y también generar un impacto sobre el desarrollo económico local.

Para mantenernos en contacto, contamos con un portal de proveedores dentro de nuestra página web, que fue totalmente renovado en 2015 con el objetivo de hacerlo más amigable y con un acceso directo a los proveedores. Allí, los proveedores pueden:

- Conocer **¿Cómo venderle a Telecom?**, registrarse como proveedores, visualizar pedidos de cotización y consultar pliego unificado de contratación, entre otros.
- Ingresar al **Registro de aspirantes a proveedores**. El sitio permite que todas aquellas personas físicas o jurídicas interesadas puedan registrarse y quedar habilitadas para presentar propuestas en los pedidos de cotización del Grupo Telecom.

### 26.281 millones de pesos en compras a proveedores

#### Porcentaje de proveedores 2015

Proveedores nacionales: 90%

Proveedores extranjeros: 10%

#### Porcentaje de compras a proveedores 2015

Proveedores nacionales: 88,18%

Proveedores extranjeros: 11,82%(\*)

(\*) Las compras a proveedores extranjeros se incrementaron de 6,6% a 11,8% para implementar mejoras en la red de acceso móvil.

### 8.2 Evaluación y seguimiento de proveedores

La selección de proveedores considera aspectos técnicos y económicos, y una evaluación de riesgo a partir de informes comerciales sobre su comportamiento en el mercado local. En algunos casos, las gerencias de Riesgos del Trabajo y Medioambiente, y Control de Prestadores participan en la selección de nuevos proveedores. Mensualmente, realizamos evaluaciones de los proveedores con la herramienta *Vendor Rate*, considerando indicadores relacionados con la prestación de su servicio o producto.

#### Proceso de registración, evaluación y seguimiento de los proveedores

Este proceso 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 año 2015, se implementó el legajo digital del proveedor en el proceso de registración. La digitalización ha aportado importantes beneficios: se agilizaron procesos como la recepción, control, archivo, seguimiento y consulta de los documentos, asegurando la integridad de la documentación, para hacer frente a requerimientos actuales o futuros de información. La reducción en los costos es evidente en términos de horas hombre de gestión y archivado, pero más aún en términos de uso del papel de uso interno y aquel proporcionado por los proveedores. Por otra parte, la trazabilidad y consulta permanente garantiza la transparencia y el análisis sistemático de los riesgos de los proveedores tanto financieramente como ambientalmente.

Resultados de evaluación de proveedores						
	2013		2014 (a)		2015 (b)	
Umbral de evaluación	Cantidad de evaluaciones	Participación porcentual	Cantidad de evaluaciones	Participación porcentual	Cantidad de evaluaciones	Participación porcentual
No conforme	57	3%	132	4%	365	9,2%
Conforme en riesgo	108	5%	260	8%	468	11,8%
Conforme	516	26%	1.416	43%	1.693	42,70%
Sobresaliente	1.327	66%	1.455	45%	1.440	36,3%
Total	2.008	100%	3.263	100%	3.966	100%

(a) 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%.

(b) Vendor Rate –Noviembre 2015– Reporte Mensual. El incremento obedece a la medición de Auditoría Documental de Medioambiente, incluyendo 427 evaluaciones que no existían el año anterior.

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

Evaluamos la gestión de los contratistas en materia de salud, seguridad y medioambiente, para luego comunicarles los aspectos a mejorar y establecer un período de tiempo en el cual pueden implementar los cambios. De esta forma, trabajamos en conjunto para mejorar la gestión de nuestra cadena de valor, colaborando con el desarrollo sustentable del negocio.

También verificamos el contenido técnico de los programas de seguridad de las empresas prestadoras, revisando el cumplimiento en materia de prevención y el ajuste al marco normativo de nuestras instalaciones. Asimismo, verificamos en campo al personal para detectar el cumplimiento de los siguientes asuntos en términos de prevención:

- Procedimiento de trabajo
- Estado y tenencia de elementos de protección personal
- Estado de herramientas
- Estado de vehículos
- Señalización de zonas de trabajo.

Además, durante 2015 se estableció información mínima del personal que realiza trabajo en estructura (torreros), verificando el cumplimiento en materia de provisión de EPP (equipo de protección personal), EPC (equipo de protección colectiva), herramientas, capacitación, control en campo y vigilancia médica.

Control a empresas prestadoras	2014	2015
Auditorías documentales	72	77
Programas de seguridad de empresas prestadoras controladas y visadas	3.398	3.184



Inspecciones al personal contratado	11.325	12.819
-------------------------------------	--------	--------

En el Grupo Telecom fomentamos el trabajo digno y las correctas prácticas laborales, en contra del trabajo no registrado y trabajo infantil, y es por ello que realizamos en forma permanente el control de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales de las empresas que prestan servicios para la compañía, con el objetivo de asegurar el adecuado tratamiento y cuidado de los trabajadores de la cadena extendida de valor, por medio de nuestros partners.

En 2015 destacamos nuestra presentación como caso de éxito de “Gestión Responsable de Contratistas y Subcontratistas” en la Conferencia del Pacto Mundial realizada en Buenos Aires.

Además, fuimos distinguidos por el Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social con el “Premio Responsabilidad Social Empresaria 2015” por la labor desarrollada en el ámbito de la aplicación de políticas de gestión orientadas, principalmente, al fomento del trabajo digno y a la erradicación del trabajo infantil en todo el territorio nacional.

#### 8.4 Capacitación a los proveedores en gestión responsable

Durante 2015 continuamos con el programa de actividades con proveedores, llevando a cabo el “Taller de buenas prácticas y fortalecimiento de proveedores”, persiguiendo la mejora continua y el aumento de la competitividad de nuestra cadena de valor.

Este año el taller tuvo un nuevo formato ya que se realizó junto con el programa VALOR (RSE + COMPETITIVIDAD) de la AMIA y se abordó la temática “Implementando mejoras sustentables en la cadena de valor”. El objetivo general del programa es mejorar las capacidades de proveedores y clientes que forman parte de la cadena de valor de grandes empresas, fomentando la implantación de planes de mejora con enfoque de RSE. Se trataron temas como gobernanza, gestión con los grupos de interés clave, prácticas laborales y derechos humanos, gestión ambiental, inversión social, comunicación y reporte, entre otros.

Se realizaron dos tipos de encuentros:

- **Taller “Inducción a la Gestión Responsable”.** Dictado en la Ciudad de Buenos Aires con la participación de 89 representantes de 59 empresas proveedoras, y en la localidad de Rosario, donde concurrieron 17 representantes de 15 empresas ubicadas en las cercanías de esa ciudad.
- **Curso taller intensivo “Mejorando la competitividad a través de una gestión responsable”.** Dictado en Buenos Aires con la participación de 20 representantes de las principales empresas proveedoras de la compañía, que asistieron a 5 módulos de cuatro horas y obtuvieron su certificado al finalizar la capacitación.

##### Destacados:

- Por segundo año consecutivo, el 94% de los proveedores que participaron de nuestros talleres los calificaron como excelentes o muy buenos.
- El 95% de los proveedores que participaron establece que el contenido de los talleres incluye herramientas aplicables a su negocio.
- Estos encuentros, además de brindar capacitación, funcionaron como espacios de diálogo muy valiosos para intercambiar opiniones y experiencias con nuestros proveedores, y de esta manera mejorar nuestra gestión.

#### Difusión del Código de Ética y Conducta entre los proveedores

Nuestra cadena de valor debe adoptar los lineamientos que establece nuestro Código de Ética y Conducta, tal como se establece en las Condiciones Generales de Compra de los pliegos de contratación. Se incluyen específicamente los principios éticos generalmente aceptados para el



manejo de los negocios: transparencia, rectitud y equidad, con el compromiso de observar y hacer observar las leyes vigentes y las normas éticas que guíen las relaciones internas del negocio y con la comunidad en general.

Para ello, difundimos el Código mediante nuestra página web (<http://institucional.telecom.com.ar/proveedores>). El nuevo portal de proveedores publicado en 2015 cuenta con un acceso directo al Código.

De esta manera, todos los proveedores son informados sobre las políticas de la organización en su lucha contra la corrupción.

## 8.5 Implementación del Due Diligence

Durante el año 2015 se profundizó el análisis de nuestros principales proveedores mediante la aplicación del Due Diligence, impulsado por el área de Compliance en la relación con terceros.

Esta nueva herramienta, que se suma a los análisis realizados durante el proceso de alta y seguimiento de un proveedor, es un documento declarativo que contiene información de los proveedores, y es utilizado a los fines de conocer más en profundidad a dichos terceros, y obtener el compromiso de prácticas éticas, como así también evitar actividades corruptas.

Su exigencia se establece en las Condiciones Generales de Compra y debe ser completado por un apoderado o persona con facultades para hacerlo.

## 8.6 Análisis de riesgos de provisión y desarrollo de nuevos proveedores

En la relación con los proveedores, buscamos asegurar la cadena de aprovisionamiento de materiales y contar con una adecuada variedad de ofertas, para obtener la mejor relación costo-beneficio de la adquisición. Para ello, contamos con un programa de seguimiento de provisión de materiales críticos, y trabajamos para desarrollar nuevos proveedores y/o materiales que pudiesen reemplazarlos o brindar alternativas de solución. Así, se busca abaratar los costos, minimizar los tiempos de provisión, y desarrollar la industria nacional.

Esto permite que nuevas empresas inicien proyectos de desarrollo de productos, acompañados por el Grupo Telecom hasta obtener su correspondiente homologación de producto, y consecuentemente la Certificación de Procesos Productivos para dichos materiales.

En 2015 se trabajó fuertemente junto con nuevos proveedores en la adecuación de sus procesos productivos, para adaptar los productos a las necesidades y normas establecidas por nuestra compañía así como al cumplimiento de las normativas del país. Se destaca el desarrollo de proveedores nacionales para la producción de los armarios para baterías y el despliegue 4G, y la fabricación de cables.

Es importante destacar que el análisis de riesgo primario en el desarrollo de un nuevo proveedor se realiza antes de su incorporación, luego se avanza con la certificación del mismo y se realizan permanentes auditorías para asegurar la calidad en la producción y la provisión del producto. También se hace un seguimiento a través del sistema *Vendor Rate* que califica las entregas y el cumplimiento de lo pactado.

En este marco, se estableció un programa de reuniones entre los distintos sectores responsables (Ingeniería, Compras, Logística y Desarrollo de proveedores) para el normal aprovisionamiento de los materiales críticos y así poder cumplir con el plan de obra y el mantenimiento de los servicios.

## 8.7 Certificación de procesos productivos

Durante 2015 continuamos con la gestión de certificación de proveedores, que cuenta con un total de 73 empresas certificadas. Esto representa 1.343 materiales que pueden ingresar a nuestro stock bajo

estándares de calidad certificados y en un tiempo máximo de disponibilidad de 24 horas, logrando así una celeridad de suma importancia para el cumplimiento de las obras y objetivos de nuestra empresa.

En este relevamiento se analiza el proceso de fabricación o proceso productivo contemplando los distintos puntos de control para que el producto terminado cumpla con lo requerido en las especificaciones técnicas, así como también con los estándares de calidad establecidos por Telecom.

Para la realización de las auditorías, se dividen las familias de materiales por tipo de producto, y se asigna a un especialista para realizar el seguimiento constante y profundizar los controles realizados en producción por nuestros proveedores. Los aspectos de calidad están reasegurados con frecuentes muestreos en los almacenes, de modo de monitorear los productos de stock con pruebas de laboratorio.

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

<b>Certificación de procesos productivos</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Proveedores bajo la metodología de certificación	66	73
Catálogos ingresados al stock	1.286	1.343
<b>Consideración de la implementación del modelo de certificación de procesos (a)</b>		
Muy efectivo	-	72%
Efectivo	-	28%
(a) Esta encuesta comenzó a realizarse en 2015, por ello no se registran datos para 2014.		

