

NOMBRE DE LA EMPRESA: GRUPO CLARÍN S.A.

TITULO DE LA COP: GRUPO CLARÍN Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL – 2019

PERIODO: ENERO 2019 / DICIEMBRE 2019

DECLARACIÓN DE APOYO CONTINUO:



Desde su fundación, Grupo Clarín ha sido consciente de su responsabilidad social como empresa y como medio de comunicación. Se ha esforzado por asumir dicha responsabilidad respetando las leyes, honrando su participación social y comunitaria activa y sostenida y, especialmente, cumpliendo con su deber de informar con honestidad y precisión.

El compromiso con la sociedad es una parte inherente y esencial de la declaración de visión y misión del Grupo Clarín. La Compañía otorga especial importancia a la relación con sus diferentes audiencias, que reconocen y validan sus actividades cada día y, con el tiempo, han establecido múltiples canales de comunicación e interacción con las partes interesadas de Clarín.

Desde el punto de vista de sus audiencias, lectores y la sociedad en general, los medios y periodistas del Grupo Clarín trabajan día a día para respetar y consolidar el derecho de los ciudadanos a la información; combinando alta credibilidad, contenido de calidad y una amplia oferta periodística y de entretenimiento.

Por la presente, ratificamos nuestro apoyo y compromiso con el Pacto Mundial y presentamos nuestra COP, que es una parte esencial de nuestro Informe Anual.

Jorge C. Rendo
CEO
Grupo Clarín SA

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD

1. SUSTENTABILIDAD

Desde sus inicios, el Grupo Clarín asume la responsabilidad como empresa de medios de comunicación con el desarrollo sostenible del país. Así, trabaja para satisfacer y consolidar el derecho a la información de la ciudadanía mediante una completa oferta periodística y de entretenimiento, con base en la rigurosidad, la credibilidad, la libertad de expresión y la interacción con la audiencia.

En este marco, la Política de Responsabilidad Social propone diferentes modalidades de intervención que permiten incidir positivamente en el crecimiento de la comunidad. Se integra la sustentabilidad en su accionar cotidiano alineando a todas las unidades de negocio (UdN) y áreas del Grupo en cuatro ejes de gestión:

1. Creación de contenidos responsables
2. Gestión sustentable en todas las unidades de negocios
3. Comunicación transparente
4. Promoción de la diversidad

a. Independencia, transparencia y lineamientos internacionales

En el Grupo Clarín se otorga un lugar central a la independencia como garantía de libertad para ejercer el rol periodístico y promover el fortalecimiento de la democracia argentina. A su vez, es una responsabilidad asumida, una manera de ejercer y garantizar derechos, y una condición necesaria para la sustentabilidad de la organización.

El negocio cuenta con una diversidad de ingresos que contribuye a generar condiciones propicias para informar sin condicionamientos y sostener la independencia editorial. Ningún anunciante, público o privado, supera el 5% del ingreso total del Grupo Clarín. Al mismo tiempo, las funciones administrativas y editoriales se encuentren separadas para evitar conflictos de interés en la creación de contenidos. Se pone especial atención a que los periodistas no estén relacionados de modo alguno con la venta de publicidad para permitir el ejercicio de su profesión, libre de condicionamientos. Además, en cada uno de los medios existe un especial cuidado en la distinción entre espacios de publicidad y espacios editoriales.

La independencia exige transparencia. Desde hace 12 años el Grupo cotiza en las bolsas de Buenos Aires y de Londres, lo que impulsa a trabajar continuamente para fomentar la transparencia en los aspectos societarios, de desempeño social y ambiental. Localmente, se presenta en forma anual la Memoria y Estados Financieros, que incluye el Código de Gobierno Societario exigido por la Comisión Nacional de Valores (CNV).

Al mismo tiempo, desde 2015 el Grupo Clarín publica su Reporte de Sustentabilidad anual y es la única compañía periodística en la Argentina en

haber distribuido un documento de este tipo. Así, lidera el camino de la transparencia y la sostenibilidad en el sector. Toda la información se encuentra disponible en los sitios web grupoclarin.com y en el de la CNV. También se pone a disposición una gran diversidad de canales para transparentar la gestión y mantenerse comunicados con los públicos.

En línea con el objetivo de rendir cuentas de manera transparente, el Grupo utiliza diversos lineamientos internacionales de sustentabilidad, que permiten estandarizar la información y mostrar su contribución al desarrollo sostenible de manera precisa y rigurosa.

Desde 2004 está comprometido con el Pacto Global de Naciones Unidas e informa los avances sobre los 10 principios sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción. Además, comunica su aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de cara a la agenda global hacia 2030.

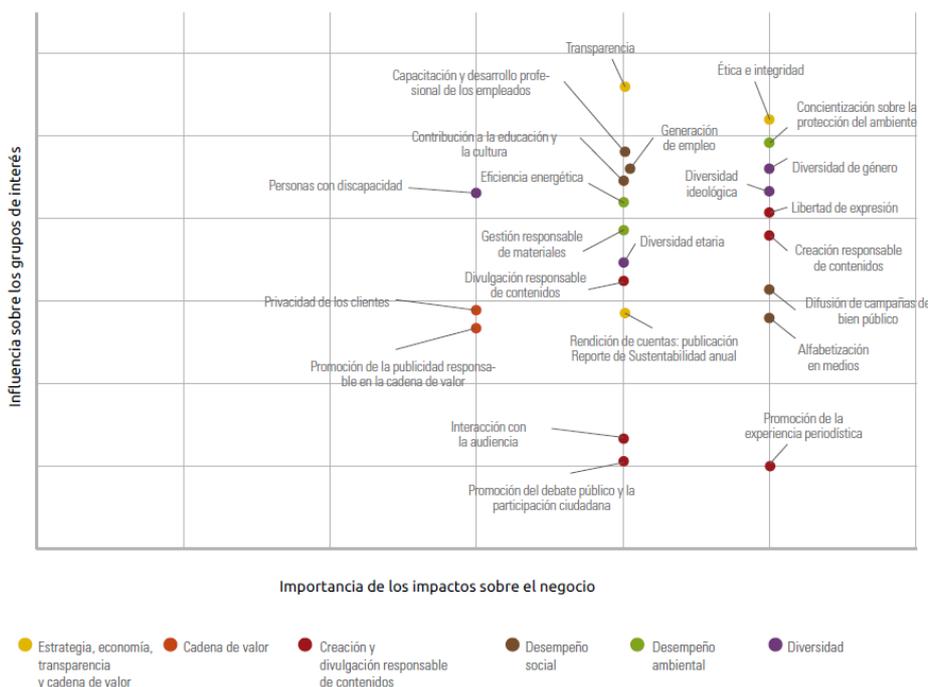
Al mismo tiempo, utiliza los Estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI), en su opción Esencial. La tabla de contenidos GRI está incluida en el reporte integrado, que se presentará por primera vez con el desempeño de 2019. Estará disponible en www.grupoclarin.com. En la gestión se adoptan los principios y orientaciones de la Norma ISO 26000:2010 de Responsabilidad Social. Por primera vez, el proceso de elaboración de la Memoria y Estados Financieros del Grupo Clarín utiliza el marco de referencia *The International <IR> Framework* del Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC).

