



Reporte de Sostenibilidad 2019

Destacados de acciones
y resultados de impacto
en el desarrollo sostenible
de Telefónica Movistar Argentina

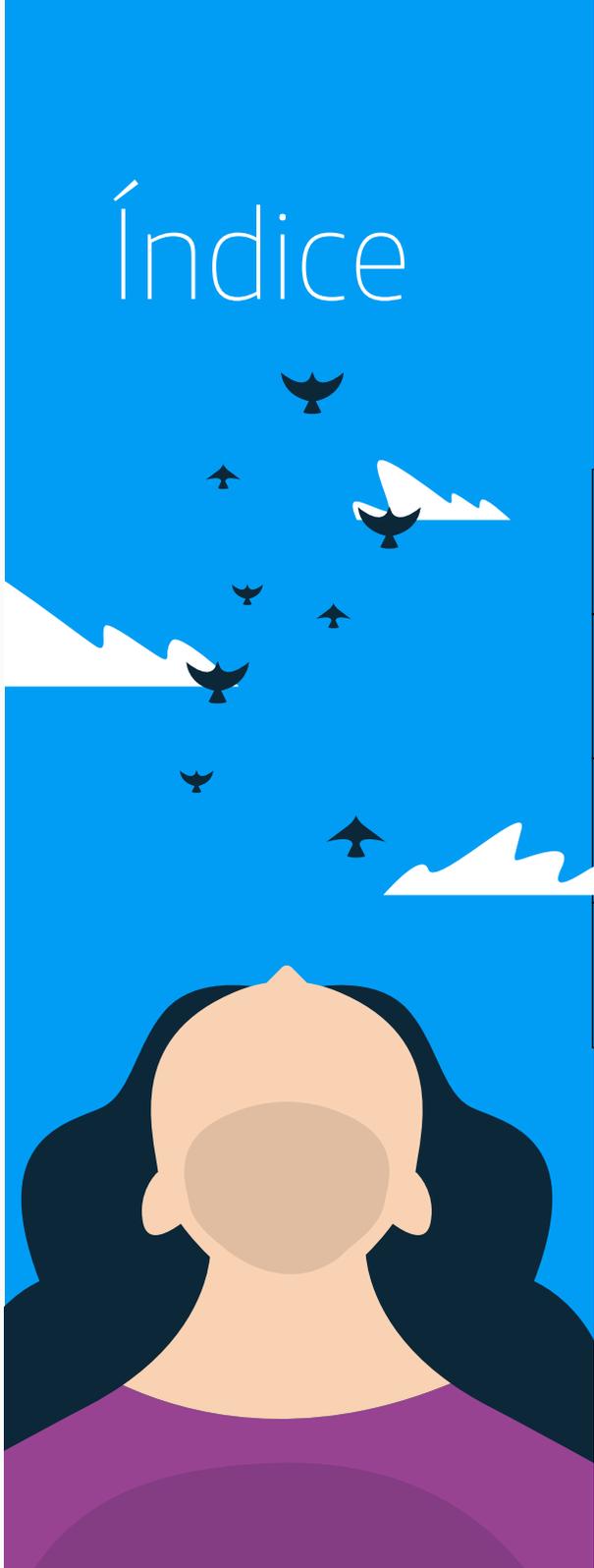
UNA MARCA DE *Telefónica*





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Índice



1	Nuestra Visión Estratégica	3	2	Contribución a la Agenda 2030	4
3	Crecimiento, Eficiencia y Confianza	6	4	Innovación	10
5	Eficiencia	13	6	Confianza	28
7	Comunicación sobre el progreso (COP) 2019	44	8	En contacto	45



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

Nuestra Visión Estratégica



Vivimos en un mundo donde la tecnología es gran protagonista del cambio y avanza a un ritmo sin precedentes. Estamos contactados, e incluso muchas veces hiperconectados, lo que nos lleva a tomar conciencia de la importancia de esta revolución digital en los vínculos humanos y en nuestra vida cotidiana.

En este escenario, las empresas de telecomunicaciones, como proveedores de conectividad y tecnología, estamos llamadas a jugar un papel clave en esta revolución. Y en este sentido, Telefónica es hoy una compañía de redes de comunicación y servicios digitales que se apoya en la tecnología para crear una sociedad mejor y más inclusiva.

Tenemos el compromiso de desarrollar infraestructuras y soluciones que permiten acercar el mundo digital a todos, independientemente de su localización, estatus económico, conocimiento o capacidades. Precisamente esta red es la puerta de entrada al mundo digital, dando sentido a las comunicaciones, facilitando las relaciones entre las personas, la rapidez de transmisión, la aceleración del cambio y el crecimiento exponencial de muchas industrias.

Nos encontramos en un momento donde nuestra industria está cambiando rápidamente, y siendo la conectividad la base de nuestro negocio, debemos seguir trabajando para buscar nuevas soluciones y modelos que se adapten a la transformación digital y a estas nuevas reglas de juego.

De esta forma, cumplimos y cumpliremos con nuestra misión de hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas; y principalmente, de forma sostenible.

Marcelo Tarakdjian
CEO- Telefónica Movistar Argentina



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

Contribución a la Agenda 2030



Algunos hitos 2019

- Relacionamos la retribución variable de los empleados a objetivos de sostenibilidad.
- Lanzamos el primer bono verde del sector.
- Anunciamos en la COP25 nuevos objetivos para contribuir a frenar el cambio climático.
- Fuimos pioneros en el desarrollo de nuestros principios éticos de Inteligencia Artificial.
- Llevamos la conectividad 4G al 89% de la población.
- Nos unimos a la iniciativa global "The Valuable 500" para avanzar en la inclusión de las personas con discapacidad.
- Formamos parte del Índice Bloomberg de Igualdad de Género - 2019 Bloomberg Gender-Equality Index (GEI).
- Recibimos el Premio de Ciudadanía Empresaria de AMCHAM por nuestro diálogo con los grupos de interés.

Contribución al desarrollo sostenible

Utilizamos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como herramienta de seguimiento, evaluación y comunicación de nuestros impactos. Para ello, identificamos los objetivos y metas en los que tenemos mayor posibilidad de contribución, en función de nuestras capacidades técnicas y comerciales. Así definimos el ODS 9 (Industria, Innovación e Infraestructura) como el principal objetivo en el que podemos generar valor, debido a nuestro origen como operador global de telecomunicaciones. Además, mapeamos otros ODS en los que impactamos, relacionados con el crecimiento económico y la igualdad de oportunidades (ODS 8 y ODS 5), la protección del medioambiente (ODS 7, ODS 12 y ODS 13), la educación de calidad (ODS 4) y el desarrollo de sociedades sostenibles (ODS 11).





1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019

8 En contacto

Contribución al Desarrollo Sostenible



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD
 1.078 Educadores formados.
 24.794 Beneficiarios de la formación de educadores.
 56.606 Visitantes a la Fundación Telefónica Movistar
 381.329 Asistentes a exposiciones total país.
 25.578 Personas que recibieron formación.



