

CONEXIONES QUE TRANSFORMAN /

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD **2016**

Cablevisión

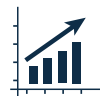
Fibertel

Sobre este Reporte



Nuestro compromiso:

Dialogar con nuestros grupos de interés para crear valor compartido



Objetivo del Reporte de Sustentabilidad:

Informar de manera transparente y sistematizada nuestro desempeño económico, social y ambiental, alimentando el diálogo y la gestión sustentable de nuestro negocio



Elaboración:

Proceso de mejora continua desarrollado en forma colaborativa con todas las áreas de la compañía. Iniciamos un proceso de relevamiento de indicadores en 2012, un primer ejercicio interno de reporte sobre la gestión 2015 llegando a este primer Reporte de Sustentabilidad sobre la gestión 2016



Estándares internacionales:

- Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative – GRI) opción de conformidad "Esencial" y Suplemento Sectorial de Medios
- Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas 2015-2030
- 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas
- Norma ISO 26000:2010 de Responsabilidad Social



Análisis de Materialidad:

Desarrollamos una encuesta online en base a los temas clave para la sustentabilidad de nuestra organización, alcanzando a 1.778 personas de los siguientes grupos de interés: empleados, clientes, proveedores y miembros de instituciones, referentes de la temática en otras compañías y académicos.



Alcance:

Todas las actividades del Grupo Cablevisión en Argentina y Uruguay



Período cubierto:

Enero a diciembre 2016.



Contacto:

sustentabilidad@cablevision.com.ar

Indice

UN COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE NUESTRO PAIS	02
EMPRESA LIDER DE TELECOMUNICACIONES	03
ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD 2020	13
NODO: INFRAESTRUCTURA, CLIENTES, EMPLEO Y DESARROLLO PRODUCTIVO	22
LAB: INCLUSION DIGITAL E INNOVACION SOCIAL	44
BIO: MEDIO AMBIENTE	68
CONECTATE CON NUESTROS ALIADOS	77
INDICE DE CONTENIDOS GRI Y ESTANDARES INTERNACIONALES	81
CONVERSACIONES QUE TRANSFORMAN	102



Un compromiso con el desarrollo del país

En Cablevisión buscamos realizar un aporte significativo y genuino al desarrollo de nuestro país. Creemos en la capacidad de las telecomunicaciones de dinamizar las economías locales, promover el desarrollo tecnológico y fomentar la innovación social.

Conexiones que Transforman, nuestra Estrategia de Sustentabilidad a 2020, materializa los compromisos por los que venimos trabajando y los desafíos que tenemos por delante. Pone el foco en la capacidad de personas, organizaciones y redes de potenciar la creación de valor compartido a través de conexiones robustas, dinámicas y sustentables.

En este primer Reporte de Sustentabilidad, que hoy tengo el orgullo de compartir con ustedes, informamos el trabajo que venimos realizando en el marco de nuestra estrategia, junto con nuestro desempeño económico, social y ambiental. Si bien esta es nuestra primera publicación, desde 2001 desarrollamos programas, iniciativas y alianzas que buscan poner nuestra tecnología y conocimiento al servicio de la sociedad argentina.

Desde nuestra compañía, la contribución más importante se enfoca en el desarrollo y fortalecimiento de la infraestructura en telecomunicaciones más robusta e innovadora del país a partir de inversiones sostenidas que garantizan conectividad a través de servicios de internet de calidad. En los últimos 10 años, invertimos más de 3 mil millones de dólares.

Estamos en un momento de grandes oportunidades para el negocio, y convertirnos en la empresa líder de telecomunicaciones en Argentina, significa también acompañar el desarrollo de las personas que forman parte de nuestra organización y de nuestra comunidad.

En este marco, en el capítulo LAB presentamos las iniciativas que impulsamos para la inclusión digital y la innovación social, habiendo brindado más de 14.000 conexiones gratuitas a escuelas, hospitales y centros de salud, sedes de bomberos y de la Cruz Roja, y a organizaciones de la sociedad civil.

En NODO, profundizamos nuestro trabajo para brindar el mejor servicio a nuestros clientes, habiendo logrado un aumento de Internet de 40% a 77% en hogares de nuestra red; y las iniciativas desarrolladas para generar empleo de calidad e inclusión laboral, y promover el desarrollo productivo.

Por último, en BIO compartimos cómo estamos abordando el desafío de la inclusión digital gestionando a la vez el impacto ambiental de nuestras operaciones. Esto se ve reflejado en las acciones para reducir, reutilizar y reciclar materiales, mejorar la eficiencia energética y gestionar nuestros residuos trabajando en alianza con cooperativas.

Ofrecemos esta información en las páginas de nuestro reporte, desarrollado en base a estándares internacionales de transparencia y sustentabilidad. De esta forma, manifestamos nuestro compromiso con la nueva Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 y la contribución que podemos hacer como empresa de telecomunicaciones.

Además, a través de este informe presentamos nuestro compromiso con el Pacto Global de Naciones Unidas, al cual adherimos en 2016. En el último capítulo podrán encontrar la tabla detallada de los indicadores de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) que reportamos, junto con los demás estándares internacionales incluidos.

Los invitamos entonces a conocer de qué manera buscamos generar conexiones transformadoras de nuestro entorno y a continuar la conversación a través de la encuesta al final del reporte. Agradecemos a todos nuestros colaboradores, clientes, proveedores, comunidades y demás grupos de interés, que se suman a este desafío de generar valor compartido para un desarrollo sustentable.

Carlos Moltini
Gerente General de Cablevisión

01

EMPRESA LIDER EN TELECOMUNICACIONES

Buscamos brindar de forma competitiva servicios de conectividad y distribución de contenidos, a través de tecnologías y dispositivos innovadores que contribuyan al desarrollo cultural, económico y social del país.

- **#Nosotros**

Somos la empresa argentina de telecomunicaciones líder en nuestro país, habiendo invertido 3.067 millones de dólares en infraestructura en los últimos 10 años.

- **#Nuestros productos**

Más de 3,5 millones de abonados de cable y más de 2 millones de abonados de Internet.

- **#Desempeño económico**

30.571,19 millones de pesos en ventas netas.

- **#Nuestra historia**

35 años de servicio.

- **#Transparencia y gobierno corporativo**

100% de nuestros empleados alcanzados por el Código de Ética y Comportamiento.



#CLIENTES

Cablevisión

Servicio de
televisión por cable
**+3,5 millones
clientes**

Fibertel

Internet de
banda ancha
**+2 millones
clientes**

FiberCorp

Soluciones integrales
a empresas, comercios,
profesionales y
organismos públicos
**+41.000
clientes**

nextel

Telefonía móvil
**731.000
abonados
post pago**



37 canales
con periodistas y
técnicos locales

#COMUNIDAD

+90 localidades

en **12 provincias de la Argentina y C.A.B.A.¹**
y presencia en **Uruguay**

7,8 millones de hogares
alcanzados por la red de cable de Cablevisión

#NOSOTROS

**SOMOS LA EMPRESA ARGENTINA DE
TELECOMUNICACIONES LÍDER EN EL MERCADO,
CON PRESENCIA TAMBIÉN EN URUGUAY.**

#EMPLEO



11.445
empleados en
**Argentina
y Uruguay**

Inversiones de

3.067 millones
de dólares
en los últimos 10 años
#INFRAESTRUCTURA

6,1 millones
de hogares

cableados con red de 2 vías con anchos de banda
iguales o mayores a 750 MHz, de los cuales el **60%**
ya se encuentran a 1 Ghz y se está trabajando en
la migración de los restantes.

#INNOVACION

¿EN QUÉ CREEMOS?

MISIÓN

Ser elegidos por brindar las
tecnologías más confiables para
que todos puedan acceder a los
contenidos que quieran, con la
mejor atención y servicio.

VISIÓN

Ser la mejor conexión de
nuestros clientes con el mundo,
de una manera simple, en cualquier
momento, lugar y dispositivo.

VALORES

- Compromiso con el cliente
- Compromiso con nuestra gente
- Espíritu flexible
- Vocación por la simplicidad
y la innovación
- Creación de valor sostenible

**Nos hemos transformado en una
de las principales empresas de
telecomunicaciones de la región,**
brindando servicios de tv paga,
internet y telefonía mediante una
red única.

Buscamos convertirnos en un
jugador pleno de la industria de
telecomunicaciones convergentes,
capaz de brindar de forma
competitiva los diferentes servicios
de conectividad y distribución de
contenidos, a través de las tecnologías
y los dispositivos más innovadores
para contribuir al desarrollo cultural,
económico y social del país.

1.2

#NUESTROS PRODUCTOS

CABLE, INTERNET Y TELEFONIA MOVIL

Cablevisión

Servicio de televisión por cable

Cablevisión Clásico: más de 70 canales con propuestas para todos los gustos, pensadas para para disfrutar en familia.

Cablevisión HD: brinda más de 180 canales con los mejores contenidos, más de 50 señales en alta definición y acceso a canales Premium. Además brinda la plataforma On Demand² para acceder a estrenos y películas en el momento que el cliente lo desee.

Cablevisión FLOW: ofrece la posibilidad de ver la tele en vivo y contenidos a demanda con nuevas funcionalidades desde cualquier dispositivo. Todo integrado en una plataforma moderna e intuitiva para disfrutar del mejor entretenimiento.

FiberCorp

Soluciones integrales a empresas, comercios, profesionales y organismos públicos

Foco en el desarrollo y la innovación de productos corporativos, brindando soluciones de valor agregado.

Amplia red de comunicaciones para el transporte de datos, voz y video, brindando acceso dedicado a Internet, infraestructura como conexiones dinámicas, acceso simétrico y video vigilancia IP, entre otros.

Fibertel

Internet de banda ancha

Fibertel 12 megas

Velocidad de subida hasta 1,5 Kbps

Diseñado para descarga de archivos pesados, visualización de videos, video conferencia, Redes sociales, entre otros.

Fibertel 25 megas

Velocidad de subida hasta 3 Mbps

Diseñado para usos intensivos y para varios dispositivos en simultáneo

Fibertel 50 megas

Velocidad de subida hasta 6 Mbps

Diseñado para múltiples usuarios con muchos dispositivos en simultáneo

Servicio Adicional

Fibertel zone: es el primer circuito WiFi de la Argentina y permite a los usuarios navegar en forma gratuita a la mejor velocidad en bares, restaurantes, cines, gimnasios, plazas y muchos lugares más.

nextel

Servicios móviles

Servicios móviles a través de una Red Mejorada Digital Integrada que brinda tecnología “push to talk”.



37 canales con periodistas y técnicos locales³

Programación orientada a informar acerca de lo que ocurre en cada comunidad.

Promoviendo la mirada y la identidad local

Con la mirada puesta en la **promoción de los derechos culturales locales**, a través de los Canales Somos buscamos reflejar la identidad y realidad de las comunidades de distintos puntos del país y promover la elaboración de contenidos locales.

Actualmente, esta red de contenidos locales cuenta con **37 Canales SOMOS**. Trabajamos en el desarrollo progresivo de los canales de televisión y noticieros locales en numerosas localidades de la Argentina, a través de las siguientes iniciativas:

- ▶ Empleo a 358 personas.
- ▶ Impulso a la producción periodística y cultural local en un contexto de globalización de contenidos.
- ▶ Producción de noticieros locales, cubriendo los eventos políticos, deportivos y culturales más importantes de cada zona
- ▶ Intercambio de noticias que potenciar el carácter federal de la red.

- ▶ Más de un millón de dólares invertidos al año en tecnología de punta, equipamiento técnico, incorporación de nuevas cámaras, y sistemas de edición y emisión.
- ▶ Capacitación de primera línea sobre las nuevas tecnologías, realizadas en distintos puntos del país nucleando a los técnicos de cada ciudad.
- ▶ Incorporación progresiva del sistema HD. En 2016 se incorporó en los canales "Somos Zona Norte" y "Somos La Plata, Berisso y Ensenada".

3- A inicios de 2017 se inauguraron dos nuevos canales Somos: uno que cubre los municipios del Gran Buenos Aires Oeste y otro para Gran Buenos Aires Sur.

1.3

#DESEMPEÑO ECONOMICO
30.571,19 MILLONES EN VENTAS NETAS

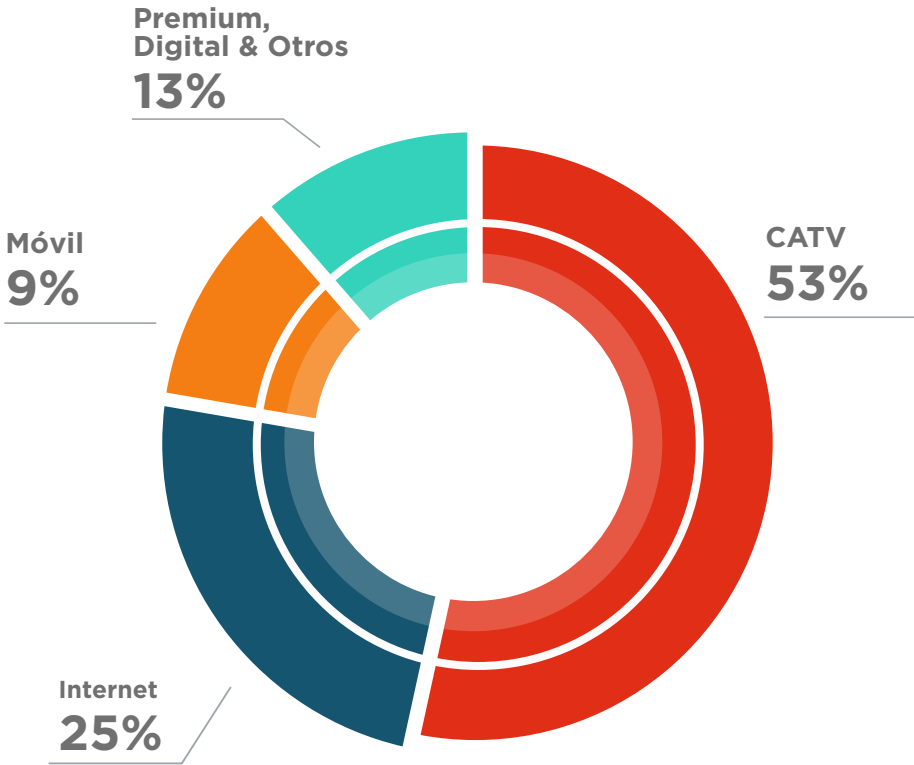
Principales indicadores económico-financieros 2016 (millones de pesos)	
Inversión ⁴	8.712,68
Ventas netas	30.571,19
Ganancia del período	4.107,05
EBITDA	10.930,85
Gastos operativos (Pagos realizados a terceros por materias primas, instalaciones y servicios adquiridos. Se incluyen también alquileres de propiedades, tasas de licencias, regalías y subcontratación de empleados.)	12.052,44
Sueldos y prestaciones de los empleados	5.388,77
Pagos a los proveedores de capital ⁵	8.953,80
Pagos a los gobiernos (impuestos) ⁶	4.294,34
Capitalización	
Patrimonio neto	11.707,58
Préstamos corrientes	8.579,45
Préstamos no corrientes	979,09
Capitalización Total	21.266,12

“

Con la mirada puesta en el largo plazo, nuestra estrategia de negocios se centra en continuar actualizando nuestras redes para mejorar la calidad del servicio prestado a nuestros clientes e incrementar nuestra penetración en el negocio de banda ancha, donde haya potencial para el crecimiento futuro.

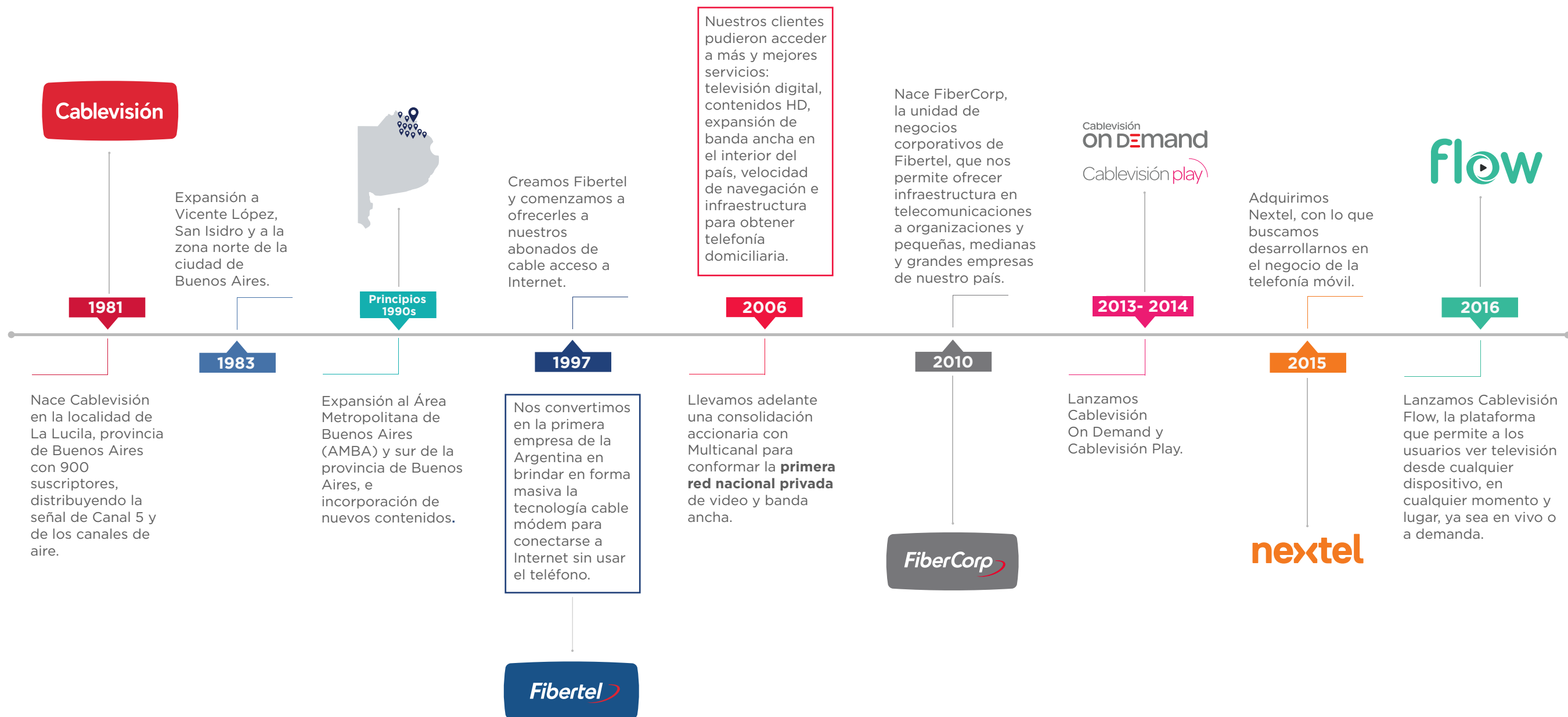
”

Apertura de ventas por tipo de ingreso 2016



4-Considera inversiones en propiedad, planta y equipo, neto de bajas.
5-Incluye pago de dividendos, cancelación de capital e intereses de préstamos.
6-Corresponde a impuestos y tasas nacionales, provinciales y municipales.

1.4 #NUESTRA HISTORIA MAS DE 35 AÑOS DE SERVICIO



1.5

#TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO

Cablevisión es una sociedad anónima constituida conforme a la Ley de Sociedades Comerciales de Argentina. Somos el operador de sistemas múltiples (MSO)⁷ más grande de la Argentina y uno de los más grandes de Latinoamérica. Nuestra sede social está ubicada en Gral. Hornos 690, Buenos Aires, Argentina.

Principales accionistas:

Grupo Clarín S.A. y Fintech Media LLC, tienen un 34,4% y 14,3% de nuestro capital accionario con derecho a voto, respectivamente. Además, Grupo Clarín y Fintech son titulares cada una de un 50% de la participación en VLG Argentina LLC que, a su vez, tiene el 51,3% de nuestro capital con derecho a voto.

El Directorio de Cablevisión está compuesto por diez directores titulares y nueve directores suplentes. Estos permanecen en el cargo por el término de un ejercicio fiscal, y pueden ser reelegidos sin límite.⁸

Según los requisitos de la Comisión Nacional de Valores sobre el Código de Gobierno Societario, confeccionamos el informe correspondiente a cada ejercicio, y lo incluimos en los Estados Financieros de Cablevisión S.A.

Directorio de Cablevisión S.A.	
Alejandro Alberto Urricelqui	Presidente del Directorio
Sebastián Sánchez Sarmiento	Vicepresidente del Directorio
Carlos Alberto Moltini	Director titular
Jorge Carlos Rendo	Director titular
Ignacio Rolando Driollet	Director titular
Pablo César Casey	Director titular
Francisco Iván Acevedo	Director titular
Alejandro Manuel Estrada	Director titular
Carolina Susana Curzi	Director titular
Facundo Martín Goslino	Director titular
María Leonor Rodríguez Pratt	Director suplente
Alejandro Carlos Estrada	Director suplente
Juan Martín Vico	Director suplente
Horacio Eduardo Quirós	Director suplente
Martín Gonzalo Etchevers	Director suplente
Sebastián Bardengo	Director suplente
Marcelo Trivarelli	Director suplente
Madeleine Blehaut	Director suplente
María Pía Arce Paniagua	Director suplente

Autoridades Ejecutivas Senior	
Carlos Alberto Moltini	Gerente General
Gonzalo Hita	Chief Operating Officer
Juan Martín Vico	Gerente de Administración y Finanzas

Comité Ejecutivo:

Órgano de asesoramiento operativo sin distribución de cargos.

Comité Ejecutivo	
Carlos Alberto Moltini	Gerente General
Gonzalo Hita	Gerente de Operaciones y áreas Comerciales
Miguel Fernández	Gerente de Tecnología
Gustavo González	Gerente de Nuevos Negocios
Gustavo Buezas	Gerente de RRHH
Juan Martín Vico	Gerente de Administración y Finanzas
Pablo Silva	Gerente de Operaciones
Antonio Álvarez	Gerente de Programación

7- Un MSO es una empresa que es propietaria de sistemas de cable múltiples en diferentes lugares bajo el control y la administración de una única organización común.

8-Para más información ver la Memoria de Cablevisión S.A., que incluye el Informe sobre el grado de cumplimiento del código de gobierno societario, disponible en <http://institucional.cablevisionfibertel.com.ar/section/view/1296>.

Nuestra participación en asociaciones empresariales

- ▶ Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y asociaciones provinciales.
- ▶ Cámara Argentina de Bases de Datos y Servicios en Línea (CABASE).
- ▶ Organización de Asociaciones y Empresas de Telecomunicaciones para América Latina (TEPAL).
- ▶ Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA).
- ▶ Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República Argentina (AMCHAM).
- ▶ Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)

Código de Ética y Comportamiento

Nuestro Código establece principios y lineamientos para guiar a nuestros empleados en las diversas situaciones que atraviesan en la empresa. Incluye cuestiones vinculadas con conflictos de interés, relaciones políticas y gubernamentales, protección de los bienes de la empresa, divulgación de información confidencial, opinión sobre cuestiones públicas o actos desleales hacia la empresa. Abarca también el

compromiso con los grupos de interés con los que nos relacionamos: accionistas, gobierno, empleados, clientes, proveedores, la comunidad en general y el ambiente.

En este marco contamos con mecanismos para recibir, en forma personal o por medios electrónicos, denuncias de conducta ilícita o antiética, garantizando en todo momento altos estándares de confidencialidad e integridad. Las líneas para denuncias son administradas por el área de Auditoría Interna, que las canaliza en forma anónima y confidencial.

Durante 2016 no se recibieron denuncias sobre violaciones al Código, ni quejas relacionadas con los derechos humanos canalizadas a través de la línea de denuncias.

Con el fin mejorar los procesos para garantizar la confidencialidad e integridad de las denuncias recibidas, a partir de 2017 pondremos en marcha una Línea Ética gestionada por un tercero independiente. Este canal permitirá la recepción de las denuncias a través de tres canales principales y asegurará el anonimato de la persona que realiza la denuncia: una línea telefónica gratuita, una página web y un correo electrónico de uso exclusivo para la compañía.

Además, se implementará un procedimiento para analizar y administrar las denuncias recibidas, y un plan de comunicación para informar y capacitar a todos los colaboradores.

Canales de denuncias



Por e-mail:
denuncias@cablevision.com.ar



Por teléfono:
(011) 5530-6555 o Interno 16555
(fuera del horario de 9 a 18hs., funciona como buzón de mensajes).



Por escrito:
Gerencia de Auditoría Interna
Gral. Hornos 690, 9° Piso – C.A.B.A.

1.6

#PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2016

AMDIA

Premio AMDIA. Categoría Bronce para
“Hinchas de TV, campaña de marketing directo”.

Cámara de Anunciantes de Uruguay

Premio Campana de Oro para
“Todos tenemos algo de Luis”.

Cimientos

Reconocimiento Educación por
Acompañamiento a la Fundación en la construcción de un mejor país para todos los argentinos.

Clarín

Premios Clarín Creatividad. Categoría Oro para
“Día de Internet”.

Colegio Madre Teresa

Reconocimiento para
Compromiso de Cablevisión con la educación de los niños y jóvenes más vulnerables de Virreyes.

Editorial Dossier

Premios Lápiz. Categoría Plata para
“I love Tele”.

Federación de las Asociaciones de Marketing

Directo e Interactivo de América Latina (ALMADI)
Premio Amauta. Categoría plata para
“Hinchas de TV, Marketing integrado y uso de múltiples medios”.

FIAP

Premio Sol de Plata, categoría Plata para
“Versus – Cablevisión Play”.

Foro Ecuménico Social

Premio al Emprendedor Social - Categoría Educación para
Programa “Puente Digital” de nuestro Lab de Inclusión Digital e Innovación Social, en el partido de San Martín.

Foro Latinoamericano de Comunicación Interna

Premio Crear a la Innovación y Mejores Prácticas de Comunicación Interna – Tercer puesto.

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Reconocimiento por
Compromiso con la empleabilidad de los jóvenes.

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires

Reconocimiento por
Acciones en Responsabilidad social y Sustentabilidad Empresarial en beneficio de los vecinos de la Provincia.