## 8.8 Digitalización de facturas

Destacamos en 2015 la implementación del proyecto de rendición y digitalización de gastos a través de Fondo Fijo (Proyecto Gastos Menores).

<b>Digitalización de facturas</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Cantidad de facturas digitalizadas	122.219	127.317	122.824
Cantidad de proveedores	6.143	6.580	6.916
Monto de la facturación digital (en millones de pesos)	17.030	28.304	30.419

## 8.9 Nuestros objetivos y desafíos a futuro

<b>Desafíos 2015</b>	<b>Cumplimiento 2015</b>	<b>Objetivos 2016</b>
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.	Los proveedores tipo "A" (aquellos de adjudicaciones significativas) de 2014 se encuentran evaluados en Vendor Rate 2015.	Incorporar a la documentación de alta de proveedores para adjudicaciones significativas (categoría A), el completado del formulario denominado Due Diligence, en un 80%.
Extender la evaluación del riesgo del proveedor a empresas extranjeras.	Todas las firmas extranjeras correspondientes a la categoría "A" 2014 se encuentran evaluadas en el Riesgo del Proveedor.	Unificar la información de evaluación de riesgo y de alta en un único formulario, para elevar a su aprobación.

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.	En el transcurso de 2015 continuamos incorporando nuevos proveedores a este sistema, incrementando el alcance de nuestra gestión a 73 empresas certificadas.	Implementar la metodología de control a empresas que nos proveen de materiales de entorno. Incursionar en la certificación de procesos de control de empresas de equipos celulares.
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.	Realizamos auditorías documentales que sirvieron para revalidar la gestión de calidad aplicada, y en algunos casos efectuar mejoras. Durante el año no se detectaron grandes inconvenientes en la calidad de los materiales ingresados bajo la modalidad de autovalidación.	Cumplir con la planificación de auditorías anuales. Garantizar la mejora continua en los procesos que aseguran la calidad de nuestros materiales.

## 9. COMUNIDAD

### Destacados 2015 con nuestra comunidad

- Lanzamos el programa Nuestro Lugar, que busca concientizar sobre el uso responsable y positivo de las TIC a alumnos, docentes, organizaciones sociales y el público en general.
- Por primera vez nos unimos con la organización Enseña por Argentina, que selecciona a jóvenes profesionales para ofrecerles un programa de formación de liderazgo con gran impacto social.
- Desarrollamos una nueva alianza de trabajo con la ONG Arbusta, para entrenar en oficios digitales y empleabilidad a jóvenes y mujeres de alta vulnerabilidad social.
- Nuestra Sexta Convocatoria de Iniciativas permitió a los empleados presentar proyectos que puedan ser financiados por nuestra compañía, buscando así canalizar su interés por colaborar con los sectores más postergados de nuestra comunidad.
- Más de 8 millones de pesos en inversión social privada.

### 9.1. Nuestra estrategia de Inversión Social Privada

Como operadores de telefonía fija, móvil e internet sabemos que la tecnología tiene un gran potencial para colaborar con el desarrollo de nuestra sociedad y de las personas que forman parte de nuestra comunidad. Por eso, impulsamos el uso social de las tecnologías y la alfabetización digital para generar nuevas capacidades y favorecer el desarrollo humano.

Nuestra estrategia de inversión social privada se basa en el desarrollo de programas propios o a través de alianzas con socios estratégicos como ONG, municipios, Gobiernos, universidades y otras empresas. También somos socios tecnológicos y acompañamos las iniciativas de otros con nuestro *know how* y con el de nuestros colaboradores. Además, generamos conocimiento apoyando publicaciones, investigaciones, seminarios y realizamos colaboraciones institucionales mediante donaciones, auspicios, eventos, cenas.

Buscamos que nuestras iniciativas tengan alcance nacional, con foco en las provincias en las que desarrollamos nuestro negocio, es decir, en las del centro y el norte del país.

Nuestro trabajo se focaliza en tres ejes:

- **Educación & TIC.** Innovamos en el uso de las tecnologías en el campo de la educación formal y de la no formal. Iniciativas:
  - Dispositivos Móviles en Educación (DiME)
  - Senti2 Conecta2 con Sueñalettras
  - Enseña por Argentina
- **Inclusión & TIC.** Generamos oportunidades de progreso a través de las TIC. Programas:
  - Aula móvil: Educando sobre Ruedas
  - Educando Sedes en Añatuya (Santiago del Estero)
  - Universidad de la Puna
  - Centros Digitales Comunitarios Arbusta - Entrenamiento en Oficios Digitales
- **Uso social y responsable de las TIC.** Promovemos el uso social y responsable de aplicaciones, plataformas y tecnología móvil. Proyectos desarrollados:
  - Nuestro Lugar
  - TIC 3.0 Tecnología para el Cambio Social
  - Fundación Pescar: Desarrollo de Plataforma SIRVE (Sistema Integrado de Relevamiento Virtual y Estadístico)
  - Red de Comunidades Rurales- Plataforma Colaborativa, mapa de recursos
  - Scholas
  - Articulación con la Dirección Creación de Redes

Inversión social privada 2015	
Iniciativa	Monto
Educación & TIC	\$ 750.000,00
Inclusión & TIC	\$ 730.529,91
Uso social y responsable de las TIC	\$ 1.858.326,32
Otras acciones con la comunidad (a)	\$ 1.200.543,80
Voluntariado (b)	\$ 610.200,00
Otros gastos de RSE (c)	\$ 2.883.587,67
<b>Total Inversión Social Privada (d)</b>	<b>\$ 8.033.187,70</b>
(a) Acompañamientos institucionales y auspicios. (b) Incluye el presupuesto de la Dirección de Comunicación y Medios, y de la Dirección de Capital Humano. (c) Incluye gastos de publicidad y comunicación, compra de <i>merchandising</i> , investigaciones y viáticos. (d) No incluye Núcleo (Paraguay).	

**Destacados:**

- **91** instituciones donde se han implantado programas vinculados al uso de las TIC.
- **5.940** beneficiarios directos de proyectos de inclusión social con uso de TIC.

**9.2. Educación & TIC**

Buscamos incrementar las capacidades de uso pedagógico de las tecnologías y la alfabetización digital en instancias de educación formal y no formal. Los destinatarios de este tipo de iniciativas son docentes de nivel primario y secundario, y la comunidad educativa en general vinculada al uso pedagógico de las TIC.

- **Dispositivos Móviles en Educación (DiME)**

A través de “Di.M.E.” contribuimos con el desarrollo docente a través de la integración de dispositivos móviles (smartphones, 2 en 1 y netbooks) con fines educativos, para maximizar su uso positivo en el aula. Se desarrolla en conjunto con el Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba.

En 2015, la segunda etapa del programa desplegó un ciclo formativo virtual para más de 1.500 docentes y una serie de talleres presenciales teórico-prácticos, que tuvieron como finalidad ayudar a los docentes a construir conocimientos y adquirir habilidades para potenciar el aprendizaje de la mano de la tecnología móvil. Los encuentros se realizaron en las ciudades de Córdoba, Morteros, San Francisco, Villa María y La Calera, y alcanzaron a más de 400 docentes.

Cada aula virtual contó con su correspondiente tutor, un docente formador de la Red Provincial de Capacitación y Recursos TIC de la Subsecretaría de Estado de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa del Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba, en su mayoría “Especialistas en Entornos Virtuales de Aprendizaje”.

En el marco de este proyecto, el equipo de Investigación de la Facultad de Educación de la Universidad Católica de Córdoba realizó 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. Se relevaron opiniones en 4 escuelas que participaron del proyecto en 2014.

Como resultado, podemos afirmar que durante 2015 se produjeron cambios sustanciales en las estrategias didácticas llevadas a cabo por los docentes, como así también en la manera en que utilizan los dispositivos móviles respecto del año anterior, avanzando hacia una mayor autonomía de trabajo y hacia la colaboración entre pares e instituciones. Algunos de los docentes participantes han logrado dar un paso significativo en lo que respecta al uso de las redes sociales para visibilizar lo actuado, en la búsqueda y selección y utilización de aplicaciones educativas según las necesidades curriculares que las convoquen y en la documentación de experiencias didácticas con diferentes medios audiovisuales.

<b>DIME</b>	<b>2015</b>
Cantidad de docentes participantes (en actividades presenciales y virtuales)	1.915
Cantidad de facilitadores del Ministerio participantes	30
Cantidad de escuelas participantes - seguimiento de la experiencia 2014	4

- **Senti2 Conecta2 con Sueñalettras**

Desde 2012 desarrollamos esta iniciativa destinada a niños sordos de entre 5 y 12 años, y a sus familias, para la enseñanza de la lengua escrita a partir de la Lengua de Señas Argentina (LSA).

Como parte del proyecto se distribuye de manera gratuita un kit lúdico-didáctico para docentes de educación especial, que este año llegó a Formosa y Entre Ríos. El kit contiene un cuadernillo para el docente, fichas de trabajo para los alumnos, juegos de mesa para las familias, un CD con el software Sueñalettras (desarrollado por el Centro de Desarrollo de Tecnologías de Inclusión de la Pontificia Universidad Católica de Chile), y otras herramientas multimedia. El kit se entrega en una ecobolsa confeccionada por RedActivos de La Usina, una iniciativa de comercialización de productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad. Este material complementa el Facebook Sueñalettras Argentina, <http://www.facebook.com/suenaletras.argentina>, que tiene más de 2.100 amigos.

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

<b>Sueñalettras</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Acumulado</b>
Cantidad de docentes participantes	182	193	117	77	<b>569</b>
Cantidad de escuelas participantes	41	105	39	30	<b>215</b>
Cantidad de alumnos participantes	2.100	2.895	1.190	700	<b>6.885</b>
Cantidad de docentes que participaron en capacitaciones presenciales	97	122	114	77	<b>410</b>
Cantidad de visitas al sitio web (a)	1.433	1.876	30.695	-	<b>34.004</b>
Cantidad de amigos en la página de Facebook	-	1.607	2.000	2.142	<b>2.142</b>
(a) 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.					

- **Enseña x Argentina**

De la mano de la organización Enseña x Argentina y el Ministerio de Educación de la provincia de Salta, colaboramos con el programa que selecciona a 10 jóvenes profesionales para que desarrollen su formación en compromiso social y liderazgo positivo, contribuyendo con la educación de 560 estudiantes en 5 escuelas de zonas vulnerables.

Enseña x Argentina ofrece a los jóvenes un programa de formación de liderazgo con gran impacto social, que tiene una duración de dos años. Durante el proceso, ellos se convierten en profesores en escuelas que se encuentran en contextos de vulnerabilidad educativa, procurando así generar igualdad de oportunidades entre los estudiantes. Estos profesionales se convierten en agentes de cambio al mismo tiempo que se suman a un movimiento global presente en 36 países que forman parte de la red *Teach for All*. Durante todo el programa, los jóvenes son acompañados por un tutor que los guía en su crecimiento y trabajan en conjunto para resolver cada situación que se presente.

Durante 10 meses los jóvenes, seleccionados entre más de 700 postulantes, estuvieron trabajando en 5 escuelas de Salta. Para ello recibieron, además, una formación especializada en Tecnologías de la Información y la Comunicación brindada por el Instituto Iberoamericano de TIC y Educación, una formación en Liderazgo desde la óptica TAL (*Teaching As Leadership*) para que logren desarrollar un

liderazgo positivo dentro del aula y puedan potenciar sus capacidades como líderes promotores de cambio social y cultural.

### 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. Los destinatarios de este tipo de iniciativas son jóvenes en situación de vulnerabilidad, comunidad en general.