5 IGUALDAD DE GÉNERO
 32% mujeres colaboradoras en la plantilla.
 22% de directivos mujeres.
 1,6% de Brecha salarial Ajustada.



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA
 \$21.052 millones de inversión. *
 21,2 millones de accesos.
 89% Cobertura 4G.



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
 0,96% sobre PBI.
 \$179.131 mill. de impacto sobre PBI.
 \$34.900 millones de contribución fiscal.
 30 horas de formación por empleado.
 0,4% de la fuerza laboral argentina empleada por Telefónica Movistar.
 14.517 empleados directos.
 88,1% de proveedores locales.
 12.589 Beneficiarios Prog. Empleabilidad
 141.648 Hs. Prog. Empleabilidad



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES
 616.067 toneladas de CO2 equivalentes evitadas gracias a nuestros servicios.



13 ACCIÓN POR EL CLIMA
 2,12 toneladas de Teléfonos Móviles de clientes (Reciclaje).
 7,5 mill. de clientes con factura electrónica.
 54,2 mill. de facturas electrónicas emitidas.
 \$87 mill. de pesos. por venta de residuos clientes (teléfonos móviles) y residuos operaciones.



1 FIN DE LA POBREZA
 69.301 Beneficiarios de actividades de voluntariado.
 24.761 Horas de Voluntariado.



10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
 Talleres en 5 CECs sobre atención inclusiva - 150 empleados.
 1.500 empleados participaron de las charlas sobre sesgos y 280 empleados de áreas claves capacitados en temática diversidad.



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS
 1.882 empleados formados en anticorrupción.



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
 50,8% de Penetración LTE.
 43,1% Penetración FTTX / Cable sobre Banda Ancha.



7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE
 71,90% de reducción del Consumo total de Energía (Mwh) / Tráfico entre 2015 y 2019.
 169.258,04 Consumo total energía renovable (Kwh).
 122 sitios operativos en base a energía renovable.



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
 3.017 auditorías administrativas.
 444 auditorías en sitio.
 52 proveedores con planes de mejora.
 89% de los residuos reciclados.

* Fuente: Informe Integrado global - representan 313 millones de Euros a una cotización de 67,259 pesos por Euro (puede diferir de la información incluida en los Estados Financieros Locales)

Un cuento, un ODS
 Los Voluntarios Telefónica escribieron cuentos para niños menores de 8 años sobre los ODS con el objetivo de fomentar la lectura infantil a nivel internacional, sensibilizando y concientizando a los más jóvenes sobre los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por Naciones Unidas. Los cuentos fueron seleccionados por un jurado y subidos a la aplicación de Chatbooks con el nombre de su autor y difundidos a través de distintas campañas de comunicación para dar a conocer los ODS a través de los cuentos.



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

Crecimiento, eficiencia y confianza



Telefónica Movistar es hoy uno de los mayores operadores de telecomunicaciones de nuestro país. La conectividad es la base de nuestro negocio y además ofrecemos soluciones tecnológicas para acompañar a empresas y particulares en su propia transformación digital.

Nuestra estrategia de negocio de largo plazo consiste en mantener y mejorar las telecomunicaciones, logrando la confianza de nuestros clientes, preservando la privacidad, y trabajando con ética, dignidad y respeto por las personas y el ambiente.

En esta línea, para dar respuesta a las necesidades de los grupos de interés, trabajamos en tres ejes de acción:

- **Crecimiento** del negocio desde la generación de empleo, en inversiones para garantizar nuevas tecnologías y un desarrollo económico justo y bajo en carbono, y en soluciones de Bid Data e Inteligencia Artificial.
- **Eficiencia** con foco en el cliente para ofrecerles experiencias más ágiles y digitales.
- **Confianza** priorizando la satisfacción de los clientes que se extiende a los demás grupos de interés, con un comportamiento ético, seguro, desde el uso responsable de la tecnología y un buen gobierno corporativo.

Nuestra Misión

“Hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas.”

Esto implica humanizar la tecnología y ponerla al servicio de las personas.

Nos comprometemos a hacerlo de acuerdo con los **VALORES** que definen a nuestra Compañía:



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

- **Somos abiertos.** Creemos que trabajando de una manera colaborativa, amable y transparente se consiguen las mejores soluciones. Somos un sistema abierto donde todo el mundo cuenta.
- **Somos retadores.** Ofrecemos soluciones innovadoras, transformamos y simplificamos la vida de las personas. Y no nos conformamos: estamos siempre dispuestos a cambiar para hacerlo mejor.
- **Somos confiables.** Trabajamos de manera honesta, sencilla y comprometida, ofreciendo una conexión segura y de calidad. Seguimos aquí después de casi 100 años adaptándonos a lo que nuestros clientes necesitan.

De esta forma, cada día debemos apostar por ofrecer a nuestros clientes los últimos avances del mercado, sin olvidar el valor que tiene nuestra experiencia y conocimiento del sector. Queremos que las nuevas tecnologías sean un elemento facilitador para la vida de las personas. Nuestro objetivo pasa por promover avances que contribuyan a conseguir que las nuevas tecnologías impacten de forma positiva en la sociedad y en el medio ambiente.

Plan de Negocio Responsable

Nuestro Plan de Negocio Responsable incluye objetivos y proyectos en torno a la gestión ética y responsable de la Compañía, el respeto de los derechos humanos, nuestra Promesa Cliente, nuestros compromisos en materia de privacidad, libertad de expresión e información, seguridad, gestión ética de la inteligencia artificial y gestión responsable de la tecnología, una gestión sostenible de la cadena de suministro, nuestra estrategia de cambio climático y medioambiente, la promoción de la diversidad, la seguridad y el bienestar de nuestros empleados y una estrategia de negocio enfocada a generar productos y servicios que contribuyen a tratar los grandes retos sociales y medioambientales de la sociedad (innovación sostenible).

Algunos de los objetivos más relevantes del Plan de Negocio Responsable están además incorporados a la remuneración variable de todos los empleados con remuneración variable de la Compañía.