Grupo Sol Comunicaciones

Premio Conciencia - Mención de Honor por
Programa “Compás para el Uso de Internet” para la promoción de la ciudadanía digital, cuidado y desarrollo de conciencia crítica en el uso de internet.

Kenwin

Certificación COPC (Customer Operation Performance Center).

Recertificación 2016 con alcance a Customer Service, Soporte Técnico, Ventas entrantes, Contención, Call Backs, Ventas Salientes, Recupero Redes Sociales y Backoffice. Beneficio de recertificación bi-anual por proceso donde no se han encontrado no conformidades mayores.

Mercer

Reconocimiento al Compromiso por
Superar el 80% de favorabilidad en el índice de compromiso de nuestra Encuesta Interna de Opinión (EIO) 2016.

Red de Pacto Global de Naciones Unidas en la Argentina

Buenas prácticas empresariales de empoderamiento de las mujeres
Seleccionados para publicación de marzo 2017 con el Programa de Diversidad con foco en igualdad de género.

Revista Apertura

Mejores empleadores 2016. Puesto 43 en la categoría “Más de 1.000 empleados”.

Revista Apertura y BDO

Reconocimiento CFO del Año

Reconocimiento a la gestión de riesgo, capacidad de anticipación, trayectoria y obtención de resultados, liderazgo y manejo de liquidez en contexto inflacionario, innovación, visión a mediano y largo plazo y generación de confianza entre los actores que otorgan crédito o recursos financieros, a nuestro CFO, Juan Martín Vico, otorgado a partir de un relevamiento a ejecutivos y referentes del mundo financiero.

Revista Imagen

Premio Eikon – Azul en Categoría Relaciones con la prensa por

Campaña “Día de Internet”.

Revista Information Technology

Empresa N°1 de Telecomunicaciones en la Argentina a:

Fibercorp. Además, primer puesto en las categorías de Innovación y Estrategia, y una destacada performance en Soporte, Producto y Precio.



02

Estrategia de Sustentabilidad 2020

Creemos en la capacidad de las telecomunicaciones de dinamizar las economías locales, promover el desarrollo tecnológico y fomentar la innovación social.

- **#Conexiones que Transforman**

Nuestra Estrategia de Sustentabilidad 2020 se compone de 3 grandes ecosistemas en los que las telecomunicaciones pueden contribuir a generar valor compartido para el desarrollo sostenible: **LAB, NODO y BIO**.

- **#Conversaciones que Transforman**

Dialogamos de forma constante con los distintos grupos de interés de la compañía.

- **#Objetivos de Desarrollo Sostenible**

Nuestra contribución a los ODS se centra en el Objetivo 9 y se materializa en dos aspectos clave: desarrollo de infraestructura en telecomunicaciones robusta e innovadora, e inclusión digital e innovación social.



2.1 #CONEXIONES QUE TRANSFORMAN ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD 2020

Política de Sustentabilidad: el marco de nuestra estrategia

Creemos en participar activamente de la contribución que la industria de las telecomunicaciones puede hacer al desarrollo sustentable de la Argentina, atendiendo a las expectativas de los diferentes grupos de interés.

Entendemos a la sustentabilidad como un modelo de gestión que promueve el respeto por las personas, las comunidades y el ambiente, buscando que el desarrollo del negocio contribuya a la construcción de una sociedad más equitativa, inclusiva y sustentable.

Nuestra Política de Sustentabilidad pone el foco en la **capacidad de personas, organizaciones y redes de potenciar la creación de valor compartido a través de conexiones robustas, dinámicas y sustentables.**

Creemos en la capacidad de las telecomunicaciones de dinamizar las economías locales, promover el desarrollo tecnológico y fomentar la innovación social.

En este marco, el Gobierno Corporativo comprende los compromisos éticos de la compañía, la transparencia sobre la gestión conforme a esos compromisos y la construcción de una cultura de sustentabilidad que garantice el cumplimiento de los compromisos en cada decisión de negocio y en cada acción.

“Conexiones que Transforman”

nuestra Estrategia de Sustentabilidad 2016-2020, busca definir nuestro rol en el desarrollo sustentable de Argentina, con especial foco en nuestra identidad como empresa nacional de telecomunicaciones.

Nuestro compromiso se materializa en 3 grandes ecosistemas:
LAB, **NODO** y **BIO**.



¿Cómo diseñamos esta estrategia?

Diálogos con grupos de interés, entrevistas en profundidad, diagnósticos, benchmark, el primer ejercicio integral de Reporte de Sustentabilidad como herramienta de gestión, y seis meses de talleres de construcción participativa.

Todas las iniciativas que desarrollamos buscan ser:

- ▶ Co-creadas
- ▶ Sustentables
- ▶ Escalables
- ▶ Medibles
- ▶ Responsables en la comunicación
- ▶ Tecnológicas con base en Internet
- ▶ Inclusivas y valoran la diversidad
- ▶ Creadoras de valor compartido
- ▶ Enfocadas en jóvenes y grupos vulnerables

Los jóvenes, nuestra prioridad

Conexiones que Transforman se centra en los jóvenes, quienes se encuentran altamente involucrados con la compañía en el rol de clientes, proveedores, colaboradores y potenciales talentos. Además, los jóvenes utilizan la tecnología para transformar su entorno, y acompañan en su uso a niños, niñas y adultos mayores. A su vez, según la OIT,⁹ 3 de cada 7 jóvenes en Argentina no termina el secundario ni tiene continuidad laboral. Estamos especialmente comprometidos con acompañar a los jóvenes a desarrollarse en interacción plena con su entorno impulsados por la tecnología.



Gestión de la Sustentabilidad: ¿Cómo trabajamos?

- ▶ **Gobierno corporativo comprometido:** con el aval de la Dirección General, que garantiza coherencia entre la mirada de sustentabilidad y el desarrollo del negocio.
- ▶ **Estrategia de Sustentabilidad** quinquenal.
- ▶ **Gerencia de Comunicaciones Externas con un Área de Responsabilidad Social & Sustentabilidad,** con presupuesto a cargo.
- ▶ **Transparencia,** comunicación y rendición de cuentas de los resultados.
- ▶ **Compromiso con iniciativas y estándares internacionales de sustentabilidad.** Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas a 2030; Pacto Global de Naciones Unidas; Iniciativa de Reporte Global (GRI); entre otros.
- ▶ **Alianza** y trabajo conjunto con organizaciones de la sociedad civil, actores de gobierno, academia y otras empresas.
- ▶ **Diagnósticos y evaluaciones** en todas las iniciativas desarrolladas, en alianza con expertos en la temática, y en permanente diálogo con los posibles aliados y organizaciones beneficiarias.

Construir conocimiento que transforma

Junto a nuestros socios estratégicos, desarrollamos una metodología de trabajo basada en el diagnóstico y la búsqueda de comprensión de la realidad, para tomar decisiones informadas que retroalimenten las iniciativas implementadas y contribuyan a la creación de conocimiento para el conjunto de la comunidad.

- ▶ **“Chicos y Adultos Online: Nuevos desafíos para la crianza. Investigación regional acerca del impacto de la tecnología en la vida de niñas y niños de América Latina.”** Chicos.net en alianza con Fibertel y The Walt Disney Company Latin America, 2015
<http://www.tecnologias.org/chicosytecnologia.pdf>

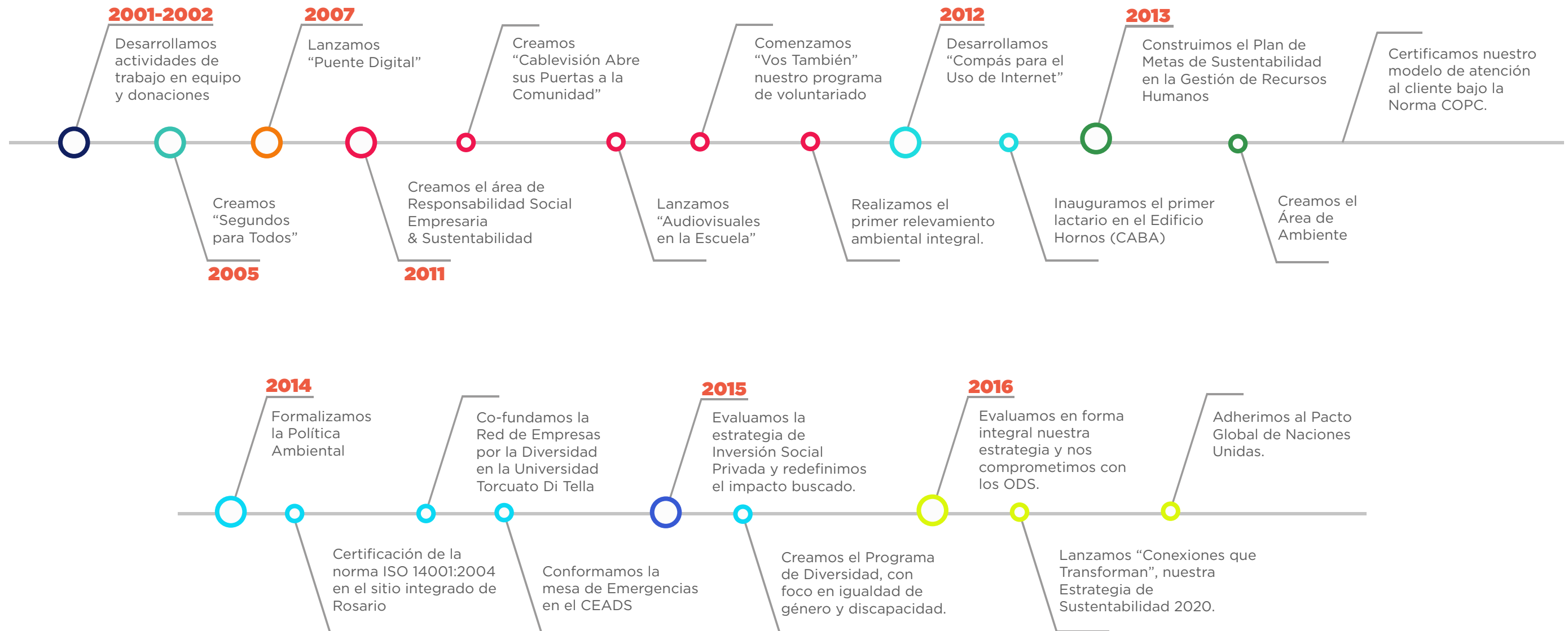
- ▶ **“Apuntes sobre las potencialidades de la política Puente Digital de Cablevisión-Fibertel”** IIPE Unesco en alianza con Cablevisión-Fibertel, 2016
<https://drive.google.com/file/d/0B44maW2Y3K3HRWNrcUJJbWltcHM/view>

- ▶ **“¿En qué medida sabemos los argentinos diferenciar hecho y datos, de opiniones y sesgos?”** Chequeado en alianza con Cablevisión-Fibertel y Banco Galicia, 2016

- ▶ **“Dimensión del Mercado y Demanda Laboral TI en la Argentina”** Comunidad IT en alianza con Fibertel, 2016
<https://drive.google.com/file/d/0B44maW2Y3K3HcUdSOUJ1WEIkQ3M/view>



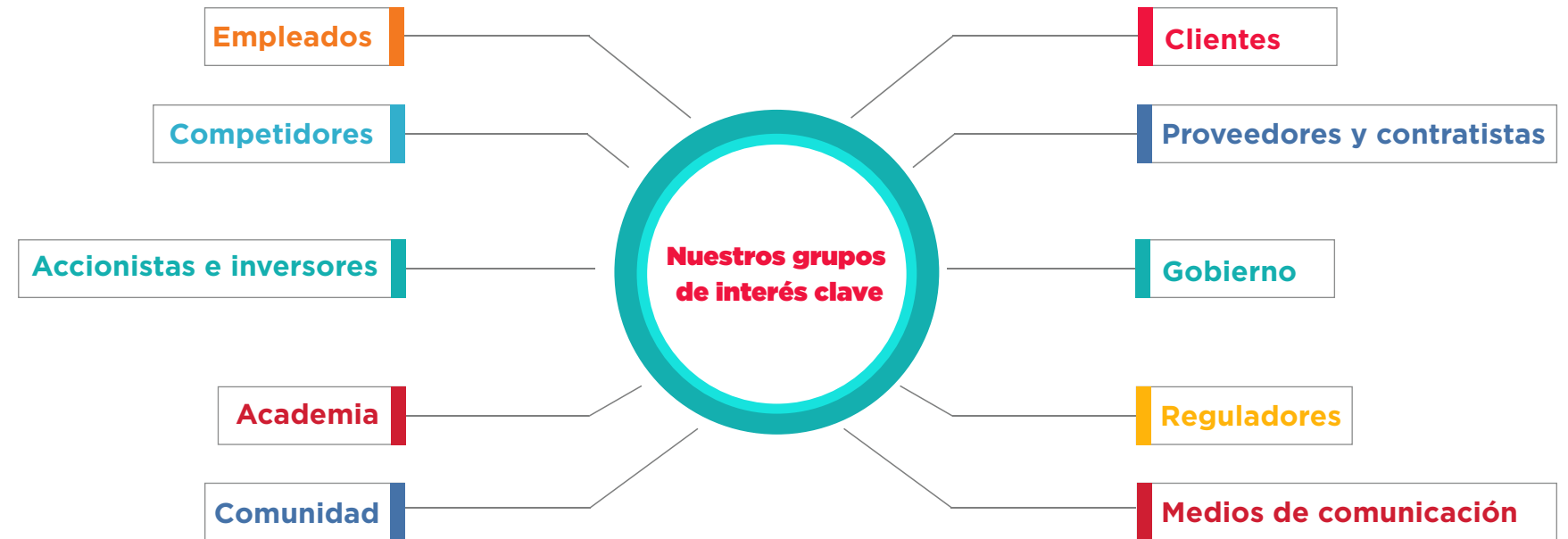
Nuestro recorrido en el camino de la sustentabilidad



2.2 #CONVERSACIONES QUE TRANSFORMAN DIALOGO CON GRUPOS DE INTERES

Ponemos foco en la creación de valor compartido, por medio del diálogo permanente con los distintos grupos de interés de la compañía.

En todas nuestras iniciativas y programas apostamos por la apertura al diálogo. Los diagnósticos, evaluaciones, el relacionamiento con organizaciones de la sociedad civil, mapeo de actores y necesidades de la comunidad, la construcción de redes, interacción con políticas públicas, participación en espacios de diálogo sobre temas de sustentabilidad, son insumos clave de nuestra Estrategia de Sustentabilidad 2020.



Membresías, Grupos y Redes





Instancias de diálogo con nuestros grupos de interés en 2016

▼ **23.468.673** personas alcanzadas a través de las redes sociales: usuarios de la web, Facebook “Me Gusta”, seguidores en Twitter, Instagram y visualizaciones en You Tube.

▼ **2 instancias de diálogo formales con la comunidad:** 1) junto con Comunidad IT, empresas, gobiernos y OSC especializadas en empleo joven y tecnología; 2) junto con el Municipio de San Martín, OSC especialistas en educación y Universidades. Más información en los capítulos NODO y LAB.

▼ **4 mesas de diálogo** en el marco del Día de Internet en Buenos Aires, Córdoba, Villa María y Rosario.

▼ **Más de 130 instancias** de relacionamiento con la prensa y formadores de opinión para fortalecer vínculos.

▼ **400 invitados**, incluyendo medios, en el evento de lanzamiento de Cablevisión Flow.

▼ **11 eventos para medios** por lanzamiento de productos y servicios en el interior del país.

▼ **Comunicación con los principales** resultados del año invitando a recibir propuestas sobre posibles sinergias en los programas de sustentabilidad para 2017.

Análisis de Materialidad¹⁰

A partir del diálogo con nuestros grupos de interés, el relevamiento de tendencias, desafíos y buenas prácticas de sustentabilidad en la industria, y el diagnóstico interno para analizar riesgos y oportunidades, identificamos los temas más relevantes de la sustentabilidad para nuestro negocio. Llevamos a cabo este proceso de identificación y priorización en un marco de construcción conjunta y apertura al diálogo.

Diversos diagnósticos fueron

nutriendo este proceso. En 2013 se identificaron los aspectos clave de la sustentabilidad en la gestión de los recursos humanos, y en 2014 los aspectos ambientales críticos para la organización.

En 2015, desarrollamos un análisis de temas claves en materia de sustentabilidad para la compañía, que incluyó entrevistas y una revisión estratégica junto a la alta dirección. Con este resultado, durante 2016 realizamos diálogos presenciales con diversos grupos de interés para nutrir los temas y la Estrategia de Sustentabilidad de la organización.

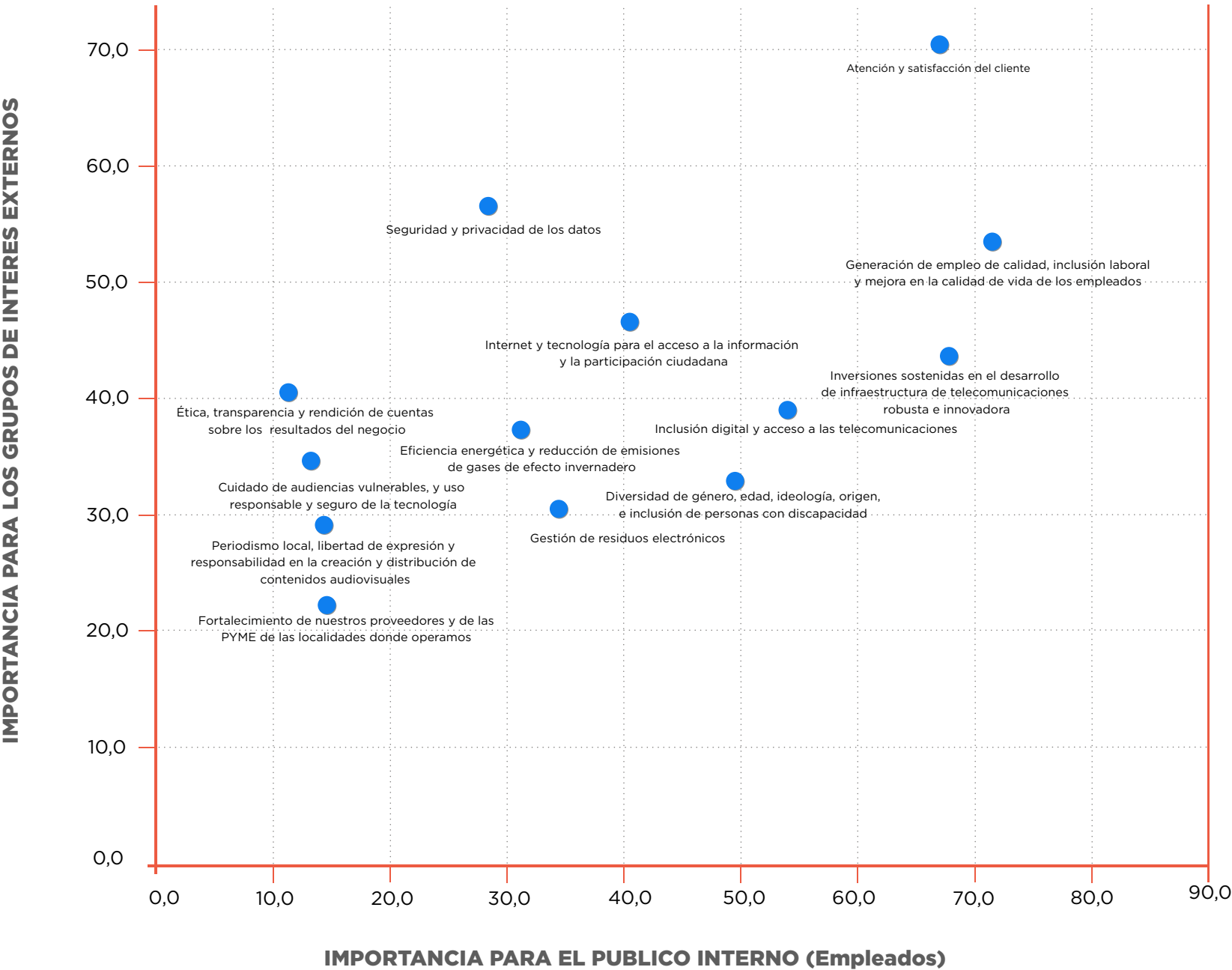
Con el objetivo de ampliar el diálogo hacia otros grupos de interés, a principios de 2017 desarrollamos una encuesta online sobre estos temas. El objetivo fue identificar prioridades que nos permitan retroalimentar la gestión y rendición de cuentas. Consultamos a empleados, clientes, proveedores y referentes de sustentabilidad, incluyendo a Organizaciones de la Sociedad Civil, empresas, medios y formadores de opinión.

¹⁰-Principio de Materialidad de la Iniciativa de Reporte Global (GRI): aquellos aspectos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización; o influyen de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

Encuesta sobre temas materiales

Participaron de esta encuesta 1.778 personas, lo que incluye a 958 empleados, 600 clientes, 110 proveedores y 110 miembros de instituciones, referentes de la temática en otras compañías y académicos. Conformamos así nuestra matriz de materialidad, que prioriza los temas clave para nuestra gestión:

Matriz de materialidad de Cablevisión



Por orden de importancia, las 5 temáticas seleccionadas como prioritarias por nuestros grupos de interés son:

- 1 | Atención y satisfacción del cliente.
- 2 | Generación de empleo de calidad, inclusión laboral y mejora en la calidad de vida de los empleados.
- 3 | Inversiones sostenidas en el desarrollo de infraestructura de telecomunicaciones robusta e innovadora.
- 4 | Seguridad y privacidad de los datos.
- 5 | Internet y tecnología para el acceso a la información y la participación ciudadana.

2.3 #NUESTRO COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Nuestra contribución a los ODS se centra en el Objetivo 9 - Industria, Innovación e Infraestructura- y se materializa en dos aspectos clave.

- ➔ Desarrollo de la **infraestructura en telecomunicaciones más robusta e innovadora** del país con inversiones sostenidas que permiten brindar servicios de internet de calidad, contribuyendo al desarrollo económico, social y cultural de la Argentina.
- ➔ Conectividad sin cargo por medio del **LAB de Inclusión Digital e Innovación Social** para contribuir con el **acceso equitativo a las TIC** (Tecnologías de la Información y Comunicación), alcanzando a más de 14.000 escuelas, hospitales, hogares y organizaciones sociales, junto con programas en los que Internet favorece el desarrollo inclusivo en alianza con gobiernos y organizaciones de la sociedad civil.

También realizamos aportes significativos a distintas metas de otros ODS, relacionados con la contribución al ODS 9.



Metas del ODS9 a las que contribuimos

- 9.1** Infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, con acceso equitativo y asequible.
- 9.3** Acceso de PyMES a servicios financieros, y su integración en las cadenas de valor y los mercados.
- 9.4** Mejora de infraestructura e industrias y procesos industriales limpios y ambientales racionales
- 9.c** Aumentar acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones; acceso universal a internet.

**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**



03

NODO infraestructura, clientes, empleo y desarrollo productivo

En cada Nodo de convergencia buscamos contribuir con el empleo y el desarrollo productivo, generando infraestructura de telecomunicaciones robusta e innovadora, y brindando el mejor servicio para nuestros clientes.

- **#Infraestructura**

Aumento de la cobertura de Internet de 40% a 77% en hogares de nuestra red.

- **#Atención al cliente**

Más de 82% de satisfacción con el servicio de atención personal en las sucursales.

- **#Empleo**

11.445 empleados en forma directa.

- **#Desarrollo productivo**

85% de proveedores locales.



Desde nuestros inicios, la presencia de la compañía en el país generó un impulso para la actividad económica. Brindamos soluciones de telecomunicaciones que permiten a las personas comunicarse, expresarse, trabajar y entretenerse, empleando en forma directa a más de 11 mil personas. Internet, un componente esencial de nuestros servicios, permite la competitividad de los negocios, y se transforma en el canal que impulsa la aparición y el desarrollo de nuevas actividades económicas.

3.1 #INFRAESTRUCTURA

UNA RED DE TELECOMUNICACIONES ROBUSTA E INNOVADORA

41.993
empresas trabajan
sobre nuestra red.

589
millones de dólares
invertidos en 2016



Aumento de la
cobertura de
Internet de
40% a 77%
en hogares de
nuestra red

90 localidades del
país conectadas
al BackBone Interurbano
de **9.500 km** de fibra
óptica

Contamos con la infraestructura en telecomunicaciones más robusta e innovadora del país, con inversiones sostenidas que permiten brindar servicios de Internet de calidad, contribuyendo al desarrollo económico, social y cultural de la Argentina.

Redes HFC

Es uno de los activos más importantes de la compañía y por su potencia, ofrecen mayores prestaciones que otras infraestructuras de red. La red HFC está conformada por:

- ▶ fibra óptica que garantiza grandes anchos de banda y permite recorrer largas extensiones manteniendo la calidad de la señal
- ▶ cable coaxil, que brinda flexibilidad para acceder a los domicilios de nuestros clientes.



Durante 2016
invertimos un
total de
589 millones
de dólares:

▼ **50 millones de dólares**
a expandir el servicio de banda ancha
y llegar a **320.000** nuevos hogares.

▼ **95 millones de dólares**
para incrementar la capacidad de la
red de datos y así ofrecer un mejor
servicio.