También el Grupo Clarín participa de iniciativas nacionales e internacionales: Pacto Global Argentina, Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, Instituto Argentino de RSE, Red de Empresas por la Diversidad, Grupo de Fundaciones y Empresas, Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, Consejo Publicitario Argentino, Mesa de Diversidad Empresarial de Instituto Nacional contra del Discriminación, Xenofobia y el Racismo. Por último, contribuyó a la presentación del primer índice de sustentabilidad bursátil en la Argentina, junto a BYMA y BID.

Análisis de materialidad

Desde 2015, en el Grupo Clarín se realiza el análisis de materialidad, de acuerdo con lo establecido por los lineamientos internacionales utilizados, fundamentalmente GRI. Este ejercicio permite identificar los temas más relevantes y significativos en relación con la estrategia de negocio y las necesidades de los grupos de interés. El proceso abarca las siguientes etapas: identificación; priorización; y revisión y validación. De esta manera, se realizaron encuestas a los grupos de interés para conocer sus expectativas, siguiendo las recomendaciones de la norma *AccountAbility* 1000:AA1000SES (*Stakeholder Engagement Standard*). Como resultado, se obtiene una matriz de materialidad que muestra la importancia de estos temas materiales.

MATRIZ DE MATERIALIDAD - GRUPO CLARÍN



b. Creación y distribución responsable de contenidos

Ética y lineamientos editoriales

En el Grupo Clarín se trabaja para asegurar el cumplimiento riguroso de las normas éticas en todos sus medios, en un contexto de cambios sociales y tecnológicos. Para alcanzar este objetivo, diversos manuales de ética y lineamiento editorial orientan el trabajo diario de los periodistas: manual de estilo periodístico en el diario Clarín, La Voz del Interior y Radio Mitre; manual de prácticas para contenido web de Clarín; guía para el trabajo periodístico en redes sociales en Clarín y La Voz del Interior, redacción para móviles en La Voz del Interior; y decálogo de funcionamiento en Los Andes.

Estos manuales recogen los principales valores periodísticos del Grupo: profesionalismo, búsqueda de la verdad, respeto, independencia, calidad, precisión, rigurosidad y responsabilidad.

Por otra parte, se ponen en práctica lineamientos para el abordaje de los contenidos tales como: libertad de expresión, búsqueda del pluralismo, verificación de la información, preservación de identidad de fuentes periodísticas, protección a los niños, niñas y adolescentes en el contexto informativo, resguardo a testigos y denunciantes, prohibición de la exposición explícita de situaciones de violencia y bullying, priorización del orden institucional ante convulsiones sociales, colaboración con la búsqueda de personas y visibilidad de los servicios de ayuda, en cumplimiento de la legislación.

En 2019 se destacó la incorporación en Clarín del rol de editora de género, cuya principal función es brindar las pautas para abordar las noticias con perspectiva de género y evitar la reproducción de estereotipos.

Transformación digital, convergencias y nuevas tecnologías

La industria se encuentra en pleno proceso de transformación: la tecnología ofrece entornos desafiantes, pero con grandes oportunidades. Durante 2019 las coberturas más destacadas fueron las de las elecciones presidenciales y las distintas crisis regionales. Todas ellas fueron multiplataforma. Así, cada soporte supo aprovechar sus ventajas, lográndose una cobertura diversa y multidisciplinaria.

Clarín realizó coberturas minuto a minuto para redes sociales en los dos debates presidenciales y el debate de Jefes de Gobierno de la Ciudad. En las PASO, se realizó un *Live* en vivo desde la redacción mostrando cómo se vive un domingo electoral entre periodistas. El domingo 27 de octubre se armaron dos equipos entre redes sociales y video en cada uno de los bunkers de los principales partidos políticos, desde donde se realizó una cobertura en tiempo real para Twitter e Instagram.

A 13 años de haber dado los primeros pasos, TN.com.ar se consolida como el sitio de noticias más joven de la Argentina y el que más crece. Se continúa poniendo foco en la innovación: se siguen explorando nuevos soportes, como videos *explainers*, que en pocos minutos dan cuenta de una problemática compleja. Además, el sitio participó de la prueba piloto del *Breaking News Alert* de YouTube que se habilitó en julio para la Argentina.

Investigaciones y contenidos destacados

Las investigaciones de los medios del Grupo son reconocidas a nivel internacional. En 2019 Clarín llevó adelante numerosas investigaciones y producciones en profundidad. Dos de las más consultadas fueron: “La luna, 50 años de conquista y siglos de fascinación” y “Frenético intercambio de llamadas entre Cristina y Berni tras la muerte de Nisman”.

El Grupo Clarín apuesta al periodismo en el lugar de los hechos. En 2019, en Artear (eltrece y TN) Nelson Castro se convirtió en “El corresponsal”, cubriendo noticias de alto impacto. Se trató de un proyecto con un amplio despliegue de producción y realización, en el que el periodista aporta una mirada propia. Se transmitieron desde Caracas las protestas y la crisis que atraviesa a Venezuela; desde la frontera entre México y los Estados Unidos el drama migratorio; se entrevistó a Brigitte Macron luego de la misa en honor de la incendiada catedral de Notre Dame en París; se cubrió desde la zona de exclusión de Chernobyl y se llegó a entrevistar a los narcomilicianos en las favelas de Río de Janeiro.

Además, en 2019 se relanzó EL INVESTIGA. El ciclo empezó como una sección de Telenoche en 1994, marcando un hito en la televisión argentina y desarrollando informes de alto impacto. Con nuevos conductores, la sección hace un despliegue multiplataforma, lo que permite llegar a distintas audiencias que, en muchos casos, no consumen televisión tradicional.