Principales magnitudes

- **Damos a nuestros accionistas crecimiento y eficiencia a largo plazo**
\$144.069 millones de ingresos *
\$21.052 millones de inversión *
21,2 millones de accesos (incluye los fijos móviles y banda ancha)
0,96% sobre PBI
\$179.131 millones de impacto sobre PBI
\$34.900 millones de contribución fiscal
4,5% de los ingresos del Grupo Telefónica fueron de Argentina
- **Ofrecemos a nuestros clientes los servicios que necesitan para la transición digital y energética, construyendo con ellos relaciones de largo plazo basadas en la confianza.**
1.369 localidades del país cubiertas con la red 4G de Movistar
50,8% de Penetración LTE en comunidades donde operamos
43,1% Penetración FTTX / Cable sobre Banda Ancha
Cuota de mercado móvil: 31,4% (2018) - 29,5% (2019)
Cuota de Banda Ancha Fija: 22,0% (2018) - 19,2% (2019)
- **Transmitimos nuestro propósito con nuestros empleados, a la vez que les permitimos desarrollar sus capacidades digitales y ayudar a los clientes desde nuestros valores compartidos.**
0,4% de la fuerza laboral argentina empleada por Telefónica Movistar
14.517 empleados directos
\$37.127 millones en gastos salariales *
8.040 empleados realizan teletrabajo
63,7 eNPS Total
30 horas de formación por empleado
- **Creamos valor de manera compartida y responsable con nuestros socios.**
88,1% de proveedores locales

* Fuente: Informe Integrado global - representan 2.142; 313 y 552 millones de Euros a una cotización de 67,259 pesos por Euro (puede diferir de la información incluida en los Estados Financieros locales)





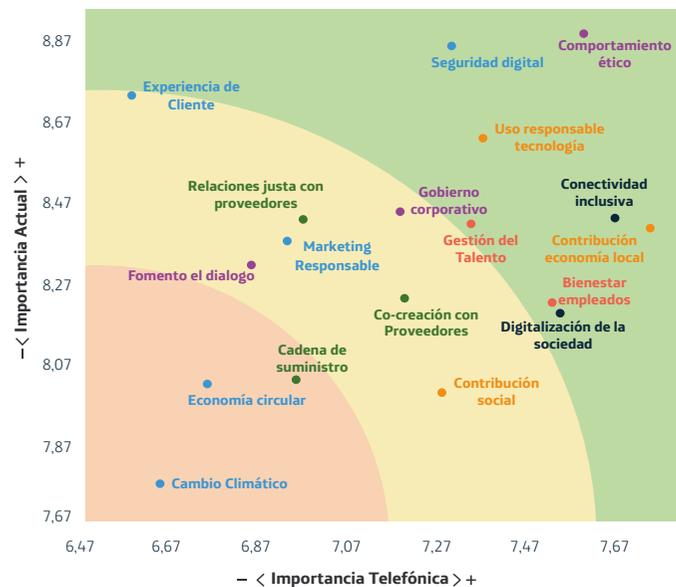
- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Materialidad

Con el objetivo de dar respuesta a las expectativas y demandas de los grupos de interés, en 2016 comenzamos un nuevo proceso de selección de los contenidos que son claves para nuestra gestión en el cual creamos el Panel de Negocio Responsable compuesto por un Panel Asesor – un grupo reducido de representantes de nuestros públicos clave que realizan un análisis cualitativo y en profundidad sobre los temas – y un Panel Extendido – de más referentes que a través de una encuesta online analizan cuantitativamente temas materiales y las tendencias del sector-.

En 2019, desde Argentina participamos del Análisis de materialidad global en el cual consultamos a nuestros grupos de interés para que ponderen por orden de importancia los 69 asuntos evaluados, agrupados en 18 aspectos materiales identificados como relevantes en base al Estándar GRI 101: Foundation 2016, el Marco de Reporte Integrado, el Estándar AA1000AP de AccountAbility, la Norma ISO 26000, los Principios del Pacto Global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Este ejercicio fue revisado por la consultora Ipsos y Ernst & Young; y luego validado internamente, por altos directivos de la compañía; y externamente, por el Panel Asesor a principios de 2020. Como resultado, tenemos una matriz local en función a las respuestas de los actores involucrados en la Argentina, con la siguiente distribución de los 18 aspectos materiales:



1075 consultas locales (27% de los consultados de la muestra global). Los 3 temas más importantes fueron seguridad digital, comportamiento ético y uso responsable de la tecnología.

Diálogo continuo

Ponemos el foco en la identificación de los canales de comunicación y diálogo que son más efectivos para cada perfil de grupo de interés, lo que nos permite medir el impacto de nuestra relación y compromiso con ellos. De esta forma es posible establecer planes de acción para dar respuesta a las necesidades, potenciando impactos positivos y mitigando aquellos que sean negativos.

Nuestros grupos de interés		Principales canales de comunicación
Clientes	Clientes de todas nuestras marcas comerciales, tanto residencial como empresas, así como todos los organismos que representan a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • App Mi Movistar • Contact Center • Canales digitales
Empleados	Empleados propios, en activo, ex empleados y asociaciones y sindicatos que representan los intereses de los trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> • eNPS • Workplace
Socios estratégicos y proveedores	Empresas clave para el desarrollo y prestación de nuestros servicios. Así como las empresas proveedoras, y los organismos y asociaciones que representan intereses de la cadena de suministro.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta global sobre el negocio • Reuniones presenciales • Visitas a proveedores
Accionistas y analistas	Compañías que invierten en Telefónica Movistar y/o analizan la rentabilidad sostenible de la misma.	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea de Accionistas • Informes • Actividades de relacionamiento





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Nuestros grupos de interés

Principales canales de comunicación

 Entidades gubernamentales y reguladores	Organizaciones locales, nacionales e internacionales.	• Reuniones presenciales
 Líderes de opinión, medios y servicios de comunicación	Influencers, prensa, agencias de comunicación y marca y publicidad.	• Notas de prensa • Entrevistas • Convocatorias y atención a medios de comunicación
 Sociedad (incluye comunidades, ONGs, organizaciones orientadas a promover la sostenibilidad, asociaciones empresariales y de asesoría).	Comunidades afectadas tanto a nivel local, nacional y regional, así como organizaciones no gubernamentales, empresas, think tanks, escuelas de negocio y universidades.	• Reputación • Medición de impacto social • Encuestas

Premios y reconocimientos

- Reconocimiento del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires por las acciones de Negocio Responsable implementadas en el territorio.
- Premio Ciudadanía Empresaria 2019 otorgado por AmCham (Cámara de Comercio de Estados Unidos en Argentina) en la categoría Involucramiento de las partes interesadas para el eje de Gobierno Corporativo.

PREMIOS A PUBLICIDADES:

Dominó (Campaña contra el cyberbullyng y la violencia digital)

- FIAP - Festival de publicidad de Iberoamerica: Plata en FILM.
- DIENTE de BRONCE en la categoría TV & Otras pantallas.
- Wave Festival: Bronce en la categoría FILM.

Perspectivas (Campaña contra el cyberbullyng y la violencia digital)

- Distinciones RSC: Reconocimiento responsabilidad social comunicativa.

- DIENTE: 3 ORO (Craft Interactivo/ Activaciones, promo & PR / Interactivo); 4 PLATA (Categorías: Interactivo Experiencial / Interface), 1 BRONCE en CRAF TV por el formato interactivo y 2 MENCIONES por actuación y dirección.
- Lápiz de Oro mejor campaña digital (MES).
- Lapiz de Platino: Oro en Digital 2019.
- El Ojo de Iberoamerica: Plata en digital&Social y prod. Digital / Bronce en Digital&Social y Experiencia de marca.
- Epica: Oro en Comm & public service / Shortlis en mobile sites
- Webby awards: Honoree en mobile features y best use of mobile.
- Smarties: Oro en mobile video y Social impact.
- Echo: Mejor uso del movil.
- One Show: Sohrtlist .
- Cannes Lion Shorlist: Brand Experience & Activation - Interactive Brand or Product Video.
- NY Festival: Finalist mobile website.
- ADC 98TH ANNUAL AWARDS, Cubo de bronce innovación.
- Fundacom: Mejor campaña de responsabilidad social externa.
- Sol de Iberoamérica: Bronce en Categoría piezas audiovisuales de largo formato video online.
- Wave Festival: Bronce en las categorías digital y direct.
- Effie de ORO 2019 Categoría Interactiva.