3.2

#ATENCION AL CLIENTE

CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE BAJO CERTIFICACION COPC



	2015	2016
Cantidad de abonados de cable	3.532.577	3.527.671
Cantidad de abonados de internet	2.025.860	2.182.598
Cantidad de abonados post pago de telefonía móvil	-	731.000

Decálogo que guía nuestra relación con los clientes

- 1 Relacionarse con Cablevisión debe ser fácil y simple.
- 2 Cada uno de nosotros debe hacerse cargo de la satisfacción del cliente.
- 3 Valoramos el tiempo del cliente.
- 4 Resolvemos el problema de una.
- 5 Nos hacemos cargo del error.
- 6 Hacemos que las cosas funcionen.
- 7 Nos ponemos en el lugar del cliente.
- 8 Nuestra relación no termina con la venta, empieza.
- 9 Construimos valor para cada uno de los segmentos de clientes.
- 10 Sorprendemos al cliente, dando en cada contacto más de lo que espera

3.2.1. ATENCION DE CALIDAD

Comprometidos con la mejora continua en la atención y comunicación con nuestros clientes, durante 2016 desarrollamos las siguientes acciones e iniciativas:

- ▶ Informamos sobre cortes programados en el servicio.
- ▶ Mejoramos la velocidad de internet sin cargo.
- ▶ Bonificamos del servicio, frente a inundaciones o problemas climáticos.
- ▶ Lanzamos la aplicación móvil, que les permite a los clientes conocer su saldo y ver sus últimas facturas.
- ▶ Lanzamos un centro de soluciones web renovado para encontrar las respuestas a problemas o dudas.
- ▶ Automatizamos las respuestas en el call center y sucursales para disminuir tiempos de espera.
- ▶ Facilitamos el traslado a los clientes que mudan su servicio, evitando que se queden sin servicio.
- ▶ Segmentamos las comunicaciones de programación, enviando información según preferencias del cliente.
- ▶ Rediseñamos la factura, brindando mayor claridad y simplicidad, y expandimos la adhesión a factura electrónica.
- ▶ Informamos en tiempo y forma los cambios en la guía de canales así como los aumentos en el abono.



Modelo de atención certificado

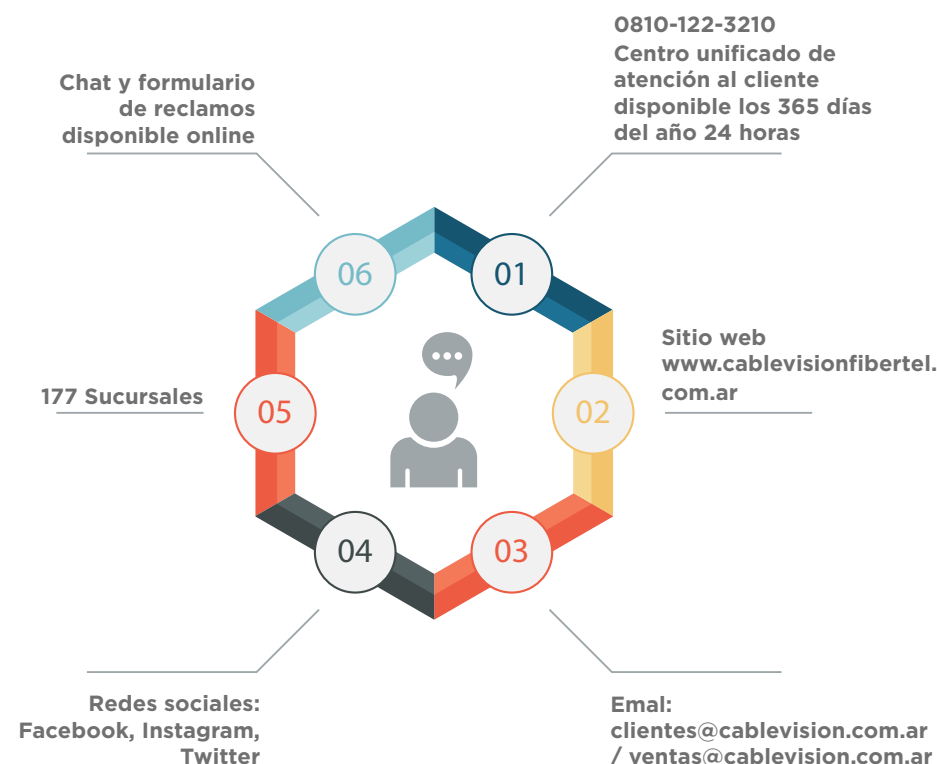
Contamos con un modelo de atención al cliente certificado bajo la Norma COPC VMO 5.2 2016 (Customer Operation Performance Center), que alcanza a los equipos de Customer Service, Soporte Técnico Especializado, Redes Sociales, Ventas In y Out, Back Office, Monitoreos y Call Back.

La Familia de Normas COPC® conforma el más prestigioso y riguroso sistema de medición en la industria de centros de atención. Implementamos este modelo de gestión, basado en la Eficiencia, Productividad, Calidad, y sobre todo en la Satisfacción de nuestros clientes, con el objetivo de alcanzar la excelencia y brindar cada día un mejor servicio.

Nuestras sucursales también se sumaron a este gran desafío y desarrollaron metodologías de trabajo adaptadas a la norma COPC.

Durante 2016 logramos la recertificación de la norma y, dado el nivel de conformidad, accedimos al beneficio de una Recertificación “bi-anual”.

Canales de atención al cliente



3.2.2. Satisfacción: Medimos para mejorar

Entre los principales canales que medimos se encuentran:

250.000 consultas mensuales recibidas a través de las redes sociales

1.400.000 llamadas mensuales recibidas telefónicamente: **64%** corresponde a atención al cliente, **23%** a soporte técnico, y **13%** a ventas

100.000 órdenes de trabajo de instalaciones, y **150.000** órdenes de reparaciones técnicas mensuales.

Sucursales y visitas a nuestro sitio web, proceso de distribución y facturación.

Experiencia y valoración del servicio de TV e Internet: se mide mensualmente la satisfacción global de los servicios, incorporando nuevos productos (Flow) a través de estudios ad hoc y/o tracking.

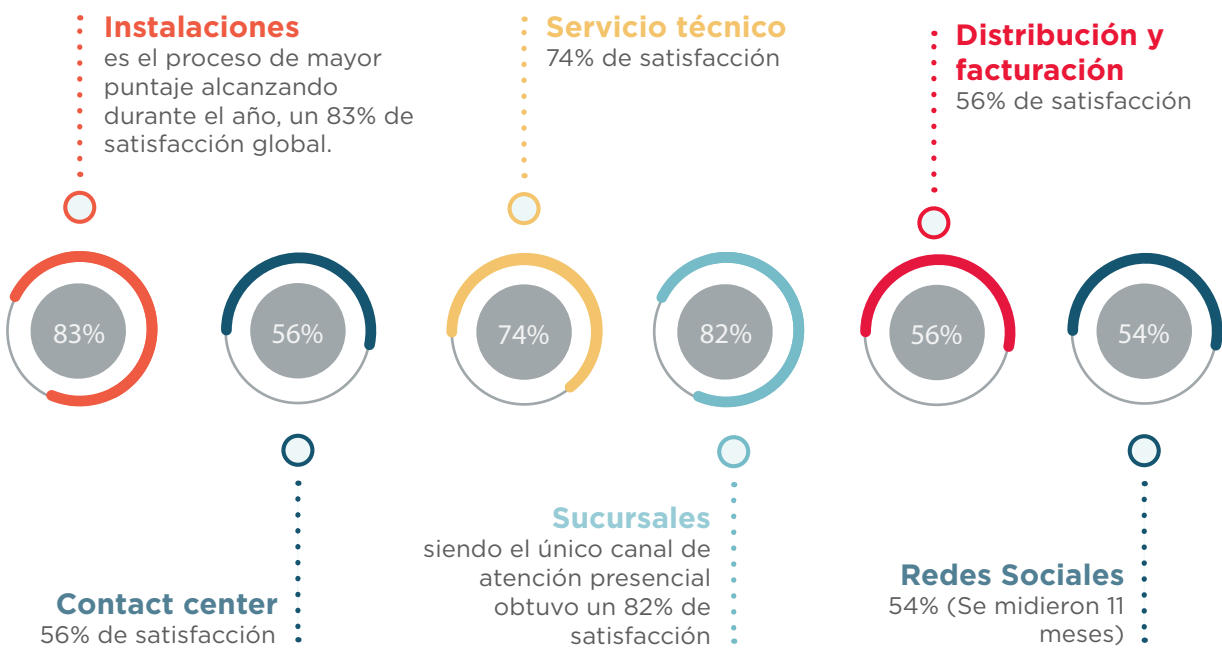
Encuestas de satisfacción

Con el fin de conocer la brecha que existe entre las expectativas de nuestros clientes y nuestro servicio, llevamos a cabo diversos estudios incluyendo encuestas online y telefónicas e investigaciones cualitativas (las metodologías adoptadas con mayor frecuencia son grupos focales, entrevistas etnográficas, monitoreos y mystery shopper).

Mensualmente, a partir de las encuestas de satisfacción realizadas a los clientes 48 a 72 horas luego de producido el contacto a través de los canales disponibles, se definen los atributos que impactan en la satisfacción y se mide su desempeño. Compartimos esta información con las áreas de operaciones para generar planes de mejora. A su vez llamamos a los clientes insatisfechos para indagar acerca de los aspectos que generan disconformidad con el servicio.

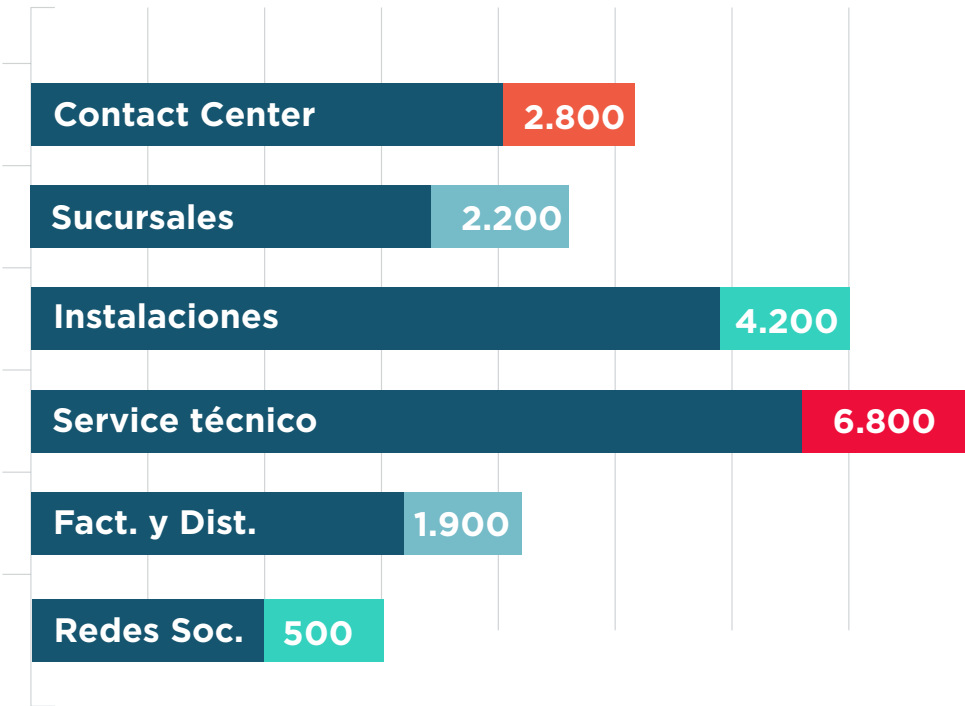
Resultados de satisfacción 2016

El desempeño de los principales puntos de contacto, medidos bajo metodología de encuestas vía mail, fueron los siguientes: ¹¹



Volumen de clientes encuestados

(promedio por mes)



¹¹-Los porcentajes corresponden a la suma de calificaciones 4 y 5, en una escala de 5 puntos.

3.2.3 Comunicación y publicidad responsable

Somos socios adherentes de la Cámara Argentina de Anunciantes, que tiene como fin impulsar la publicidad responsable, promover la autorregulación publicitaria y defender la libertad de expresión comercial. A su vez, todas nuestras publicidades deben estar alineadas con la Misión, Visión y Valores de la compañía, a través de un decálogo que consolida los 10 principios que deben guiar la relación con los clientes.

En todas nuestras comunicaciones nos regimos por nuestro manual de posicionamiento marcario, para alinear los mensajes a los objetivos de cada marca. Para comprender el impacto de las publicidades sobre nuestros usuarios, llevamos a cabo diversos estudios que nos permiten monitorear nuestras acciones y escuchar a nuestros clientes. Realizamos de forma continua una investigación de imagen y posicionamiento que nos permite monitorear la salud de nuestras marcas, el vínculo con nuestros clientes y no clientes, y el impacto que tienen todas las acciones de la compañía en la percepción de los usuarios sobre nuestras marcas.

Además, realizamos evaluaciones ad hoc de las diferentes publicidades para evaluar si los objetivos planteados fueron cumplidos. Es decir, si el mensaje logra comprenderse, si es pertinente para el público al que va dirigido, y si la comunicación construye los valores de marca pretendidos. De esta forma, no sólo evaluamos la publicidad en sí sino que profundizamos el análisis de los resultados para obtener aprendizajes que nos permitan mejorar las futuras comunicaciones.

3.2.4. Protección de la privacidad y datos personales

A través de diversas herramientas, aseguramos el resguardo de los datos de nuestros clientes:

- ▶ Política de Seguridad de Datos Personales.
- ▶ Registro de incidentes sobre seguridad de datos personales, y responsables de administrarlos.
- ▶ Auditoría interna anual sobre protección de datos personales.
- ▶ Inspecciones periódicas del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación.

- ▶ Capacitación interna periódica sobre protección de datos personales.

Durante 2016 lanzamos una campaña interna de concientización sobre Protección de Datos Personales, midiendo su efectividad a través de evaluaciones sobre el nivel de aprendizaje sobre su contenido. Además, emitimos el Informe Anual sobre el Cumplimiento de Requisitos de Seguridad solicitados por la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales (Ley N° 25.326 y Disposición 11/2006), y recibimos la inspección que fue realizada satisfactoriamente.

3.3

#EMPLEO
EMPLEO DE CALIDAD E INCLUSIÓN LABORAL



11.445

empleados en

Argentina
y Uruguay

Con más de 11.000 colaboradores, actualmente somos uno de los mayores empleadores en la Argentina, con presencia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 12 provincias de la Argentina y en Uruguay.

Metas de sustentabilidad en los recursos humanos

Contamos con “Metas de Sustentabilidad en la Gestión de Recursos Humanos”, que buscan mejorar la calidad del empleo y el desarrollo de los empleados fortaleciendo así la gestión del negocio y la calidad del servicio con el que la compañía llega a sus clientes. Persiguen 3 objetivos:

- ▶ Promover la inclusión de la **diversidad**;
- ▶ Generar condiciones de trabajo que permitan **equilibrar** la vida personal y laboral de los colaboradores
- ▶ Impulsar y consolidar una cultura que promueva valores de **colaboración y transparencia**.

Cantidad de Empleados 2016

Trabajadores por categorías profesionales ¹²	Mujeres	Hombres	Total
Dirección General	4	38	42
Dirección	37	120	157
Conducción	47	146	193
Gestión	252	954	1.206
Colaborador- áreas técnicas	37	5.157	5.194
Colaborador- áreas no técnicas	2.102	2.551	4.653
Total	2.479	8.966	11.445

12- Definiciones categorías profesionales: Dirección Gerencial = Gerentes; Dirección = Jefes que reportan a Gerentes; Conducción = Jefes que reportan a Jefes; Gestión = Coordinadores y Supervisores; Colaborador = Personal sin colaboradores a cargo.

“ Con una tasa del 1,01%, la tasa de rotación de Cablevisión es de las más bajas dentro de su segmento. ”

Trabajadores por edad	Mujeres	Hombres	Total
Hasta 30 años	486	1.845	2.331
Entre 30 y 50 años	1.736	6.174	7.910
Mayor a 50 años	257	947	1.204
Total	2.479	8.966	11.445

Trabajadores por región	Mujeres	Hombres	Total
AMBA y Provincia de Buenos Aires	1.990	6.722	8.712
Chaco	11	84	95
Córdoba	116	680	796
Corrientes	14	92	106
Entre Ríos	34	186	220
Formosa	6	29	35
La Pampa	15	59	74
Mendoza	8	21	29
Misiones	16	81	97
Neuquén	9	103	112
Río Negro	20	87	107
Salta	31	123	154
San Luis	2	-	2
Santa Fe	142	587	729
Uruguay	65	112	177
Total	2.479	8.966	11.445



3.3.1. Nuestro aporte a la creación de empleo

Promovemos la contratación local en cada operación y la inclusión socio-laboral de jóvenes en el mercado de trabajo, con especial foco en habilidades para el nuevo mundo del trabajo, el trabajo IT y la incorporación de mujeres en áreas de ciencia y tecnología, en las que se encuentran subrepresentadas.

En 2016 Cablevisión recibió un reconocimiento del gobierno de la ciudad de Buenos Aires por su compromiso con la empleabilidad de los jóvenes.

Aporte al primer empleo

Tenemos especial interés en contribuir con el primer empleo de jóvenes. El reclutamiento de nuestro Contact Center se realiza con la mirada puesta en jóvenes sin experiencia laboral previa, generando así oportunidades de inclusión laboral en un gran semillero para aquellos que luego continúan su carrera hacia el interior de la compañía.

Desarrollamos el programa Creando Oportunidades, un trabajo conjunto con distintas universidades, para contribuir a que jóvenes estudiantes puedan dar sus primeros pasos en el mundo laboral. Esta iniciativa ofrece una jornada de trabajo a tiempo parcial, que permite mantener el balance entre estudio y trabajo. A lo largo de 2016 llevamos a cabo una prueba piloto en la que participaron 7 candidatos, de los cuales dos fueron seleccionados para trabajar en la compañía. Asimismo, en el marco del programa “UNIVERSIA”, nuestros profesionales ofrecieron charlas en universidades sobre IT y marketing digital.

Prácticas profesionalizantes para alumnos de escuelas técnicas

Buscamos fortalecer la educación técnica como fuente de talento para el ecosistema PyME. Esta iniciativa se desarrolló en alianza con el Ministerio de Educación de la Provincia de Buenos Aires y la Asociación Empresaria Argentina. Las prácticas se desarrollaron en Última Milla con alumnos de la Escuela Técnica Don Orione de San Fernando.

▼ **34 practicantes entre 2015 y 2016**

▼ **3 ingresos efectivos**

▼ **3.888 horas laborales**

▼ **Desempeño en áreas técnicas y de Recursos Humanos**

Primer empleo en Canales Locales

Mediante Audiovisuales en la Escuela, un programa desarrollado entre 2012 y 2015, buscamos realizar un aporte a la empleabilidad por medio de prácticas educativas rentadas en nuestros canales locales.

Además, con Cablevisión Abre sus Puertas a la Comunidad, alumnos de los últimos años de la escuela secundaria visitaron nuestro edificios en Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Salta y Montevideo con el objetivo de acercarlos a las nuevas tecnologías en telecomunicaciones y al mundo del trabajo.

[Más información en la sección Programas con historia en LAB #Educación.](#)



Empleo IT

Junto a ComunidadIT trabajamos en relevar la demanda de empleo IT en diferentes localidades con polos tecnológicos de Argentina, e implementamos talleres de programación para 150 jóvenes en Buenos Aires, La Plata, Bahía Blanca, Rosario, Córdoba y Neuquén. Los cursos incluyeron también aspectos blandos para mejorar la inserción laboral de los participantes y una Bolsa de Empleo IT con acompañamiento durante 6 meses con una meta de **inserción laboral del 60% que a diciembre de 2016 superó el 66%.**



Pablo Listingart

Director Ejecutivo Comunidad IT



Desde Comunidad IT estamos muy agradecidos del trabajo que venimos realizado estos dos años con Cablevisión-Fibertel. Más allá del aporte en financiamiento, conectividad y espacios de difusión en medios, la posibilidad de abordar en conjunto el desafío de llegar cada año a más jóvenes en distintos puntos del país nos permitió evolucionar como organización, y mejorar nuestros procesos internos y logísticos. Tener la necesidad de estar a la altura de un socio como Cablevisión-Fibertel nos lleva al crecimiento, y eventualmente, a brindar mejores proyectos de empleabilidad para los jóvenes de Argentina.



3.3.2. Compromiso con la diversidad

► 96% de retención laboral de mujeres tras finalizar la licencia por maternidad

La diversidad es parte del día a día de nuestra compañía. Nuestra empresa se caracteriza por una convivencia intergeneracional en la cual trabajan empleados con mucha antigüedad con nuevas generaciones de jóvenes, enriqueciendo las perspectivas y los equipos laborales. A su vez, dada la presencia del negocio en distintos puntos del país, coexisten una gran cantidad de culturas regionales.

Promovemos la igualdad de género y la inclusión de personas con discapacidad a través de nuestro Programa de Diversidad. Este Programa es fruto de un proceso de construcción colectiva entre la compañía y el diálogo con organizaciones de la sociedad civil, universidades, gobiernos locales y empresas.

El marco en el cual se desarrolla este Programa, es el Plan de Metas de Sustentabilidad de Recursos Humanos. Este Plan se construyó durante 2013 y 2014, mediante un proceso innovador en su tipo en la Argentina, que incluyó un benchmark de la industria y un autodiagnóstico en cada uno de los temas. Como resultado, la compañía se propuso 22 metas y acciones de

sustentabilidad concretas, considerando como uno de los 3 objetivos relevantes la promoción de la diversidad.

Nuestro Programa de Diversidad fue seleccionado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo en Argentina (PNUD) como un caso destacado para su inclusión en la publicación "Buenas prácticas empresariales de empoderamiento de las mujeres".

Entre los objetivos y las metas propuestas por el Programa, buscamos aumentar la representación de la mujer en posiciones de liderazgo y de tecnología en Cablevisión. Para ello, constituimos un Comité de Género, llevamos adelante acciones de concientización, los objetivos de igualdad de oportunidades están incluidos en la Política de Promociones de la compañía, y trabajamos para promover la inclusión de mujeres en la industria de la ciencia y la tecnología junto a diversas organizaciones: Chicas en Tecnología, Media Chicas, Fundación Global y Voces Vitales Argentina.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

“Cablevisión se compromete a garantizar igualdad de oportunidades a todos los candidatos y candidatas, para todos los puestos de trabajo, seleccionando sobre la base del conocimiento y las competencias requeridas para la posición, sin discriminar sobre la base de identidad de género, orientación sexual, edad, etnia, religión, país de origen, discapacidad, nivel socio-económico, o aspecto físico”

Programando un Mundo Mejor

Somos miembros fundadores de Chicas en Tecnología, la organización sin fines de lucro que busca cerrar la brecha de género en tecnología. Entre 2015 y 2016 fuimos aliados de las primeras 3 ediciones de “Programando un Mundo Mejor”, un programa libre, gratuito y de inscripción abierta, que tiene como objetivo desarrollar el interés por la tecnología y formar habilidades emprendedoras en chicas de escuelas de nivel secundarios de entre 13 y 16 años, de forma práctica y con un enfoque social.

75 egresadas de 25 escuelas públicas y privadas de CABA y GBA hicieron 25 aplicaciones para la resolución de problemáticas tales como: acoso callejero,

violencia, bullying, anorexia y bulimia, embarazo adolescente, vida sana, donaciones, entre otros.



Melina Masnatta

Co-Fundadora de Chicas en Tecnología.

“

Chicas en Tecnología ha crecido gracias a socios estratégicos como Cablevisión, que no solo son un referente clave en relación con la industria, sino también en los valores y apuestas a la innovación. En la alianza contamos con mujeres de distintos sectores de la compañía que inspiran a jóvenes permitiéndoles comprender de primera mano los desafíos y recorridos en relación con la brecha de género. Al mismo tiempo, desafiarlas a que sean usuarias creativas de internet aprendiendo a programar. Pero sobre todo, es una ventana al futuro como mujeres en Argentina, a su empoderamiento como la próxima generación de líderes innovadoras en el sector de las telecomunicaciones en una empresa de su país.

”

Apoyo a la Lactancia Materna

Contamos con un programa de protección y promoción para una maternidad saludable en el trabajo, que incluye la etapa de lactancia. Brindamos folletos informativos a las nuevas mamás y aquellas que se reincorporan luego de su licencia, y apoyo a la lactancia materna desde el área de salud de la compañía. Contamos con un lactario en el edificio de Hornos, otro en Mar del Plata y uno próximamente a abrir en el edificio de Saavedra. Este año, brindamos una charla sobre los Beneficios de la Lactancia materna, dictado por las Puericultoras del Equipo de Lactarios y Lactancia Materna.

Reconocimiento a Cablevisión como empresa comprometida con la lactancia materna, por parte de la Dirección General Fortalecimiento de la Sociedad Civil, Ministerio de Hábitat y Desarrollo Humano del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.



Bettina Pla

Puericultora en la Dirección General Fortalecimiento de la Sociedad Civil - Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

“

En 2016 desde el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, entregamos un reconocimiento a Cablevisión como empresa comprometida con la lactancia materna. La organización fomenta la conciliación entre la vida laboral y la familiar al contar con un lactario en el edificio de Barracas. De esta manera, brinda apoyo a la mamá trabajadora a sostener la lactancia en el regreso de su licencia.

”

Trabajo en red

Red de Empresas por la Diversidad (R.E.D.)

Somos empresa miembro fundadora de la Red de Empresas por la Diversidad (R.E.D.), creada en el Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato di Tella. En este marco se generaron dos publicaciones que buscan construir conocimiento en forma colaborativa y promover buenas prácticas: “Guía de inclusión laboral de personas con discapacidad para empresas” y “Guía de Diversidad sexual para empresas”.

Red del Pacto Global en la Argentina

En 2016 el Programa de Diversidad fue seleccionado por la Red del Pacto Global en la Argentina para ser incluido como uno de los 9 casos de buenas prácticas empresariales de empoderamiento de las mujeres, en una publicación a editarse en 2017 con el fin de compartir experiencias.

Investigación sobre diversidad

Este año, también apoyamos la investigación desarrollada por ComunicaRSE sobre “Gestión de la Diversidad en la Empresa”.



Empresa comprometida en la respuesta al VIH/sida

Nos sumamos a la iniciativa coordinada por Fundación Huésped para promover la no discriminación a personas con VIH/sida al interior de la empresa.

3.3.3. Acompañamos el desarrollo profesional de nuestra gente

Con el fin de promover el desarrollo de nuestros empleados, este año implementamos dos nuevas herramientas: el Programa de Búsquedas Abiertas Internas y el sistema Crecimiento de la Efectividad Laboral. A su vez, continuamos trabajando en la identificación de talentos y en el desarrollo de metas de sustentabilidad.

Programa de Búsquedas Abiertas Internas (BIA)

En su primera edición, el programa contó con la participación de 31 candidatos que se postularon a distintas unidades de negocio del Grupo, y dos fueron seleccionados para trabajar en

las empresas Gestión Compartida y Radio Mitre.