En Radio Mitre, la investigación más destacada fue acerca de un caso de una niña tucumana que en febrero de 2019 tuvo que ser sometida a una cesárea por no habersele brindado la posibilidad de un aborto seguro. Esa investigación se cristalizó en un informe especial titulado “Niña”. También se destacó el trabajo sobre la detención del exvicepresidente Amado Boudou, “La caída de un Vicepresidente”. Ambas investigaciones recibieron reconocimientos internacionales.

Otros contenidos destacados fueron las coberturas de situaciones de crisis. En 2019, periodistas destacados cubrieron los graves conflictos y protestas de Bolivia y Chile de manera rigurosa y exhaustiva.

Interacción con audiencia y lectores

El Grupo cuenta con una larga trayectoria de cercanía con audiencias y lectores. Fomenta la creación de ámbitos propicios para canalizar su participación, como una condición *sine qua non* para promover la libertad de expresión, el respeto por la diversidad y el pluralismo.

El periodismo ciudadano ya es una parte imprescindible de la actividad periodística como fuente principal o secundaria que es sometida a un proceso de comprobación para evitar la difusión de noticias falsas. La interacción con el público es cotidiana, ya sea a través de redes sociales, encuestas al aire o llamados telefónicos. Un ejemplo de esta interacción es “TN y la Gente” donde las audiencias cargan sus materiales, muchos de los cuales se convierten en noticias en sí mismas, reforzándose con entrevistas, móviles en vivo, etc. Como cada año, en una ceremonia especial se entregan los “Premios Mazzone”, que destacan los videos más relevantes que fueron aportados por los usuarios.

Otro ejemplo de la participación de las audiencias se produjo en el marco de un apagón general en el país: se les pidió a los televidentes de TN que sumaran sus datos sobre los barrios en los que había cortes de luz. Cada noticiero de aire aumentó su participación en redes sociales, intensificando una relación directa con sus propias audiencias.

El Grupo Clarín también está comprometido con la elaboración de contenidos locales y con dar voz a sus comunidades. Clarín cuenta con los suplementos Zonales donde se publican contenidos correspondientes a 30 municipios del Gran Buenos Aires, con foco en mostrar la identidad y la problemática local de cada ciudad. Además, el Grupo cuenta con dos de los diarios regionales más importantes del país, La Voz del Interior de la provincia de Córdoba y Los Andes de Mendoza, y canales de televisión abierta de Buenos Aires, Bahía

Blanca, Córdoba y Río Negro. Además, Todo Noticias (TN) se caracteriza por una cobertura federal y presencia en los acontecimientos importantes de todas las provincias. Por su parte, las cuestiones más importantes de todas las comunidades de la Argentina son reflejadas tanto por las personas entrevistadas al aire como por corresponsales en las emisoras de Radio Mitre de todo el país.

Cobertura social y de sustentabilidad

En el Grupo Clarín se reconoce la importancia de reflejar la diversidad de audiencias en sus contenidos, así como también recoger y visibilizar las problemáticas sociales.

En este camino, los principales medios del Grupo (Clarín, eltrece y La Voz del Interior) adhirieron al *Pacto de Medios, demos un paso por la igualdad* de ONU Mujeres, cuyo objetivo es contribuir a la erradicación de las desigualdades entre hombres y mujeres. Así, la iniciativa hace foco en la creación de contenidos con perspectiva de género y la promoción de políticas internas que garanticen la igualdad de género.

Tanto en los noticieros de eltrece como en los distintos segmentos informativos de TN hay paridad de género. Se establecen parejas conductoras y se busca un balance permanente en las coberturas periodísticas de los cronistas. Además, se intenta encontrar un equilibrio en la participación de los columnistas.

Permanentemente se trabaja para multiplicar el contenido con perspectiva de género, buscando eliminar estereotipos negativos e incorporar nuevos modelos masculinos y femeninos. Como cada 8M, se realizó una cobertura multiplataforma sobre el abordaje de las problemáticas referidas a la igualdad de género.

El Grupo Clarín brinda herramientas para mantener actualizados a sus colaboradores en relación con la generación de contenidos. En 2019 se desarrolló una serie de capacitaciones para la redacción de Clarín y Olé, que fue brindada por el ELA (Equipo Latinoamericano de Justicia y Género). Los temas abordados fueron: Derechos Humanos y Género, Violencias, Niñez y Adolescencia y Discapacidad y Género. Al mismo tiempo, Artear promueve la guía de la ONU Mujeres para el uso de un lenguaje inclusivo al género, con la colaboración de una lingüista. La Voz del Interior llevó a cabo un taller de perspectiva de género con una periodista especialista en la temática. TyC Sports también trabajó con un ciclo de capacitaciones en género y diversidad a cargo de dos periodistas especializadas en la materia en los que participaron 133 colaboradores de las áreas de producción, conducción, redacción, coordinación general de aire y jefaturas de equipos.

La columna "Miradas" de Clarín de los viernes, en la sección Opinión, aborda la defensa de los derechos de las mujeres y los desafíos de la igualdad de género. Clarín, además, cuenta con un suplemento de RSE trimestral en la que se destacan temáticas sociales, ambientales, inclusión económica y desarrollo.

En TN.com.ar, las historias de “Somos familia” buscan visibilizar los nuevos modelos familiares y difundir las luchas de las minorías sexuales por sus derechos, los avances científicos que permiten la gestación a parejas infértiles, del mismo sexo o personas solas o las familias que deciden abrir sus brazos aún más. A partir de esta sección, en 2019 se lanzó Todes Nosotres, la comunidad de inclusión y diversidad de TN.com.ar, con el objetivo de crear una red fuerte que sea capaz de comprender y, fundamentalmente, de respetar las diferencias de cualquier tipo. Por ejemplo, se realizó un debate sobre el lenguaje inclusivo y se abordaron casos de personas con discapacidad, para visibilizar cómo afecta la pirotecnia sonora a las personas con autismo.

En los noticieros se realizan debates de posturas contrapuestas, abarcando asuntos políticos, económicos, sociales, de educación, y de salud, entre otros. En este sentido, se pueden citar a modo de ejemplo los múltiples debates en “A dos voces”, uno de los programas políticos de TN.