AUDIO DE MARIA (Campaña sobre la violencia de género)

- Adforum mejor caso de tecnología en el Mundo.
- IAB: Oro.
- NY Festival: Plata en categoría "Mejor uso de medios".

PUERTA (Campaña sobre la violencia de género)

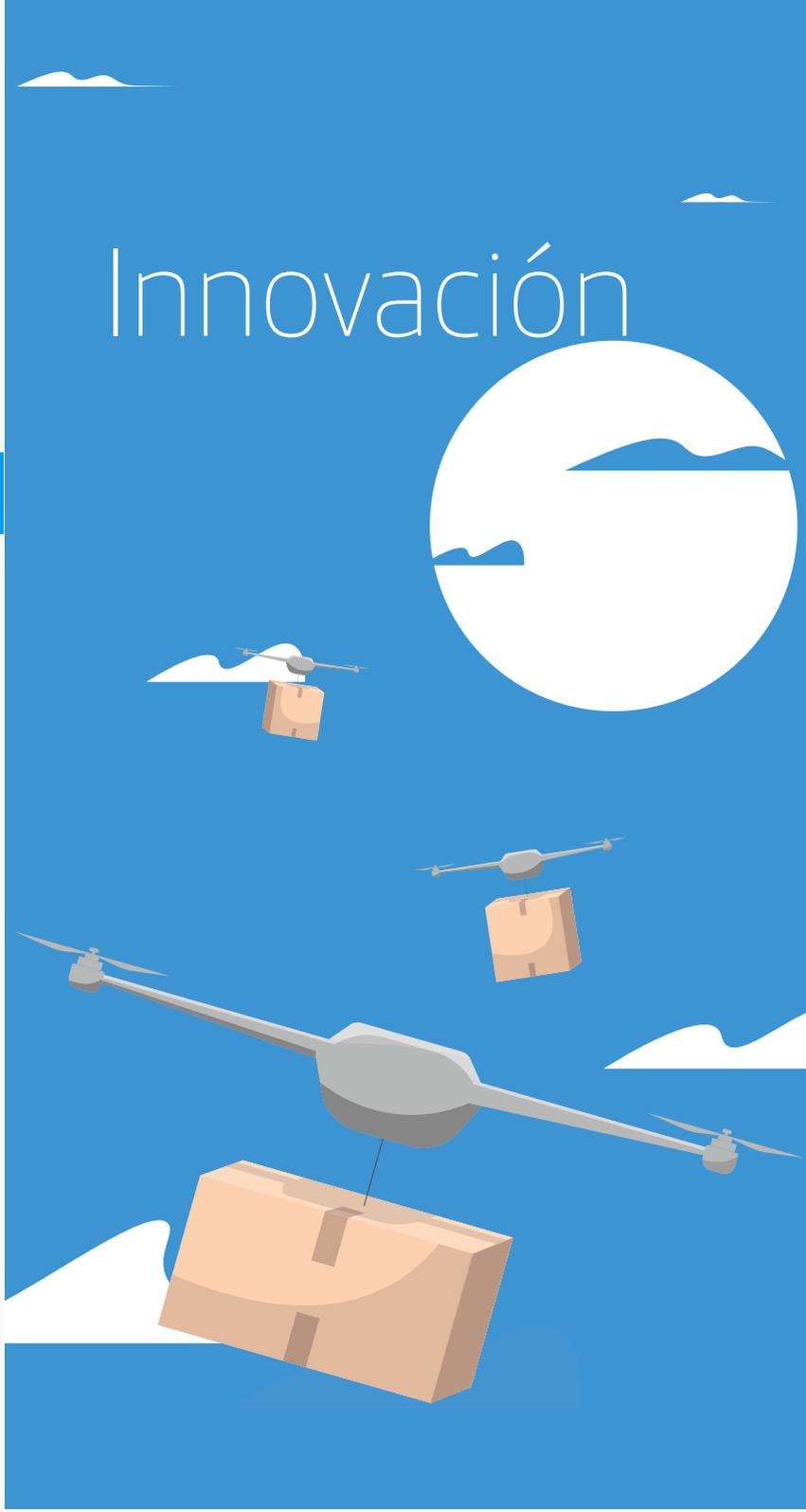
- Lápiz: Plata.
- Best ads on TV: Mención.
- Wave Festival: Bronce en Film.
- Obrar 2019: Oro / Categoría Grandes Empresas.
- Oro Movistar canales mejor uso de mobile. El mensaje de Maria.
- Oro Movistar Especiales mejor campaña RSR. El Mensaje de Maria.



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación**
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto



Innovación



La innovación forma parte del ADN de Telefónica desde su comienzo. Consideramos fundamental que la capacidad de anticiparse al futuro, de comprender las necesidades de la Compañía y de trabajar para seguir siendo pioneros en el mundo digital. Para lograrlo, nos basamos en la creación interna y en aquella innovación desarrollada externamente por terceros en los cuales invertimos o con quienes colaboramos estrechamente.

Desde las áreas de innovación, el 80% de nuestro trabajo se enfoca en identificar oportunidades futuras para nuestro negocio y, el 20% restante, en buscar nuevos espacios donde la Compañía pueda reinventarse a través de modelos disruptivos. De esta manera, aseguramos nuestra capacidad de anticiparnos a las necesidades, tanto en el desarrollo de nuestros servicios y plataformas propias, como en la búsqueda de nuevas oportunidades aún desconocidas.

Contamos con equipos internos que se llaman Core Innovation quienes son los que trabajan para mejorar la competitividad a través de la innovación sobre los activos, plataformas y servicios propios de Telefónica, como son la conectividad, los datos, o las plataformas de vídeo. Asimismo, Core Innovation trabaja en el desarrollo de nuevos productos y en la investigación experimental y aplicada.

Áreas en las cuales trabajamos la innovación: Big Data, marketing digital, soluciones basadas en blockchain, Internet de las cosas, inteligencia Artificial y redes 5G.



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

Inteligencia artificial al servicio de las personas

Estamos entre las primeras empresas en haber desarrollado [Principios de Inteligencia Artificial](#). El Big Data y la Inteligencia Artificial (IA) nos permiten transformar los negocios, la vida de las personas y la sociedad. Con estos avances queremos mejorar como compañía al mismo tiempo que hacemos del mundo un lugar mejor para todos.

Para ello, nos comprometemos a diseñar, desarrollar y usar la IA: de manera justa, transparente y explicable, con las personas como prioridad, con privacidad y seguridad desde el diseño, y con socios y terceras partes responsables.