Evaluación de Desempeño

Contamos con dos sistemas para la evaluación del desempeño de nuestros colaboradores, habiendo participado en 2016 un 66% del total de empleados en estos procesos:

Crecimiento de la Efectividad Laboral (CEL)

Este nuevo sistema no solo cuenta con una mejor estética a través del Portal Smart, sino que incorpora nuevas funcionalidades que ayudan a la transparencia del proceso. Participan de este proceso los empleados fuera de convenio, y aquellos que se encuentran dentro de convenio y que tienen personal a cargo.

Proceso de Crecimiento Laboral (PCL)

Es el proceso de evaluación de desempeño para la población bajo convenio colectivo de trabajo. En 2016 alcanzó a representantes de locales comerciales, técnicos de instalaciones, service, red, auxiliares de depósito y laboratorio.

El 66% de los empleados participaron de procesos de evaluación de desempeño en 2016

Gestión del talento

A través del mapeo sistemático de talentos buscamos desarrollar los cuadros de reemplazo necesarios para la sustentabilidad del negocio a futuro, garantizando la igualdad de oportunidades y el desarrollo de los colaboradores. En 2016, el proceso abarcó al 60,15% de empleados de niveles de dirección y conducción.

3.3.4. Capacitación para crecer junto a Cablevisión

A través de los Programas Corporativos de Formación trabajamos competencias como el liderazgo, las relaciones interpersonales, la conducción, el trabajo en equipo, la integridad, gestión del cambio, comunicación efectiva, orientación a resultados, el manejo de la operación y la efectividad personal. Estos programas se complementan con instancias de formación en cada unidad de negocio, focalizadas en las necesidades específicas de su actividad.

Concretamente, cada gerencia lleva a cabo capacitaciones para preparar a los colaboradores frente a los nuevos desafíos y escenarios de las telecomunicaciones. A través de herramientas de e-learning y aulas virtuales, se busca acompañar el cambio de las personas hacia las nuevas tecnologías educativas digitales.

Alianzas

Desarrollamos alianzas con diversas entidades académicas para implementar los distintos programas de capacitación que llevamos a cabo.

Capacitación 2016	Promedio de horas Capacitación	Horas Capacitación	Número de empleados
Promedio de horas de formación por empleado a tiempo completo	13,96	155.583	11.141
Por género			
Mujer	7,47	18.506	2.477
Hombre	15,29	137.077	8.968
Por categoría laboral			
Directores, Gerentes Generales y Gerentes	13,37	548	41
Mandos Medios	20,15	31.246	1.551
Analistas y Cargos administrativos	9,27	42.273	4.560
Cargos técnicos	15,62	81.148	5.195
Periodistas	3,76	368	98

Entre ellas: UCES, UAI, Escuela Argentina de Negocios, IES, UE Siglo 21, Blas Pascal, UADE, UP, UMSA, Universidad de Belgrano, Escuela Latinoamericana de Coaching, Universidad de San Andrés y USAL.

Esto nos permite brindar a nuestros colaboradores diversos descuentos en carreras de grado, posgrado, y cursos de educación continua, que en algunos casos son extensibles a sus hijos y cónyuges.

De esta forma, pueden acceder a maestrías en administración de negocios, carreras de informática, tecnología de la información, e ingeniería industrial y electrónica, entre otras, a precios más accesibles.

Terminalidad educativa para colaboradores

Con el objetivo de acompañar a los colaboradores de Cablevisión a concluir sus estudios secundarios y contemplando el desarrollo personal como horizonte y el desarrollo profesional como complemento, es que proponemos llevar adelante el programa “Terminé el secundario”. La prueba piloto se implementó en la ciudad de Córdoba con cinco colaboradores que se encuentran cursando la modalidad virtual del secundario. Esto es posible gracias a la plataforma desarrollada por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el marco de su programa “Terminá la secundaria”. El desafío es continuar ampliando la implementación del programa en distintas áreas y operaciones de nuestra organización.

3.3.5. Dialogar para un mejor clima de trabajo

Contamos con diversos canales para informar y escuchar a nuestros empleados, promoviendo el diálogo para generar un buen clima de trabajo. Además del correo electrónico, los

banners, afiches y las carteleras, se destacan los siguientes:

yammer

Yammer:

Esta red social interna, que actualmente cuenta con 5.650 usuarios, permite a los colaboradores mantenerse informados, comunicarse y trabajar de forma colaborativa.

Comunicaciones One Way:

El rol de los jefes es fundamental para difundir mediante el cascadeo los mensajes clave de la compañía; usualmente se comunica a través de los distintos canales en forma directa a los equipos de conducción de la compañía y se incentiva a los mismos a que transmitan la información en forma directa a los colaboradores.

Desayunos Two Way:

En estas instancias los gerentes tienen un espacio para compartir con los

colaboradores los objetivos de la compañía de corto, mediano y largo plazo, además de escuchar a los equipos sobre sus necesidades, inquietudes y propuestas. Esta es una instancia de diálogo enriquecedora que incentiva el intercambio para lograr objetivos en común.

Encuentros de integración:

Se trata de jornadas donde los diferentes integrantes de los niveles jerárquicos participan de espacios de intercambio en los que se transmiten los valores y estrategias del negocio.

Comités y grupos focales:

A través de estos espacios se abordan y definen diferentes proyectos y acciones mediante aportes interdisciplinarios.

Encuesta de Clima Organizacional



95% de participación de los colaboradores en la última Encuesta de Clima Organizacional.



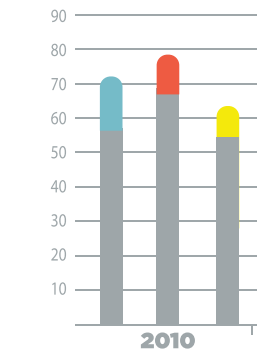
Los resultados de los niveles de satisfacción siguen estando entre los más altos, manteniéndose en las tres últimas encuestas por arriba del 80%.

Cada dos años, realizamos una encuesta de opinión en la que todos los colaboradores pueden expresar su visión en referencia a distintos puntos que componen su vida laboral dentro de nuestra compañía.

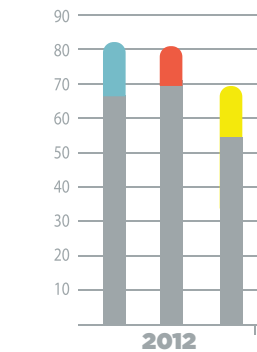
A través de esta encuesta medimos tres dimensiones principales: Clima Laboral, Compromiso y Satisfacción de los colaboradores con Cablevisión; para luego definir, entre todos, acciones y planes de mejora.

Este año, los resultados de la encuesta fueron comunicados a través de informes

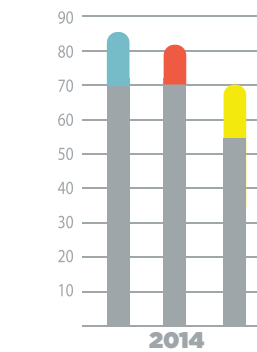
Dimensiones



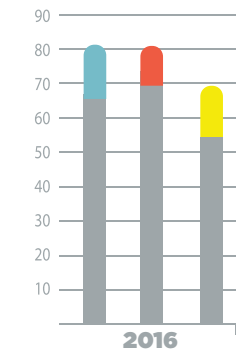
Satisfacción 72%
Compromiso 77%
Clima 63%



Satisfacción 82%
Compromiso 81%
Clima 69%



Satisfacción 85%
Compromiso 82%
Clima 70%



Satisfacción 81%
Compromiso 81%
Clima 69%

para todas las gerencias y operaciones que identificaron oportunidades de mejora. En función de las realidades de los distintos sectores de la compañía, se realizaron desayunos y espacios de intercambio entre los gerentes y sus equipos, que permitieron lograr un mayor acercamiento y conocimiento.

Dialogo con sindicatos

Los empleados ejercen libremente el derecho de afiliación a entidades gremiales, siendo representados en la actualidad por el Sindicato Argentino de

Televisión, Servicios Audiovisuales y de Datos (SATSAID), la Sociedad Argentina de Locutores (SAL), la Asociación de Prensa de Santa Fe y sindicatos de prensa de primer grado agrupados en la Federación

Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN). En el caso de los trabajadores de Nextel se encuentran representados por la Federación Argentina de las Telecomunicaciones (FATEL), la Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industria de las Telecomunicaciones de la Rep. Argentina (FOEESITRA), la Federación Obreros y Empleados Telefónicos de la República Argentina (FOETRA) y la Federación de Organizaciones del Personal de Supervisión y Técnicos Telefónicos Argentinos (FOPSTTA). Así, el 72% del total de empleados se encuentra bajo convenio colectivo de trabajo.

Mantenemos reuniones periódicas con las comisiones gremiales de cada establecimiento de la compañía, y participamos activamente en las reuniones con los sindicatos convocadas por la Asociación Argentina de TV por Cable.

Promovemos el diálogo fluido con los representantes gremiales, facilitando el entendimiento mutuo y la resolución de quejas y/o reclamos, con la convicción de que el diálogo

transparente y directo es necesario para favorecer un clima de cooperación entre sindicato y empresa. Con este fin, desde 2013 incluimos en los programas de formación de jefes y supervisores jornadas de capacitación sobre el vínculo con los sindicatos.

3.3.5. Compensaciones y beneficios para nuestra gente

La Política de Compensaciones asigna a cada puesto de trabajo una escala salarial, buscando asegurar la igualdad de género a través de un informe específico que monitorea y analiza esta variable.

Para los puestos fuera de convenio, realizamos una evaluación de escala salarial por medio de la metodología IPE (International Position Evaluation) de la consultora Mercer. Esta evaluación permite definir el peso relativo de cada puesto en la estructura organizativa, analizar la equidad interna, y la comparación con el mercado y la competitividad externa.

Por otra parte, desde el área de Gestión de Clima nuestros comités trabajan para promover la vida saludable, acercar la

familia a la empresa, y brindar beneficios y conmemorar fechas especiales. Entre las acciones desarrolladas se incluyen: visitas de padres e hijos, kits escolares, caja navideña, festejo día de la familia y torneos deportivos.

Además, brindamos beneficios asociados a determinados puestos, que forman parte de la propuesta de valor diferencial de la compañía. Entre ellos:

- ▶ Diferencia de plan prepaga a cargo 100% de la compañía.
- ▶ Cochera dentro del edificio de trabajo (solo en edificios corporativos).
- ▶ Seguro de vida adicional para gerentes y jefes.
- ▶ Política automotor para puestos directivos y operativos (préstamo automotor, seguro de vehículo, tarjeta combustible y fondo de mantenimiento).
- ▶ Voucher de ropa para puestos operativos (grupo de gestión y colaboradores).
- ▶ Tarjeta 365 de Clarín para puestos con personal a cargo (gestión, conducción, dirección y gerencial).

“Con vocación”

Este programa de orientación vocacional para hijos/as de empleados de Cablevisión está dirigido a jóvenes de entre 16 y 19 años y tiene como objetivo acompañarlos en su proceso de elección de estudio y proyecto de vida. Durante 2016 la propuesta consistió en tres encuentros grupales y una devolución personalizada al finalizar el proceso. Ofrecimos, al mismo tiempo, un espacio de acompañamiento y orientación para los padres de los participantes.

Conciliación de la vida laboral y personal: Política de flexibilidad

Promovemos la política de trabajo 2.0 para el personal fuera de convenio, impulsando una forma de trabajar orientada a mejorar la productividad y eficiencia de los resultados del negocio, promoviendo el cuidado de las personas y su equilibrio de vida laboral y personal. En este marco, brindamos flexibilidad horaria en el ingreso y egreso de los colaboradores, viernes de verano con compensación de horas y el trabajo desde el hogar.

Política de Teletrabajo

En 2015 nos adherimos al Programa de Promoción del Empleo en Teletrabajo (PROPET)¹³ del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. De esta forma, 130 operadores del Contact Center están desempeñando sus tareas tres veces por semana bajo la modalidad de Teletrabajo.



En Buenas Manos

Desde 2014, En Buenas Manos, una organización social que busca generar un cambio de mirada respecto del empleo de personas con discapacidad, está presente en nuestros edificios brindando el servicio de masajes relajantes. Los masajes de 15 minutos son realizados por personas con discapacidad visual, capacitadas en la técnica shiatzu. En 2016 la acción se realizó en 4 edificios corporativos y 11 bases técnicas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), con alcance a 4.832 colaboradores. El objetivo es seguir ampliando la cantidad de edificios y empleados incluidos en la iniciativa.



3.3.7. Salud y seguridad en el trabajo

En 2016 3.367 personas fueron capacitadas en prevención de accidentes y se realizaron 1.997 auditorías de seguridad.

Nuestro compromiso con el cuidado de las personas está plasmado en la Política de seguridad y salud ocupacional, que establece los siguientes principios:

- ▶ Todos los accidentes pueden ser evitados.
- ▶ Toda línea jerárquica operacional es responsable de la prevención.
- ▶ Puede controlarse cualquier exposición a los diferentes riesgos ocupacionales.
- ▶ Es responsabilidad y obligación del personal trabajar en forma segura, siguiendo las prácticas establecidas al efecto.

Esta política debe ser conocida y comprendida por todos, generando un proceso de mejora continua. En este marco, tomamos diversas medidas de

prevención, incluyendo: capacitaciones en función de los riesgos detectados, controles operativos en campo, investigación de accidentes, control de instalaciones, armado de brigadas de incendio y emergencias, y estudios ergonómicos.

Además, impulsamos iniciativas para promover la vida saludable, a partir de campañas y programas específicos:

- ▶ Campaña “Cuidarnos más”, con información sobre cuidados de la salud como la prevención del dengue, el cáncer de mama, consejos nutricionales, etc.
- ▶ Campaña de chequeos preventivos de salud
- ▶ Campaña de vacunación antigripal 2016
- ▶ Programa en prevención de adicciones
- ▶ Campaña de donación de sangre
- ▶ Capacitaciones en cuidado postural

Indicadores de salud y seguridad 2016 ¹⁴	
Indice de incidencia ¹⁵	6,15
Indice de frecuencia ¹⁶	6,41
Indice de gravedad ¹⁷	0,78
Cantidad de accidentes ¹⁸	583
Cantidad de días perdidos ¹⁹	14.224
Tasa de absentismo ²⁰	6,03%



14-No incluye Última Milla ni Nextel. / 15-Total accidentes*100/dotación*12/mes en curso. / 16-Accidentes por cada 200.000 horas trabajadas
17-Días perdidos*100/dotación*20*8*mes en curso. / 18-Incluye operacional, no operacional y enfermedades profesionales. 52% operacionales, 24% In-itnere, 21% no operacional, 3% enfermedades profesionales.
19-Cantidad de jornadas no trabajadas debido a ausencias por accidentes operacionales, no operacionales y por enfermedades profesionales.
20-Cantidad de Ausencias/ cantidad de días trabajados*100

3.4

#DESARROLLO PRODUCTIVO

FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR Y DEL ECOSISTEMA PYME

85% de
proveedores locales

\$8.264.072.526
en pago a proveedores

65% del gasto
corresponde
a los proveedores
locales

Nuestra cadena de suministros está conformada por más de 800 proveedores que nos brindan productos y servicios de comunicaciones y telecomunicaciones, fotografía, informática, obra civil, automotores, tecnología de la información, limpieza e higiene, logística y transporte, materiales eléctricos, insumos para radio y televisión, y productos de ferretería, entre otros. La mayoría de estos

proveedores se encuentran en el Área Metropolitana de Buenos Aires.

Durante 2016 integrantes del área de compras participaron en capacitaciones sobre gestión responsable de la cadena de valor. Además, continuamos manteniendo una comunicación fluida con nuestros proveedores a través del correo electrónico, la herramienta de gestión de Compra EBUYPLACE y reuniones periódicas.

Nuestro foco está puesto en fortalecer el desarrollo de nuestra cadena de valor, con especial atención en las PyMEs que conforman entre el 30 y 35% de nuestros proveedores locales. Para ello, delineamos un plan que contempla un diagnóstico y mapeo de la composición de la cadena de valor, identificación de riesgos y oportunidades, capacitación y acompañamiento, compromiso con nuestro Código de Ética y Comportamiento, inclusión de proveedores sustentables y establecimiento de un modelo de gestión y mejora continua.

Compromiso con la sustentabilidad

Desde 2015 solicitamos a nuestros proveedores que asumieran un compromiso con la sustentabilidad en sus operaciones, en línea con lo aplicamos dentro de nuestra organización. La carta contempla temas como el cumplimiento normativo, derechos humanos, aspectos laborales, erradicación del trabajo forzoso y del trabajo infantil, igualdad de oportunidades y diversidad, libertad sindical, medio ambiente, manejo de la información y de los datos personales y respeto a la privacidad, anticorrupción. A diciembre de 2016, el 85% de nuestros proveedores activos firmaron este compromiso.

**85% de nuestros
proveedores activos
firmaron la carta
compromiso con la
sustentabilidad.**

Apuesta por los proveedores locales

En los últimos años apostamos por el desarrollo de proveedores locales para necesidades específicas del negocio, contribuyendo así con la economía de las comunidades donde estamos presentes. Particularmente, generamos desarrollos alrededor de productos como cables, herramientas y plásticos, promoviendo así proveedores que hoy siguen relacionados a nuestra compañía.

85% de nuestros proveedores
trabajan en Argentina

Acompañamiento a contratistas

Los contratistas son un componente esencial de nuestra cadena de valor, y trabajamos continuamente para mejorar los resultados en conjunto. Para ello, realizamos relevamientos en aspectos laborales (documentación de inscripción de empleados, pago de cargas sociales, seguros de vida, ART), y de higiene y seguridad.

Este control se realiza de manera mensual, alcanzando al 100% de los contratistas de mano de obra técnica, un total de 150 empresas que emplean a más de 3.000 personas en su conjunto.

Los resultados posibles del control son: apto, apto parcial y no apto. En los

últimos dos casos se realiza un seguimiento personalizado con el objetivo de que dichas empresas completen los requerimientos solicitados. En los últimos dos meses del año, más del 90% de los contratistas alcanzó el estado “apto”.



Compras inclusivas

En el marco del compromiso con la integración de criterios sustentables en la cadena de valor, identificamos la oportunidad de incorporar el trabajo de talleres protegidos para el ensamble de un insumo clave para la tarea técnica.

Con este fin, desarrollamos una alianza con redACTIVOS, una empresa social creada como iniciativa de la asociación civil La Usina, cuya misión es fomentar la autonomía social y económica de los trabajadores con discapacidad.

Durante 2016, realizamos visitas a los talleres de los proveedores donde se fabrican los morsetes y a los talleres protegidos, para evaluar las necesidades específicas de cada caso. Luego, se comenzó con el trabajo en los talleres, por donde se canalizaron más de 40.000 unidades de morsetes.

Destacamos el trabajo en conjunto de nuestros proveedores con los dos talleres protegidos ubicados en San Martín y Lomas

de Zamora, lo que generó empleo para 20 trabajadores con discapacidad. Este vínculo se sostiene para continuar trabajando en 2017.



Javier Lioy

Presidente de La Usina, Asociación civil sin fines de lucro



Más de 5 millones de personas con Discapacidad viven en Argentina, y cuando nos enfocamos en la situación laboral observamos que el índice de desempleo se eleva al 75%. Desde La Usina y RedActivos estamos convencidos de que el acceso al mercado de trabajo y la inserción laboral son factores fundamentales para conseguir la integración social de las personas con discapacidad. Durante 2016 comenzamos a desarrollar en conjunto con Cablevisión, un proceso de inclusión productiva de parte de los talleres de la red, dentro de la cadena de fabricación de una línea de morsetos prensacable. Este proceso nos permitió desarrollar nuevas destrezas, incorporar nuevos procesos y generar horas de trabajo genuino para dos emprendimientos productivos. La generación de compras inclusivas en empresas, definidas por políticas de gestión claras, con objetivos medibles y con procesos de desarrollo de proveedores de las Economías Sociales, es uno de los mecanismos que puede contribuir a recomponer un entramado social más equitativo.



04

LAB Inclusión digital e innovación social

Proponemos experimentar, investigar, explorar y descubrir iniciativas que promuevan la inclusión digital y la innovación social.

- **#Inclusión digital**

81.752.726 pesos argentinos donados en servicios de cable e Internet

- **#Educación**

11.833 conexiones a escuelas

16 conexiones a museos

- **#Salud**

997 conexiones a hospitales y centros de salud

413 conexiones a hogares de infancia y adultos mayores.

- **#Emergencias**

112 conexiones a bomberos y a 43 sedes de la Cruz Roja Argentina

- **#Ciudadanía**

1.015 conexiones a organizaciones de la sociedad civil



Queremos contribuir con la consolidación del ecosistema en el que Internet y la tecnología promueven la innovación social para el desarrollo, y mejoran la calidad de vida de las personas. La principal meta es potenciar y escalar el impacto social de redes de organizaciones públicas y privadas a través de la inclusión digital y el desarrollo tecnológico.

\$7.575.252 en Inversión Social Privada, en el marco de los programas de LAB (inclusión digital e innovación social) y NODO (empleo e inclusión laboral).

4.1 #INCLUSION DIGITAL PUENTE DIGITAL, NUESTRA POLITICA DE INCLUSION

14.386²¹
conexiones
sin cargo
81.752.726
pesos argentinos
donados en
servicios de
cable e Internet



Desde 2007, Puente Digital es la política de inclusión mediante la que ponemos a disposición la mejor infraestructura en telecomunicaciones para la innovación social. Así, somos la primera empresa en el país en brindar conectividad sin cargo de cable e Internet a escuelas, hospitales e instituciones de la comunidad.

Para hacerlo, trabajamos en alianza con los gobiernos a nivel local, provincial y nacional, organizaciones de la sociedad civil, universidades y otras empresas. Las iniciativas desarrolladas incluyen el diseño integral de infraestructura y la donación de conectividad, junto al desarrollo de tecnología en la nube para la resolución de desafíos en educación, salud, emergencias y ciudadanía. Además, desde 2012, donamos 3.585 equipos tecnológicos a través de Fundación Equidad y organizaciones locales.

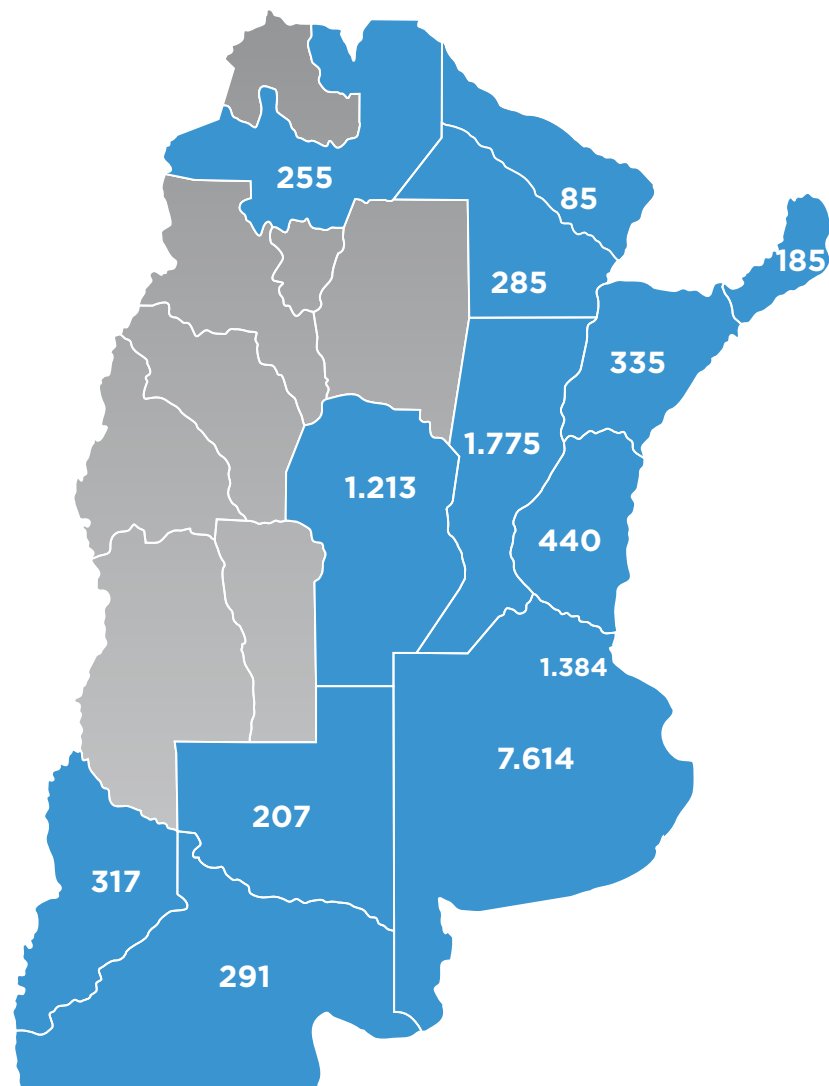
¿Qué hacemos?

▼ Ponemos a disposición infraestructura en telecomunicaciones para la inclusión digital y la innovación social.

▼ Desde **2007** somos la primera empresa en brindar conectividad sin cargo de cable e Internet a escuelas, hospitales e instituciones de la comunidad.

▼ Diseñamos **soluciones en las que internet contribuye a resolver desafíos sociales** en alianza con gobiernos, organizaciones de la sociedad civil, universidades y empresas.

Conexiones Puente Digital



Total conexiones: 14.386

Plan Sarmiento

Prima S.A.²², subsidiaria de Cablevisión desde 2011, acompaña al Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires, mediante un plan técnico de implementación de tecnologías, conectividad, soporte y mantenimiento, y en la gestión de entregas de equipamiento, a alumnos y docentes de escuelas primarias de gestión estatal y social de la Ciudad. Esto posibilita la conformación de una red metropolitana inalámbrica brindándoles conectividad y servicio de seguridad de red y filtrado de contenidos inapropiados, conforme a lo definido por el Ministerio de Educación de la Ciudad. Además se provee conectividad fija en todos los edificios educativos de la ciudad de Buenos Aires, incluidos jardines, secundarios y profesorados de enseñanza media, una mesa de ayuda y el servicio de garantía y mantenimiento con base en 16 centros distribuidos en el territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Principales resultados

- Más de 400 sitios para brindar conectividad a los usuarios de la red metropolitana.
- Más de 950 enlaces instalados, con un alcance del 40 % con fibra óptica.