- **Aula móvil: Educando sobre Ruedas**

Como en años anteriores, continuamos desarrollando esta iniciativa que apunta a la integración de las nuevas tecnologías como herramientas de desarrollo personal y de mejora en la calidad de vida de las personas. El proyecto consiste en un moderno semirremolque equipado con todos los recursos informáticos, multimedia y didácticos necesarios para el dictado de cursos gratuitos sobre herramientas básicas de Windows, Office e Internet, que llega a los habitantes de comunidades más alejadas o vulnerables. Este trabajo se realiza en alianza con la Fundación Educando.

Este año el Aula Móvil llegó a San Fernando del Valle de Catamarca, sumándose a las localidades recorridas en seis años: 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.

En 2015 pasaron por la capacitación más de 1.000 jóvenes y adultos de la capital catamarqueña, quienes pudieron incorporar herramientas del mundo digital a su formación, gracias al compromiso de la Escuela Galindez, y la colaboración de las escuelas secundarias N° 7 Gral. José María Paz y N° 8 Gdor. José Cubas, y el Colegio Padre Ramón de la Quintana, que sumaron sus aulas de informática para extender los beneficios del programa a otras zonas de la ciudad y alrededores.

Aula Móvil	2013	2014	2015
Participantes matriculados	1.658	1.950	1.250
Alumnos egresados	1.307	1.179	1.149
Cantidad de cursos	108	111	79
Horas cursadas	2.592	2.664	1.896
Beneficiarios indirectos	11.745	12.654	10.431

**Este año más de 1.000 personas de San Fernando del Valle de Catamarca fueron capacitadas para incorporar herramientas del mundo digital a su formación.**

- **Educando Sedes en Añatuya, Santiago del Estero**

El proyecto Educando Sedes consiste en la donación e instalación de equipamiento informático y el dictado de cursos de informática básica y en idiomas. El objetivo es incentivar y capacitar en nuevas tecnologías a personas de bajos recursos económicos, con el fin de potenciar su inclusión social y laboral. Este año se realizaron 4 cursos en la Escuela de Capacitación Laboral San Vicente de Paul y Colegio Sagrada Familia, con el Obispado de Añatuya como aliado. Hubo una muy buena recepción local y 61 personas recibieron sus certificados.

Educando Sedes	2015
Cantidad de participantes (alumnos matriculados)	65
Cantidad de cursos	4
Horas cursadas	168
Beneficiarios indirectos	585
Cantidad de personas que recibieron certificados	61



- **Universidad de la Puna**

Este año continuamos apoyando al Centro de Aprendizaje Universitario (CAU) Warmi Huasi Yachana de Abrapampa, la primera universidad de la Puna jujeña. Desde 2012 conectamos al centro con nuestro servicio de internet de alta velocidad, para que los alumnos puedan estudiar bajo una modalidad mixta virtual-presencial, con el respaldo académico de la Universidad Siglo 21. Este apoyo nos permite ser socios tecnológicos de una iniciativa innovadora que constituye un hito histórico en la región.

El CAU se creó junto a la Asociación Civil Warmi Sayasjunco (Mujeres Emprendedoras), la Universidad Siglo 21 y la Fundación Sí. Las carreras de pregrado y grado dictadas (Contador Público, Administración de Empresas, Ciencias Agrarias, Abogacía, Licenciatura en Educación y la Tecnicatura en Higiene y Seguridad) están habilitadas por el Ministerio de Educación de la Nación.

Actualmente el Centro cuenta con más de 40 alumnos de la comunidad coya, quienes por primera vez pueden acceder a formación universitaria sin necesidad de abandonar su lugar de origen, sus afectos y su cultura. Este año, el Centro celebró el primer egresado desde que comenzó a educar.

- **Centros Digitales Comunitarios Arbusta - Entrenamiento en Oficios Digitales**

Con el objetivo de colaborar con la formación y el desarrollo de aptitudes que generen mejores oportunidades de cara al mercado laboral, este año desarrollamos una alianza de trabajo con la ONG Arbusta. Uno de los principales ejes estratégicos de esta organización es entrenar a jóvenes y mujeres en situación de alta vulnerabilidad social en oficios digitales. Los entrenamientos se dictan en Centros Digitales Comunitarios, generalmente co-creados por Arbusta y organizaciones comunitarias de base que ya trabajan en sectores postergados. Actualmente Arbusta opera en 5 Centros de este tipo en la Argentina y 1 en Colombia.

Nuestro aporte este año permitió generar los siguientes resultados:

- 295 horas de capacitación y entrenamiento para 55 jóvenes y mujeres de alta vulnerabilidad social en oficios digitales y empleabilidad.
- Elaboración de manuales de entrenamiento: sistematización de contenidos y adaptación a la metodología de Educación Popular.
- Refacción de los Centros Comunitarios Digitales de Rosario: Centro Digital San Pantaleón y La Vecinal San Martín (pintura, electricidad, ventilación, mobiliario adecuado, etc.)
- Compra de 10 computadoras.

#### **9.4. Uso social y Responsable de las TIC**

Promovemos el uso social de aplicaciones, plataformas y tecnología de comunicaciones mediante diferentes proyectos. Los destinatarios son organizaciones sociales y la comunidad en general.

- **Nuestro Lugar**

Este programa busca concientizar sobre el impacto de la tecnología en la vida cotidiana y enfatizar el uso responsable y positivo de las TIC. Ofrece distintas propuestas:

- un sitio web [www.nuestrolugar.com.ar](http://www.nuestrolugar.com.ar)
- kits de materiales para el aula
- una gira por diferentes ciudades del país: se dictan talleres en escuelas primarias y secundarias, y charlas a docentes; y se realiza una feria de juegos y entretenimientos que convoca a las familias a disfrutar de la experiencia digital en un espacio real.

El sitio web contiene secciones pedagógicamente diseñadas para el mundo online y actividades para disfrutar en el mundo offline. Los materiales fueron desarrollados en conjunto con la Asociación Chicos.net, organización especializada en temas de ciudadanía digital y uso seguro y responsable de las TIC. Los contenidos están pensados para trabajar temáticas como el acceso a información de la web, redes sociales, chats online y cyberbullying. Además, cuenta con secciones especiales para que las familias, los docentes y las organizaciones sociales, puedan conocer más y acompañar mejor a los chicos en sus hábitos digitales.

En 2015 la gira contó con la articulación de ministerios de educación provinciales y visitó escuelas de nivel primario y secundario en Corrientes, San Miguel de Tucumán, Córdoba y Rosario.

**Resultados 2015**

- 13 talleres en escuelas primarias y secundarias
- 2 charlas para docentes
- 189 docentes participantes
- 944 alumnos participantes
- + de 800 personas en la feria de juegos y entretenimientos
- 2.527 visitas al sitio web

- **TIC 3.0 Tecnología para el Cambio Social**

Desde 2013 nuestra alianza con Wingu tiene como objetivo fomentar el conocimiento compartido y contribuir a que las organizaciones sociales ingresen al mundo tecnológico y capitalicen sus recursos en favor de su gestión.

Este año continuamos acompañando a la primera plataforma online colaborativa para ONGs de América Latina, que permite compartir y generar conocimiento sobre tecnología: <http://comunidad.winguweb.org/>. Con un soporte web y de comunicación mensual para el tráfico del sitio, se superaron las estadísticas de 2014 en un 29%, llegando a unas 6.353 sesiones.

Para seleccionar las organizaciones sociales que recibirían asesoramiento sobre el uso de las TIC, este año se las convocó a inscribirse a la campaña “#TuneáTuONG”, por medio de la cual se recibieron 97 solicitudes de todo el país. Un comité de selección, conformado por miembros de Wingu y del Grupo Telecom, analizó las propuestas recibidas y eligió a 17 organizaciones sociales.

Por otra parte, se brindaron capacitaciones gratuitas a los 8 finalistas del Premio Abanderados de la Argentina Solidaria 2015, iniciativa que reconoce a los argentinos que se destacan por su dedicación a los demás, y difunde sus vidas para que su ejemplo nos inspire a todos. A través de las tutorías presenciales y vía web, recibieron asesoramiento en temáticas como: estrategias de comunicación digital, gestión de contactos, redes sociales, publicidad online y nuevas herramientas digitales.

**Destacados:**

17 organizaciones sociales y 8 finalistas del Premio Abanderados participaron del asesoramiento tecnológico.

238 horas de asesoramiento tecnológico.

- **Fundación Pescar: Desarrollo de Plataforma SIRVE - [www.sirve.org](http://www.sirve.org)**

SIRVE (Sistema Integrado de Relevamiento Virtual y Estadístico) busca mejorar la gestión de datos de las organizaciones sociales a través de una plataforma informática que permite relevar los datos en el campo de trabajo por personal de la organización mediante dispositivos móviles o a través de computadoras, y luego consultarlos y actualizarlos desde computadoras, celulares y tablets.

Este proyecto nació en 2014 como resultado de una iniciativa con Fundación Pescar. En 2015 se trabajó activamente en la difusión de la herramienta y en el relevamiento del estado de situación de cada una de las organizaciones interesadas. Para ello, se digitalizaron formularios y se capacitó a las siguientes 15 organizaciones: Aiesec, Instituto Josefina Bignone, Red Comunidades Rurales, Conciencia, El Arranque, Enseña x Argentina, Programa FIT, Instituto de Desarrollo Rural (IDR), Junior Achievement, Liga Solidaria, Fundación Pescar, Red Ciudadana, San José Providente, Voy Con Vos y Proyecto Minkai.

En este marco, la Fundación Pescar fue seleccionada por el BID para viajar a la XV Conferencia de la Sociedad Civil en Honduras, que tuvo como temática a la innovación y donde se presentó el programa SIRVE a más de 100 organizaciones de toda América Latina.

- **Red Comunidades Rurales - Plataforma Colaborativa, mapa de recursos**

Colaboramos con la Red Comunidades Rurales en el rediseño y actualización del Mapa de Recursos para el Desarrollo Rural, herramienta que pondrá a disposición de todos, de manera libre y gratuita, información vinculada con el desarrollo humano en el ámbito rural. Durante 2015 se trabajó para que el sitio sea compatible con las tecnologías actuales con un particular foco en dispositivos móviles, principal herramienta de conectividad en el ámbito rural.

El sitio web [www.mapasderecursos.org.ar](http://www.mapasderecursos.org.ar) está dirigido a todas aquellas personas que en forma directa o indirecta trabajan, investigan o emprenden acciones en temas relacionados con el desarrollo humano en parajes, comunidades y pueblos rurales. Su foco estará orientado a los pobladores con mayores índices de pobreza y exclusión social. Este sitio se enmarcará en la web [www.comunidadesrurales.org](http://www.comunidadesrurales.org) para integrar los programas y acciones de la Red Comunidades Rurales en una única plataforma.

- **Scholas**

En 2015 celebramos un acuerdo con la institución creada por el Papa Francisco, Scholas Occurrentes, para colaborar, por este año, con el desarrollo de una aplicación móvil para celulares del sitio web Scholas.Labs, una plataforma virtual que tiene como objetivo acelerar proyectos vinculados con la tecnología y la educación. El programa Scholas.Labs nació concibiendo a la tecnología como el medio que permitirá que la educación alcance todo su potencial.

#### **Acciones de 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. Este año se realizaron las siguientes acciones:

- Visitas guiadas educativas al edificio Central San Francisco y al edificio Alvear 66, ambos en la provincia de Córdoba.
- Participación de un seminario abierto de Fibras Ópticas en la Universidad Tecnológica Nacional por parte del área de Mantenimiento de fibra óptica.
- Recibimiento de la delegación de la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba S.A., con una videoconferencia desde Buenos Aires compartiendo la experiencia de RSE del Grupo.
- Visita al Cerro Mogotes (una repetidora de transmisión), para los alumnos y docentes de la Maestría en Ciencias de la Ingeniería de la Universidad Nacional de Córdoba.
- Mención Telecomunicaciones de la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales de la Universidad Nacional de Córdoba.