Se continúan visibilizando múltiples problemáticas sociales en “Esta es mi villa”, el programa de TN con Julio Bazán que recorre villas y asentamientos para destacar historias de superación en contextos de extrema pobreza. A través de la sección “Héroes de la selva”, Telenoche busca visibilizar las distintas acciones que, desde lo particular, buscan empoderar una conciencia ciudadana, que ponga en práctica la solidaridad.

Desde el entretenimiento también se genera conciencia. “Reacción en cadena” es el programa que realiza la Fundación Huésped por el Día Mundial del Sida con el fin de ayudar a reflexionar sobre los prejuicios y la discriminación alrededor del VIH/Sida. La producción se realiza al costo, los actores trabajan ad honorem y eltrece dona todo lo recaudado por venta publicitaria a beneficio de la Fundación.

Participación ciudadana y debate público

Promover el debate y la participación ciudadana son pilares fundamentales de la democracia. En 2019 se implementó una cobertura intensa de los debates presidenciales, dando visibilidad a las plataformas y a las propuestas de campaña. Se realizó una cobertura multiplataforma en la previa y durante las elecciones.

Desde los medios del Grupo se buscó promover el pluralismo político, dando visibilidad a las plataformas electorales, los principales temas en discusión y las distintas posiciones que sostenían los partidos políticos y sus candidatos.

Durante 2019, Clarín llevó a cabo tres ediciones de su ciclo “Democracia y Desarrollo” bajo el título “Argentina en un año clave: desafíos internos y externos”. En el primero se realizaron entrevistas abiertas al expresidente del gobierno español Felipe González; a la gobernadora de la provincia de Buenos Aires, María Eugenia Vidal, y al candidato a presidente Roberto Lavagna. En el segundo encuentro los principales referentes periodísticos de Clarín entrevistaron al expresidente chileno Ricardo Lagos, al candidato a

vicepresidente por el oficialismo Miguel Pichetto, al gobernador salteño Juan Manuel Urtubey, compañero de fórmula de Roberto Lavagna, y Sergio Massa, que encabezó la lista de diputados del Frente de Todos de la Provincia de Buenos Aires. El cierre del ciclo contó con una entrevista al expresidente brasileño Fernando Henrique Cardoso y a los candidatos presidenciales Mauricio Macri y Alberto Fernández. Además, la interacción y el diálogo con autoridades se promueve a través de notas escritas en formato entrevista, publicadas en Clarín bajo el título “Cara a cara” en la sección política.

Una de las grandes preocupaciones como medio de comunicación son las *fake news*, la desinformación y el modo en que esto socava la construcción democrática. Durante el ciclo electoral 2019, los medios del Grupo se sumaron a Reverso, la iniciativa para combatir la desinformación en la Argentina. Se trató de un proyecto colaborativo en el país que puso a disposición de los ciudadanos herramientas para poder diferenciar las noticias falsas y desalentar la circulación de contenidos de *fake news* que pudieran influir en la toma de decisiones a la hora de definir el voto.

Accesibilidad y protección de audiencias vulnerables

Por medio de la tecnología, las empresas audiovisuales del Grupo buscan asegurar que todo el público que lo desee tenga la posibilidad de acceder a sus contenidos. Así, en eltrece se utiliza subtítulo, audio con explicación para personas ciegas (audio description), audio con explicación para personas con problemas de interpretación (audio description interpretation) y lenguaje de señas. Además, tanto eltrece como TyC Sports cuentan con subtítulos para personas con problemas de audición (Closed Caption).

Al mismo tiempo, se pone especial cuidado en que los menores accedan a contenidos que sean apropiados para su edad. El Grupo cumple con lo establecido con la ley: se emite separador de protección al menos a las 22 horas, se incluyen las placas del INCAA que indican la edad apta para los contenidos, y se incluyen avisos cuando el contenido no es apto para niños, niñas ni adolescentes, entre otras prácticas.

c. Clientes y proveedores

Atención y satisfacción de clientes

En Gestión Compartida se continúa trabajando sobre la atención a los proveedores. En 2019 se recibieron 22.970 pedidos de los cuales el 96% fue resuelto y sólo el 1% tuvo reclamos. Además, se continúa realizando la encuesta anual de satisfacción y la respuesta de los clientes ha valorizado la atención en 7,95 sobre 10 puntos. Al mismo tiempo, se comenzó a trabajar en un programa llamado Experiencia Cliente, un proyecto que tiene por objetivo crear una cultura centrada en el cliente.

Por su parte, La Voz del Interior atendió en promedio 4.800 gestiones mensuales de los suscriptores por medio de su call center, certificado bajo la

norma ISO 9001:2015. La cantidad de gestiones representa un 17% menos que en 2018, gracias a la redefinición de procesos y a la implementación del nuevo sistema Shipo, que permite gestionar las suscripciones en una única plataforma, incluyendo la resolución de reclamos. Además, llevó a cabo una encuesta de satisfacción de suscriptores digitales, que sirvió como input para generar acciones de mejora. El 80% de los clientes manifiesta conformidad y entendimiento del proceso al momento de adquirir su suscripción; valoran el Club La Voz con puntajes de 3,5 sobre 5 puntos; y 7 de cada 10 conoce e identifica las producciones de Contenido Premium, valorándolas como buenas y muy buenas. La nota promedio fue de 3,81 puntos sobre 5.

Cadena de valor

A través de una mirada estratégica sobre las políticas de compras, desde el Grupo Clarín se contribuye con la aplicación de criterios de triple impacto: económico, social y ambiental tanto en el negocio como en la cadena de valor. Se pone especial atención a la relación con 5.026 proveedores desde Gestión Compartida, subsidiaria que concentra la relación con la gran mayoría de los proveedores del Grupo.

Los proveedores que trabajan con el Grupo Clarín, por medio de Gestión Compartida, asumen un compromiso formal con la sustentabilidad de sus operaciones abarcando 10 puntos clave: el cumplimiento de las normas vigentes; el respeto por los derechos humanos; las buenas condiciones laborales e igualdad de oportunidades laborales; la eliminación de trabajo forzoso o infantil; la libertad sindical; el buen manejo de información y datos; el combate de la corrupción; y el respeto por el ambiente. Los proveedores reciben estas condiciones dentro de las órdenes de compras, que alcanza al 100% de ellos. Al mismo tiempo, la interacción diaria con los proveedores se concreta a través del Centro de Atención al Cliente de Gestión Compartida que atendió más de 1.100 llamadas mensuales, con un promedio de resolución del 91%.

d. Nuestra gente

Gestión de equipo

Como creador de empleo, el Grupo Clarín juega un rol activo en el crecimiento económico y desarrollo del bienestar social de la Argentina. El éxito y liderazgo del Grupo se debe en gran medida al esfuerzo, talento, profesionalismo y creatividad de sus 4.977 colaboradores en 19 provincias.