- Más de 315.000 netbooks para alumnos y 25.000 notebooks para docentes provistas entre 2011 y 2016.
- Desarrollo de aplicaciones WEB y Móviles de autogestión para los usuarios.
- Incorporación a partir de 2016 de 5000 docentes de nivel inicial al programa.

Tarifa social

Con 168.579 conexiones, la tarifa social es un abono reducido para hogares de menores recursos con acceso a servicios de primera calidad. Incluye la instalación de cajas digitales y permite que un cliente pueda elegir entre comprar un servicio de menor cantidad de canales a mitad de precio e ir adquiriendo paquetes de señales adicionales.

22- En octubre de 2016 Prima S.A. se fusionó y el proyecto pasó a manos de Cablevisión S.A.

4.2

#EDUCACION

TECNOLOGIA E INNOVACION CON FOCO PUESTO EN LA EDUCACION DE LOS JOVENES

Creemos en la escuela como espacio, puente y motor de participación. Creemos en Internet como plataforma de igualdad, como posibilidad de apertura al mundo.

11.833

conexiones a escuelas

Es por eso que desde el LAB experimentamos, investigamos y fortalecemos iniciativas y organizaciones innovadoras, con foco en educación y jóvenes en el contexto escolar. Así, buscamos constituir al LAB como un espacio para explorar y escalar proyectos disruptivos que generen un impacto positivo sobre la educación en nuestro país. Por medio de estas alianzas, promovemos el desarrollo del sentido crítico, la capacidad de crear tecnología, y el aprovechamiento pedagógico de internet. Lo hacemos sobre la base de componentes co-diseñados a partir de una investigación evaluativa llevada adelante junto a IIPE Unesco Argentina.

Al mismo tiempo, llevamos a cabo investigaciones y diagnósticos para

responder a las problemáticas actuales, y participamos activamente de las oportunidades de innovación del sistema educativo, financiando y co-creando estrategias a escala nacional.

Las iniciativas destacadas durante 2016 son:

Clubes **TEDEd**

Participación y Producción Audiovisual con Clubes TEDEd. Nos aliamos a esta propuesta educativa de TEDxRiodelaPlata para escuelas de nivel secundario que busquen acompañar a los alumnos en el desarrollo de capacidades para generar y comunicar ideas en forma presencial y online, y convertirse en ciudadanos activos. En 2016 acompañamos el desarrollo de Clubes TEDEd en el formato “Clubes de Ideas” en 88 escuelas de CABA, GBA y Córdoba, como piloto para escalar la iniciativa a más de 300 escuelas en 2017. La propuesta incluye la participación de nuestros Canales Somos en cobertura, móviles y promoción de los contenidos, como canales de comunicación entre los jóvenes de la escuela y la comunidad de su ciudad.²³

CHICAS EN TECNOLOGÍA

Programando un Mundo Mejor con Chicas en Tecnología. Buscamos desarrollar el interés por la tecnología y formar habilidades emprendedoras en jóvenes mujeres de escuelas de nivel secundario, a través del desarrollo de aplicaciones que resuelvan problemas de su comunidad. Cablevisión es empresa fundadora de la organización, acompañando el desarrollo de sus programas.

Para más información ver la sección de “Compromiso con la Diversidad” del Capítulo NODO.



Fact-checking desde la Escuela con Chequeado. Este módulo propone verificar los discursos en los modelos de simulación de Naciones Unidas y legislativos. Se busca complementar esta actividad pedagógica trabajando en aspectos clave para la formación de ciudadanos activos: realzar el valor de la palabra y fomentar el análisis crítico del discurso para discernir entre el uso fidedigno de los datos y el sesgo, las opiniones o el engaño.

Durante 2016, 1.200 participantes de los modelos aprendieron sobre verificación del discurso y fuentes fiables, y 29 estudiantes de escuelas secundarias fueron parte de la delegación de chequeo.

CIPPEC[®]

Innovación en el Sistema Nacional de Educación: Buscamos contribuir con la innovación educativa en forma sistémica a nivel nacional, provincial y local, por lo que co-financiamos el Laboratorio de Justicia e Innovación Educativa de CIPPEC. El laboratorio se propone como un catalizador de la innovación educativa en la Argentina. Es un espacio de síntesis propositiva de tendencias e ideas innovadoras para la política educativa y para las escuelas, en el que se reúnen proyecciones y experiencias comparadas para cambiar la educación. El Laboratorio es también un centro de formación de nuevos líderes innovadores con sentido de justicia social. Durante 2016 el EDULab de CIPPEC publicó el libro “Inspiraciones alcanzables: 15 políticas educativas destacadas en América Latina”. Además, se desarrolló el documento “Un ecosistema educativo digital”, un

mapa comparado de plataformas educativas, una visión anticipada del futuro y una propuesta integral para la Argentina de una doble plataforma nacional, para alumnos y docentes. Además, se avanzó en la elaboración del libro “Innovaciones educativas decisivas para escuelas”, donde se sistematizaron más de 300 innovaciones. A partir del mes de agosto se desarrolló el Curso “Innovadores Educativos”, donde hubo más de 63 personas involucradas. En este espacio se generaron 32 soluciones a 19 problemas educativos decisivos y 43 proyectos para ser implementados por los participantes del curso. Por último, se realizó el Evento “Festival de Innovaciones Educativas”, donde se inscribieron más de 1.000 personas y asistieron más de 600 a lo largo de toda la jornada.

Lab Joven de Innovación Social

Participamos activamente del primer Laboratorio Joven de Innovación Social liderado por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Fundación Eidos. Con el objetivo de brindar experiencias de aprendizaje sobre el mundo del trabajo en tecnologías de la información y comunicación, trabajamos juntos a los jóvenes participantes en las instancias

de ideación, pitch de ideas y ruedas de inversores ángeles. La iniciativa constó de 12 encuentros de los que participaron 55 jóvenes.

Acompañamiento a becas educativas

A finales de 2015, Cablevisión adquirió el 49% de Nextel Argentina S.A. En enero de 2016, Cablevisión y su subsidiaria Televisión Dirigida decidieron ejercer la opción de adquirir el 51% restante del capital social y votos de Nextel. Al momento de la adquisición, la Fundación Nextel se encontraba en proceso de cierre y en ese marco, Cablevisión decide seguir acompañando durante 2016 a las organizaciones vinculadas con la Fundación. Así, se sostuvieron durante ese año las 160 becas educativas de las siguientes instituciones: Fundación Cimientos, Asociación Civil Liga Solidaria, Fundación Uniendo Caminos, Fonbec Mendoza, Fonbec Córdoba, Fundación Mano Amiga y Colegio Buen Consejo – Hogar del Pilar.

Investigación y diálogo sobre Puente Digital en San Martín

En alianza con el Municipio de San Martín, conectamos de manera gratuita a las 95 escuelas de nivel inicial, primario y secundario que pasan por nuestra red, alcanzando a más de 22 mil estudiantes. Este aporte se complementa con una **investigación evaluativa liderada por IIPE Unesco Argentina y una Mesa de Diálogo** para generar aprendizajes sobre las oportunidades del Municipio en materia educativa.

Investigación evaluativa junto a IIPE Unesco Argentina

En 2016 llevamos a cabo una investigación junto a IIPE Unesco para reflexionar y tomar decisiones que contribuyan a promover igualdad de oportunidades y acceso a la tecnología. La muestra seleccionada buscó captar la diversidad de situaciones existentes en relación con los equipos digitales y la conectividad, alcanzando así a 15 escuelas. Las principales dimensiones consideradas en la evaluación fueron: el contexto programático, las condiciones institucionales de las escuelas tanto materiales como organizativas, la apropiación hasta el momento de los recursos digitales

disponibles en las prácticas docentes, por los alumnos y en la gestión escolar, y la relación de las familias y la comunidad en general con estos recursos.

Mesa de Diálogo

Este año también organizamos de manera conjunta la mesa de diálogo: “Las oportunidades de la Educación en contextos digitales”, con el objetivo de intercambiar conocimiento y experiencias con reconocidas organizaciones y actores sociales que trabajan en la temática de la educación y las tecnologías. Participaron los equipos de trabajo del Municipio de San Martín, distintos equipos de Cablevisión y especialistas de las siguientes organizaciones: IIPE Unesco, ProgramAR de la Fundación Sadowsky, Programa EducAR, Ashoka, Chicos.Net, Cimientos, Enseña por Argentina, TEDed Clubes de Ideas, Colegio Madre Teresa, Universidad de San Andrés, Universidad de San Martín y UNICEF.

22 mil estudiantes de la comunidad educativa de San Martín participan de este programa.



María Teresa Lugo

Coordinadora Proyectos TIC
y Educación
IIPE Unesco
Buenos Aires



El aporte de Cablevisión a programas educativos que fortalezcan la capacidad de trabajar y producir activamente con los medios y con la información digital que la conectividad hace disponible es valioso y necesario de sostener. Los programas y proyectos que apunten a fortalecer el capital cultural necesario para producir y usar de manera potente las tecnologías digitales son centrales. Formar ciudadanos del siglo XXI implica reconocer la importancia de garantizar Internet para todos y todas conjuntamente con una mirada educativa crítica sobre sus potencialidades y sobre sus implicancias.





Madre Teresa

Luego de llevar el tendido de la red de fibra óptica al barrio del Colegio Madre Teresa en la localidad de San Fernando, trabajamos en el fortalecimiento institucional por medio de la implementación de sistemas para la gestión escolar. A partir de allí, financiamos el desarrollo de la línea TIC para la gestión pedagógica mediante capacitación docente, implementación de un sistema para el seguimiento de alumnos, y aplicación de TICS en la práctica del aula.

673 alumnos concurren a esta institución educativa gratuita en San Fernando, provincia de Buenos Aires.

Programas con historia

A lo largo de nuestra historia, desarrollamos los siguientes programas que pasaron a formar parte de lo que somos como empresa y fueron evolucionando en las iniciativas que desarrollamos actualmente. En relación con la educación en el ámbito escolar, la relación entre educación y trabajo, y la producción audiovisual

Cablevisión Abre sus Puertas

A través de este programa abrimos nuestras puertas a los alumnos de los últimos años de la escuela secundaria para que puedan acercarse a las nuevas tecnologías en telecomunicaciones y al mundo del trabajo, acompañándolos para que identifiquen el rol de la educación en su desarrollo hacia la vida profesional. Cada posta del recorrido es liderada por voluntarios de Cablevisión que comparten sesiones interactivas con los jóvenes visitantes. El recorrido culmina con una conversación con jóvenes talentos de Cablevisión y herramientas para los primeros pasos en el mundo del trabajo. Realizamos 268 visitas, con la participación de 4.758 alumnos de 79 escuelas públicas y privadas en Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Salta y Montevideo, Uruguay.

Luz, cámara, escuela

Con este programa buscamos apoyar a las escuelas en materia de educación audiovisual; producir contenidos locales para la pantalla local, desde la mirada de la propia comunidad, con foco especial en la mirada adolescente; realizar un aporte a la empleabilidad de jóvenes interesados en la industria de las telecomunicaciones. Esta iniciativa se desarrolló en alianza con Ministerios de Educación Provinciales, el Programa Puentes de Inclusión de Manpower Group, la organización Crear Vale la Pena, Tranquilo Producciones y organizaciones comunitarias locales.

El programa estuvo compuesto por 5 fases:

- 1) capacitación en producción audiovisual;
- 2) producción y postproducción;
- 3) evento de estreno en el que la escuela abre sus puertas a la comunidad;
- 4) emisión en todos los canales locales de Cablevision;
- 5) prácticas educativas rentadas en nuestros canales locales.

Participaron más de 5.000 alumnos, padres y docentes de 42 escuelas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de las provincias de Buenos Aires, Chaco, Corrientes, La Pampa, Neuquén, Santa Fe, Salta y Misiones. Se produjeron 42 documentales y programas especiales que luego fueron emitidos en el prime time de todos los canales locales de Cablevisión. 32 alumnos participaron de las prácticas educativas. Este programa es el antecedente a la iniciativa en alianza con Clubes TEDEd. Podés mirar las producciones audiovisuales en este canal

https://www.youtube.com/playlist?list=PLtK_9VXSARjGkIVrFZ9sHqw_QQiGU_XJ3



4.3

#SALUD

TECNOLOGIA APLICADA A MEJORAR EL SISTEMA PUBLICO DE SALUD

Buscamos desarrollar e implementar tecnología en internet que pueda ser escalable a través de políticas públicas. La alianza con organizaciones de la sociedad civil y hospitales públicos es un aspecto fundamental de esta estrategia.

997 conexiones a hospitales y centros de salud

¿Qué hacemos?

- Brindamos soluciones en telecomunicaciones a instituciones públicas de salud y a sus organizaciones de la sociedad civil aliadas.
- Desarrollamos e implementamos tecnología para mejorar el sistema público de salud.
- Trabajamos en alianza con hospitales públicos.



Fundación Huésped | Laboratorio de innovación en gestión de datos y experiencia de atención; desarrollamos un sistema de Registro Clínico Digital y Turnos online para mejorar el acceso a los servicios de salud pública en alianza con Fundación Huésped, la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, el Hospital Fernández de la Ciudad de Buenos Aires y el Hospital Rossi de la Ciudad de La Plata. El objetivo es mejorar la calidad de atención médica, la información disponible para médicos y pacientes, y la experiencia ciudadana en el sistema de salud público en la Argentina. Además de financiar el proyecto, Fundación Huésped y los hospitales aliados cuentan con conectividad de Fibertel, que garantiza la viabilidad técnica del proyecto.



Leandro Cahn

*Director de Comunicación y Desarrollo Institucional
Fundación Huésped*



Uno de los principales objetivos del trabajo de Fundación Huésped es mejorar el acceso a la salud y los derechos, y las herramientas que ofrece la web son fundamentales para lograrlo. El apoyo de Cablevisión-Fibertel es fundamental para nuestro trabajo, tanto por darnos conectividad con un acceso dedicado en nuestra sede, como por el apoyo al desarrollo de e-cascada, un sistema de Registro Clínico Digital y turnero online para mejorar el acceso y la retención en el cuidado de pacientes con enfermedades crónicas para ser ofrecido a hospitales públicos de todo el país





Fundación Flexer | Innovación en la atención de pacientes y familias

Financiamos la construcción de la nueva Casa Flexer apoyando el acceso a servicios públicos de salud vinculados con el cáncer infantil. Aportamos al desarrollo de la tecnología para mejorar la asistencia a niños, niñas, adolescentes y jóvenes, y a sus familias, y a la capacitación de médicos a nivel nacional para la detección temprana y la derivación a centros especializados. La Casa Flexer y los centros de día en hospitales públicos cuentan con soluciones de Fibertel.



Hospital Elizardo | Vecinos del Hospital Escuela y emblema de la salud en Barracas

El hospital se encuentra a pocas cuadras de nuestras oficinas centrales en el barrio porteño de Barracas. Acompañamos la conectividad con donación de software para equipamiento de diagnóstico por imágenes pediátrico, jornadas de voluntariado en piso y voluntariado profesional. Además apoyamos la Carrera por la ex Casa Cuna desde su primera edición.



Edith Grynszpancholsky y Leticia García

Presidenta y Directora Ejecutiva Fundación Flexer



Nuestra Fundación tiene 7 sedes en la Argentina, asiste mensualmente a más de 1.000 niños y adolescentes con cáncer y trabaja en alianza con los hospitales del interior del país. Para poder llevar adelante nuestro trabajo utilizamos bases de datos y de gestión de recursos que funcionan de manera online. Es por eso que contar con un servicio gratuito de conectividad de calidad colabora en el trabajo diario, facilitando la comunicación y el acceso a la información necesaria para poder dar el mejor servicio a nuestros destinatarios. Al mismo tiempo, como los niños y jóvenes con cáncer pasan largos períodos internados, el acceso a Internet y a la televisión por cable se constituye como una herramienta valiosa que colabora en el tratamiento de la enfermedad..



Fundación Garrahan | Innovación en el abordaje al problema de acceso a los bancos de sangre

Hace cinco años llevamos adelante una alianza con la Fundación y el Hospital Garrahan para promover la donación espontánea y voluntaria de Sangre. El Centro Regional de Hemoterapia del Hospital de Pediatría Garrahan es el único que cuenta con un Banco de Sangre con abastecimiento permanente, que evita que las familias de los pacientes deban conseguir donantes al momento de ser tratados o intervenidos quirúrgicamente. Cada año realizamos jornadas de colecta de sangre, batiendo récords de donaciones efectivas (relación entre cantidad de donantes y donaciones utilizables) y promovemos las campañas en nuestros canales locales. Además, conectamos al Hospital y a la Casa Garrahan a nuestros servicios y estamos desarrollando tecnología para promover buenas prácticas en donación segura de sangre y acompañar a Garrahan a escalar su programa a otros hospitales del país.

4.4

#EMERGENCIAS

TECNOLOGIA PARA ENFRENTAR EMERGENCIAS Y CATASTROFES CON FOCO EN INUNDACIONES

Queremos contribuir con la resiliencia y la capacidad de adaptación a riesgos relacionados con el clima, y el fortalecimiento de la capacidad institucional de las organizaciones que trabajan en emergencias.

112 conexiones a bomberos y a **43** sedes de la Cruz Roja Argentina

¿Qué hacemos?

- Diseñamos la respuesta de infraestructura para las 43 sedes de la Cruz Roja Argentina que pasan por la red de Fibertel.
- Desarrollamos tecnología para la gestión de recursos y voluntarios junto a Instedd.
- Lanzamos la campaña sosinundaciones.org.
- Donamos móviles de nuestra flota y segundos de pauta publicitaria de nuestros canales locales.
- Establecimos protocolos internos de acción en situaciones de emergencia con foco en colaboradores.



Trabajamos junto con la **Cruz Roja Argentina** garantizando **conectividad** a las 43 sedes que pasan por la red de Fibertel y co-diseñando **tecnología** junto a **Instedd**²⁰ para el Plan de Respuesta a Inundaciones en el Litoral Argentino. Esto permite revisar los procesos vinculados con gestión de recursos, voluntariado, alerta temprana, informes a las autoridades, y big data para tomar decisiones informadas y mejorar la respuesta a la ciudadanía, en línea con el Plan Estratégico de la Cruz Roja Argentina 2015-2019.

Este año, además, trabajamos en la elaboración de un **Manual de Acción en Situaciones de Emergencia Comunitaria** con el objetivo de organizar nuestra intervención frente a emergencias o desastres naturales; ofrecer respuestas adecuadas a las consultas de los colaboradores; y delinear una hoja de ruta a los equipos de Dirección y Gestión de Cablevisión para ocuparse de modo adecuado de los grupos de interés afectados, priorizando a colaboradores, clientes y comunidad.

Además, los Canales Somos cuentan con un protocolo para garantizar difusión adecuada y a tiempo de información relevante a la ciudadanía, tomando como fuente los informes de la Cruz Roja Argentina. A su vez, se hace especial foco en evitar el uso de imágenes que acentúen la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran las personas afectadas, durante la cobertura de los hechos.



Convencidos de que alentar las donaciones online reduce costos logísticos, genera oportunidades para el comercio local y fortalece la transparencia y la rendición de cuentas, lanzamos **#SOSinundaciones**, una campaña en alianza con Cruz Roja Argentina, Cáritas Argentina, Fundación Sí, ADRA Argentina, Wingu. www.sosinundaciones.org

Este trabajo es posible gracias a la construcción colaborativa entre empresas, organizaciones y gobierno en el marco de la Mesa de Gestión de Riesgos del Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible (CEADS).



Diego Tipping

Presidente
Cruz Roja Argentina

“

Cruz Roja Argentina cuenta con una red de 65 filiales, que cubren todo el territorio nacional. Gracias a nuestra alianza con Cablevisión, este año garantizamos la conexión de nuestras filiales a internet, lo cual permite a nuestros voluntarios mantenerse comunicados y coordinar su labor en los distintos puntos del país. La comunicación es fundamental para desarrollar los sistemas de alerta temprana con las comunidades y poder responder de forma rápida y oportuna ante emergencias. Trabajamos, además, en conjunto con la compañía en el desarrollo de una plataforma para la gestión de nuestra información, con el objetivo de actuar cada vez más y mejor en nuestros servicios educativos, en la promoción de la salud y la enseñanza de primeros auxilios.

”

QUE LA AYUDA TAMBIÉN DESBORDE

S.O.S #Inundaciones

Cuando la fuerza del agua sorprende,
la nuestra también.

AYUDALOS A VOLVER A CASA

A través de éstas organizaciones tu
donación se convierte en salvavidas

CÁRITAS



ARGENTINA

DONA AQUÍ

Conocé más



CRUZ ROJA
ARGENTINA

DONA AQUÍ

Conocé más



fundaciónsí

DONA AQUÍ

Conocé más

4.5

#CIUDADANIA

TECNOLOGIA PARA LA PARTICIPACION CIUDADANA, DIFUSION DE MENSAJES DE BIEN PUBLICO Y EMPODERAMIENTO DE AUDIENCIAS

Toda nuestra infraestructura en telecomunicaciones contribuye a una ciudadanía más conectada, mejor informada, con oportunidad de participar activamente en las transformaciones de su propia vida y de su entorno. En alianza con organizaciones de la sociedad civil buscamos poner todo el poder de la tecnología al servicio de la comunidad, empoderando a audiencias, líderes comunitarios, minorías y grupos vulnerables.

1.015 conexiones a organizaciones de la sociedad civil

117.733 segundos de publicidad en pantalla sin cargo

1.334 colaboradores comprometidos en el marco del programa de voluntariado “Vos También”

¿Qué hacemos?

- ▶ Promovemos la participación ciudadana entre nuestros colaboradores.
- ▶ Donamos espacios en nuestros medios y canales de comunicación para que las organizaciones de la sociedad civil puedan difundir sus mensajes y campañas de bien público.
- ▶ Desarrollamos iniciativas para la promoción del uso seguro y responsable de Internet.
- ▶ Trabajamos en la accesibilidad y distribución responsable de contenidos.
- ▶ Brindamos Internet y tecnologías para iniciativas de participación ciudadana.

4.5.1. Internet y tecnologías en la nube para iniciativas de participación ciudadana

Desde 2011 acompañamos a Wingu en sus iniciativas de apoyo tecnológico a organizaciones sociales. En 2016 acompañamos las siguientes acciones:

Safaritec.

Financiamos la totalidad del desarrollo de este portal en el que, a través de un juego, se ofrece un autodiagnóstico tecnológico para que las organizaciones de la sociedad civil

identifiquen qué tecnologías pueden contribuir a mejorar sus resultados.
www.safaritec.org

Donar Online.

Financiamos desde sus inicios el desarrollo de esta herramienta para que las organizaciones sin fines de lucro puedan mejorar la gestión de donaciones con tarjeta de crédito, simplificando al máximo posible el proceso y contribuyendo a la cultura de la transparencia en la gestión de los recursos.



Durante nuestra campaña de emergencias (interna y externa) incentivamos el uso de esta plataforma, promoviendo la donación online a diversas organizaciones que trabajan en asistencia en inundaciones. +2.600 organizaciones registradas y +71 millones de pesos recaudados durante el año.
www.donaronline.org

DAL (Desarrollando América Latina).

Participamos desde sus inicios del primer Hackatón de desarrollos tecnológicos para resolver desafíos sociales de América Latina. Hubo 60 inscripciones y 5 proyectos ganadores en 2015.

FITS (Festival de Innovación y Tecnología Social).

Jornada de capacitación para encontrar, articular y compartir conocimientos a través de herramientas tecnológicas que ayudan a las organizaciones de la sociedad civil en su trabajo diario. 851 participantes de organizaciones en 2016.

Camp Camp.

Ideación de campañas de comunicación que fortalezcan el

trabajo del sector social, en dos días intensos de trabajo. Esta iniciativa busca fortalecer la propuesta de “Segundos para Todos”. Participaron 10 miembros de organizaciones de la sociedad civil y 42 especialistas en el armado de campañas.



Mario Roset

*Director Ejecutivo Wingu
Tecnología sin fines de lucro*



Nuestra alianza con Cablevisión-Fibertel lleva ya 6 años y hemos aprendido mucho juntos. La confianza construida y la posibilidad de idear proyectos tecnológicos en conjunto es un diferencial enorme con el que contamos. Además, todos nuestros programas se fundamentan en la existencia de internet, por lo que siempre nos sentimos alineados con la visión de la compañía y con el potencial de impacto social que este momento histórico nos brinda.



Además, llevamos adelante la Jornada de Innovación Social y Design Thinking para Organizaciones de la Sociedad Civil:

en alianza con el Centro de Innovación Social y el Posgrado en Organizaciones Sin Fines de Lucro de la Universidad de San Andrés, 54 participantes fueron parte de una jornada de dos días para discutir y trabajar en torno a la innovación social. Las jornadas contaron con un workshop de un día, liderado por Vishal Jodhani, Experience Director de Impact Hub Berlin, un equipo dedicado a catalizar iniciativas comunitarias, eventos y nuevos espacios.

Durante 2017 nos proponemos lanzar dos portales para promover el aporte de las organizaciones de la sociedad al desarrollo de Argentina y facilitar la creación de alianzas entre organizaciones, empresas y estado:
► **coworking y ubicación de organizaciones por tema y región** en alianza con Fundación Compromiso;

► **promoción del aporte de las organizaciones a las metas de desarrollo sostenible** en torno a los ODS en alianza con la Red Argentina para la Cooperación Internacional.

Programas con Historia

Webinarios

Entre 2012 y 2015 lanzamos y sostuvimos junto a Wingu el ciclo de Webinarios, el primero de su tipo en Argentina. Esta propuesta para organizaciones de la sociedad civil de Argentina y Uruguay y accesible a organizaciones en otros países de habla hispana, se trataba de espacios de capacitación e intercambio sobre el uso de Internet y las tecnologías online para que las organizaciones sociales puedan mejorar su gestión y así alcanzar sus objetivos con la comunidad. Durante el ciclo realizamos 33 webinarios, con 6.939 participaciones totales.