#### **9.5. Red de Voluntarios y Convocatoria de Iniciativas**

La Red de Voluntarios tiene por objetivo generar espacios valiosos para la acción solidaria de los colaboradores del Grupo, que a su vez impacten positivamente en la comunidad, brindando bienestar a los propios voluntarios y favoreciendo el espíritu de equipo.

Durante 2015 se trabajó en 16 ciudades: Buenos Aires, Córdoba, Salta, Rosario, Río Cuarto, Neuquén, San Miguel de Tucumán, San Salvador de Jujuy, Mendoza, Resistencia, Corrientes, San Rafael, Posadas, Catamarca, La Rioja y Mar del Plata. Este año se incorporó a Mar del Plata de la mano de dos nuevas organizaciones: “Comedor Jesús es vida” y “Por amor a los niños”.

Las capacitaciones a los voluntarios se brindan en conjunto con algunas de las organizaciones con las que realizamos actividades: Junior Achievement, Fundación León, PlantaRSE, Fundación Tzedaká, Fundación Compromiso, entre otras.

### Convocatoria de iniciativas

En línea con la Red de Voluntarios, se realizó la Sexta Convocatoria de Iniciativas con el objetivo de contribuir al desarrollo y promoción de la población social y económicamente vulnerable de nuestro país. Esta propuesta busca que los colaboradores puedan presentar un proyecto que quieran apoyar y, de esta manera, canalizar los intereses e inquietudes de los miembros de la empresa por colaborar con los sectores más postergados de nuestra comunidad.

Se conformó un Comité integrado por empleados de la empresa, un voluntario coordinador del proceso de selección y una organización social. Además, se realizó una votación online de las iniciativas preseleccionadas, donde cada empleado pudo emitir un voto. De esta manera, se obtuvieron 3 proyectos ganadores:

- Fundación Reciduca (San Isidro, provincia de Buenos Aires): “Hidroponía Inclusiva”.
- Fundación Petisos (Villa Crespo, C.A.B.A.): “Ayudemos a reacondicionar el espacio de la Orquesta Vamos Los Pibes”.
- Fundación Nutrir la Esperanza - CONIN (Río Cuarto, Córdoba): “Conectar la nutrición”.

Los proyectos ganadores reciben un aporte económico de la compañía para que puedan financiar la iniciativa.

Red de Voluntarios	2013	2014	2015
Cantidad total de voluntarios por única vez	673	421	526
Voluntarios capacitados	10	90	181
Horas de capacitación	10	178	144
Capacitaciones brindadas	3	20	24
Proyectos realizados	45	55	80
Voluntarios coordinadores de proyectos	53	72	40
Instituciones involucradas	39	37	31
Beneficiarios directos	1.881	1.763	3.198
Horas laborales invertidas	2.721	2.180	2.413
Horas no laborales invertidas	1.204	895	649
Horas totales de voluntariado	3.924	3.075	3.062

### 9.6. 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 2015, ampliamos nuestro apoyo a 17 proyectos culturales, teniendo en consideración los siguientes criterios de selección:

- Que tengan impacto en la comunidad en temáticas de inclusión social, proyectos en escuelas, asociaciones civiles o barrios;
- Que estén incluidos en la temática de restauración, conservación o puesta en valor de patrimonio;
- Que utilicen la tecnología como medio transformador o innovador;
- Que tengan gran cantidad de beneficiarios.

En Chaco, el departamento de Programas y Leyes Especiales del Instituto de Cultura 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 2015 se acompañaron los dos proyectos: el proyecto “Resistencia, ciudad de las esculturas” de Fundación Urunday para el mantenimiento y restauración de las esculturas de la ciudad, y el proyecto LAIT WE PINTA CHACO, de Fundación Deportiva Social, para la construcción de un espacio de dictado de talleres gratuitos de arte para niños, jóvenes y adultos mayores en situación de riesgo y vulnerabilidad social.

## 9.7. Acciones en Núcleo, Paraguay

En Paraguay desarrollamos iniciativas con la comunidad, estructuradas en distintos ejes de acción:

### 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, que este año benefició a 202 personas. Además del apoyo económico, brindamos comunicación sin costo a la Fundación y promovemos la participación de nuestros empleados como voluntarios.
- **Comedor Mita Raity.** Apoyo económico a este comedor que atiende diariamente a 300 niños en situación de vulnerabilidad.

### COMUNIDAD

- **Plazas wifi.** En materia de inclusión digital, continuamos brindando servicio de internet sin costo en espacios públicos del país en 6 ciudades: Asunción, Concepción, Pedro Juan Caballero, San Estanislao, Pilar y Capiatá.
- **Techo Paraguay.** Continuamos con el apoyo a la organización TECHO en sus actividades de construcción y donación de viviendas de emergencia para familias de muy escasos recursos. Brindamos apoyo económico, conectividad a la organización, y participación de empleados voluntarios en las campañas de construcción de viviendas en Asunción, Encarnación y Ciudad del Este. Desde el inicio, se han donado 29 viviendas de emergencia, de las cuales 12 fueron erigidas con voluntarios de Personal.
- **Bomberos Voluntarios de Asunción y del Paraguay.** Colaboramos con la entrega de equipos técnicos y calzados especiales para sus cuerpos de voluntarios.

### EDUCACIÓN

- **Paraguay Educa.** Continuamos apoyando al proyecto “*One Laptop per Child*” desarrollado en Caacupé y en Concepción, conjuntamente con el Rotary Club Concepción. Proveemos el servicio de internet sin costo a 40 escuelas y a 1 centro tecnológico ubicados en Caacupé y Concepción. Este año se completaron las tareas de duplicación del ancho de banda para todas las instituciones de Caacupé.
- **Fundación en Alianza.** Por decimotercer año consecutivo, la campaña “Un libro, una esperanza” entregó textos escolares del área de comunicación y matemáticas a 1.645 niños de 37 escuelas públicas de escasos recursos en Concepción, Itapúa, Ñeembucú y Caaguazú.

### CULTURA

- **Tierra nuestra.** Renovamos el convenio de cooperación con Fundación Tierra Nuestra en apoyo al Proyecto “Sonidos de la Tierra”, orientado a niños y jóvenes, que busca, a través de la música, brindarles una oportunidad cierta de desarrollo futuro. Los programas cuentan con la participación de más de 25.000 jóvenes de todo el país.
- **ADEC.** Apoyamos los premios ADEC 2015 que reconoce a jóvenes emprendedores por sus acciones en la construcción de empresas con valores. ADEC también recibe durante todo el año apoyo con nuestros servicios comunicacionales para coordinar la logística de dicha actividad y el Congreso de Responsabilidad Social.

### AMBIENTE

- **WWF.** Nos adherimos a la Hora del Planeta y desarrollamos acciones de concientización para el cuidado del medioambiente.
- **Fundación A Todo Pulmón, Paraguay Respira.** Firmamos un convenio de cooperación con la organización para desarrollar actividades en 2016, como capacitaciones y plantaciones.
- **Parque Tecnológico de Itaipú.** Firmamos un convenio para apoyar sus programas de investigación sobre el medioambiente. Como primera actividad, facilitaremos la instalación de equipos de medición meteorológicos en estructuras de sitios localizados en diferentes puntos de todo el país.

También se realizaron actividades puntuales de voluntariado para beneficiar a niños y ancianos. Además, durante 2015 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, y la Asociación Paraguaya para la Calidad, entre otros.

### 9.8. Diálogo con la comunidad

Estamos en contacto con la comunidad por medio de los siguientes canales de comunicación:

- Sitio web [www.telecom.com.ar/rse](http://www.telecom.com.ar/rse), con un formulario de consultas.
- E-mail [rse@ta.telecom.com.ar](mailto: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.
- Canal de Youtube ([www.youtube.com/GrupoTelecom](http://www.youtube.com/GrupoTelecom)), con difusión de videos sobre nuestra gestión.

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.

#### Pedidos de colaboración comunitaria 2015

348 requerimientos

68% corresponde a propuestas de organizaciones sociales

107 pedidos aceptados

60 pedidos derivados a otras áreas de la compañía o a otras organizaciones

#### Donación de equipamiento informático en desuso

En 2015 implementamos diversas mejoras a fin de perfeccionar el proceso y optimizar la gestión de donaciones. En total realizamos donaciones a 54 organizaciones (ONGs y escuelas), y entregamos los siguientes materiales:

757 CPU

345 PC completas

52 monitores

43 notebooks

28 impresoras

**Este año nos relacionamos con 215 organizaciones sociales en la Argentina, incluyendo aportes, alianzas y generación de programas de gestión social.**

### 9.9. Nuestros objetivos y desafíos a futuro

Desafíos 2015	Cumplimiento 2015	Objetivos 2016
Realizar el lanzamiento de un proyecto de RSE de escala, relacionado con nuestra actividad empresarial.	Lanzamiento del programa Nuestro Lugar, una iniciativa que promueve el uso responsable de la tecnología y que, con una gira por 4 provincias, alcanzó a casi 1.000 personas.	Consolidar el proyecto Nuestro Lugar -como referente a nivel nacional- en la difusión del uso responsable de la tecnología.
Hacer mayor sinergia con diferentes áreas de la compañía para implementar acciones con valor social.	Articulación con la Dirección Creación de Redes para contribuir con el desarrollo del negocio a través de la inclusión digital de comunidades de la base de la pirámide, y de esta manera favorecer la extensión de la red.	Profundizar la sinergia con las áreas comerciales y corporativas para la implementación de proyectos con valor social (productos y servicios sustentables, etc.)
Optimizar un modelo de diseño y evaluación de proyectos, que nos permita evaluar el impacto de nuestra inversión en la comunidad.	Trabajo con una consultora externa para el desarrollo de una Matriz de Monitoreo y Evaluación. La matriz se encuentra en armado y está previsto comenzar a aplicarla en 2016.	Utilizar herramientas de evaluación de impacto en todos los programas con la comunidad.



## 10. MEDIOAMBIENTE

### Destacados 2015 con el medioambiente

- 31.028 baterías recolectadas y enviadas a reciclar.
- 48,88% alcanzado de papel FSC/FCA sobre total de papel consumido.
- Adoptamos la tecnología LED para la iluminación en todas las obras nuevas y de remodelación de oficinas administrativas y comerciales del Grupo Telecom, así como también la utilización de equipos de climatización de alta eficiencia y gas ecológico.
- Festival Ambiental. Llevamos a cabo charlas y talleres sobre cambio climático en 5 edificios y 4 ciudades (Buenos Aires, Córdoba, Tucumán y Rosario).

### 10.1 Compromiso con la gestión ambiental

Desde el Grupo Telecom nos comprometemos a gestionar el negocio optimizando los recursos y administrando los materiales en forma responsable. Consideramos que un aspecto fundamental de nuestra gestión sustentable es el respeto por el medioambiente y la eficiencia energética. Además, buscamos ofrecer soluciones tecnológicas en beneficio del medioambiente y de los recursos no renovables, propiciando que la comunidad también actúe a favor del entorno.

La gestión de nuestro negocio se enfoca en cinco objetivos ambientales estratégicos. Para lograr cada uno de ellos llevamos a cabo acciones que detallamos a lo largo del capítulo.