Durante 2019, se continuó trabajando bajo comités en forma trimestral, creados con el fin de compartir buenas prácticas entre las unidades de negocio, y que a partir de este año se denominan links. Estos fueron reformulados y unificados por temáticas para generar mayor sinergia: Comunicación y Gestión de Clima; Compensaciones y beneficios; Selección y Capacitación; Seguridad e higiene; y Social.

Empleados por género	2019
Mujeres	1.416
Hombres	3.561
Total	4.977

Empleados por edad 2019	Mujeres	Hombres	Total
Hasta 30 años	330	463	793
Entre 31 y 50 años	909	2.148	3.057
Mayor de 51 años	177	950	1.127
Total	1.416	3.561	4.977

Empleados por tipo de empleo 2019	Mujeres	Hombres	Total
Part-time o jornada parcial	60	93	153
Full-time o jornada completa	1.356	3.468	4.824
Total	1.416	3.561	4.977

Tasa de rotación 24%

Diversidad

En el Grupo Clarín no se permite ningún tipo de discriminación relacionada con género, discapacidad, edad, ideología, cultura, aspecto físico, salud, orientación sexual e identidad de género, religión, vulnerabilidad socio-económica, situación familiar o estado civil. Así, la compañía cree que la diversidad de sus equipos es fundamental para poder crear contenidos, productos y servicios innovadores y que reflejen la diversidad de sus audiencias.

El Programa de Diversidad del Grupo Clarín establece cuatro ejes principales de acción: diversidad de género, personas con discapacidad, diversidad etaria y diversidad ideológica. Además, propone 8 dimensiones sobre las cuales se pone foco con las acciones del Programa: comunicación y sensibilización; equidad salarial; selección e ingreso; capacitación para el liderazgo; promoción y desarrollo profesional; conciliación de la vida laboral y familiar; violencia y acoso laboral y sexual; y condiciones de trabajo.

Los principales medios del grupo están adheridos a la iniciativa *Pacto de Medios, demos un paso hacia la igualdad* de ONU Mujeres y, a nivel corporativo, a los Principios del Empoderamiento de las Mujeres (WEPs) de ONU Mujeres. Desde el Grupo se trabajó en conjunto las UdNs para continuar avanzando en el logro de las metas de firmas de género, edad y procedencia para poder ofrecer contenidos plurales. En la misma línea, se incorporó el rol

de editora de género en Clarín. Además, durante 2019, se desarrollaron capacitaciones sobre diversidad en los principales medios del Grupo¹.

Al mismo tiempo, se brindan beneficios que apuntan a la creación de una fuerza laboral diversa y permiten el desarrollo de las mujeres en el ámbito laboral tales como lactarios, más días de licencia por maternidad, paternidad y adopción, así como también regreso flexible al trabajo². En este marco, se apunta a impulsar la corresponsabilidad en el cuidado.

La convergencia digital de los medios empuja a abordar la diversidad etaria. En este sentido, la compañía acompaña a los jóvenes en su primera experiencia en el mundo laboral. Mediante la firma de convenios marco con universidades de todo el país se busca atraer a los altos potenciales. En alianza con Fundación Forge, desde Gestión Compartida, se busca facilitar el acceso laboral de calidad a jóvenes de escasos recursos económicos para lo cual se considera a los jóvenes que participan de los talleres de la Fundación para las búsquedas laborales tanto del Grupo como de terceros clientes.

Además, Gestión Compartida continúa su relación con la organización INCLUYEME para la incorporación de personas con discapacidad al trabajo formal. En esta misma línea, el doce cuenta con dos personas con discapacidad en su plantilla, dentro del marco de la Práctica Laboral Supervisada, de la Diplomatura en Competencias para la Inclusión Social y Laboral.

Diálogo

Durante 2019, se realizaron distintas acciones para mejorar el clima laboral. Un ejemplo de ello es que se realizaron los Juegos Olímpicos entre las distintas empresas del Grupo, en los que participaron 150 empleados de 10 UdNs.

En cuanto a comunicación interna se desarrollaron tres nuevos ejes: Nuestro Medio (noticias), Nuestro Vínculo (clima y beneficios), Nuestro Talento (desarrollo). En cuanto a la plataforma digital Smart, se renovaron los canales de comunicación con el objetivo de tener un sistema *on demand* de contenidos: Noticias, Gestión de Clima, Gestión de Talentos.

Por otra parte, se realizó la primera Encuesta de Comunicaciones Internas en 8 UdNs del Grupo en la que participaron 1.393 personas de diferentes niveles jerárquicos, con una satisfacción general de 6,5 puntos sobre 10. Los resultados obtenidos permitirán trabajar sobre la mejora interna. En 2020 se volverá a realizar la Encuesta Interna de Opinión, que se realiza cada dos años.

En cuanto al diálogo con representantes gremiales, se mantienen reuniones periódicas donde se tratan los diversos temas que hacen a la relación laboral. . El 66,83% del total de empleados del Grupo Clarín se encuentra alcanzado por convenios colectivos de trabajo.

¹ Más información en la sección Creación y distribución responsable de contenidos en esta Memoria.

² Más información en la sección Beneficios en esta Memoria.

Conciliación y beneficios

Por medio de su política de beneficios, el Grupo Clarín promueve el bienestar de los colaboradores y sus familias. El enlace de Compensaciones y Beneficios unifica criterios y propone acciones de valor, pero al mismo tiempo, cada unidad de negocio otorga beneficios adicionales cuya naturaleza varía según las tareas que se desarrollan.

Durante 2019, se modificó la política de licencia por nacimientos en el Grupo Clarín y Clarín que consiste en 30 días remunerados adicionales a la ley para la madre o el cuidador primario y 14 días corridos de licencia remunerada por paternidad o para el cuidador secundario, en vez de los dos días establecidos por Ley de Contrato de Trabajo. Además, se puso en práctica la política de retorno escalonado para el cuidador primario.