<https://www.youtube.com/playlist?list=PL7ctWYPSLQmtK2spJSRBGKStbYE975XW7>



4.5.2 Ciudadanía digital y empoderamiento de audiencias

Estamos convencidos de que el acceso a las telecomunicaciones requiere de una responsabilidad integral que implica participar activamente de estrategias de inclusión digital y, al mismo tiempo, comprometerse con la promoción del uso seguro y responsable de Internet. Con este compromiso, desarrollamos las siguientes iniciativas.

Compás para el uso de Internet: Este portal para familias, docentes y alumnos (www.programacompas.com.ar), tiene el objetivo de acercarles propuestas para acompañar a niños, niñas y adolescentes en el uso proactivo, seguro y responsable de Internet. En alianza con Unicef y Chicos.net, los temas abordados por el programa incluyen: la ciudadanía digital, el uso responsable de las tecnologías de la información y comunicación, la seguridad en Internet, el cuidado de la información y los datos personales, el respeto por las fuentes y la concientización respecto de los mensajes agresivos en redes sociales (autocuidado, discriminación y “ciber-bullying”). El programa se gestó durante 2011 en una experiencia piloto en una escuela de Villa Ballester, donde voluntarios de la compañía ofrecieron talleres sobre el uso responsable de Internet. En 2012 y 2013 se

llevaron a cabo talleres para alumnos en escuelas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Córdoba y Rosario.

Adicionalmente, se acercó información a los clientes vía e-mail, y a la ciudadanía a través de canales locales de televisión.

También se gestaron 84 talleres interactivos de los que participaron en total 1.776 personas. Estos talleres fueron implementados en escuelas a las que asisten hijos e hijas de empleados de modo de empoderar a los colaboradores como puente entre la empresa y la comunidad para el diálogo sobre buenas prácticas en el uso de internet. Esta iniciativa tuvo un alcance de 1.548 alumnos participantes, 62 docentes capacitados y 59 empleados voluntarios.

Control parental: Ofrecemos una herramienta para que cada cliente pueda decidir sobre el contenido al que los niños tienen acceso, con el objetivo de promover el uso responsable y seguro de la televisión y de Internet. La guía en pantalla de Cablevisión permite bloquear de manera sencilla y con una clave PIN, aquella programación no apta para niños. En cuanto al acceso a Internet, Fibertel Security posibilita definir el acceso a sitios web y personalizar el nivel de protección para cada miembro de la familia, y definir el uso de Internet a los días y horarios establecidos por los adultos.

Investigaciones: Entre 2014 y 2015 desarrollamos junto a Disney y Chicos.net, para Argentina, México y Brasil, una investigación sobre los comportamientos y las percepciones de los chicos en Internet, y sobre el rol de los adultos en el acompañamiento. En 2015 realizamos una campaña de comunicación que alcanzó diversos grupos de interés: medios, estado, empresas, academia, grupos y redes, emprendedores, organizaciones de la sociedad civil, cámaras empresarias, embajadas y agencias de cooperación internacional. En el Día de Internet Segura, se difundió en forma masiva a través de medios de comunicación, llegando a 7.000 periodistas y trabajadores de medios, y en forma directa a más de 9.000 empleados y más de 3 millones de clientes, los resultados y recomendaciones de la investigación.

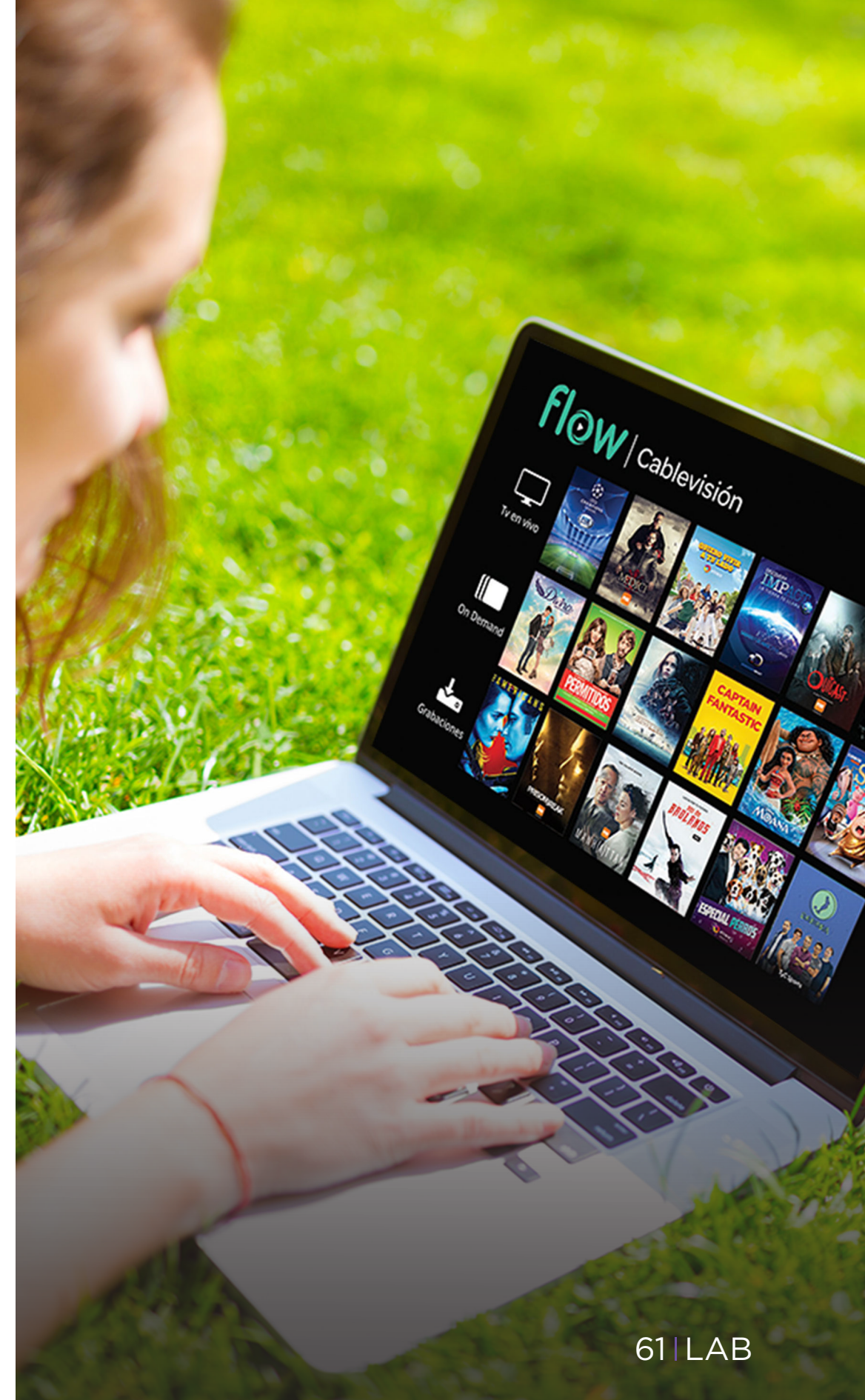
<http://www.tecnologias.org/chicosytecnologia.pdf>

Foros y encuentros - Ciudadanía y Alfabetización Digital: Patrocinamos el encuentro de Ciudadanía y Alfabetización Digital organizado por Chicos.net, RedNATIC y SaveTheChildren en 2015 y 2016. En este marco, se realizaron diversas actividades educativas, participativas y de incidencia que buscaron

contribuir a visibilizar el tema y apoyar la presencia de la niñez en la Agenda Digital de nuestro país, con proyección regional. Este año, participaron del encuentro 20 directivos, 1.200 docentes, 1.500 niños, niñas y adolescentes y 120 expertos.

Accesibilidad - distribución responsable de contenidos: Flow, el nuevo servicio de cable de la compañía, cuenta con más de 200 señales, audios y radios que permiten a los clientes acceder a todo el contenido desde cualquier dispositivo, con la facilidad de que el consumo de contenido se personaliza y se puede escuchar fácilmente con auriculares.

Al momento de diseñarlo, tuvimos en cuenta la opción de subtítulos electrónicos de las principales cadenas de señales, así como la implementación de Closed Caption de ElTrece y Telefé, los dos canales con más rating del país. Además, desarrollamos un sistema de perfiles para que cada miembro de la familia pueda ver los contenidos que le gustan, y configurar perfiles para chicos con contenidos infantiles.





Contamos con herramientas útiles para personas con discapacidad visual, hipoacústica o con sordera:

▼ **Closed Caption:** algunos canales cuentan con esta funcionalidad que genera subtítulos para el contenido en pantalla.

▼ **Subtítulos:** subtitulado simultáneo en programas en vivo de ElTrece y ElTrece satelital para las personas con discapacidad o dificultades auditivas.

▼ **Audio TV:** aplicación que transmite solo el audio de los principales canales, para personas con discapacidad visual y con problemas de interpretación.

▼ **Lenguaje de señas:** interpretación en lenguaje de señas disponible en programas infantiles y de interés general de ElTrece.

Foro de gobernanza de Internet -

IGF: En 2016 fuimos auspiciantes del primer Foro de Gobernanza de Internet en la Argentina y financiamos 10 becas para participantes del interior del país. El IGF Argentina fue desarrollado por un comité multisectorial de trabajo que incluye a representantes de gobierno, sector privado, a la sociedad civil, al sector académico y a la comunidad técnica de Internet. El encuentro contó con la participación de más de 220 asistentes presenciales, 100 participantes en forma remota, 30 becarios de 13 provincias, 511 inscriptos generales y 57 oradores. Entre los principales temas abordados estuvieron: el desarrollo de la economía digital en Argentina; acceso e inclusión

a Internet; problemáticas de la gobernanza de la ciberseguridad y los ciberdelitos; y la promoción de los derechos humanos en Internet en la tensión entre la libertad de expresión y la privacidad.

4.5.3. Innovación periodística

Investigación “¿En qué medida sabemos los argentinos diferenciar hechos y datos de opiniones y sesgos?”. Durante 2016 apoyamos el desarrollo de una investigación académica del Programa de Educación de Chequeado junto con la Universidad de San Andrés. Esta investigación

aportó evidencias de la habilidad de distinguir hechos de opiniones de nuestra población, así como una mirada más profunda sobre la relación entre dicha capacidad y distintos factores etarios, socioeconómicos y culturales.

3.557 voluntarios participaron de la encuesta online difundida a través de las redes sociales.

Principales hallazgos:

- ▶ 69% del total de los encuestados identificó correctamente las frases contrastables del discurso.
- ▶ Recibir un breve entrenamiento aumenta de forma significativa el porcentaje de respuestas correctas.
- ▶ La simpatía política puede sesgar las respuestas, aunque en un nivel bajo.

Ciertos factores demográficos inciden en la posibilidad de distinguir hechos contrastables: cuanto más joven es el encuestado o mayor es su nivel educativo, mayor es el porcentaje de respuestas correcta; y profesiones como las vinculadas con la investigación correlacionan positivamente con esta capacidad.



Investigación sobre rol de nuestros canales locales en la comunidad

En 2015 realizamos una investigación cuali-cuantitativa para comprender el rol que la ciudadanía asigna a nuestros canales locales, con especial énfasis en los noticieros locales. Entre los principales hallazgos, identificamos que:

- ▶ 57% de los clientes de Cablevisión elige el noticiero local.
- ▶ De ese grupo, el 74% se siente entre “muy satisfechos” y “algo satisfechos” con el noticiero.

A partir de estos hallazgos diseñamos una capacitación junto con la organización Chequeado, en la que buscamos sensibilizar a los periodistas de los canales sobre la posibilidad de abrir la gestión periodística a nuevas dinámicas con las audiencias, con especial foco en las evidencias, los datos y el chequeo de la información. Esta capacitación se suma a otras realizadas por los periodistas de nuestros canales locales en alianza con “Periodismo Social” y con “UNICEF”.

4.5.4. Promoción de mensajes de bien público

Más de 100.000 segundos donados por año.

824.131 pesos argentinos donados a entidades de bien público en espacio publicitario

Donamos espacios en nuestros medios y canales de comunicación para que las organizaciones de la sociedad civil puedan difundir sus mensajes y campañas de bien público.

Segundos Para Todos: publicidad en pantalla sin cargo para que las organizaciones de la sociedad civil difundan sus spots, de 20 segundos de duración, en los canales locales de la compañía. En 2016, se destinaron un total de 117.733 segundos para las campañas de las siguientes organizaciones: Cruz Roja Argentina, Luchemos por la Vida, Unicef, Fundación Global, AMIA, Red Argentina de Banco de Alimentos, Asociación Aldeas Infantiles SOS Argentina, CONIN, Fundación Huésped, Ashoka, Fundación Leer, Consejo Publicitario Argentino y Patronato de la Infancia.

Fibertel Zone Solidario: publicidad en la página de inicio de conexión a esta plataforma wifi en más de 2.000 puntos. Durante 2016 difundimos la campaña “Un Sol para los Chicos” de Unicef, y todas las personas que se conectaron a Internet a través de esta plataforma, en 2.003 puntos comerciales, tuvieron la posibilidad de realizar donaciones o participar de las actividades que ofrecían las organizaciones. En forma previa participaron las siguientes campañas: “La Hora del Planeta” de Fundación Vida Silvestre; “Colecta Nacional de Alimentos” de Fundación Banco de Alimentos; “Hacé Click Hoy” del Consejo Publicitario Argentino y “Yo También por el Día Mundial del VIH” de Fundación Huésped.

Revista Miradas: contenido y notas de interés sobre iniciativas de actualidad. En 2016 acercamos a nuestros clientes las siguientes iniciativas: “Un Sol para los Chicos” y “Carrera por la educación” de Unicef, “Programando un Mundo Mejor” de Chicas en Tecnología, y el evento “Sustainable Brands”. Pasaron por la revista: Fundación Vida Silvestre Argentina, Cáritas Argentina, Cruz Roja Argentina, Wingu, Fundación Discar, entre otras.

Envíos Masivos a Clientes: envíos por correo electrónico de campañas específicas a la base de clientes de la compañía. En 2016 nuestros clientes recibieron los mensajes de las campañas “Un Sol para los Chicos” y “Carrera por la educación” de Unicef.

Somos Comunidad: espacio en canales locales para organizaciones de la sociedad civil: notas periodísticas en nuestros canales locales, para que las organizaciones de la sociedad civil

puedan comunicar lo que hacen y convocar a la comunidad a colaborar con sus objetivos. En 2016 pasaron por nuestros estudios las siguientes organizaciones: ComunidadIT, Chequeado, Cruz Roja Argentina, Wingu, UNICEF, Ingeniería Sin Fronteras, AACREA, Cáritas, Fundación Argentina del Cáncer, Patronato de la Infancia, Ashoka, Universidad Nacional de La Plata, Pacto Global de Naciones Unidas y Sustainable Brands. Además cubrimos más de 100 actividades comunitarias en 32 localidades.

Programas con Historia

Segundos para Todos TV

En línea con el objetivo de brindar más espacio y visibilidad a organizaciones que trabajan por el bien público, creamos este programa de televisión en 2010 con testimonios, informes y actualidad para promover la reflexión sobre diversas problemáticas sociales. Estuvo al aire durante 3 años, con 91 programas de los que participaron más de 100 organizaciones sociales.

Magdalena y el País

El objetivo de este magazine semanal que condujo Magdalena Ruiz Guiñazú durante 2013, fue contribuir al debate de los temas que conforman la agenda pública. Con una mirada federal y pluralista se propuso acercar a la ciudadanía información diversa y nutrida de opiniones complementarias. Se emitieron 33 programas por Canal Metro y en los Canales Locales de Cablevisión en el interior del país.

4.5.5. Vos También: voluntariado como oportunidad de participación ciudadana



Nuestro **Programa de Voluntariado “Vos También”** surgió como respuesta a una consulta global a través de la Encuesta Interna de Opinión (EIO) en 2010. Hoy el programa es altamente valorado por nuestros colaboradores y ha ido creciendo año a año, profesionalizando su gestión. Todos los años llevamos adelante un relevamiento de expectativas y nivel de satisfacción de organizaciones y voluntarios participantes. En 2016:

- ▶ 78% consideró su participación como “muy gratificante” y 21% como “gratificante”.
- ▶ 48,7% opinó que el vínculo entre los voluntarios fue “excelente” y 46,7% “muy bueno”.
- ▶ 100% dijo que volvería a participar.

Contamos con un **Comité de Referentes Vos También** que representan a las distintas localidades en las que se encuentra

activo el programa y con Coordinadores Voluntarios por Proyecto que tienen la responsabilidad de facilitar la gestión de las acciones, movilizar recursos y convocar a la acción.

Este año trabajamos junto con los referentes del programa en relevar demandas y necesidades de organizaciones de la sociedad civil en 27 localidades. Además enfocamos nuestra intervención en actividades de mayor impacto sostenido en el tiempo, y con foco en los temas priorizados por las organizaciones sociales o escuelas públicas. Diseñamos herramientas de relevamiento de necesidades y construcción de consensos para el diseño de cada proyecto.

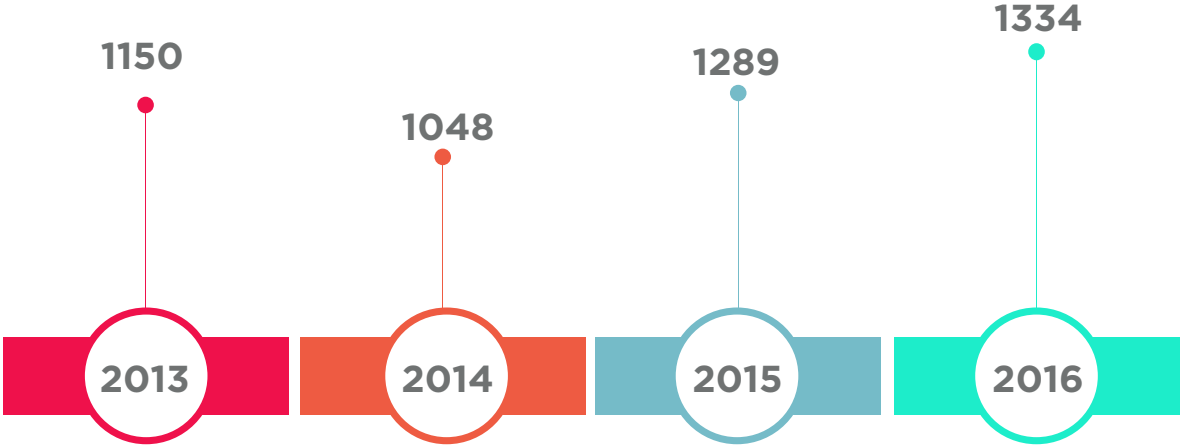
Así, consolidamos espacios valiosos de participación ciudadana con impacto positivo en la comunidad, con distintas modalidades de intervención.

1) **Voluntariado Profesional**

(PROFE): profesionales de nuestra empresa ponen a disposición sus conocimientos en tecnología, comunicación y otras herramientas de gestión, para ayudar a las organizaciones a llevar a cabo sus proyectos. Algunos casos destacados:

- ▶ Equipos de legales, seguridad informática y técnica asesoraron al equipo de Fundación Huésped y generaron recomendaciones para los desarrollos de su Laboratorio de Innovación.
- ▶ Voluntarios de sistemas, ingeniería en telecomunicaciones, marketing y legales acompañaron a Ingeniería sin Fronteras en la mejora de procesos internos.
- ▶ Equipos de Recursos Humanos y Comercial participaron de encuentros de la Fundación Reciduca en los que se trabaja en competencias para el mundo del trabajo.
- ▶ Junto a la organización Jóvenes en Acción se trabajó en la localidad de Santa Fe.

▶ **Voluntarios únicos**²⁴



- Se realizaron encuentros de intercambio, talleres de competencias profesionales con empleados de los canales locales, entregas de donaciones, y armado de spot de campaña junto a los equipos técnicos.
- ▶ Construyendo Escuela: equipos técnicos diseñan junto a la comunidad educativa de escuelas reparaciones que mejoren las condiciones edilicias previo a la conexión a internet en el marco de Puente Digital.
 - ▶ Equipos de Última Milla participaron de la construcción de perfilados,

- parquizado y tendido eléctrico del Centro de Día del CIANE en Tandil, que apunta a ser un espacio de contención y apoyo para niños con discapacidad y sus familiares. Se armaron estructuras de durlock para 20 paredes de 1 salón y se plantaron 105 árboles. Hubo 40 voluntarios participantes, en un total de 120 horas no laborales y más de 1.000 beneficiarios.
- ▶ Equipos de Marketing diseñaron la campaña de recaudación de fondos de la Cooperativa del Hospital Elizalde.

24-Considera a cada voluntario por única vez, independientemente de la cantidad de veces que haya participado.

2) Jornadas Vos También: se trata de iniciativas con un fin concreto y duración limitada, cuyo objetivo es movilizar a los empleados y su entorno, colaborando directamente en actividades que no requieren generalmente una especial cualificación técnica. En este marco, se desarrollan las jornadas de “voluntariados por un día”, donde los empleados participan en una actividad, generalmente lúdica, motivadora y grupal, fuera de la empresa. Las Jornadas Vos También más valoradas y que se sostienen año a año son “Vos También Jugas” durante el mes del día del niño; “Campaña Donación de Sangre in situ” con record de donaciones efectivas durante 3 años consecutivos en diferentes meses del año; “Jornadas de Plantación de Árboles” y “Fin de Año en Familia” con el tradicional armado de cajas para que familias en situación de vulnerabilidad puedan celebrar las fiestas de fin de año.

Give & Gain

Por tercer año consecutivo fuimos parte del movimiento Give & Gain en Argentina, diseñando una actividad de voluntariado alineada al negocio, que responda a una necesidad específica y genere un impacto a largo plazo. Con este fin, se proporcionaron servicios gratuitos de cable e Internet al Centro Cultural Hospital Borda, en asociación con la Fundación Chacras de Buenos Aires. Para ello, primero se llevaron a cabo refacciones de la instalación eléctrica, diseñada entre nuestros técnicos y el hospital, destacándose el liderazgo de nuestros técnicos y el contacto que pudieron tomar con una dimensión de la salud pública que suele quedar puertas adentro y con poca visibilidad para la ciudadanía. Esta iniciativa fue destacada como caso de éxito por Business in the Community.



Ezequiel Catuogno

*Analista SSr de Proyecto y Estrategia
Grandes Sitios en Cablevisión*



Es muy importante poder ayudar a una institución con tantas necesidades de infraestructura y transformarla con nuestras manos en un mejor lugar. Valoro mucho que la empresa nos dé la oportunidad de interactuar con el resto de la sociedad en actividades de este tipo, que nos permiten aplicar nuestro conocimiento y resolver de forma práctica problemas reales. Esperamos poder seguir aportando en las próximas jornadas. ¡Gracias a todos los técnicos y compañeros que participaron!



05

BIO Medio ambiente

Buscamos gestionar los aspectos vinculados a la infraestructura y el ambiente en forma sostenida e incremental, potenciando los impactos positivos y mitigando los negativos.

- **#Sistema de gestión ambiental**

ISO 14001:2004 en el sitio integrado de Rosario

- **#Materiales**

50,82% de los decodificadores recuperados
27,7% de clientes con factura electrónica

- **#Energía y emisiones**

Edificio central inteligente con tecnología para reducir consumo en iluminación, ascensores y acondicionamiento.

- **#Residuos**

Más del 50 % de los RAEE que se colocan en el mercado se reusan o reciclan.



Trabajamos para abordar el desafío de la inclusión digital gestionando el impacto ambiental de nuestras operaciones. Para ello, identificamos aquellos aspectos donde generamos un mayor impacto- materiales, energía y emisiones, y residuos-, implementando procesos para gestionarlos y cuidar el medio ambiente.

5.1 #SISTEMA DE GESTION AMBIENTAL PRESERVAR Y PROTEGER LOS RECURSOS

Nuestra Política de Gestión Ambiental establece que los aspectos ambientales deben ser tratados en un marco de preservación y protección de los recursos. Contamos con una metodología para identificar, valorar y actualizar aspectos y riesgos ambientales y, al mismo tiempo, evaluar los impactos reales o potenciales.

Con el fin de optimizar resultados y abordar posibles impactos, implementamos esquemas de medición, planificación y mejora de los procesos de producción. Para ello, introducimos métodos sustentables de obtención y utilización de recursos, políticas de inversión en equipamiento, promovemos la adopción y certificación de normas ambientales, y la concientización sobre el correcto aprovechamiento de las tecnologías y de los recursos.

Desde 2013, relevamos información para responder a indicadores de gestión ambiental alineados a las guías de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), consolidando la medición y mejora continua del desempeño ambiental

Además trabajamos en un programa de concientización ambiental a través de capacitaciones y campañas que alcanza a todos los colaboradores de la compañía.

Inicio del proceso de certificación “Sello verde” de la Municipalidad de Rosario

Reconocimiento otorgado a las empresas con buenas prácticas ambientales. Durante 2016 se trabajó en un primer diagnóstico, auditoría y recomendaciones por parte del gobierno Municipal.

Apoyo y promoción institucional

Trabajamos en alianza con la Fundación Garrahan y las cooperativas Madreselva y Alelí en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la Fundación Regenerar en la provincia de Buenos Aires. También participamos en los siguientes espacios de diálogo y debate sobre temas ambientales: Cámara de Informática y Comunicación de la República Argentina (CICOMRA); y las comisiones de medio ambiente de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina (AMCHAM) y el Consejo Empresario Argentino por el Desarrollo Sostenible (CEADS).



Norma ISO 14001

En 2016 se aprobó la auditoría de mantenimiento de la norma ISO 14001:2004 en el sitio integrado de Rosario, certificación obtenida en 2014. En base esta experiencia, trabajamos para expandir las buenas prácticas en toda la organización, ajustando procedimientos y políticas corporativas.