Así nos aseguramos de que la IA respeta siempre los derechos humanos y la ética. Además, estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para lo cual contribuimos desde nuestro negocio para evitar usos inadecuados de la tecnología.

En 2019 Fundación Telefónica Movistar firmó un acuerdo con Digital House. Con esta alianza buscamos potenciar el desarrollo de la IA en la Argentina a partir de la organización del certamen "Inteligencia Artificial para potenciar al país" dirigido a personas con conocimientos o experiencia en machine learning, ciencia de datos e ingeniería de software. El certamen incluyó 15 becas de estudio al 100% para los proyectos ganadores.



Innovación abierta (Open Innovation)

Diseñamos programas globales para conectar a emprendedores, startups, inversores, y organizaciones públicas y privadas de todo el mundo.

W wayra

Seguimos acompañando a emprendedores que desarrollan proyectos innovadores con el fin de potenciar sus capacidades para alcanzar una escala global y conectar a compañías con foco en la tecnología con las unidades de negocio de Telefonía para generar oportunidades conjuntas.

En 2019 impulsamos el IoT Activation Programme donde los startups que participan cuentan con acceso exclusivo y gratuito a nuestras plataformas y soporte técnico especializado para el desarrollo de sus soluciones, desarrollo de negocio con nuestros clientes y alcanzar oportunidades de inversión desde Wayra.

OPEN FUTURE

Los Espacios de Open Future –que forman parte del área de Innovación Abierta de Telefonía Movistar (Telefonía Movistar Open Innovation)- ofrecen a los emprendedores un área para desarrollar sus empresas y recibir mentorías para orientarlos en sus estrategias tendientes a armar un modelo de negocios exitoso y escalable.

En Argentina, se han inaugurado a la fecha 8 espacios Crowdfunding: "La Catedral", en La Plata; "El Nodo", en Santiago del Estero; "La Cigüeña", en Neuquén; "Las Vías", en Junín; "La Estación", en Mendoza; "El Puente", en Corrientes; "El Palomar", en Tres de Febrero y "Ecosistema Azul", en Pergamino. En total, 86 proyectos se incubaron por estos 8 espacios de Open Future Argentina durante 2019.



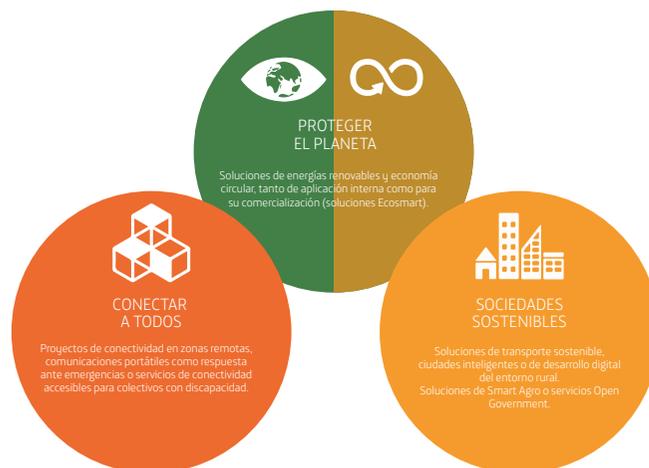


- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación**
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Innovación Sostenible

En Telefónica abordamos la sostenibilidad como un proceso transversal a toda la organización que busca, desde la innovación, la transformación social y medioambiental teniendo en cuenta los ODS de Naciones Unidas.

Las principales temáticas que trabajamos desde la innovación son:



Eje de trabajo	Objetivo	Acciones
Inclusión digital	Llevar la conectividad a todos sin dejar a nadie atrás.	Proyectos para facilitar la conectividad en zonas remotas. Accesibilidad de la tecnología a personas con algún tipo de discapacidad.
Desarrollo de sociedades más humanas	Brindar soluciones que mejoren la calidad de vida de las personas.	Iniciativas de Big Data for Social Good. Investigaciones y estudios sobre Smart Agro.
Desarrollo de nuevos productos	Reducir emisiones y residuos, y mejorar las eficiencias energéticas internas y de nuestros clientes.	Soluciones de IoT orientadas a proteger los ecosistemas naturales.

Por quinto año se llevó adelante el Concurso de Innovación Sostenible. En esta convocatoria empleados, startups del ecosistema de innovación abierta, universidades y proveedores del Grupo Telefónica de 10 países presentaron 262 propuestas de soluciones con el objetivo de construir una sociedad más sostenible y, a la vez, ser capaces de generar un modelo de negocio rentable para la empresa. Los mejores proyectos son financiados e impulsados internamente para que puedan convertirse en soluciones comerciales en el futuro.

Telefónica Movistar Argentina fue el país con más iniciativas presentadas en esta quinta edición del concurso (93), de los cuales 4 llegaron a la semifinal y uno a la final. Esta participación fue resultado del impulso local que incluyó el desarrollo por parte del equipo de Clouders y el área de Negocio Responsable, de un espacio de co-creación de ideas de triple impacto, guiados por la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.



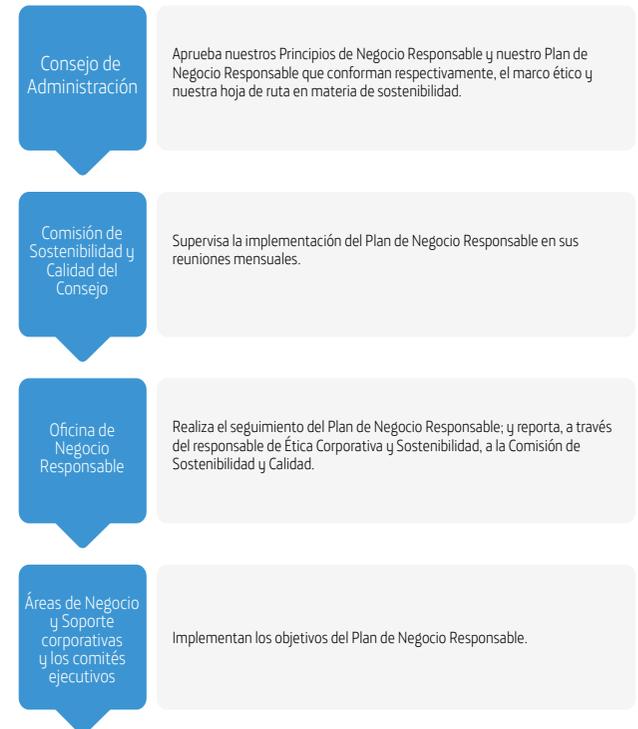
- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Eficiencia



Nuestro modelo de eficiencia parte de nuestra visión y estrategia, y comienza primero con la transformación de la relación con nuestros clientes, segundo con la transformación de nuestras redes y, por último, con la transformación de nuestro equipo humano que va a habilitar todo lo anterior.