Objetivos estratégicos ambientales	Acciones realizadas (sección del capítulo de Medioambiente)
Minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos.	10.2 Funcionamiento de la red de telefonía. 10.3 Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso. 10.7 Emisiones de gases de efecto invernadero.
Optimizar el uso de los recursos energéticos y otros recursos naturales.	10.4 Consumo de materiales y gestión de residuos. 10.5 Estrategias y acciones para la eficiencia energética. 10.6 Gestión del agua.
Perseguir la mejora continua del desempeño ambiental.	Este objetivo está presente de manera transversal en todas las acciones que desarrollamos para mejorar nuestro desempeño en esta materia.
Adoptar políticas de compra que tomen en consideración las cuestiones ambientales.	Si bien no existen políticas de compra formales que incluyan cuestiones de este tipo, evaluamos la gestión de los contratistas en materia de salud, seguridad y medioambiente, para luego comunicarles los aspectos a mejorar y establecer un período de tiempo en el cual pueden implementar los cambios. Además, en algunos casos, las gerencias de Riesgos del Trabajo y Medioambiente, y Control de Prestadores participan en la selección de nuevos proveedores.
Diseminar una cultura que promueva un correcto enfoque de los temas ambientales.	10.8 Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental.

### Certificaciones

En 2015 recertificamos y renovamos (a través de una auditoría externa), por 3 años, los requerimientos de la norma ISO 9001:2008 respecto al Sistema de Gestión de Calidad (SGC) de la red móvil de Telecom Personal. En este marco dictamos un total de 8 cursos a 52 colaboradores relacionados con la temática calidad. A su vez se llevaron a cabo 4 auditorías de manera interna.



## 10.2 Funcionamiento de la red de telefonía

### ¿Qué es una antena?

Una antena de telefonía móvil es un elemento que permite la emisión y propagación de ondas electromagnéticas. Estas estructuras presentan diversos tipos y tamaños, en función de la frecuencia y el sistema radioeléctrico que se emplee para las telecomunicaciones.

Las antenas de telefonía móvil deben instalarse donde las personas necesitan el servicio. Cada antena puede gestionar un número limitado de comunicaciones; superado el mismo, se requiere instalar una nueva antena para mantener la calidad del servicio. Las radiobases deben estar en los mismos sitios donde están las personas, porque allí es donde se necesita que la gente esté comunicada. Además, la cantidad de clientes y la extensión de la ciudad pueden requerir que una sola radiobase no sea suficiente para cubrir esas necesidades y deban instalarse otras en zonas aledañas. Las dimensiones, alturas y otras medidas dependen de la edificación circundante, y del alcance de ese punto en relación con las necesidades de cobertura dentro de edificios y garajes.

### Radiaciones No Ionizantes (RNI)

El sistema de comunicación móvil 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. Hasta la actualidad, dentro de los límites recomendados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), no existen evidencias científicas que permitan afirmar que las Radiaciones No ionizantes (RNI) produzcan efectos adversos sobre la salud de la población. Los niveles de potencia de un sistema celular son menores que otros sistemas de comunicaciones inalámbricos. En la Argentina, las resoluciones del Ministerio de Salud y del ENACOM establecen valores máximos de emisión.

- 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 el protocolo para la evaluación de las RNI y que los titulares de estaciones radioeléctricas deberán presentar declaraciones juradas con las mediciones de las emisiones radioeléctricas de las antenas.

En 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.

En el Grupo Telecom, todas las mediciones de RNI se realizan de modo habitual y periódico 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. Dicha actividad está encuadrada dentro del proceso de mejora continua que forma parte de la certificación ISO 9001:2008 en la red móvil de Telecom Personal.

*Para más información en detalle sobre este tema ver el Reporte de RSE 2014 disponible en nuestra página web [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)*

### Estructuras sostén de antenas

Más de 4.500 estructuras de sostén de antenas conforman nuestras redes de telefonía fija y móvil, sobre las que realizamos tareas de mantenimiento para asegurarnos 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.

Mantenimiento de estructuras sostén de antenas	2014		2015	
	Cantidad de intervenciones	Costo total (pesos)	Cantidad de intervenciones	Costo total (pesos)
Mantenimiento periódico	1.358	3.413.167	1.354	4.858.511
Mantenimiento correctivo	170	6.755.612	123	4.637.537

**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.**

#### Recambio de postes

Prosiguiendo con el plan de mejora constante encarado por el Grupo, especialmente en la preservación y cuidado del medioambiente, durante 2015 se continuó ampliando el parque de postes de hormigón y se inició la incorporación de postes de PRFV (plástico recubierto por fibra de vidrio). Se sumaron en la planta externa más de 21.000 postes de PRFV. Por otra parte, continuando con las obras del plan de recambio de postes convencionales, se reemplazaron más de 61.000 postes en el 2015, lo que implicó el reemplazo de postes de madera por otros de madera, PRFV o cemento.

### 10.3 Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso

Desde hace 6 años, desde Personal concientizamos a nuestros clientes y empleados sobre el reciclado de baterías celulares en desuso a través de la campaña “Conciencia Celular”. Llevamos a cabo este plan con el objetivo de que la población disponga de las baterías celulares en desuso de una manera adecuada para el cuidado del medioambiente.

Como parte de esta iniciativa instalamos urnas fijas en las oficinas comerciales de la C.A.B.A., provincia de Buenos Aires, y en edificios de Grandes Clientes. Además la campaña funciona en eventos como el Personal Fest.

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

Plan de reciclado de baterías	2013	2014	2015
Cantidad de baterías recolectadas y tratadas (unidades)	10.986	13.855	31.028
Peso del material recolectado (kg)	385	484,90	1.086

### 10.4 Consumo de materiales y gestión de residuos

Desde noviembre de 2014 nos encontramos en proceso de implementación de la recolección diferenciada de residuos en 9 edificios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Para esto se eliminaron los cestos individuales y en su lugar se colocaron varias islas de reciclado por piso.

Cada isla cuenta con 3 contenedores: uno azul para papel y cartón, uno negro para residuos orgánicos, y uno verde para materiales reciclables.

Destino de materiales utilizados	
Material	Destino
Papel y cartón	Fundación Garrahan
Residuos húmedos	Relleno sanitario del CEAMSE
Residuos secos o reciclables	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

### Campañas de reciclado

Fundación Hospital de Pediatría Profesor Dr. Juan Garrahan - Buenos Aires

Datos 2014

- 71.736 kg de papel
- 241 kg tapas plásticas
- 0 kg de llaves de bronce (\*)

(\*) La campaña comenzó a funcionar en 2015.

Datos 2015:

- 13.285 kg de papel
- 580 kg tapas plásticas
- 26 kg de llaves de bronce

*Nota: Los fondos se destinan al mantenimiento de la Casa Garrahan, para la compra de equipamiento de avanzada, y la capacitación de médicos y enfermeras, entre otras actividades.*

Fundación Familia - Córdoba

Datos 2014:

- 7.540 kg de papel

Datos 2015:

- 1.921 kg de papel

*Nota: 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 de Córdoba.*

Fundación CEOS-SOL - Demos una mano de corazón - Salta

Datos 2014

- 2.132 kg de papel

Datos 2015

- 7.412 kg de papel

*Nota: La organización trabaja desde hace 17 años, abordando temáticas relacionadas con la salud y con el medioambiente.*

Programa Recuperadores Urbanos - Municipalidad de Río Cuarto

Datos 2014

- 5.105 kg de papel

Datos 2015

- 750 kg de papel

*Nota: El programa tiene como objetivo facilitar la inclusión social de familias en situación de calle.*

Además de las campañas de reciclado a beneficio, se entregaron 24.635 kg. de papel para dar tratamiento de reciclado a una empresa especializada.

## Tratamiento de tóners

En 2015 continuamos siendo parte del programa del proveedor Lexmark, que retiró 3.278 tóners utilizados por nuestra compañía para su análisis y posterior clasificación. Una vez recolectados, todos aquellos cartuchos que no tienen posibilidad de reutilización son categorizados como residuos y tratados en una planta de termodestrucción.

### Proyecto IT verde

Continuamos trabajando en este proyecto que busca reducir el total de impresiones en papel. En Telecom Argentina logramos una disminución del 4,3% en páginas impresas. En Personal logramos una reducción de más de 2 millones de páginas, lo que representa una disminución del 14% en las páginas impresas. A su vez, utilizamos la función de impresión retenida del servidor Pharos, que permite que el documento enviado a imprimir quede almacenado en la impresora hasta que el usuario solicite su impresión, y además elimina los documentos no retirados por el usuario en un plazo de 24 horas. Gracias a estas medidas, alcanzamos los siguientes ahorros:

IT verde	2015
Cantidad de trabajos descartados automáticamente	78.503
Cantidad de caras no impresas	553.112
Ahorro de resmas de papel impresión Simplex	1.106
Ahorro mínimo de resmas impresión Dúplex (a)	846
(a) La utilización de impresión Dúplex en 2015 fue del 47%. Corresponde al número de resmas que se hubieran ahorrado si el 47% de la impresión realizada hubiera sido en las dos caras de la hoja. El valor de 846 resmas es un estimado según promedio de impresión a doble faz.	

Gestión de residuos	2013	2014	2015
<b>PAPEL</b>			
Consumo de papel no reciclado (kg) (a)	2.166.458	1.026.630	921.305
Consumo de papel FSC/FCA (kg) (b) (c)	487.892	475.412	880.924
Total de papel consumido (d)	2.654.350	1.502.042	1.802.229
Consumo de papel FSC/FCA sobre el total de papel consumido (%)	18,38%	31,65%	48,88%
Papel reciclado (kg) (c)	239.680	91.672	48.003
Árboles preservados gracias al reciclado de papel (unidades) (e)	8.109	1.558	816
<b>OTROS MATERIALES (d)</b>			
Tapas plásticas recolectadas (kg)	326	241	580
Llaves de bronce (kg) (f)	-	-	26
<b>TÓNER (d)</b>			
Tóners recolectados (unidades)	2.096	1.440	3.278
Tóners recolectados (kg) (g)	2.090	1.728	6.556
(a) Se considera papel de facturación para Argentina y papel de uso de oficina para Núcleo, Paraguay. En 2013 se incluye folletería comercial, que actualmente se emite en papel FCA en su totalidad.			
(b) Se considera papel de folletería comercial y de uso de oficina.			
(c) Alcance: Argentina. Incluye AMBA, Córdoba, Río Cuarto y Salta. En 2013 se envió a reciclar material de archivo en desuso, por eso el dato de dicho año es superior al resto.			
(d) Alcance: Argentina.			
(e) Este valor se calcula considerando que 1 tonelada de papel equivale a 17 árboles medianos.			
(f) La campaña comenzó a funcionar en 2015, por ello no se registran datos en años anteriores.			
(g) Este indicador se calcula tomando un promedio del peso entre los tóners utilizados. Como el peso de los tóners varía, el peso registrado total entre los distintos períodos puede variar en función del tipo de tóner utilizado.			

### 10.5 Estrategias y acciones para la eficiencia energética

Dentro del plan trienal de Eficiencia Energética continuamos trabajando con foco en los 3 pilares de eficiencia: climatización, iluminación y control. En el marco del Proyecto Ahorro Y Racionalización Energética (AYRE) se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- **Energía renovable.** Realizamos la modelización para la simulación de un sistema de autogeneración con capacidad de cobertura del 50% del consumo, basado en el uso de energías renovables. Dicho modelo se encuentra en fase de análisis.
- **Relamping.** Incorporamos edificios del interior del país tomando los centros urbanos de Rosario y Córdoba como puntos centrales de distribución regional.

- **Gases ecológicos.** Instalamos 495 toneladas de refrigeración basadas en gases ecológicos en los principales edificios de la C.A.B.A., eliminando equipos con gases de efecto invernadero.
- **Sistema inteligente en el Edificio Madero.** Llevamos a cabo la puesta en marcha y ajuste del sistema inteligente del edificio. Esto produjo una reducción del 30% del consumo de energía respecto de 2013, año base en el cual se inició el proceso de migración.