Algunos de los beneficios que se otorgan son:

- **Flexibilidad:** trabajo flexible, teletrabajo, viernes flex, día libre por cumpleaños, y días de vacaciones adicionales a la ley.
- **Familia:** estipendio para guardería para hijos, eventos con hijos de colaboradores, extensión de beneficios al grupo familiar (prepaga y gimnasio), lactarios en oficinas, licencia por nacimientos por encima de la legislación, reincorporación paulatina al trabajo luego de licencia por maternidad, licencias por adopción, licencias especiales por hijos prematuros, política de casamiento, media hora extra por lactancia a lo establecido por la ley y días adicionales por enfermedad de familiar a cargo.
- **Otras propuestas de valor para los empleados:** tarjeta 365, clases de inglés, precios preferenciales en seguros, descuentos varios en productos y servicios, máquina de snacks, política por reconocimiento de valores, asistencia financiera, y plan de ahorro a largo plazo para ejecutivos.

En 2019, 59 mujeres y 60 hombres hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento, de los cuales el 69% y el 100% se reincorporaron al trabajo tras la licencia, respectivamente³. La tasa de retención⁴ fue de 74% en mujeres y 95% en hombres.

Desarrollo profesional

Con el objetivo de continuar impulsando el desarrollo de sus líderes, el Grupo implementa el Modelo de Liderazgo con foco en gerentes que reportan a directores o gerentes generales, por medio de capacitaciones específicas.

El Grupo Clarín invierte en la capacitación de sus colaboradores con dos tipos de programas: por un lado, aquellos que cada unidad de negocio realiza,

³ 16 mujeres continuaban de licencia al 31 de diciembre de 2019.

⁴ Porcentaje de personas que regresaron al trabajo luego de la licencia por nacimiento y permanecieron por 12 meses en el trabajo.

focalizando en las necesidades específicas de cada actividad, y por el otro, por medio del Programa Corporativo de Formación (PCF) que incluye una amplia variedad de propuestas formativas.

Adicionalmente, se continuó impulsando la segunda parte de la carrera de Recursos Humanos en forma conjunta con la Universidad de San Andrés, un espacio de formación y actualización a los profesionales que se desempeñan en las empresas del Grupo en áreas de Recursos Humanos, y así homogeneizar la formación de los profesionales que provienen de diferentes carreras universitarias.

Con el objetivo de promover la movilidad interna, el Grupo continúa desarrollando las Búsquedas Internas Abiertas (BIA). Esto permite brindar equidad y transparencia durante el proceso de búsqueda para todos los participantes.

De manera conjunta con la Universidad de San Andrés, el Grupo Clarín continúa desarrollando la Maestría en Periodismo.

8,47 horas de formación por colaborador
42.149 horas de formación

Salud y seguridad

Los esfuerzos del Grupo están centrados en mantener la seguridad en las plantas de impresión y en resguardar la integridad de las personas que trabajan en terreno: periodistas, técnicos y conductores, quienes tienen mayor exposición a riesgos. El Link de Seguridad e Higiene continúa trabajando para estandarizar las condiciones de trabajo y favorecer un adecuado ámbito laboral a lo largo de todas las UdN.

Durante 2019 el Grupo Clarín continuó dictando charlas y talleres sobre programas sobre salud y prevención de enfermedades y accidentes, y ofreció a sus empleados el chequeo médico anual y la vacunación antigripal, ambos sin cargo. También se implementaron distintas acciones que contribuyen a la creación de una vida saludable: torneos de fútbol, menú saludable, simulacros de evacuación.

Al mismo tiempo, en Polka se trabaja para cuidar a los actores. En este sentido, se cumplen las disposiciones legales referidas a trabajo de menores y se trabajó en la elaboración de un protocolo interno referido a violencia de género. Junto con la Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión (CAPIT) se confeccionó un “Acuerdo compromiso para espacios de trabajo libres de violencia en la actividad teatral y audiovisual”, firmado con la Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes (SAGAI). Además, desde la compañía se participó con el Instituto Nacional de Mujeres (INAM) en cursos de capacitación en relación con el tratamiento igualitario de género.

e. Desarrollo social

Estrategia de inversión social privada

Las iniciativas de inversión social desarrolladas por el Grupo ponen el foco en la alfabetización en medios; donación de espacios publicitarios; educación, cultura y desarrollo local; y apoyo a organizaciones de la sociedad civil (OSC). Los proyectos son implementados por la Fundación Noble, las diferentes UdN del Grupo y las áreas corporativas. Los aportes totales, en dinero y en especie, representan en su conjunto un aporte cuya valorización supera los 230 millones de pesos.

Aporte a la comunidad (en pesos)	2019
Programas de inversión social	8.437.890
Donación de espacios publicitarios	222.622.098

Comunidad y comunicación de bien público

El Grupo Clarín contribuye con recursos, tiempo y espacio publicitario para promover y dar visibilidad a causas relacionadas con cuestiones sociales, cívicas y ambientales y, de esta manera, ayudar a fortalecer a la sociedad civil.

Donaciones de espacios publicitarios	2019
Segundos	472.359
Páginas	183
Impresiones de banners online	289.907.273
Monto de pesos donados	222.622.098

Los Medios de Comunicación en la Educación

Con el objetivo de promover la lectura crítica y creativa de los contenidos de los medios de comunicación, la Fundación Noble implementa desde hace más de 30 años la iniciativa “Los medios de comunicación en la educación”. Este programa pionero y con amplio reconocimiento internacional consiste en talleres y contenido pedagógico adecuado a las necesidades de docentes y alumnos. Desde sus inicios participaron 197.210 docentes y 555.524 alumnos.

En 2019, el foco estuvo puesto en fortalecer la formación de los docentes en el uso de los medios de comunicación y las tecnologías digitales para la enseñanza y el aprendizaje. Durante el año se realizaron 18 talleres de siete temáticas relacionadas con la alfabetización mediática y digital. En total, participaron 658 docentes de los tres niveles educativos de todo el país.

Además, se llevó a cabo la quinta edición del Concurso de fotografía para jóvenes #sosVOSenlared2019, donde participaron estudiantes junto a profesores de escuelas secundarias de todo el país. Se recibieron 300

producciones en dos categorías: #QuienSos (de foto única) y #UnaHistoriaEnFotos (de fotorreportaje), y un jurado decidió a los ganadores.