Gobernanza global con foco en la Sostenibilidad



El seguimiento del Plan de Negocio Responsable local y de nuestros indicadores no financieros se hace a nivel de la más alta dirección y lo presenta el CEO al Consejo de Administración global.

- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto



Estrategia Ambiental



- Riesgos = + Eficiencia = + Resiliencia
 + Oportunidades = + Ingresos

Reducimos nuestro impacto y facilitamos soluciones a los grandes retos ambientales a través de la digitalización.

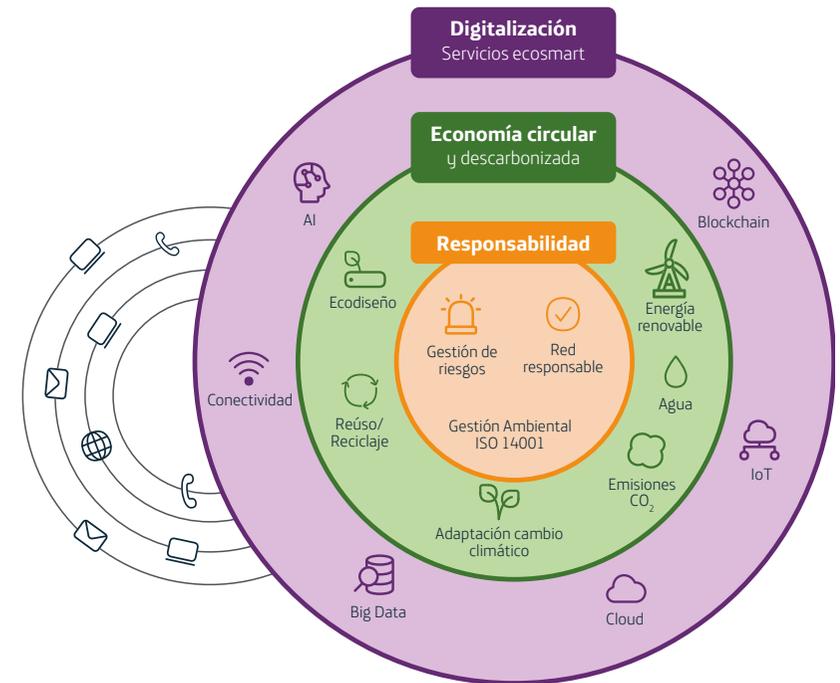
Medioambiente

Ambicionamos un mundo donde la tecnología digital contribuya a proteger el planeta. Para ello, reducimos nuestra huella sobre el medioambiente, a la vez que impulsamos la digitalización como una herramienta clave para afrontar los principales retos ambientales. Cambio climático, residuos, agua, contaminación atmosférica, incendios o biodiversidad encuentran ya soluciones entre nuestros productos y servicios.

Esto es solo el principio, ya que las oportunidades de crecimiento en una economía verde son cada vez más relevantes. En un mundo digital hay más oportunidades para la ecoeficiencia y una economía descarbonizada y circular.

En este marco, contamos con una Estrategia ambiental global y transversal a todas las áreas operativas, de gestión, de negocio y de innovación. Esta la implementamos en diferentes niveles a través del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14.001, siempre alineados con nuestra estrategia de negocio.

En 2019 renovamos nuestra [Política Ambiental](#) que tiene 3 grandes ejes: Digitalización, Economía circular y Responsabilidad.





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia**
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Responsabilidad

GESTIÓN DE RIESGOS

Los riesgos ambientales y de cambio climático de la Compañía se controlan y gestionan bajo el modelo global de gestión de riesgos del Grupo Telefónica, conforme al principio de precaución. Nuestros aspectos ambientales tienen su mayor foco de riesgo en la alta dispersión geográfica de las infraestructuras, lo que se controla a través de una gestión ambiental basada en procesos uniformes y certificados conforme a la norma ISO 14001:2015.

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL ISO 14001

100% de la compañía certificada

Nuestro objetivo es la prevención y mitigación de impactos ambientales. Contamos con un conjunto de normas que se aplican a los procesos desde la perspectiva del ciclo de vida y que tienen alcance a la cadena de valor a través de requisitos ambientales en los contratos, acciones de concientización de empleados propios y de empresas colaboradoras, clientes y otros grupos de interés, con programas para consumidores y acciones de sensibilización. Adicionalmente realizamos auditorías tanto a la gestión interna como a nuestros proveedores.

RED RESPONSABLE

Para una gestión responsable de nuestra infraestructura de red, consideramos los aspectos e impactos medioambientales resultantes, desde el diseño hasta el desmantelamiento, pasando por la operación y mantenimiento, en cumplimiento de la legislación ambiental en áreas como la gestión de residuos, el uso eficiente de los recursos, la gestión del paisaje (impacto visual) y la biodiversidad. Los principales aspectos ambientales de la red son el consumo de energía y los residuos, sin embargo gestionamos todos nuestros posibles impactos.

Siempre que nos es posible, ubicamos nuestras instalaciones con otras operadoras o empresas gestoras de torres de comunicaciones. El resultado es un menor impacto visual y reducción del consumo energético, además de una menor generación de residuos.

Proyecto modernización de la red móvil: sustitución de gran parte de la tecnología legacy en nuestras radio bases por equipamiento de mayor capacidad y eficiencia (abarca las antenas RRU's, las cabinas rectificadoras, intercambiadores de calor y BBUs, los cuales se reemplazan progresivamente por equipamiento de última generación que permite mayor conectividad con menor consumo eléctrico y menor disipación de calor). Las nuevas cabinas outdoor nos permiten prescindir en muchos casos de los antiguos shelters y sus correspondientes equipos de refrigeración, generando una reducción de consumo adicional y disminuyendo el uso de gases refrigerantes.

Gestión responsable de infraestructura de red

Ciclo de vida de la Red Responsable

Planificación y Construcción



Operación y Mantenimiento



Desmantelamiento



UNA MARCA DE *Telefónica*



1	Nuestra Visión Estratégica
2	Contribución a la Agenda 2030
3	Crecimiento, Eficiencia y Confianza
4	Innovación
5	Eficiencia
6	Confianza
7	Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
8	En contacto

CAMPOS ELECTROMAGNÉTICOS

Los campos electromagnéticos han estado siempre presentes en nuestro entorno: por ejemplo, los pájaros y los peces los utilizan para orientarse. Aunque algunos son visibles, como el arco iris, la mayoría son invisibles para el ojo humano, como el campo magnético que provoca la orientación de las brújulas o la luz solar. Las ondas que forman estos campos hacen que funcionen los móviles, la radio y la televisión. En Telefónica somos conscientes de la inquietud que existe en la sociedad en torno a este tema. Por ello mantenemos una comunicación transparente sobre el mismo.

Durante 2019 realizamos en Movistar Argentina 2.978 mediciones, todas las mediciones efectuadas en nuestras estaciones base siempre han estado por debajo de los niveles reconocidos por las principales organizaciones de estandarización y normalización del mundo como la UIT (International Union of Telecommunication), la ICNIRP (International Commission on Non-ionizing Radiation Protection), entre otras. En la mayoría de los países en los que operamos estas medidas son auditadas y están a disposición del público.