Por otra parte, en el marco del proyecto TIGREEN comenzamos la fase de monitoreo de consumo de energía en edificios de Personal.

**Adoptamos la tecnología LED para la iluminación en todas las obras nuevas y de remodelación de oficinas administrativas y comerciales, así como también la utilización de equipos de climatización de alta eficiencia y gas ecológico.**

Consumo de energía (en GWh)	2013	2014	2015
Consumo de energía (a)	378,14	390,90	403,54
Compra de electricidad procedente de fuentes renovables (b)	2,53	2,55 (c)	2,74
(a) Incluye compra de electricidad procedente de fuentes mixtas en la Argentina. (b) Incluye Núcleo (Paraguay), energía hidroeléctrica. (c) Valor modificado con respecto al Reporte RSE 2014 por un error de cálculo.			

## 10.6 Gestión del agua

Desde el Grupo Telecom nos abastecemos de agua para uso de los empleados a través de servicios de suministro públicos sin afectar fuentes de agua de manera significativa. Es importante aclarar que las actividades que realizamos no generan un impacto directo en recursos hídricos ni en hábitats relacionados.

Consumo de agua	2013	2014	2015
Consumo de agua proveniente de servicios de suministro público (m3) (a)	1.991.376	2.513.731 (b)	2.358.446
(a) Incluye Argentina y Núcleo (Paraguay). (b) Valor modificado con respecto al Reporte RSE 2014 por un error de cálculo.			

### Sistema de vuelco cloacal y punto de aforo

En el Grupo Telecom no contamos con procesos que utilicen y viertan agua. El consumo de agua es doméstico para uso alimentario y sanitario con vuelco de aguas servidas. Además, hay un pequeño consumo de agua que se almacena para la lucha contra incendio y para los circuitos de climatización, que son cerrados y en los que no hay vertido.

Respecto del vuelco, contamos con tres grandes categorías: a la red pública cloacal (que abarca a la mayoría de nuestros edificios y oficinas de atención comercial), a la cuenca pluvial previo tratamiento, y a la cámara séptica y posterior infiltración al terreno. Los dos últimos casos se implementan en los inmuebles donde no existe red pública cloacal, siendo éstos la minoría de los casos.

En 2015 trabajamos sobre el tratamiento y vuelco de líquidos cloacales del edificio Data Center Pacheco. La obra realizada regulariza las instalaciones de tratamiento y vuelco de líquidos cloacales en un curso de agua natural. Esto crea un punto de aforo donde se pueden tomar muestras y certificar que no contaminamos el medioambiente.

## 10.7 Emisiones de gases de efecto invernadero

Con el objetivo de contribuir a la reducción de consumo de combustible y emisiones de gases contaminantes, en 2015 la renovación de la flota automotor operativa contempló el reemplazo de 364 unidades. 60 vehículos fueron reemplazados por unidades de menor porte y tipo de motorización.

Emisiones de gases de efecto invernadero						
Denominación	Consumo combustible (en litros)			Emisiones totales de CO <sub>2</sub> (en TnCO <sub>2</sub> eq)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Gasoil (Flota automotriz) en litros (a) (b)	3.686.600	3.222.494	3.355.712	9.867	8.624 (h)	8.981
Nafta (Flota automotriz) en litros (a) (b)	1.854.982	2.037.954	2.314.469	4.214	4.629 (h)	5.257
Gasoil (Grupos electrógenos) (c)	365.799	591.157	581.422	984	1.591	1.564
Gas domiciliario (gas natural) para calefacción, en m <sup>3</sup> (c)	641.815	545.949	386.335	1.213	1.032	730
<b>Total de emisiones provenientes de fuentes directas - Alcance 1 (a) (d)</b>	-	-	-	<b>16.277</b>	<b>15.875 (h)</b>	<b>16.532</b>
<b>Total de emisiones indirectas provenientes de la electricidad comprada - Alcance 2 (e)</b>	-	-	-	<b>202.304</b>	<b>207.962</b>	<b>213.070</b>
Viajes en avión (a) (b)	-	-	-	2.270	2.727	2.870
Traslado de los colaboradores hacia el trabajo (b) (f)	-	-	-	13.071	12.423	12.113
<b>Total de emisiones - Alcance 3 (g)</b>	-	-	-	<b>15.341</b>	<b>15.150</b>	<b>14.983</b>

(a) Alcance Argentina y Núcleo (Paraguay).  
 (b) Herramienta utilizada: *Transport or mobile sources, GHG Emission Calculation Tool* Versión 2.5.  
 (c) Alcance Argentina. Herramienta *Stationary Combustion, GHG Emission Calculation Tool* Versión 4.0.  
 (d) 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.  
 (e) Corresponde a las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica comprada a la red (fuente externa). Consumo 403.542 MWh. Factor de emisión de CO<sub>2</sub> 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 el promedio determinado para los años 2012, 2013 y 2014. El factor de emisión fue 0,528 TnCO<sub>2</sub>/Mwh. Paraguay no registró emisiones porque su consumo de energía provino de fuentes renovables (energía hidroeléctrica).  
 (f) Alcance Argentina.  
 (g) Emisiones provenientes de otras fuentes externas. En Argentina reportamos las emisiones asociadas al desplazamiento de los empleados hacia el trabajo y desde el trabajo, y también las producidas en los viajes de negocio en avión. Para el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero, incluimos el gas CO<sub>2</sub>, derivado de la combustión de gasolina verde (naftas) y diesel en la flota automotor.  
 (h) Valor modificado con respecto al Reporte RSE 2014 por un error de cálculo.

## 10.8 Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental

En alianza con la Fundación TECSAL de la Universidad del Salvador continuamos desarrollando cursos y campañas internas para informar y concientizar a nuestros empleados sobre la importancia del cuidado del medioambiente.

En 2015 implementamos dos campañas masivas de comunicación con la participación de colaboradores: Día Mundial sin Automóvil y Día Mundial del Aire Puro. Consistió en el intercambio de mensajes y experiencias personales de los empleados utilizando la plataforma TecoTwiit.

Dentro de la web ambiental ubicada en nuestra Intranet, actualizamos el contenido relacionado con el medioambiente, que incluye temas sobre: acciones que desarrollamos para el cuidado del agua, cuidado del aire, la energía y el medioambiente, cambio climático y biodiversidad.

También reforzamos el entrenamiento del personal técnico sobre los procedimientos de control de derrames de químicos y combustibles en tareas operativas.



### Festival Ambiental

Bajo el eje Cambio Climático realizamos el festival en 5 edificios de 4 ciudades (Buenos Aires, Córdoba, Tucumán y Rosario). Desarrollamos charlas y talleres sobre diferentes temas: cambio climático, energías renovables, construcción sustentable, consumo responsable, residuos sólidos urbanos, huerta, compostaje, proyección de cine ambiental y presentación de iniciativas ambientales locales.

Los participantes pudieron llevarse aquello que trabajaron en los talleres (composteras, jardines verticales, semillas, plantas aromáticas, entre otros) para compartirlo con sus familias. Como agradecimiento por la participación activa, se le envió a cada inscripto una tarjeta confeccionada en base a papel reciclado y semillas de flores (tarjetas plantables) donde cada uno puede sembrar su deseo para el planeta y observar su crecimiento.

Capacitación en temas ambientales	2014	2015
Cantidad de colaboradores en cursos presenciales	2.755	1.990
Cantidad de colaboradores en cursos <i>e-learning</i>	1.744	6.742
Cantidad de visitas en la web ambiental	2.729	2.350
Durante 2015 se incentivó la participación a los cursos e-learning en línea con las nuevas herramientas de nuestro Campus Virtual. Además, esto facilitó la participación de los empleados del Interior y permitió reducir emisiones y costos de traslado y logística.		

### 10.9 Nuestros objetivos y desafíos a futuro

Desafíos 2015	Cumplimiento 2015	Objetivo 2016
Promover la conciencia de reciclado en los colaboradores e implementar en algunos edificios separación en origen de residuos sólidos urbanos.	Estamos implementando la separación de origen de residuos sólidos urbanos en 9 edificios de C.A.B.A. Para promover la conciencia de reciclado, realizamos capacitaciones abiertas en los 9 edificios y efectuamos campañas internas de comunicación a los empleados y colocación de folletería informativa.	Incrementar la sensibilización y compromiso de nuestros colaboradores por el cuidado ambiental, a través de campañas internas.
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.	Durante 2015 se realizaron obras de climatización en los principales edificios de la compañía, como Golf, Costanera, Agüero. Se incorporaron en los mismos sistemas de control para eficientizar aún más su rendimiento realizando sus operaciones mediante base de datos modeladas a tal fin. En materia de iluminación LED se continuó con las acciones de recambio (reutilizando luminarias existentes) en edificios de oficinas y locales comerciales del Grupo Telecom, habiéndose logrado en 2015 el reemplazo en su totalidad en el edificio de oficinas de Puerto Madero, Ciudad de Buenos Aires.	Continuar profundizando las acciones del triángulo: Clima – Iluminación – Control, y desarrollar prototipos para generación de energía solar/eólica para abastecer sitios fuera de la grilla eléctrica alimentados por grupos electrógenos.



## 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 muestra 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	
	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
<b>Estrategia y análisis</b>				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.	Mensaje de la Directora General Ejecutiva		
G4-2	Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	3.2, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 5.9, 6.13, 7.3, 8.5, 8.9, 9.9, 10.9		
<b>Perfil de la organización</b>				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, 5.2		
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, 5.2		
G4-9	Dimensiones de la organización.	2., 5.1, 6.1, 6.12		
G4-10	Desglose de empleados de la organización.	6.1, 6.12		
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	6.1, 6.5, 6.12		
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, 6.11, 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.	Mensaje de la Directora General Ejecutiva. 1., 3.6, 4.4		
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	4.5, 6.2, 6.3, 6.4, 9.2, 9.3, 9.4, 9.6		
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>				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 entidades 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., 4.4		
G4-19	Listado de aspectos materiales.	4.4		
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	4.4. 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, la misma se aclara a lo largo del Reporte.		
G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización.	4.4. 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, la misma 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 la misma 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 la cobertura de los aspectos materiales con respecto a Reportes anteriores.		
<b>Participación de los grupos de interés</b>				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, 4.4, 4.5, 5.3, 6.3, 6.5, 6.7, 6.10, 7.2, 8.1, 8.4, 9.8		

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.	4.4, 5.3, 6.10		
<b>Perfil del Reporte</b>				7.5.3, 7.6.2
G4-28	Período objeto del Reporte.	1.		
G4-29	Fecha del último Reporte.	Reporte de RSE 2014		
G4-30	Ciclo de presentación de Reportes.	1.		
G4-31	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido del Reporte.	14.		
<b>ÍNDICE DE GRI</b>				
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.		
<b>VERIFICACIÓN</b>				
G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del Reporte.	1., 11., 12.		
<b>Gobierno</b>				6.2, 7.4.3, 7.7.5
<b>LA ESTRUCTURA DE GOBIERNO Y SU COMPOSICIÓN</b>				
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 <a href="http://www.telecom.com.ar">www.telecom.com.ar</a> .	OK	
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		
G4-37	Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno, en temas económicos, ambientales y sociales.	3.3, 4.4, 6.5, 6.10, 7.2.		
G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	3.1. Los Currículum Vitae de los miembros del Directorio y los gerentes de primera línea se publican en el formulario 20-F que se presenta anualmente ante la SEC, sección "Item 6. Directors, Senior Management and Employees". El mismo está disponible en nuestra página web <a href="http://www.telecom.com.ar">www.telecom.com.ar</a> (sección Inversores, subsección Información Financiera, Formulario 20F).		
G4-39	Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	3.1		