#ENERGIA Y EMISIONES

EFICIENCIA ENERGETICA Y REDUCCION DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

El control de los consumos y la gestión de la energía es un aspecto fundamental para la minimización de la huella de carbono y los impactos derivados del cambio climático. Con este compromiso, venimos trabajando en diversas iniciativas:

- Instalación de sistemas de iluminación fría.
- Reemplazo de luminarias por LED.
- Reformas edilicias para un mejor aprovechamiento de la luz natural.
- Inversión en equipos fabricados usando parámetros que no dañen el medio ambiente.
- Artefactos eléctricos eficientes.
- Sensores de movimiento en salas de reunión.
- Aires acondicionados y ascensores inteligentes.

Consumo de energía y emisiones 2016		
Fuente	Consumo de energía (GJ)	Emisiones ²⁵ (tn de CO2 eq. emitidas)
Gas-oil Generadores	87.932,73	6.195,48
Gas-oil Móviles	61.438,87	4.328,72
Nafta Generadores	848,94	58,58
Nafta Móviles	71.726,00	4.950,30
Gas natural	9.421,75	1.401,00
Energía eléctrica	885.124,72	130.824,96
Total	1.116.493,01	147.759,04

Nuestro edificio central ubicado en Gral. Hornos 690 (CABA), cuenta con tecnologías que permiten la reducción del consumo energético en iluminación (mediante artefactos eléctricos eficientes y sensores de movimiento en salas de reunión), acondicionamiento de aire y ascensores.

Además, estamos trabajando en un plan de movilidad sustentable para nuestros empleados y en la

incorporación de herramientas que permiten optimizar rutas logísticas de trabajo de nuestros móviles.

Por último, estamos analizando estrategias para el uso de energías renovables, cumpliendo con los nuevos requerimientos regulatorios que establecen un 8% de participación de energías renovables en el consumo energético de las principales unidades de negocio.

25-Se utilizó para el cálculo de los CO2 equivalentes, el conversor de <http://www.ada-c.com/es/conversor-co2.html>



Mejoras de Eficiencia Energética de los Data Centers

Contamos con dos Data Centers ubicados en los edificios corporativos de Hornos y San Lorenzo que dan soporte a toda la red de CATV y fibra óptica del país. Su crecimiento está íntimamente ligado al crecimiento de la empresa, ya que la ampliación de la red de datos, el aumento de tráfico de Internet y la implementación de nuevas tecnologías se realiza en nuestras instalaciones. Es así que los consumos eléctricos y la potencia instalada tienen un crecimiento anual.

En 2016 trabajamos en las siguientes iniciativas para promover la eficiencia energética y reducir el impacto del crecimiento del consumo:

- ▼ Estándares internacionales: todo el equipamiento electrónico que ingresa al Data Center debe estar certificado por los estándares internacionales Energy Star y 80 Plus.
- ▼ Reemplazo de iluminación fluorescente por Sistemas Led: se instalaron 214 equipos en los Data Centers y se reformó la instalación y el reemplazo del tablero eléctrico.
- ▼ Reemplazo de equipamiento de refrigeración obsoleto: se reemplazaron 2 equipos de refrigeración de los Data Centers por un nuevo equipo que tiene un 15% menos de consumo eléctrico que el equipo actual.
- ▼ Instalación de equipamiento de refrigeración con sistema “Free cooling”: este sistema instalado en el Data Center de San Lorenzo se utiliza para disminuir el consumo eléctrico aprovechando las altas temperaturas de trabajo de los nuevos equipos y las bajas temperaturas exteriores en épocas invernales.
- ▼ Impacto del ahorro energético de los Data Center en el Sistema de Refrigeración: el ahorro energético generado por las medidas implementadas, impacta a su vez positivamente en el ahorro de energía de refrigeración dado que es equipamiento que no es necesario refrigerar.
- ▼ Colocación de equipos de medición: se realizó la colocación y puesta en valor de varios equipos de medición para poder determinar el impacto de todas las políticas de eficiencia, crear conciencia, entender mejor el comportamiento de las instalaciones y encontrar nuevas oportunidades de mejoras en la eficiencia.

#MATERIALES
USO EFICIENTE Y SUSTENTABLE DE LOS MATERIALES
QUE UTILIZAMOS EN NUESTRAS OPERACIONES

Los recursos que utilizamos son sumamente heterogéneos; desde los materiales de las oficinas hasta los que permiten que los clientes accedan a los servicios de telecomunicaciones.

Nuestro foco está puesto en la reducción del consumo total de materiales por unidad de ejecución, la evaluación de origen, y el incremento de proveedores inclusivos y sustentables. Durante 2016, avanzamos con diversas iniciativas para reducir, reutilizar y reciclar los recursos que utilizamos.

Materiales consumidos 2016	
Cable (no renovable) (kg)	2.984.038
Customer- provided equipment - decodificadores (CPEs) (no renovable) (kg)	1.491.741
Papel (renovable) (kg)	47.196

Papel de fuentes sustentables

El 100% de las resmas de papel utilizadas en Cablevisión y las bolsas entregadas en las sucursales por Nextel, cuentan con certificación FSC (Forest Stewardship Council, por

sus siglas en inglés, Consejo de Administración Forestal). Esto equivale a que más de 70.000 kg de papel consumidos en 2016, provienen de forestación responsable.

REDUCIR

- El 27,7% de la facturación de Cablevisión-Fibertel y el 47,8% de Nextel se realizó de forma electrónica.
- Incentivamos la suscripción a través del call center, sitio web y envío de emails.

REUTILIZAR

Decodificadores:

- Recuperamos las unidades entregadas a los clientes en comodato y los reacondicionamos en nuestro laboratorio para ser nuevamente incorporados al circuito comercial.
- 707.828 equipos recuperados, reacondicionados y reutilizados en 2016 (50,82% del total).

Equipos y móviles:

- 235 equipos tecnológicos y 12 automóviles y camionetas en desuso donados a organizaciones de la sociedad civil.
- Se recuperaron 76.333 equipos móviles de clientes de Nextel.

RECICLAR

- Colaboramos con el Programa de Reciclado de Fundación Garrahan.
- 234.033 kilos de papel y 1.167.600 tapitas donados desde 2002.
- 40% de nuestros colaboradores separa residuos en origen
- 118.060 Kg residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) reciclados.
- 1.003.850 kg de Residuos Industriales No Peligrosos.

5.4

#RESIDUOS

REDUCCION, REUTILIZACION Y RECICLADO DE MATERIALES

Estamos comprometidos con la reducción, reutilización y reciclado de materiales, fortaleciendo el ecosistema de cooperativas locales y empresas sociales.

ReciCable es nuestro programa de separación en origen de residuos asimilables a domiciliarios, implementado en los establecimientos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Córdoba, Mar del Plata, Rosario y Salta. Durante 2016 avanzamos con el programa sobre sitios de la Sub Región Litoral Centro (Paraná, Rafaela, Ciudad de Santa Fe, Concepción del Uruguay y Gualaguaychú), y continuaremos con esta acción hasta alcanzar el total de los establecimientos de la compañía.

40% de los colaboradores a nivel nacional separa residuos en origen

Trabajamos la gestión de residuos en conjunto con las cooperativas **Madreselva y Alelí** en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la **Fundación Propósito Regenerar** en la provincia de Buenos Aires. Desde 2002, colaboramos con el Programa de Reciclado de **Fundación Garrahan**. Los 14.430 kg de papel donados en 2016 evitaron la tala de 245 árboles medianos.

Diseño sustentable:

Impulsados por la creatividad del diseño argentino, exploramos materiales de descarte como materia prima para objetos funcionales, artísticos y decorativos.

Taller Exploración de Materiales

Realizamos talleres de exploración de materiales en el Centro Metropolitano de Diseño de la Ciudad de Buenos Aires, liderados por la Diseñadora Industrial y Docente de la Universidad de Buenos Aires, Luciana González Franco. Los diseñadores participantes exploraron distintos materiales, desde cables hasta postes y realizaron accesorios personales, canastos para bicicletas, y obras de arte a gran escala.

Sello del Buen Diseño

La diseñadora Luciana González Franco tomó bobinas de cable y diseñó una línea de bancos individuales que fue reconocida con Mención de Honor Concurso Salao Design y el Sello del Buen Diseño del Ministerio de Producción de la Nación.

Bolsas Lona Vinílica

Realizamos bolsas con lonas vinílicas de cartelería en alianza con fuicartel.com y estamos explorando nuevos usos para este material al tiempo que buscamos alternativas para reducir su consumo.





Laura Cherny y Luciana González Franco
Diseñadoras industriales
Fui Cartel



En Fui Cartel hacemos visible la transformación de los desperdicios en objetos útiles. De esta manera se genera un círculo virtuoso: el descarte no sólo deja de ser un problema, sino que le sirve a la empresa para resolver sus necesidades, y al mismo tiempo comunicar valores medioambientales. Bajo esta premisa se inició el trabajo junto a la compañía en 2012, con el desarrollo de un banquito a partir de sus carretes de cable de descarte (diseño: Luciana González Franco). El banco MOMO ya había sido presentado en varias ferias y exposiciones a nivel internacional, y reconocido con el Sello de Buen Diseño del Ministerio de Producción. También en el marco de acciones que difunden el compromiso con el medio ambiente, la compañía colaboró donando descartes de cable para el Taller de Exploración de Materiales que llevamos a cabo en el CMD Sustentable del Centro Metropolitano de Diseño.



Además, desde 2012 a partir de un convenio con **Fundación Equidad** donamos equipos tecnológicos, con el objetivo de realizar otro aporte hacia la conectividad de la ciudadanía y contribuir al cuidado del ambiente.

Por otra parte, todos nuestros proveedores que se encargan de los residuos deben brindar un certificado de disposición final. Para emitirlo, tienen que estar habilitados por el ente regulador de cada jurisdicción. Aleatoriamente verificamos y controlamos los procesos ambientales de nuestros proveedores, que se regulan de acuerdo con las leyes provinciales vigentes en la materia.

Residuos peligrosos y no peligrosos 2016		
Tipo de residuo	Volumen generado (toneladas)	Método de tratamiento/ disposición
No peligrosos		
Sólidos urbanos	465,75	Relleno sanitario
Reciclable	137,35	Recuperación
Industriales	1.003,85	Recuperación
Total no peligrosos	1.606,95	
Peligrosos ²⁶		
Baterías gel	137,83	Coprocesamiento
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)	118,06	Coprocesamiento
Patogénicos	0,16	Relleno de seguridad
Otros residuos peligrosos ²⁷	12,22	Varios ²⁸
Total peligrosos	268,27	
TOTAL	1.875,22	

26-La segregación, el almacenamiento temporal, y el transporte y tratamiento de residuos peligrosos es realizado de acuerdo al marco legal vigente.
27- Incluye aceites (coprocesamiento en provincia de Buenos Aires y termodestrucción en CABA), luminarias, pilas y baterías de teléfonos móviles (relleno de seguridad), y sólidos contaminados (termodestrucción).
28- Idem.



Programas con Historia

Capacitación junto a Cascos Verdes

En 2015 desarrollamos una capacitación en la Base Técnica Centro de Rosario en alianza con la Fundación Cascos Verdes. Esta organización sin fines de lucro trabaja a favor de la inclusión socio laboral de personas con discapacidad intelectual, a través de la educación ambiental y la concientización sobre el cuidado del medio ambiente. La actividad consistió en concientizar al personal del establecimiento sobre la problemática ambiental existente y en lo cada uno puede hacer para ser parte de la solución, impulsándolos a comprometerse en el uso eficiente de los recursos y separación de residuos.

Compromiso con el Ambiente en nuestros Canales Somos

Los medios podemos jugar un papel central en difundir y dar acceso a información sobre las principales problemáticas ambientales y el rol de todos los actores en la preservación del planeta y sus recursos, a través de investigaciones periodísticas, notas de divulgación científica y cobertura de hechos socio-ambientalmente relevantes.

En nuestros Canales Somos son frecuentes las coberturas sobre aspectos ambientales locales, difusión sobre alternativas para el cuidado del ambiente, y la participación de especialistas que realizan columnas sobre el tema. Además, donamos segundos de pauta publicitaria sin cargo a organizaciones de la sociedad civil que difunden campañas ambientales, como “La Hora del Planeta” de Fundación Vida Silvestre

Argentina. Este año realizamos programas especiales sobre inundaciones y problemas que resultan del cambio climático, en distintas zonas del país. Uno de ellos, desarrollado por el equipo de “Somos el Valle”, se denominó “La fruticultura en crisis” y fue premiado como mejor documental por la Asociación de Televisión por Cable de la República Argentina (ATVC). A su vez, durante octubre 2016 los canales locales cubrieron la jornada internacional organizada por la Universidad Nacional de La Plata “Rumbo a la COP 22”, ofreciendo miradas locales sobre la agenda de temas globales tratados en el encuentro.

6

#CONECTATE CON NUESTROS ALIADOS

En Cablevisión trabajamos por el desarrollo en alianza con organizaciones de la sociedad civil. Te contamos cuáles son las alianzas destacadas en 2016 y te invitamos a conectarte con ellas.

cimientos
Fundación para la Igualdad de Oportunidades Educativas

Cimientos

Diseña e implementa programas educativos con la misión de promover la igualdad de oportunidades en las poblaciones más vulnerables y contribuir con la calidad educativa.

Conectate: <http://cimientos.org>

CIPPEC
IPD
CIPPEC

Organización independiente, apartidaria y sin fines de lucro que produce conocimiento y ofrece recomendaciones para construir mejores políticas públicas.

Conectate: <http://www.cippec.org>

chequeado+
EL FUTURO DEL DEBATE

Chequeado

Medio digital no partidario y sin fines de lucro que se dedica a la verificación del discurso público y la promoción del acceso a la información y la apertura de datos.

Conectate: <http://chequeado.com/>

**CHICAS EN
TECNOLOGÍA**

Chicas en Tecnología

Busca desarrollar el interés por la tecnología y formar habilidades emprendedoras en chicas de escuelas y colegios secundarios de entre 13 y 16 años, de forma práctica y con enfoque social. Programando un Mundo Mejor es la iniciativa por medio de la cual las chicas diseñan y desarrollan una aplicación para celular que resuelva un problema en su comunidad de manera creativa y sustentable.

Conectate: <http://www.chicasentecnologia.org>

ASOCIACIÓN
chicos.net

Chicos.net

Organización civil sin fines de lucro que busca impulsar el uso seguro, responsable y significativo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), propiciando el pleno ejercicio de derechos por parte de los niños, niñas y adolescentes en el ciberespacio.

Conectate: <http://www.chicos.net>

**Clubes
TEDEd**

Clubes TEDEd

Charlas TED en las escuelas. Propuesta educativa de TEDxRiodelaPlata para escuelas secundarias que busquen acompañar a los alumnos en el desarrollo de capacidades para generar y comunicar ideas y convertirse en ciudadanos activos.

Conectate: <http://clubes.tedxriodelaplata.org>



Colegio Madre Teresa

Escuela que trabaja en la zona más vulnerable de Virreyes, ofreciendo educación gratuita de calidad y acompañamiento a 1.320 niños y jóvenes y sus familias.

Conectate:
<http://www.colegiomadreteresa.edu.ar/>

COMPROMISO

ARTICULAR FUTURO

Compromiso

Fundación Compromiso ha sido pionera, como organización social, en el diseño, gestión y evaluación de programas de Inversión Social Privada y Voluntariado Corporativo, y en el fortalecimiento de la sociedad civil.

Conectate: <https://www.compromiso.org>

ComIT

ComunidadIT

Es un proyecto de participación comunitaria, dirigido específicamente a jóvenes, que se propone aportar soluciones a la problemática de la inserción laboral en su relación con las tecnologías de la información.

Conectate: <http://www.comunidadit.org>



CRUZ ROJA
ARGENTINA

Cruz Roja Argentina

Respuesta humanitaria en situaciones de desastre y trabajo en el fortalecimiento comunitario.

Conectate: <http://cruzroja.org.ar>



EN BUENAS MANOS
x una sociedad + inclusiva

En Buenas Manos

Organización social cuya misión es generar un cambio de mirada respecto del empleo de personas con discapacidad, mediante el desarrollo de emprendimientos autosustentables, de valor agregado que inspiran a la sociedad en general a ser más inclusiva.

Conectate: <http://www.enbuenasmanos.org.ar>



Fundación Flexer

Organización sin fines de lucro, cuya misión es mejorar la calidad de vida del niño enfermo de cáncer, promoviendo el acceso al tratamiento adecuado, en tiempo y forma y brindando al niño y su familia las mejores condiciones de soporte y cuidado.

Conectate: <http://www.fundacionflexer.org>



Fundación Garrahan

Tiene la misión de alentar el desarrollo integral del Hospital de Pediatría SAMIC "Prof. Dr. Juan P. Garrahan" en todos sus aspectos. Asimismo, presta especial atención a las necesidades sociales y emocionales de los pacientes y sus familias.

Conectate: <http://www.fundaciongarrahan.org.ar>



Fundación Huésped

Organización argentina con alcance regional que trabaja desde 1989 en áreas de salud pública desde una perspectiva de derechos humanos centrada en VIH/sida, otras enfermedades transmisibles y en salud sexual y reproductiva.

Conectate: <https://www.huesped.org.ar>

Fundación
Noble | GrupoClarín

Fundación Noble

Desde hace 50 años, tiene como fin promover el rol de los medios como vehículos de educación, cultura y compromiso comunitario. Desarrolla, de manera gratuita, diversos espacios de capacitación para docentes y alumnos.

Conectate: <http://www.fundacionnoble.org.ar/>



Futuros Profesionales Integrar

Su misión es promover el desarrollo personal de jóvenes, brindando oportunidades de educación superior a quienes más lo necesiten, por medio de becas universitarias.

Conectate: <http://fpintegrar.org>

MEDIA  CHICAS

Media Chicas

Busca promover el liderazgo de la mujer en los medios a través de la tecnología.

Conectate: <https://www.mediachicas.com>



RACI – Red Argentina para la Cooperación Internacional

Se propone coordinar los esfuerzos de las ONG para aumentar los recursos que reciben del extranjero.

Conectate: <http://raci.org.ar/>



Red ACTIVOS

Empresa social creada en 2006 como iniciativa de La Usina Asociación Civil. La misión de redACTIVOS es fomentar la autonomía social y económica de los trabajadores con discapacidad, generando al mismo tiempo auto-sostenibilidad para los programas de La Usina.

Conectate: <http://redactivos.org.ar>



Voces Vitales Argentina

Fundación dedicada a promover el liderazgo de las mujeres como motor para el progreso económico, político y social de toda la comunidad.

Conectate: <http://www.vocesvitaless.org.ar>



Tecnología sin fines de lucro

Wingu

Busca potenciar el trabajo de organizaciones y proyectos sin fines de lucro de América Latina a través de la incorporación de tecnología y metodologías innovadoras.

Conectate: <http://www.winguweb.org/>

El **Reporte de Sustentabilidad 2016** de Cablevisión fue elaborado según la opción esencial "de conformidad" con la Guía G4 de GRI.

En la tabla a continuación se presentan:

- Las respuestas a los requisitos de la **Guía G4 de GRI bajo la opción de conformidad "esencial"**.
- Algunos contenidos requeridos para la **opción "exhaustiva"** de la Guía G4 de GRI.
- Las respuestas a los requisitos del **Suplemento Sectorial de Medios de GRI** relevantes para Cablevisión.
- La relación con los requerimientos de la **Norma ISO26000**.
- El cumplimiento de los criterios de **COP Avanzada del Pacto Mundial de Naciones Unidas**.
- El vínculo con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

El Reporte de Sustentabilidad 2016 no fue verificado externamente. Los aspectos materiales GRI fueron identificados a partir de un Análisis de Materialidad. [Para más información ver el Capítulo Estrategia de Sustentabilidad 2020.](#)

Referencias:

: corresponde a contenidos que dan cumplimiento a los 21 criterios de COP Avanzada del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

 Contenidos reportados que exceden los requisitos obligatorios para el nivel esencial de la Guía G4 de GRI.

En cursiva se indican aquellos requerimientos que corresponden al Suplemento Sectorial de Medios GRI.

Todas las notas incluidas en la tabla figuran al final de la misma.

Índice de Contenido GRI G4 – Contenidos Básicos Generales	Página	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Estrategia y Análisis		4.7, 6.2, 7.4.2	
G4-1: Declaración del responsable principal de la organización.	2		
G4-2: Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades. e	13-16, 18-21		
Perfil de la organización		6.3.10, 6.4.1-6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5, 7.8	
G4-3. Nombre de la organización.	Tapa		
G4-4: Marcas, productos y servicios más importantes.	5-6		
G4-5: Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	9		
G4-6: Países en los que opera la organización.	4		
G4-7: Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	9		
G4-8: Mercados servidos.	4-6		
G4-9: Escala de la organización.	4-7		
G4-10: Desglose de empleados de la organización. <i>Incluir trabajadores free lance y contratos fijos.</i>	30-31, Nota 1		8.5
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	40		8.8
G4-12: Descripción de la cadena de suministro de la organización.	43-44		
G4-13: Cambios significativos durante el período en el tamaño, la estructura, propiedad accionarial o la cadena de suministro.	Nota 2		
G4-14: Descripción de cómo la organización aborda, si procede, el principio de precaución.	10, 13-16, 21, 70		
G4-15: Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la organización suscribe o ha adoptado.	1, 21		
G4-16: Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	18		
Aspectos materiales y cobertura		5.2, 7.3.2, 7.3.3, 7.3.4	
G4-17: Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en el reporte.	Nota 3		

Índice de Contenido GRI G4 – Contenidos Básicos Generales	Página	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
G4-18: Proceso de definición del contenido de la memoria y la Cobertura de cada Aspecto.	19-20		
G4-19: Listado de Aspectos materiales.	19-20		
G4-20: Cobertura de cada Aspecto material dentro de la organización.	Nota 4		
G4-21: Cobertura de cada Aspecto material fuera de la organización.	Nota 4		
G4-22: Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	Nota 3		
G4-23: Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	Nota 3		
Participación de los grupos de interés		5.3	
G4-24: Listado de los grupos de interés vinculados a la organización.	18		
G4-25: Base para la elección de los grupos de interés con los que la organización trabaja.	18		
G4-26: Descripción del enfoques adoptado para la participación de los grupos de interés.	19-20, 26-27, 38-40		
G4-27: Cuestiones y problemas clave 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 memoria.	19-20, 27-28, 39		
Perfil de la memoria		7.5.3, 7.6.2	
G4-28: Período objeto de la memoria.	1		
G4-29: Fecha de la última memoria.	Nota 3		
G4-30: Ciclo de presentación de memorias.	Nota 3		
G4-31: Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria.	1		
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.	Índice de Contenidos GRI y Estándares Internacionales		
G4-33: Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	Índice de Contenidos GRI y Estándares Internacionales		

Índice de Contenido GRI G4 – Contenidos Básicos Generales	Página	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Gobierno		6.2, 7.4.3, 7.7.5	
G4-34: Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	9		
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. e	14, 16		
G4-36: Designación de un cargo ejecutivo o no ejecutivo con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales, y si la misma reporta directamente al órgano superior de gobierno. e	14, 16		
G4-39: Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo. e	Nota 5		
G4-42: Rol 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. e	Nota 6		
G4-45: Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. e	14, 16		
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. e	Nota 7		
G4-51: Políticas remunerativas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. e	Nota 8		
G4-52: Proceso para determinar la remuneración. e	Nota 8		
Ética e integridad		4.4, 6.6.3	
G4-56: Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización.	4, 10		
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. e	10		
G4-58: Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda. e	10		

ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4 – CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS					
Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
ECONOMÍA					
Desempeño Económico	Enfoque de gestión	7			
	G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido.	7, 46		6.8.1-6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9	5.4, 9.1, 9.4
	G4-EC4: Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno. <i>Informar ingresos gubernamentales y otros aportes en especie, incluyendo ingresos de publicidad y otros tipos de asistencia o aportes recibidos de fuentes gubernamentales.</i> e	Nota 9			
Consecuencias económicas indirectas	Enfoque de gestión	24, 43-44, 46-51, 53-56, 58-66			
	G4-EC7: Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los tipos de servicios. <i>Informar el alcance del desarrollo de inversiones y de apoyo significativo, y el impacto actual y esperado en las comunidades y en las economías locales de iniciativas como el acceso diferencial o con descuento a espacios de publicidad, inversiones para promover la accesibilidad de contenidos, iniciativas para apoyar las actividades culturales locales, inversiones filantrópicas, y programas para cerrar la brecha digital a partir de las capacidades e infraestructura de la organización.</i>	46-51, 53-56, 58-66		6.3.9, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7, 6.8.9	5.4, 9.1, 9.4
	G4-EC8: Impactos económicos indirectos significativos, y alcance de los mismos. e	24, 43-44, 46-51, 53-56, 58-66		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	3.8, 8.2, 8.3, 8.5
Prácticas de adquisición/abastecimiento	Enfoque de gestión	43-44			5.1, 8.3
	G4-EC9. Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	43-44		6.4.3, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7	

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
MEDIO AMBIENTE				6.5.1-6.5.2	
Materiales	Enfoque de gestión. <i>Informar políticas sobre el abastecimiento sustentable de papel para diarios/ revistas/ libros, con foco en fibras recicladas/ certificadas, y el impacto del carbón y el agua en el papel utilizado. Informar políticas e impactos de las tintas y las técnicas de impresión, de materiales digitales (DVD, CD) y del packaging. Reportar políticas relacionadas al reciclado de materiales por parte de la organización e iniciativas para promover el reciclado por parte de los usuarios finales. Reportar el enfoque utilizado para gestionar los materiales mediáticos no vendidos o devueltos (por ejemplo material impreso, CD, DVD).</i>	70, 73			
	G4-EN1: Materiales utilizados, por peso o volumen. <i>FP: Identificar las materias primas utilizadas.</i>	70, 73		6.5.4	12.2
Energía	Enfoque de gestión	70-72			
	G4-EN3: Consumo energético interno.	71		6.5.4	7.2, 7.3, 12.2, 13.1
Emisiones	Enfoque de gestión	70-72			
	G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	71		6.5.5	12.4, 13.1
	G4-EN16: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2). e	71		6.5.5	12.4, 13.1
	G4-EN18: Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero. e	Nota 10		6.5.5	13.1