Además, todos los terminales y equipos que ofrecen nuestro servicio cumplen los estándares internacionales que establecen el parámetro SAR (Specific Absorption Rate). Parámetro establecido por los organismos reguladores y diversas agencias de salud debidamente facultadas para este propósito.

Hacemos seguimiento de todos los resultados científicos en todos los campos y en todos los grupos de población, especialmente en niños, personas embarazadas y colectivos más sensibles. Es uno de nuestros retos embarcarnos en la quinta generación tecnológica y garantizar que ésta sea segura. Por su parte, colaboramos activamente con las instituciones, con los ciudadanos, empresas, administraciones públicas y con la sociedad en general para impulsar las máximas garantías de seguridad y la percepción más científica y objetiva posible sobre el conocimiento acerca de los campos electromagnéticos.

Más información:

www.telefonica.com/es/web/negocio-responsable/bienestar-digital/campos-electromagneticos

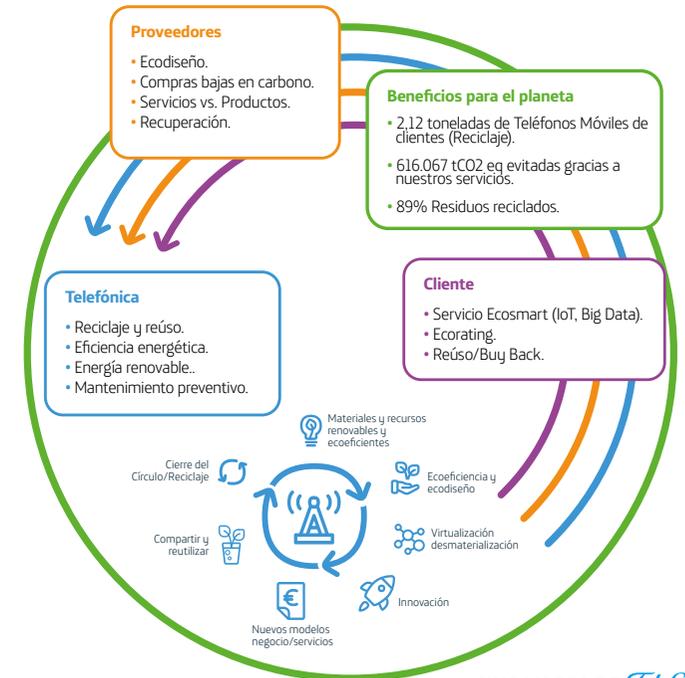


Economía Circular y Descarbonización

ECONOMÍA CIRCULAR

La economía circular es una forma diferente de entender la economía, enfocada en mejorar la eficiencia en el uso de recursos, disminuir la dependencia de materias primas y mitigar el cambio climático. Este concepto no sólo revoluciona los paradigmas convencionales, sino que también proporciona retos y oportunidades para la digitalización, ya que es necesaria una sociedad hiperconectada para lograrla.

Integramos esta filosofía a lo largo de todo el ciclo de vida de nuestra empresa. Ponemos foco en optimizar el consumo de recursos y promover que los bienes usados vuelvan al ciclo productivo, y para ello nos centramos sobre todo en nuestras compras, la gestión eficiente de la red y provisión de servicios al cliente con este fin.





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

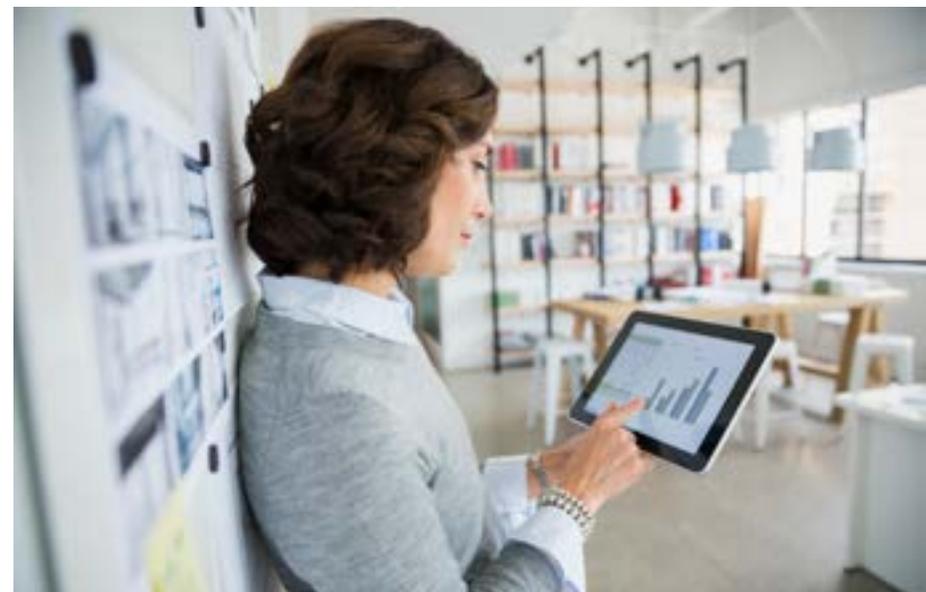
REINVENTÁNDONOS CON EL PROVEEDOR COMO ALIADO

Integramos la filosofía de la economía circular en nuestra relación con proveedores, aliados esenciales en esta transición. Somos conscientes de las oportunidades que presenta la adquisición de bienes y servicios, de cara a minimizar el impacto que éstos puedan tener en el medioambiente. Por ello, en el marco de nuestra Política Global de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro, incorporamos criterios ambientales y de economía circular. Nos centramos en optimizar el consumo de recursos y estimular el retorno de materiales al ciclo productivo. Además, impulsamos la reducción de emisiones GEI en todo el ciclo de prestación de nuestros servicios y trabajamos con nuestra cadena de suministro para lograrlo.

Esto incluye, por ejemplo, la consideración de los criterios de durabilidad en las baterías, de modo que su sustitución y, por consiguiente, la generación de este residuo, se produzca con menos frecuencia, con el fin de reducir la cantidad de residuos generados cada año (en términos relacionados con la actividad). Además, en esta Política, también exigimos el cumplimiento con las normas europeas REACH y RoHS, en todos los materiales que se aporten a cualquiera de nuestros países (incluyendo la Argentina), con el objetivo de disminuir la presencia de sustancias peligrosas en nuestros productos. Ello nos permite reducir los residuos peligrosos. Otro de los ejemplos a destacar es la prohibición de comprar equipos de climatización que utilicen gas R22.

NUESTROS LOGROS

- **Reducir:** caída del 52% de consumo de papel por procesos de digitalización.
- **Reutilizar:** desde la logística Inversa recuperamos casi 500.000 terminales, módems, routers, equipos de red, entre otros.
- **Reciclar:** alcanzamos los \$87 millones de pesos de Ingresos por venta de residuos de clientes (teléfonos móviles) y residuos operaciones.