G4-40	Procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, y criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	La Asamblea de Accionistas de la Sociedad designa a los miembros del Directorio. Para la elección de los miembros del Directorio se tienen en cuenta los criterios de independencia contenidos en las Normas de la Comisión Nacional de Valores y de la Securities & Exchange Commission de los Estados Unidos. Por otra parte, para conocer información relacionada con el Personal Gerencial Clave, ver la sección "Política de selección, evaluación y remuneración de los gerentes de primera línea" dentro del Informe sobre el grado de cumplimiento del Código de Gobierno Societario, disponible en la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015 de Telecom Argentina. Este documento está disponible en <a href="http://www.telecom.com.ar">www.telecom.com.ar</a> (sección Inversores, subsección Información Financiera, Estados Financieros Anual).		
G4-41	Procesos para prevenir y gestionar posibles conflictos de intereses en el órgano superior de gobierno.	3.1, 3.2, 3.3. 8.2. El Comité de Auditoría considera los conflictos de intereses que le sean informados y adopta las acciones que juzgue pertinentes, informando al Directorio. Asimismo, cuando la importancia del conflicto de intereses lo justifique, emitirá opinión fundada y, a través del Directorio, la comunicará en cuanto corresponda a los mercados y a los organismos de control societario [Ley 26.831, art. 110 y Normativa de Implementación del Comité de Auditoría]. Este procedimiento está contemplado en la Política de Conflicto de Intereses.		
<b>PAPEL DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO A LA HORA DE ESTABLECER LOS PROPÓSITOS, LOS VALORES Y LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN</b>				
G4-42	Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	3.1. Más información sobre las funciones del Directorio y el Comité de Dirección y gerentes está disponible en la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015 de Telecom Argentina, sección B.4.1 Organización de la toma de decisiones y sistema de control interno. Este documento está disponible en <a href="http://www.telecom.com.ar">www.telecom.com.ar</a> (sección Inversores, subsección Información Financiera, Memoria Anual).		
<b>EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y EL DESEMPEÑO DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO</b>				

G4-43	Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento del órgano superior de gobierno con relación a los temas económicos, ambientales y sociales.	3.2, 3.3, 4.2		
G4-44	Procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno con respecto a la gobernanza de los temas económicos, ambientales y sociales.	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. 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 a parte de la línea gerencial son la calidad de servicio, la certificación SOX sin salvedades, la política anticorrupción, la adhesión de clientes a factura online, la capacitación a empleados en temas de salud, prevención de riesgos y medioambiente, entre otros.		
<b>FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN EL ÁMBITO DE GESTIÓN DEL RIESGO</b>				
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, 4.4		
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, 4.4		
G4-47	Frecuencia de supervisión del órgano superior de gobierno sobre los impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	3.5, 4.2		
<b>FUNCIÓN DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA ELABORACIÓN DEL REPORTE DE RSE</b>				
G4-48	Máximo comité o cargo que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura que todos los aspectos materiales queden reflejados.	4.2. El Directorio es el responsable de asegurar que todos los aspectos materiales estén incluidos en el Reporte de RSE.		
<b>LAS FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL</b>				
G4-49	Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	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.		

G4-50	Naturaleza y número de preocupaciones importantes que fueron comunicadas al órgano superior de gobierno y mecanismos utilizados para su resolución.	3.3, 4.4, 6.10		
<b>RETRIBUCIÓN E INCENTIVOS</b>				
G4-51	Políticas remunerativas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	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.		
G4-52	Proceso para determinar la remuneración.	6.8. No se recurre a consultores para la determinación de la remuneración.		
G4-53	Indicar cómo son consideradas y tenidas en cuenta las opiniones de los grupos de interés con relación a la remuneración.	6.8.		
G4-54	Relación entre la retribución total anual de la persona mejor paga de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla del país correspondiente.	Dado el contexto local en el que se desarrollan las actividades del Grupo Telecom, esta información resulta confidencial para salvaguardar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la compañía.		

G4-55	Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor paga de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla del país correspondiente.	Dado el contexto local en el que se desarrollan las actividades del Grupo Telecom, esta información resulta confidencial para salvaguardar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la compañía.		
<b>Ética e integridad</b>				4.4, 6.6.3
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización.	2., 3.2, 3.3, 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.	3.3		
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, y asuntos relacionados con la integridad organizacional.	3.3		

### CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS



GRI	Nombre del indicador	Secciones / Respuesta	Razones por omisión	Verificación externa	Cláusula ISO 26000
<b>ECONOMÍA</b>					
<b>Desempeño Económico</b>					
Enfoque de gestión		Mensaje de la Directora General Ejecutiva. 2., 4.4, 5.4, 9.1			
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	2., 9.1		OK	6.8.1, 6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9
G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	5.4, 10.1, 10.5. La Compañía analiza y evalúa el riesgo de interrupción en la prestación de servicios ocasionada por catástrofes naturales producidas, en general, por cambios climáticos. Si bien la Compañía cuenta con una infraestructura dimensionada para enfrentar condiciones extremas pero no catastróficas, ha definido ciertos planes que permiten, ante situaciones de emergencia, procurar la continuidad en la prestación del servicio mediante la utilización de radiobases móviles. Para implementar este proyecto se invirtieron casi 30 millones de pesos.			6.5.5
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones	Actualmente, la empresa no cuenta con programas de beneficios sociales que excedan al sistema de jubilaciones conforme a la Ley 24.241 y sus normas modificatorias o complementarias; o a los previstos en las convenciones colectivas de trabajo firmadas con las organizaciones sindicales. Por otra parte, la Resolución METySS 796 del 30/07/2007 establece el régimen del Fondo Compensador Telefónico (FCT) para los empleados de las empresas de telecomunicaciones. El FCT es un organismo con plena autonomía creado el 1º de octubre de 1973. La finalidad primordial y prioritaria es otorgar un complemento de jubilación y pensión al personal pasivo. El personal en actividad aportará mensualmente del total de las sumas percibidas en concepto de remuneraciones tomadas en cuenta para determinar el haber jubilatorio, con excepción al			6.8.7

		correspondiente a horas extraordinarias: personal jerárquico y de supervisión hasta el 3%; personal restante hasta el 2%. La totalidad de los recursos se depositan en bancos públicos oficiales.			
G4-EC4	Ayudas económicas recibidas otorgadas por entes del gobierno.	No recibimos ayudas significativas de gobiernos.			
<b>Presencia en el mercado</b>					
Enfoque de gestión		Mensaje de la Directora General Ejecutiva. 2., 3.1, 4.4, 6.8			
G4- EC5	Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	6.8		OK	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.		OK	6.4.3, 6.8.1, 6.8.2, 6.8.5, 6.8.7
<b>Consecuencias económicas indirectas</b>					
Enfoque de gestión		2., 4.4, 5.4, 8.1, 9., 5.2			
G4- EC7	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los tipos de servicios.	5.2, 5.4, 9.1, 9.3			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., 5.4, 8.1, 9.1, 9.2, 9.3, 9.4, 9.6, 9.7, 9.8		OK	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
<b>Prácticas de adquisición</b>					
Enfoque de gestión		2., 4.4, 8.1			
G4- EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	8.1		OK	6.4.3, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7.
<b>MEDIOAMBIENTE</b>					6.5.1-6.5.2
<b>Materiales</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 10.3, 10.4			
G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	10.4		OK	6.5.4

G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Se adquieren tubos de polietileno y tritubos para protección de cables de fibra óptica que pueden contar con una cantidad de material recuperado tal que las propiedades físicas y químicas del tubo y del tritubo cumplan con las especificaciones requeridas. El material recuperado utilizado para la composición del tubo y del tritubo, debe estar libre de impureza, y debe ser generado por el mismo fabricante de tubos. El material reutilizado no debe haber salido fuera del área de producción. En 2015 se adquirieron un total de 791.000 metros de este material, con un costo aproximado de 23 millones de pesos.			6.5.4
<b>Efluentes y residuos</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 10.3, 10.4, 10.6			
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino	10.6			6.5.3, 6.5.4
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	10.3		OK	6.5.3
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	No se produjo ningún derrame de sustancias químicas. Por otra parte, se produjeron 2 derrames de combustible, correspondiente a 12 litros. Se tomaron las medidas correspondientes.			6.5.3
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	La posición del Grupo Telecom respecto de este tema se encuentra disponible en el Formulario 20-F que se presenta anualmente ante la SEC, sección "Item 8. Financial information, Environmental Proceedings". El mismo está disponible en nuestra página web <a href="http://www.telecom.com.ar">www.telecom.com.ar</a> (sección Inversores, subsección Información Financiera, Formulario 20F).			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
<b>DESEMPEÑO SOCIAL</b>					
<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>					6.4.1, 6.4.2
<b>Empleo</b>					

Enfoque de gestión		4.4, 6.			
G4-LA1	Número y tasa de nuevos empleados contratados y rotación media de empleados, desglosados por edad, género y región.	6.12		OK	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.	6.9			6.4.4, 6.8.7
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja 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
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 6.5, 6.11			
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	6.11. Durante 2015 el Comité de Riesgos de Trabajo de Field Service continuó avanzando en mejoras al sistema de Gestión y pasando desde una mirada global a sectorizar por Supervisión la gestión en materia de Prevención de Riesgos, determinando objetivos de cumplimiento. Este Comité representa a 4.100 trabajadores, el 25,27% del total de colaboradores de la compañía. Estos trabajadores integran la Dirección Field Service, de Tecnología.			6.4.6
G4-LA6	Tipo y tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	6.11, 6.12. El número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo en 2015 fue uno.		OK	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.	6.5			6.4.6
<b>Capacitación y educación</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 6.6, 6.7			
G4-LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	6.6		OK	6.4.7
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	6.6			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.	6.7. Del total de 2.250 empleados fuera de convenio evaluados en 2015, se desglosan por categoría profesional de la siguiente manera: 1.869 analistas, 138 empleados, 169 responsables, 74 secretarías.			6.4.7
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
Enfoque de gestión		3.1, 4.4, 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, 6.12		OK	6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3
<b>Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 6.1, 6.2, 6.8			
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.	6.8		OK	6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4
<b>SOCIEDAD</b>					
<b>Comunidades locales</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 9.			
G4-SO1	Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	5.4, 9.1, 9.2, 9.3, 9.4, 9.6, 9.7, 9.8		OK	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, 5.4. 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. El riesgo de la interrupción en la prestación del servicio se encuentra identificado y valuado dentro del Mapa de Riesgos, con diversos planes de acción que procuran mitigarlo.			6.3.9, 6.5.3, 6.8
<b>Lucha contra la corrupción</b>					
Enfoque de gestión		3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 4.4, 8.5			

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. La Política Anticorrupción brinda a las sociedades del Grupo Telecom un marco sistemático de referencia en materia de prohibición de prácticas corruptas, confirmando nuestro firme compromiso de no recurrir a conductas ilegales o impropias para el logro de los objetivos del Grupo. En el ámbito de difusión de la "Cultura Compliance", se han llevado a cabo actividades de capacitación interna específica de información actualizada acerca de Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) y Compliance Program. En el marco del "Compliance Program - Risk Assessment", tanto las áreas corporativas como de negocio realizaron un "Gap Analysis" con el fin de identificar, evaluar y mitigar los posibles riesgos de incumplimiento. Dentro de actividades sensibles identificadas se evaluaron cuestiones vinculadas con premios y gastos de entretenimiento, eventos y sponsorships, donaciones, membresías y aportes a organizaciones sin fines de lucro, consultoría, ventas de productos y servicios, relaciones con instituciones, procedimientos judiciales, selección de personal, entre otros. Como conclusión de los análisis realizados, no se detectaron casos de corrupción dentro del Grupo Telecom.			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, 3.3. Todos los empleados son informados sobre las políticas y procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción.		OK	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
<b>RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>					
<b>Salud y seguridad de los clientes</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 5.5, 10.2			
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	5.5, 10.2. Los controles realizados se aplican de manera integral en todo el negocio, y no por categorías de productos y servicios.			6.7.1, 6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8