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Efluentes y residuos	Enfoque de gestión	74-76, Nota 11			
	G4-EN23: Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento. <i>Informar prácticas para reciclar o desechar de forma segura papel, tintas, plásticos, baterías, y equipamiento electrónico. Reportar prácticas para mitigar y remediar el impacto ambiental de sets de producción (ejemplo: pinturas, iluminación, desechos).</i>	75		6.5.3	12.4, 12.5
	G4-EN24: Número y volumen total de los derrames significativos. e	Nota 11		6.5.3	12.4
Productos y servicios	Enfoque de gestión. <i>Informar las iniciativas para disminuir el impacto ambiental de los materiales devueltos.</i>	68-76			
	G4-EN27: Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	68-76		6.5.3, 6.5.4, 6.5.5, 6.7.5	12.2, 12.4, 12.5, 13.1
Cumplimiento regulatorio	Enfoque de gestión	Nota 12			
	G4-EN29. Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Nota 12		4.6	
Transporte	Enfoque de gestión	71			
	G4-EN30. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	71		6.6.6	12.4, 13.1

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
DESEMPEÑO SOCIAL: PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO				6.4.1-6.4.2	
Empleo	Enfoque de gestión. <i>Informar términos de contratación incluyendo remuneración y mecanismos de desvinculación para contratistas, subcontratistas, freelancers y pasantes; preservación y remuneración de derechos de propiedad intelectual en todas las plataformas de diseminación de contenido; aseguramiento de condiciones para el desarrollo y la protección de niños y jóvenes menores de 18 años involucrados en el trabajo artístico.</i>	30-34			
	G4-LA1: Número y tasa de nuevos empleados contratados y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Nota 13		6.4.3	5.1, 8.5, 8.6
	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. e	40-41		6.4.4, 6.8.7	8.5
	G4-LA3: Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo. e	Nota 14		6.4.4	5.1, 8.5
Salud y seguridad en el trabajo	Enfoque de gestión	42			
	G4-LA6. Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	42, Nota 15		6.4.6, 6.8.8	3.3, 8.8

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Capacitación y educación	Enfoque de gestión	36-38			
	G4-LA9: Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría profesional. <i>Informar capacitación específica relacionada a valores de los contenidos, y la creación y divulgación de contenidos. Reportar cantidad de empleados que recibieron capacitación vinculada a los cambios tecnológicos en sus áreas de trabajo.</i>	37		6.4.7	4.3, 4.4, 5.1, 8.5
	G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional. e	36, Nota 16		6.4.7	5.1, 8.5
Diversidad e igualdad de oportunidades	Enfoque de gestión	34-36			
	G4-LA12: Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional, edad, sexo, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	30, Nota 17		6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	5.2, 5.5, 8.5
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	Enfoque de gestión	40, Nota 18			
	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.	40, Nota 18		6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4	5.1, 8.5
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	Enfoque de gestión	43-44			
	G4-LA14: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados en función de criteriosde prácticas laborales.	43-44	Se está trabajando en un plan que contempla un diagnóstico y mapeo de la cadena de valor, identificando riesgos y oportunidades.	6.3.5, 6.4.3, 6.6.6, 7.3.1	8.8

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS				4.8, 6.3.1-6.3.2	
Libertad de asociación y negociación colectiva	Enfoque de gestión	39-40, Nota 19			
	G4-HR4: Actividades y proveedores en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan ser violados o correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	39-40, Nota 19		6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.5, 6.6.6	8.8
Trabajo Infantil	Enfoque de gestión	Nota 20			
	G4-HR5: Actividades y proveedores identificados como de riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su efectiva abolición.	Nota 20		6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7 6.3.10, 6.6.6, 6.8.4	8.7
Trabajo Forzoso	Enfoque de gestión	Nota 21			
	G4-HR6: Operaciones y proveedores identificados como de riesgo significativo de ser origen de todo tipo de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nota 21		6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.10, 6.6.6	8.7
Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos	Enfoque de gestión	43-44			
	G4-HR10: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	43-44	Se está trabajando en un plan que contempla un diagnóstico y mapeo de la cadena de valor, identificando riesgos y oportunidades.	6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.6.6	
Protección de la privacidad	Enfoque de gestión. <i>Informar acerca del enfoque de gestión sobre la protección de privacidad de personas, privacidad al obtener contenido y al llevar a cabo las actividades empresariales, y privacidad en acuerdos de información proporcionada por fuentes.</i>	29, 60-61			
Libertad de expresión	Enfoque de gestión. <i>Informar acerca del enfoque de gestión sobre libertad de expresión, referido tanto a como la organización ejerce la libertad de expresión y como apoya los derechos de la sociedad a la libertad de expresión. Incluir: principios para operar en contexto de restricción a la libertad de expresión, promover el ejercicio de la libertad de expresión en la sociedad, iniciativas para promover el flujo libre de información pluralismo de ideas, transparencia, en la influencia de políticas públicas, principios para evitar la auto-censura, alfabetización en medios, derecho de réplica, contenido generado por usuarios e interacción con la audiencia.</i>	5-6, 47-51, 58-62			

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Derechos Culturales	Enfoque de gestión. <i>Informar el enfoque de gestión sobre la protección y promoción de la diversidad de expresiones culturales.</i>	6			
DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD					
Comunidades locales	Enfoque de gestión	47-51, 53-56, 58-67			
	G4-SO1: Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	47-51, 53-56, 58-67		6.3.9, 6.5.1-6.5.2, 6.5.3, 6.8	
Anticorrupción	Enfoque de gestión. <i>Informar sobre códigos de conducta relacionados. Reportar el enfoque de gestión en relación a recibir beneficios, incluyendo por ejemplo inducción, cobranza por cobertura y, en el caso de periodistas, pagando fuentes ilícitamente por contenido de noticias.</i>	10, Nota 22		6.6.1-6.6.2, 6.6.3	
	G4-SO5. Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	Nota 23			16.5
Cumplimiento regulatorio	Enfoque de gestión	Nota 24, Nota 25			
	G4-SO8. Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Nota 24, Nota 25		4.6	
Evaluación del impacto social de los proveedores	Enfoque de gestión	43-44			
	G4-SO9: Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados en función de criterios relacionados con el impacto en la sociedad.	43-44	Se está trabajando en un plan que contempla un diagnóstico y mapeo de la cadena de valor, identificando riesgos y oportunidades.	6.3.5, 6.6.1-6.6.2, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 7.3.1	

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS					
Salud y seguridad de los clientes	Enfoque de gestión	29, 60-62, Nota 26			
	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.	Nota 26		4.6, 6.7.1-6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8	
Etiquetado de los productos y servicios	Enfoque de gestión	27-29, Nota 27			
	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.	Nota 27		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. e	27-28		6.7.1-6.7.2, 6.7.6	
Privacidad de los clientes	Enfoque de gestión	29, Nota 28			
	G4-PR8. Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Nota 28		6.7.1-6.7.2, 6.7.7	16.10
Cumplimiento regulatorio	Enfoque de gestión	Nota 24, Nota 29			
	G4-PR9: Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Nota 29		4.6, 6.7.1-6.7.2, 6.7.6	
Creación de contenidos	Enfoque de gestión. <i>Informar el enfoque de gestión para asegurar el alineamiento de las actividades de creación de contenidos con los valores y políticas definidas por la empresa, incluyendo: independencia editorial, calidad del contenido, pluralidad y diversidad.</i>	10, 29			
	G4-M2. <i>Metodología para evaluar y monitorear la adhesión a los valores de creación de contenido.</i>	10, 29			

Aspecto Material	Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Cláusula ISO 26000	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Divulgación de contenidos	Enfoque de gestión. <i>Informar el enfoque de gestión para asegurar el alineamiento de las actividades de divulgación de contenidos con los valores y políticas de contenidos definidas por la organización, incluyendo: accesibilidad, toma de decisiones informadas y protección de audiencias vulnerables.</i>	49-53, 60-63			
	G4-M4. <i>Acciones tomadas para mejorar el desempeño en relación a los asuntos de divulgación de contenido y los resultados obtenidos.</i>	49-53, 60-63			3.5
Interacción con el público	Enfoque de gestión. <i>Informar sobre políticas para manejar, moderar y/o filtrar contenido generado por los usuarios, incluyendo códigos de conducta de los usuarios.</i>	58-62			
	G4-M6. <i>Métodos para interactuar con públicos y resultados.</i>	58-62			16.10
Alfabetización mediática	Enfoque de gestión. <i>Informar sobre el enfoque de gestión para empoderar los públicos y la sociedad en general a desarrollar destrezas para entender y relacionarse con el contenido, mejorar la alfabetización digital, producir contenido, expresarse y consumir críticamente y analizar contenidos.</i>	49-53, 58-67			
	G4-M7. <i>Acciones tomadas para empoderar a públicos por medio del desarrollo de habilidades para hacer una lectura crítica de medios, y los resultados obtenidos.</i>	49-53, 58-67			4.6

Nota 1

Cantidad de empleados por tipo de contrato 2016*	Mujeres	Hombres	Total
Contrato por tiempo indeterminado	2.310	8.869	11.179
Contrato de duración terminada	164	90	254
Contrato temporal	5	7	12
Total	2.479	8.966	11.445

Trabajadores por tipo de empleo 2016			
Part-time	139	165	304
Full-time	2.338	8.803	11.141
Total	2.340	8.801	11.445

* Incluye solo personal de nómina, no incluye free lance y contratos fijos fuera de nómina, ya que se considera como no relevante.

Nota 2

Los cambios significativos durante el período en el tamaño, la estructura y propiedad accionarial de Cablevisión se encuentran detallados en la Memoria y Estados Financieros Consolidados 2016 de Cablevisión S.A. disponible en <http://institucional.cablevisionfibertel.com.ar/section/view/1296>.

Nota 3

El Reporte de Sustentabilidad tiene el mismo alcance y cobertura que los estados financieros de Cablevisión. Este es el primer Reporte de Sustentabilidad de Cablevisión.

Nota 4

Relacionamiento entre temas materiales y asuntos GRI, y su cobertura sobre grupos de interés		
Tema material	Asunto GRI relacionado	Grupos de interés
Inclusión digital y acceso a las telecomunicaciones	<ul style="list-style-type: none">Consecuencias económicas indirectas (G4-EC)Comunidades locales (G4-SO)	Empleados, Comunidad, Gobierno, Academia
Atención y satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none">Etiquetado de los productos y servicios (G4-PR)	Empleados, Clientes, Proveedores y contratistas, Competidores, Reguladores
Inversiones sostenidas en el desarrollo de infraestructura de telecomunicaciones robusta e innovadora	<ul style="list-style-type: none">Desempeño económico (G4-EC)Consecuencias económicas indirectas (G4-EC)	Clientes, Proveedores y contratistas, Comunidad, Gobierno, Reguladores, Accionistas e inversores
Diversidad de género, edad, ideología, origen, e inclusión de personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none">Diversidad e igualdad de oportunidades (G4-LA)Igualdad de retribución entre mujeres y hombres (G4-LA)	Empleados, Comunidad, Gobierno, Academia
Seguridad y privacidad de los datos	<ul style="list-style-type: none">Privacidad de los clientes (G4-PR)Protección de la privacidad (G4-M)	Clientes, Empleados, Reguladores
Generación de empleo de calidad, inclusión laboral y mejora en la calidad de vida de los empleados	<ul style="list-style-type: none">Empleo (G4-LA)Salud y seguridad en el trabajo (G4-LA)Capacitación y educación (G4-LA)Libertad de asociación y negociación colectiva (G4-LA)Diversidad e igualdad de oportunidades (G4-LA)	Empleados, Proveedores y contratistas, Comunidad, Gobierno
Internet y tecnología para el acceso a la información y participación ciudadana	<ul style="list-style-type: none">Interacción con el público (G4-M)Alfabetización mediática (G4-M)	Comunidad, Gobierno, Academia, Medios de Comunicación
Fortalecimiento de nuestros proveedores y de las PYME de las localidades donde operamos	<ul style="list-style-type: none">Prácticas de adquisición (G4-EC)Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (G4-LA)Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos (G4-HR)Evaluación de la repercusión social de los proveedores (G4-SO)Trabajo infantil (G4-HR)Trabajo forzoso (G4-HR)	Proveedores y contratistas
Gestión de residuos electrónicos	<ul style="list-style-type: none">Efluentes y residuos (G4-EN)Materiales (G4-EN)Productos y servicios (G4-EN)	Empleados, Comunidad, Gobierno, Reguladores
Eficiencia energética y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero	<ul style="list-style-type: none">Energía (G4-EN)Emisiones (G4-EN)Transporte (G4-EN)	Empleados, Comunidad, Gobierno, Reguladores
Periodismo local, libertad de expresión y responsabilidad en la creación y distribución de contenidos audiovisuales	<ul style="list-style-type: none">Creación de contenidos (G4-M)Divulgación de contenidos (G4-M)Derechos culturales (G4-M)Libertad de Expresión (G4-M)	Clientes, Comunidad, Reguladores, Medios de Comunicación
Cuidado de audiencias vulnerables, y uso responsable y seguro de la tecnología	<ul style="list-style-type: none">Salud y seguridad de los clientes (G4-PR)Creación de contenidos (G4-M)Divulgación de contenidos (G4-M)Interacción con el público (G4-M)Alfabetización mediática (G4-M)	Clientes, Comunidad, Reguladores, Medios de Comunicación
Ética, transparencia y rendición de cuentas sobre los resultados del negocio	<ul style="list-style-type: none">Cumplimiento regulatorio (G4-SO)Cumplimiento regulatorio (G4-PR)Cumplimiento regulatorio (G4-EN)Lucha contra la corrupción (G4-SO)	Clientes, Empleados, Proveedores y contratistas, Accionistas e inversores, Gobierno, Reguladores, Competidores, Medios de Comunicación

Nota 5

El Presidente del Directorio de la compañía tiene funciones ejecutivas en la sociedad titular del porcentaje mayoritario de sus acciones, Grupo Clarín S.A. Ocupa el cargo de Director Corporativo de Finanzas.

Nota 6

El Directorio de Cablevisión aprueba el plan estratégico o de negocio, así como los objetivos de gestión y presupuestos anuales. La política de inversiones (en activos financieros y en bienes de capital) y de financiación. El Directorio expone los resultados de su gestión teniendo en cuenta los objetivos fijados al inicio del período, de modo tal que los accionistas puedan evaluar el grado de cumplimiento de tales objetivos que contienen tanto aspectos financieros, como no financieros.

Nota 7

El Comité Ejecutivo revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura que todos los aspectos materiales queden reflejados.

Nota 8

La remuneración del Directorio es fijada por Asamblea una vez concluido el ejercicio económico, teniendo en cuenta el límite establecido en el artículo 261 de la Ley N° 19.550 y las normas pertinentes de la Comisión Nacional de Valores. Para los cuadros gerenciales, la Sociedad ha establecido un esquema de remuneración fija y variable.

Mientras que la remuneración fija está relacionada al nivel de responsabilidad requerido para el puesto y a su competitividad respecto del mercado, la remuneración variable está asociada con los objetivos trazados al comienzo del ejercicio y el grado de cumplimiento de los mismos mediante su gestión a lo largo del ejercicio económico.

Nota 9

En 2016 Cablevisión recibió \$8.318,48 en concepto de publicidad oficial, y \$800.190,45 en ingresos en el marco de la Licitación del Gobierno de la CABA para brindar netbooks a alumnos de escuelas de la Ciudad de Buenos Aires, conectividad y soporte.

Nota 10

Intensidad de emisiones GEI:

Emisiones indirectas (Alcance 1): 0,0019933 tn de CO2 eq. emitidas por cliente.

Emisiones indirectas (Alcance 2): 0,01837 tn de CO2 eq. emitidas por cliente.

Nota 11

En 2016 no hubo derrames significativos de residuos y efluentes.

Nota 12

En 2016 no existieron sanciones relativas al incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.

Nota 13

	Altas	Bajas de nuevos empleados	Total de Bajas	Tasa de nuevas contrataciones (1)	Tasa de rotación (2)
Rotación total	637	49	521	5,57%	1,01%
Desglose por edad					
Hasta 30 años	411	36	199	17,63%	9,09%
Entre 31 y 50 años	215	13	251	2,72%	-0,46%
Más de 50 años	11	0	71	0,91%	-4,98%
Desglose por sexo					
Mujeres	98	12	187	3,96%	-3,59%
Hombres	539	37	334	6,01%	2,29%
Desglose por región					
Buenos Aires	129	8	106	3,34%	0,60%
Capital Federal	337	28	305	6,95%	0,66%
Chaco	5	0	4	5,26%	1,05%
Córdoba	51	2	30	6,41%	2,64%
Corrientes	8	0	3	7,55%	4,72%
Entre Ríos	52	6	14	23,64%	17,27%
Formosa	2	0	2	5,71%	0,00%
La Pampa	2	0	1	2,70%	1,35%
Mendoza	3	0	4	10,34%	-3,45%
Misiones	0	0	4	0,00%	-4,12%
Neuquén	7	2	5	6,25%	1,79%
Río Negro	4	0	5	3,74%	-0,93%
Salta	6	0	4	3,90%	1,30%
San Luis	0	0	0	0,00%	0,00%
Santa Fe	18	2	27	2,47%	-1,23%
Uruguay	13	1	7	7,34%	3,39%

(1) Forma de cálculo: Altas sobre total de plantilla al 31.12.2016 de dicha categoría o grupo de empleados.
(2) Forma de cálculo: Altas menos Bajas sobre el total de plantilla al 31.12.2016 de dicha categoría o grupo de empleados.

Nota 14

Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la licencia por maternidad/ paternidad	Mujeres	Hombres
Nº empleados que tuvieron derecho a tomar lic. Nacimiento	2.479	8.966
(1) Nº empleados que hicieron uso efectivo lic. Nacimiento	116	222
(2) Nº empleados que retornaron al trabajo al finalizar lic.*	111	222
(3) Nº empleados que retornaron y permanecieron al 31/12	108	221
Tasa de reincorporación [(2)/(1)]*100	96%	100%
Tasa de retención [(3)/(2)]*100	97%	99,5%

* Incluye retornos posteriores al 31 de diciembre de 2016.

Nota 15

Indicadores de salud y seguridad 2016¹

Desglose por género	Mujeres	Hombres	Total
Tasa de absentismo²	5,68%	7,50%	6,03%
Cantidad de días perdidos	13.529	695	14.224
Número de víctimas mortales	0	0	0

Desglose por operación	Índice de incidencia³	Índice de frecuencia⁴	Índice de gravedad⁵	Cantidad de accidentes	Cantidad de días perdidos
Capital, GBA Norte y GBA Oeste	10,63	11,08	1,17	215	4.547
AMBA SUR	7,47	7,79	0,69	66	1.167
CENTRO	11,20	11,67	1,77	107	3.248
LITORAL	6,88	7,16	0,99	77	2.139
Provincia de Buenos Aires	3,93	4,09	0,83	45	1.822
MSO	3,16	3,29	0,24	36	528
Gerencia comercial	1,47	1,53	0,20	14	375
Gerencia técnica	2,58	2,69	0,23	23	397
Field service	0,00	0,00	0,00	0	0

¹ Los indicadores no incluyen Última Milla ni Nextel. ² Cantidad de Ausencias/ cantidad de días trabajados*100. ³ Total accidentes*100/dotación*12/mes en curso.

⁴ Accidentes por cada 200.000 horas trabajadas. ⁵ Días perdidos*100/dotación*20*8*mes en curso.

Nota 16

Porcentaje de empleados que recibieron una evaluación periódica de su desempeño	
Total	66%
Por género	
Mujeres	44%
Hombres	72%
Por categoría laboral	
Directores, Gerentes Generales y Gerentes	93%
Mandos Medios	88%
Analistas y Cargos administrativos	37%
Cargos técnicos	83%
Periodistas	80%

Nota 17

Categoría profesional	< 30 años	30 – 50 años	> 50 años
Dirección Gerencial	0	30	12
Dirección	0	131	26
Conducción	0	157	36
Gestión	70	979	157
Colaborador- TEC	1.105	3.572	517
Colaborador – NO TEC	1.156	3.041	456
Total	2.331	7.910	1.204

Nota 18

Los salarios se definen en función del cargo y desempeño, independientemente del género y la localización geográfica.

Nota 19

Como parte de su compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Cablevisión respeta la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la libre negociación colectiva, entre la representación gremial y la representación empresaria. El 72% del total de empleados se encuentran bajo convenio colectivo de trabajo. Al 31 de diciembre de 2016 no tenemos registro de reclamos correspondientes a personal dependiente de los proveedores en estos temas.

Nota 20

Como parte de su compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Cablevisión está comprometida con la prevención y erradicación del trabajo infantil. En 2016 no se identificaron actividades y proveedores con riesgo potencial de incidentes de explotación infantil; y a efectos de minimizar la contingencia de incumplimiento se realiza un relevamiento mensual de la documentación de los contratistas relativos a sus empleados. Asimismo, Cablevisión se reserva la facultad de auditar de manera total o parcial las tareas desarrolladas por el proveedor, ejercicio que realiza de manera aleatoria en forma periódica.

Nota 21

Como parte de su compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Cablevisión está comprometida con la abolición de toda forma moderna de trabajo forzoso y no consentido. Al 31 de diciembre de 2016 no existen proveedores con este tipo de riesgo, a efectos de minimizar la contingencia de incumplimiento se realiza relevamiento mensual de la documentación de las contratistas relativas a sus empleados. Asimismo, Cablevisión se reserva la facultad de auditar de manera total o parcial las

tareas desarrolladas por el proveedor, ejercicio que realiza de manera aleatoria en forma periódica.

Nota 22

El Código de Ética y Comportamiento de Cablevisión aborda temas de anticorrupción vinculados a la industria.

Nota 23

En 2016 no se registraron casos de corrupción confirmados.

Nota 24

El Decreto de Necesidad y Urgencia N° 267/15 de fecha 29 de diciembre de 2015 y publicado en el Boletín Oficial con fecha 4 de enero de 2016 crea el ENACOM como ente autárquico y descentralizado en el ámbito del Ministerio de Comunicaciones para actuar como Autoridad de Aplicación de las Leyes N° 26.522 y N° 27.078 y sus normas modificatorias y reglamentarias. El ENACOM tiene todas las mismas facultades y competencias que las Leyes N° 26.522 y N° 27.078 atribuían a la AFSCA y a la AFTIC respectivamente. Dentro de las principales reformas que introduce a ambas leyes el DNU, se debe mencionar que deroga el artículo 161 de la Ley N° 26.522 mediante el cual se ordenaba la obligación de adecuarse los límites establecidos en dicha ley en materia de condiciones de titularidad y cantidad de licencias. Por otra parte, el artículo 45 de la Ley N° 26.522, que establece el régimen de multiplicidad de licencias ha sufrido una importante modificación. Respecto de la Sociedad y las subsidiarias licenciatarias y/o titulares de servicios de comunicación audiovisual dicha modificación implica en la práctica que éstas se encuentran ya ajustadas al nuevo marco normativo. En virtud del nuevo marco normativo, las licencias para la explotación de servicios de televisión por suscripción por vínculo físico y por vínculo radioeléctrico de titularidad de Cablevisión y de sus subsidiarias conferidas oportunamente

bajo los regímenes de las Leyes N° 22.285 y N° 26.522 adquieren ipso facto el título de “Registro” para la explotación de servicios de televisión por suscripción por vínculo físico y por vínculo radioeléctrico de una Licencia Única Argentina Digital. Asimismo, por imperio de esta modificación (artículo 7 del DNU que modifica entre otros el artículo 10 de la Ley N° 27.078), todos los servicios que explotan la Sociedad y ciertas subsidiarias y asociadas pasan a regirse por la Ley Argentina Digital.

Nota 25

Durante 2016 se erogó un total de 2.594.879 pesos por infracciones de normas municipales y faltas de tránsito.

Nota 26

Durante 2016 no se registraron incumplimientos de la normativa relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de los clientes. Asimismo, no estamos adheridos a ningún código voluntario relacionado con esta temática.

Nota 27

Durante 2016 no se registraron incumplimientos de la regulación relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios. Asimismo, no estamos adheridos a ningún código voluntario relacionado con esta temática.

Nota 28

En 2016 no se registraron reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

Nota 29

En 2016 no se registraron multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.

8

CONVERSACIONES QUE TRANSFORMAN

¿Cuánto leíste de este Reporte? Todo ☐ Bastante ☐ Poco ☐ Casi nada ☐

¿Cuán interesante te resultó? Mucho ☐ Bastante ☐ Poco ☐ Casi nada ☐

¿Cuánto te ayudó a conocer nuestro compromiso con la Sustentabilidad y los avances realizados?

Mucho ☐ Bastante ☐ Poco ☐ Casi nada ☐

Consideras que la información de los siguientes apartados es...	Insuficiente	Suficiente	Excelente
Carta del gerente general			
Una empresa líder de telecomunicaciones			
Estrategia de Sustentabilidad 2020			
LAB: inclusión digital e innovación social			
NODO: infraestructura, clientes y desarrollo productivo			
BIO: medio ambiente			
Índice de contenidos GRI y Estándares internacionales			

¿Qué otros temas te gustaría encontrar en los próximos reportes? _____

¿Qué otras oportunidades de mejora tiene este Reporte? _____

Nombre (optativo):
Grupo de interés al que perteneces:

Cliente ☐ Medio de Comunicación ☐ Empleado ☐ Proveedor / contratista ☐ Accionista / Inversor ☐
Comunidad ☐ Academia ☐ Gobierno ☐ Regulador ☐ Competidor ☐ Otro: ¿Cuál? _____

¡Muchas gracias!

Envíanos tus respuestas a sustentabilidad@cablevision.com.ar o completá la encuesta online en:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfuCT8J_7vXIR9_Y1CTXHvfinz3NL3OWvqe-kFePrEk07iTXg/viewform

Para consultas, sugerencias y/o más información, por favor contactar a:

Gerencia de Comunicaciones Externas

Área de Sustentabilidad & Responsabilidad Social Cablevisión SA

Mail: sustentabilidad@cablevision.com.ar

Dirección: General Hornos 690, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Este Reporte de Sustentabilidad se encuentra disponible en www.cablevisionfibertel.com.ar

Coordinación general: Gerencia de Comunicaciones Externas

Área de Sustentabilidad & Responsabilidad Social Cablevisión SA

Facilitadores externos: ReporteSocial www.reportesocial.com

Diseño y producción: Marketing Cablevisión SA