Al mismo tiempo, otra forma de impulsar la alfabetización en medios es con las visitas guiadas. Desde Clarín, Olé, La Voz del Interior, Radio Mitre, eldoce y Los Andes, se brinda la posibilidad a instituciones educativas y organizaciones de la comunidad, de conocer las instalaciones de los canales de TV y radio, la planta de impresión, el proceso de producción de un medio gráfico desde que nace la noticia hasta que es plasmada en el papel o dispositivos electrónicos, y los procesos de redacción, entre otros. Por ejemplo, el diario Clarín recibió la visita de 12.913 estudiantes de 226 instituciones de CABA, Gran Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Misiones, San Miguel de Tucumán, Las Heras, Pinamar, Mercedes y, desde el exterior, de Brasil, EE. UU. y Ecuador.

Promoción de la educación

El Grupo Clarín promueve la toma de conciencia sobre la importancia de la educación como derecho y como elemento crucial para el desarrollo social del país. En este marco, una de las iniciativas más destacadas es el *Premio Clarín-Zúrich a la Educación*. En 2019 se entregaron distinciones a los mejores proyectos de Programación y Robótica en la escuela secundaria. Se analizaron más de 80 trabajos y el proyecto ganador fue "Maker Space Misiones" que propone armar rincones equipados con pantallas, notebooks, impresoras 3D y tablet, para que los jóvenes aprendan de robótica y desarrollen su creatividad. También recibieron menciones especiales instituciones de Puerto Iguazú, Misiones; Villa Mercedes, San Luis; y la Ciudad de Buenos Aires.

Al mismo tiempo, a través de la Fundación Noble, la compañía continuó ofreciendo donaciones de material bibliográfico y renovó su patrocinio a las escuelas públicas que llevan el nombre del fundador de Clarín (Escuelas Roberto Noble). Se realizaron 117 donaciones, 70 de ellas destinadas a escuelas de nivel inicial, primaria y secundaria, 3 a bibliotecas y 33 asociaciones civiles (fundaciones, parroquias y centros culturales) y un hospital. Los beneficiarios de las donaciones son más de 27.000 personas.

Donaciones de material didáctico	2019
Libros	7.976
Revistas	10.258
Manuales/cuadernillos	540

Como todos los años, a través de la Fundación Noble, se auspició la Maratón de Lectura de la Fundación Leer, y se aportaron espacios de difusión en Clarín y en redes sociales. En este camino, desde la editorial Tinta Fresca, se promueve la igualdad de oportunidades educativas a través de la generación de material didáctico actualizado, accesible y de calidad para alumnos, docentes y escuelas de todo el país.

Promoción de la cultura y el desarrollo local

Dentro de los medios de comunicación del Grupo, se realiza un aporte a la promoción de la cultura e identidad local por medio de los contenidos. Al mismo tiempo, se impulsan dos premios que contribuyen a generar ecosistemas de cultura y desarrollo en la Argentina y la región.

Por un lado, el Premio Clarín Novela es uno de los concursos literarios más prestigiosos de Hispanoamérica. Se realizó la edición N°22 en el Centro Cultural Kirchner. El ganador fue Marcelo Caruso, con su novela “Negro el dolor del mundo” y recibió un premio de \$400.000 y edición.

Al mismo tiempo, se desarrolla el Premio PyME, una iniciativa de Revista Pymes y Banco Galicia que busca reconocer la labor de las pequeñas y medianas empresas del país. Se realizó la tercera edición en la que se premiaron empresas en tres categorías. Pyme Innovadora: Terragene (Santa Fe); Pyme de Alto Impacto social o ambiental: Ecofactory (Buenos Aires); Pyme Familiar: Combustibles del Norte (Salta).

Alianzas con OSC

El Grupo Clarín volvió a participar del programa “Un sol para los chicos”, en conjunto con Artear y Unicef, con el objetivo de recaudar fondos para poder llevar a cabo los proyectos en los cuales UNICEF Argentina trabaja todo el año para hacer que los derechos de los niños, niñas y adolescentes argentinos se conozcan, se respeten y se cumplan. En 2019 la recaudación bruta alcanzó a un total de \$105.695.146.

Al mismo tiempo, Artear y la Fundación Noble organizaron, como todos los años, el premio Abanderados de la Argentina Solidaria 2019, otra iniciativa a través de la cual se busca impulsar el valor de la solidaridad en la sociedad. Juan Chalbaud, fundador de Monte Adentro, fue el elegido por el público como Abanderado del Año, y recibió \$ 400.000 pesos para seguir construyendo y generando oportunidades para las comunidades rurales de Chaco. Con motivo del décimo aniversario, se vivió un homenaje especial a los 88 Abanderados de la Argentina Solidaria que el premio destacó durante estos diez años y se compartieron nuevas historias de a quienes los Abanderados le cambiaron la vida.

f. Ambiente

Contenidos con conciencia ambiental

En compromiso con el cuidado ambiental, el Grupo Clarín aprovecha la oportunidad para informar a la sociedad respecto de la preservación del planeta y sus recursos, mediante la difusión de investigaciones periodísticas, notas de divulgación científica, cobertura de hechos novedosos, y consejos para la participación, entre otras iniciativas. Así, se aborda la creciente toma de conciencia y preocupación por el ambiente que hay en las audiencias.

En todos los medios se abordaron las marchas por el cambio climático y se presentó información e investigaciones relacionadas con la temática. Esto incluyó cobertura sobre la COP25 y sobre la iniciativa de Greta Thunberg.

En Clarín, se publica la sección ECO en la Revista VIVA que aborda desde distintos focos (textil, alimentación, construcción, industria) el problema de la protección del ambiente.

En TN Nelson Castro cubrió los dramáticos incendios en el Amazonas, los pulmones del planeta. En Telenoche, el Investiga presentó un informe sobre el desmonte de los bosques nativos en el Chaco Salteño. Por otra parte, en la sección “Héroes” de Telenoche, por ejemplo, se contó la historia de Gastón, que limpia las playas de Pinamar para sembrar conciencia. En el programa “Fenómenos”, conducido por los meteorólogos José Bianco y Matías Bertolotti, se siguió hablando sobre la problemática ambiental.

Se destaca asimismo el nuevo proyecto de Polka “SusTNtables”, que se presentó por medio de las plataformas digitales de TN. Con el lema de “Ocuparnos hoy del mundo del mañana”, el objetivo del mismo es destacar y promover la importancia del cuidado ambiental en todas sus formas, a partir de un uso consciente y responsable de los recursos naturales. Las piezas contaron con material exclusivo para cada plataforma, adaptado al uso y consumo de cada comunidad. Se recorrió el país a bordo de un auto híbrido para conocer a quienes dedican su vida a un proyecto sustentable: calefacción ecológica, lámparas con cartón reutilizado, energía generada a partir de residuos, energía natural para cocinas, plástico recuperado, textil reciclado, entre otras propuestas innovadoras.