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 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.		OK	4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8
<b>Etiquetado de los productos y servicios</b>					
<b>Enfoque de gestión</b>		3.7, 4.4, 5.3, 5.5, 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, 5.3, 5.5, 10.2. Los teléfonos celulares adquiridos y comercializados por Telecom Personal cumplen con las normas vigentes de los organismos gubernamentales de competencia como el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), Normas IRAM, Certificado de Seguridad Eléctrica del INTI, entre otros. Esto aplica tanto para la producción nacional (para el caso de ensamblado en Tierra del Fuego) como para los equipos importados, y también para el etiquetado o descripción de producto, composición y origen de los componentes, packaging y embalaje. Adicionalmente cuentan con una guía de información sobre seguridad y el correcto uso del producto. Además, los mismos cumplen con las normas norteamericanas de la Federal Communications Commission (FCC) y de la Comunidad Europea (CE).			6.7.1, 6.7.2, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.9
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	No se registran reclamos significativos relacionados con incumplimientos de la regulación o códigos voluntarios relativos a la información y etiquetado de los productos y servicios.			4.6, 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.	5.3		OK	6.7.1, 6.7.2, 6.7.6
<b>Comunicaciones de marketing</b>					
Enfoque de gestión		4.4, 5.3, 5.6			
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	En ningún caso la organización comercializó durante 2015, productos prohibidos en algún mercado, cuestionado por algún grupo de interés o que haya sido objeto de debate público.			No aplica.
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 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.		OK	4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.3
<b>Privacidad de los clientes</b>					
Enfoque de gestión		3.8, 4.4, 5.5			
G4-PR8	Número de reclamos 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 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.		OK	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 Medioambiente
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 Empleados 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 2015 del Grupo Telecom
<b>DERECHOS HUMANOS</b>	Principio 1 - Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	3.3, 6.2, 6.3, 6.6, 8.4, 9
	Principio 2 - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	6.2, 6.3, 6.6, 8.3, 8.4
<b>TRABAJO</b>	Principio 3 - Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	6.5, 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 Ética y Conducta, 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, 6.9, 6.11, 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 Ética y Conducta, 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.	4.5, 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 Ética y Conducta, 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.	3.3, 6.2, 8.3. No se registran reclamos significativos relacionados con incidentes por discriminación.
<b>MEDIOAMBIENTE</b>	Principio 7 - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.	10.1, 10.2, 10.8
	Principio 8 - Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	5.4, 5.5, 10.3, 10.4, 10.8
	Principio 9 - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.	5.4, 5.5, 5.6, 10.2, 10.3
<b>ANTI-CORRUPCIÓN</b>	Principio 10 - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	3.2, 3.3, 3.4. El Código de Ética y Conducta establece que la Sociedad no realizará aportes ni contribuciones a partidos o agrupaciones políticas. La Política Anticorrupción prohíbe específicamente ofrecer, prometer, pagar, entregar o autorizar la entrega, o aceptar, pretender o solicitar, directa o indirectamente, compensaciones, regalos, beneficios económicos personales o de otro tipo a/de funcionarios públicos para influenciar una decisión oficial o de negocio o para obtener o retener un negocio o cualquier otra ventaja. En la misma Política se define como funcionario público a cualquier partido político, funcionario, empleado o persona que actúe por o en nombre de un partido político o sea candidato a un cargo público (como, por ejemplo, candidatos a cargos electivos, miembros de cualquier partido político y funcionarios con funciones administrativas contratados por partidos políticos).

## VERIFICACIÓN EXTERNA

Informe De  
Seguridad  
Independiente

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

**Introducción**

Hemos sido contratados por los directores de Telecom Argentina S.A. para realizar un encargo de seguridad limitada sobre cierta información contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2015 por el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2015. La preparación del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2015 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 2015 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 2015:

- indicadores claves detallados en la Tabla de indicadores GRI, identificados con el símbolo ✓;
- 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 2015;
- haber establecido como criterio para el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2015 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 2015 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 (FACCPCE) 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.

**Independencia y Control de Calidad**

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la Federación Internacional de Contadores (IFAC por sus siglas en inglés).

Nuestra firma mantiene, de acuerdo con la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (ISQC 1 por sus siglas en inglés), un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados en relación con el cumplimiento de requisitos éticos, normas profesionales y regulación aplicable.

**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 período 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 períodos anteriores o con relación a objetivos y proyecciones futuras. No hemos realizado ningún trabajo fuera del alcance acordado y por ello, nuestra conclusión se limita solamente a la información de sustentabilidad identificada y revisada.

**Conclusión**

Sobre la base del trabajo descrito en el presente informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que la información sujeta a análisis, incluida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2015 de Telecom Argentina S.A., referente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2015, 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, 9 de Mayo de 2016

PRICE WATERHOUSE & CO.  
ASESORES DE EMPRESAS S.R.L.

(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A.T.º 1º Pº 18  
Jorge C. Bacher  
Contador Público (UBA)  
C.P.C.E.C.A.B.A.T.º 7º Pº 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 mandatario de PwCIL ni de cualquier otra firma miembro de la red.

## 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.

**4G:** Es la cuarta generación de tecnologías de telefonía móvil, sucesora de 2G y 3G, y se diferencia por su capacidad para proveer velocidades de acceso mucho más elevadas.

**AA1000SES:** Esta norma brinda un marco para ayudar a las organizaciones a asegurarse del compromiso e involucramiento de sus grupos de interés.

**AccountAbility:** Organización que ofrece soluciones innovadoras en materia de responsabilidad social.

**ADR:** American Depositary Receipt. Título físico que respalda el depósito en una institución financiera estadounidense de acciones de sociedades constituidas fuera de Estados Unidos.

**ADS:** American Depositary Shares. Son las acciones subyacentes al ADR.

**AFTIC:** Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

**AMBA:** Área Metropolitana de Buenos Aires. Esto es Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

**APN:** Administración Pública Nacional.

**Assessment:** Instrumento para evaluar el 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.

**Bullying:** Acto que daña deliberadamente a otra persona, de manera física o psicológica: acosar, molestar, denigrar, hostigar, humillar, agredir físicamente o verbalmente a alguien.

**Capture Cam:** Captura de video.

**CEAMSE:** Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado.

**CEPETEL:** Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicaciones.

**Cloud:** 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.

**CNV:** Comisión Nacional de Valores.

**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:** Consiste en comunicar a los grupos de interés los avances que una empresa ha logrado en la aplicación de los 10 Principios del Pacto Mundial en sus actividades.

**Customer Care:** Servicio de atención posventa orientado al cuidado del cliente.

**Cyberbullying:** Es el uso de medios de comunicación para acosar a un individuo o grupo, mediante ataques personales u otros medios. Puede constituir un delito penal.

**Datacenter:** Centro de procesamiento de datos. Lugar donde se encuentra y se mantiene el equipamiento IT (servidores, 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.

**Datacentric.** Visión centrada en el cliente.

**E-Learning:** Educación a distancia completamente virtualizada a través de Internet.

**ECO-DECT:** La tecnología ECO DECT, de Gigaset, es una nueva tecnología que reduce la potencia de consumo y transmisión de los teléfonos.

**ENACOM:** Ente Nacional de Comunicaciones.

**Espectro:** El espectro radioeléctrico es la clasificación o la división en bandas de las frecuencias de propagación de las ondas electromagnéticas que permiten las comunicaciones inalámbricas (radio, televisión, Internet, telefonía móvil, televisión digital terrestre, etc.)

**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.

**Fibra óptica (FO):** 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. 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.

**FOETRA:** Federación de Obreros y Empleados de Telecomunicaciones.

**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.

**Front:** Comprende al personal de atención al cliente en forma directa.

**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.

**Gaming:** El acto de jugar videojuegos.

**Gap Analysis:** Comparación entre los resultados actuales con los potenciales o esperados.



**GRI:** Global Reporting Initiative (Iniciativa de Reporte Global). Es una organización holandesa que impulsa la elaboración de Reportes de Sustentabilidad y que establece los principios e indicadores que se pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.

**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).

**GWh:** Gigavatio hora. Se utiliza para medir el consumo de energía eléctrica de grandes países o empresas.

**Hosting:** Es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.

**HSDPA:** High Speed Downlink Packet Access. Es una optimización de la tecnología UMTS, que permite mejorar la velocidad de bajada de datos.

**Housing:** Es una modalidad de alojamiento web destinado principalmente a grandes empresas y a empresas de servicios web.

**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.

**IP:** Internet Protocol (Protocolo de Internet). Método de comunicación por el cual los datos son transmitidos entre dos puntos vía Internet.

**ISO 26000:** Guía que proporciona orientación sobre cómo poner en práctica e integrar la Responsabilidad Social en cualquier empresa u organización del mundo. 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.

**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.

**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 y seguridad, y optimiza el espectro mediante su uso flexible.

**Macroestructura:** Comprende a las personas que ocupan los puestos manageriales del Grupo Telecom (Directores, Gerentes y Gerentes de Proyecto).

**Machine to Machine:** Intercambio de información en formato de datos entre dos máquinas remotas.

**Neoportal:** Intranet que utilizan los colaboradores del Grupo Telecom.

**NYSE:** *New York Stock Exchange*. Bolsa de Valores de Estados Unidos.

**PAC:** Programa de Asistencia al Colaborador. Este programa del Grupo Telecom ayuda a los colaboradores a manejar diferentes situaciones de manera oportuna y eficaz. Es gratuito y confidencial, y brinda asistencia en 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 Naciones Unidas:** Instrumento de las Naciones Unidas que busca promover la creación de una ciudadanía corporativa global, y fomenta el cumplimiento de 10 principios de conducta sobre derechos humanos, condiciones laborales, medioambiente y anticorrupción.

**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.

**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.

**SEC:** Securities Exchange Commission. Comisión de Valores de Estados Unidos de América.

**SMS:** Short Message Service (Servicio de Mensajes Cortos). Servicio que permite el envío de mensajes cortos entre teléfonos móviles.

**Sostenibilidad:** Ver definición de "Sustentabilidad".

**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.

**Streaming de video:** 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.

**Softskills:** Habilidades sociales que permiten a los profesionales relacionarse en un ámbito laboral.

**Sustentabilidad:** 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 Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medioambiente y Desarrollo de Naciones Unidas. 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.

**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.

**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.

**USSD:** Unstructured Supplementary Service Data (Servicio Suplementario de Datos no Estructurados). Es un servicio para el envío de datos a través de móviles GSM.

**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.

**Wholesale:** Negocio mayorista.

**WIMAX:** Tecnología que posibilita el acceso a Internet de Banda Ancha de forma inalámbrica.

**WWF:** World Wildlife Fund (Fondo Mundial para la Naturaleza).



## **12. QUEREMOS ESTAR COMUNICADOS**

Nos interesa su opinión.

Lo invitamos a que acerque sus comentarios sobre este Reporte, enviando un mail a [rse@ta.telecom.com.ar](mailto:rse@ta.telecom.com.ar).

### **Elaboración del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2015**

Publicado en mayo de 2016

#### **Coordinación General:**

Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria

Dirección de Comunicación y Medios

Grupo Telecom

[rse@ta.telecom.com.ar](mailto:rse@ta.telecom.com.ar)

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

#### **Equipo de elaboración:**

Grupo Operativo de RSE

#### **Facilitadores Externos:**

Reporte Social

[www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

#### **Diseño e impresión:**

FP Impresora

Este Reporte fue impreso con papel FCA, elaborado con fibras celulósicas alternativas provenientes del bagazo de la caña de azúcar.