En Radio Mitre, a través del blog Planeta Vivo, se brinda información al público sobre diversos temas relacionados con el medioambiente y la sustentabilidad. Por su parte, en La Voz del Interior, se realizó una investigación sobre el destino de los residuos tecnológicos en la ciudad de Córdoba, a cargo de Ary Garbovetzky, en el marco del proyecto Periodismo de Soluciones.

Política y gestión ambiental

El Grupo Clarín trabajó durante 2019 para optimizar los resultados y disminuir los posibles impactos de sus operaciones en el ambiente, mediante la implementación de esquemas de medición y planes de mejora en los procesos de producción.

Además, como práctica instalada, desde hace años se introducen métodos sustentables de obtención y utilización de recursos, como el recupero de papel, se invierte en equipamiento con mejor tecnología, se promueve la adopción y certificación de normas ambientales y se trabaja sobre la concientización del cuidado de los recursos.

La Política de Responsabilidad Social y Sustentabilidad del Grupo establece los compromisos con una gestión ambiental y la definición de objetivos relacionados. Particularmente en AGEA, la planta de Clarín cuenta con una

Política de Medio Ambiente que fue actualizada en abril de 2019, para incluir nuevos procesos de impresión comercial y encuadernación que se realizan en las instalaciones. En esta línea, se realizó la recertificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001:15, modificando el alcance a las nuevas actividades mencionadas.

Materiales

El Grupo Clarín trabaja para reducir el consumo y ser más eficiente en la gestión de los recursos empleados, tanto en los insumos para la producción como en los insumos de oficina.

En las plantas de impresión gráfica se continúa trabajando bajo pautas que permiten garantizar la provisión de materiales con niveles de calidad, compatibles con parámetros internacionales, en cuanto a papel, tintas e insumos especiales.

La mayor parte del papel utilizado en la impresión de los diarios proviene de Papel Prensa, en la cual el Grupo Clarín tiene una participación. La fibra utilizada está compuesta en un 85% por plantaciones certificadas con Cadena de Custodia y Madera Controlada, con los sellos PEFC y FSC, que garantiza que el producto procede de bosques gestionados de forma sostenible. Del resto, un 10% de la fibra restante (el mayor porcentaje que puede agregarse al proceso), está compuesta por material reciclado (pre y post consumo) y el 5% restante por la compra de fibra larga certificada FSC. Además, la papelera participa de un convenio con el INTA para mejorar el desempeño forestal de los sauces. Con una visión integral del ciclo de vida de algunos productos, se continúa trabajando para recuperar la mayor cantidad de papel de rezago (errores de impresión y atascos, entre otros) y los diarios que no fueron vendidos, para luego venderlo a la Planta de Destinado de Papel Prensa para su reciclado.

CONSUMO DE LOS PRINCIPALES MATERIALES (en toneladas)	
	2019
Papel	
- Impresión gráfica	56.222,29
- Oficina	48,77
Tinta (1)	652,73
Planchas de aluminio CTP	154,66
(1) Incluye valores AGEA Zepita de enero a noviembre 2019.	

Energía y emisiones

El uso eficiente de la electricidad es fundamental para la gestión del negocio, ya que representa el 80% del consumo de energía. Si bien se cuenta con

generadores alternativos para oficinas e instalaciones industriales que requieren combustibles para su funcionamiento, el principal consumo indirecto corresponde a la electricidad proveniente de la red de suministro.

Se continúan realizando reemplazos de luminarias tradicionales por LED para una mayor eficiencia energética. En La Voz del Interior, de acuerdo con el master plan de eficiencia energética trazado durante 2019 se realizó un cambio de rutinas operativas, se sumaron otras líneas de transporte a convenios con empresas tercerizado ahorrando así una cantidad de Km significativa, así como también se limitó de tres a un día por semana el abastecimiento del layout de bobinas.

CONSUMO DIRECTO E INDIRECTO DE ENERGÍA (en GJ)	2019
Electricidad	144.646,34
Gas natural	38.248,62
Nafta	3.209,68
Gasoil	5.566,48
GNC	308,02
Energía renovable (1)	8,03
Total	191.987,17
(1) Datos estimados.	

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (en Toneladas de CO2 equivalente)	2019
Emisiones directas (Alcance 1)	2.493,64
Emisiones indirectas (Alcance 2) (1)	18.623,22
Otras emisiones indirectas (Alcance 3)	81.237,03
Total	102.353,89
(1) Factor de emisión utilizado: 0,4635 tCO2/MWh	

Residuos

La estrategia de residuos de las empresas del Grupo se centra en la reducción de residuos generados peligrosos y su correcta disposición final con empresas habilitadas; y la separación de los residuos asimilables a urbanos en reciclables y no reciclables. Los residuos industriales provenientes de los procesos de impresión como por ejemplo tintas, aceites, grasas y solventes, se

envían a instalaciones de terceros con certificación para su reciclado, reutilización o disposición final segura.

Con la mirada puesta en la economía circular, en la planta de Clarín se recupera papel como parte del proceso de devolución del diario. Además, se pone particular foco en la separación de papel y cartón, que tienen como destino el proceso de producción, y entrega a organizaciones y fundaciones aliadas. Al mismo tiempo, en el proceso de impresión se utilizan materiales que son 100% reutilizables, como por ejemplo las planchas de aluminio.

RESIDUOS POR TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO	
Tipo de residuo (en tn)	2019
Total residuos peligrosos (1)	133,64
Total residuos asimilables a urbanos o no peligrosos	1.313,04
(1) Los residuos peligrosos no se exportan ni se importan.	

En materia de efluentes aquellos más relevantes son los que resultan de los procesos de revelado de las plantas de impresión gráfica. Estos son sometidos a rigurosos tratamientos y mediciones antes de su disposición. En la planta de impresión de AGEA se reutiliza el agua, por lo cual los vertidos son excepcionales. En La Voz del Interior se realiza un tratamiento de las aguas residuales que luego se reutilizan en irrigación en predios de la compañía. Por otro lado, los edificios de oficinas y otras instalaciones de la Sociedad sólo producen el vertido de aguas residuales domésticas.

Vertido de aguas en función de su calidad y destino (1)	2019
Volumen anual descargado (en m3)	9.013,11
(1) Los efluentes generados no se vierten a cuerpos de agua.	