EL VALOR DE LA BASURA

En Telefonía Movistar priorizamos la reutilización de materiales y equipamiento propio y de clientes, para de esta forma reducir la cantidad de equipos nuevos impactando en menor consumo de recursos (por ej. materias primas, energía, logística, etc.), menor generación de residuos y un beneficio económico.

Los materiales y equipamientos que no son posibles de reutilizar, son considerados residuos de los cuales generamos casi 2 toneladas entre cables, tuberías, papel, cartón, baterías, routers, teléfonos de clientes, entre otros. La mayor parte de estos se reciclan (89%); siendo nuestro objetivo permanente aumentar el porcentaje de material reciclado, que adicionalmente genera ingresos para la compañía.

Por su parte, para la gestión integral de residuos contamos con una plataforma online (Gretel) de acceso remoto compartida con nuestra cadena de suministro, a través de la cual logramos una mejor trazabilidad en la gestión, identificando las oportunidades de reducción con foco en la economía circular.





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

INVOLUCRANDO A LOS CLIENTES

Compartimos información con nuestros clientes sobre el impacto social y ambiental de los dispositivos que vendemos para ayudarles a realizar un consumo responsable con el Sello ECOrating. Cuando se produce un nuevo dispositivo, trabajamos con el fabricante para evaluar sus credenciales de sostenibilidad, proporcionando una calificación general entre 0 y 5. Cuanto más alta sea la calificación del sello, más sostenible es el dispositivo.

Para esta iniciativa, contamos con la colaboración de los expertos en sostenibilidad: la ONG Forum for the Future y de los proveedores de dispositivos móviles.



Por su parte, con la implementación del Plan Canje, o buyback, facilitamos la reutilización o reciclaje de un móvil antiguo y la compra de otro nuevo. Ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de comprar celulares usados (todos 4G), los cuales tienen un estado bueno, muy bueno o excelente con una garantía de 3 meses, a precios más económicos. Este año, con el Plan Canje nuestros clientes cambiaron móviles usados - que luego vuelven al mercado por distintos canales – por nuevos.

Además, con nuestros servicios de virtualización o de gestión de residuos (Smart Waste), entre otros, acompañamos a que nuestros clientes se sumen a la economía circular.



DESCABORNIZACIÓN

Nuestra estrategia de Energía y Cambio Climático, alineada con el negocio, nos permite cubrir todas las aristas de este fenómeno global: responsabilizarnos de la mitigación, aprovechar las oportunidades y adaptarnos gestionando los riesgos.

En 2019, durante la COP25, establecimos nuevos objetivos globales de Energía y Cambio Climático a 2025, 2030 y 2050, alineados con el escenario de 1.5°C del Acuerdo de París y validados por Science Based Targets initiative (SBTi). Además, adherimos a la campaña de la ONU "Business Ambition for 1.5°C: Our Only Future".

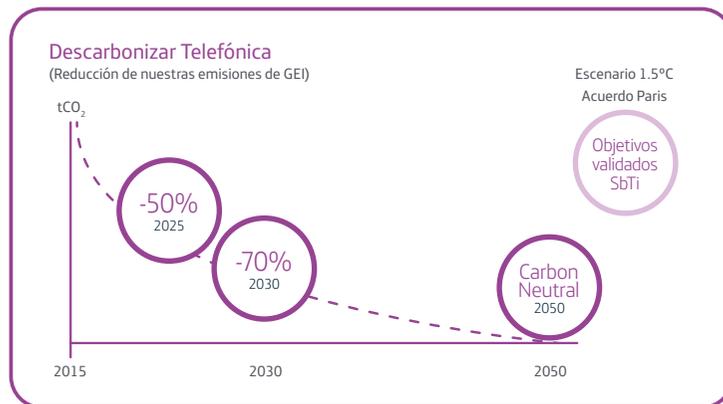




- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Objetivos Globales de Energía y Cambio Climático 2025-2030-2050

Rumbo hacia la neutralidad



Eficiencia energética
Reducir nuestro consumo energético por unidad de tráfico.

-85%
MWh/PB
2025

Plan de eficiencia energética:

- **Transformación de red** y apagado *legacy*.
- Funcionalidades ahorro (PSF).
- **Modernización equipos clima y fuerza.**
- **Iluminación.**

Energía renovable

-85% 2025

100% 2030

Plan de eficiencia energética:

- **Certificados** garantía de origen.
- Acuerdos de compra a largo plazo (**PPA**).
- **Autogeneración.**

Contribuimos a descarbonizar la economía

Proveedores

-30%
2025

Reducir un 30% las emisiones procedentes de nuestra cadena de suministro por euro comprado.

Clientes

10 to 1
2025

Net Positive
Por cada tonelada de CO₂ emitida por Telefonía evitar 10 en nuestros clientes a través de la conectividad y los servicios digitales.

DATOS TELEFÓNICA MOVISTAR ARGENTINA 2019

- 89% de los residuos fueron reciclados en 2019.
- 14.200 de unidades de equipos de comunicaciones y oficina reutilizados.
- \$87 mill. por venta de residuos de clientes (teléfonos móviles) y residuos operaciones.
- 230.893 tCO₂EQ de Emisiones de GEI (alcance 1+2).
- 212,82 Mwh de consumo total de energía/Tráfico .
- Durante el 2019 logramos desarrollar 16 proyectos de eficiencia energética ahorrando 14,8 GWh y reduciendo nuestro impacto medioambiental en 5.887 TCO₂ evitadas. Esto equivale al consumo anual de 2400 hogares promedio (a 500kWh/mes para cada uno).



En 2019 hemos sido reconocidos a nivel global, por sexto año consecutivo, con la máxima clasificación 'A' en el índice CDP Climate Change. Esta lista integra a empresas que cumplen los máximos criterios de Carbon Disclosure Project en cuanto a estrategia, objetivos y acciones relativos a los riesgos y oportunidades del cambio climático.





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia**
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

PROGRAMAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

Trabajamos para tener la red de telecomunicaciones más eficiente del mercado en términos de energía y carbono. Para hacer posible todo ello, contamos con un Programa de Eficiencia Energética para además potenciar la reducción de combustible, la transformación de nuestra red y el uso de energías limpias.

En este marco, en 2019 realizamos en Telefónica Movistar Argentina más de 16 iniciativas de eficiencia energética en nuestras redes y oficinas. Desde 2015 más que triplicamos los datos transmitidos a los clientes mientras, disminuimos nuestro consumo de energía 3%, apalancados en tres ejes:

- **RED Móvil:** apagado 2G, apagado de postes en la costa, modernización RAN.
- **Infraestructura/Obra y Mantenimiento:** cambios de Plantas de Energía, cambio de Chiller de República, actualización de AA, apagado de Shelters, luminarias de Republica.
- **Apagado y compactación:** compactación de Salas, apagados por FUSION, apagado de centrales, apagado de DSLAM, apagados Varios, apagados OSS.

71,9% de reducción del Consumo total de Energía (Mwh) / Tráfico entre 2015 y 2019

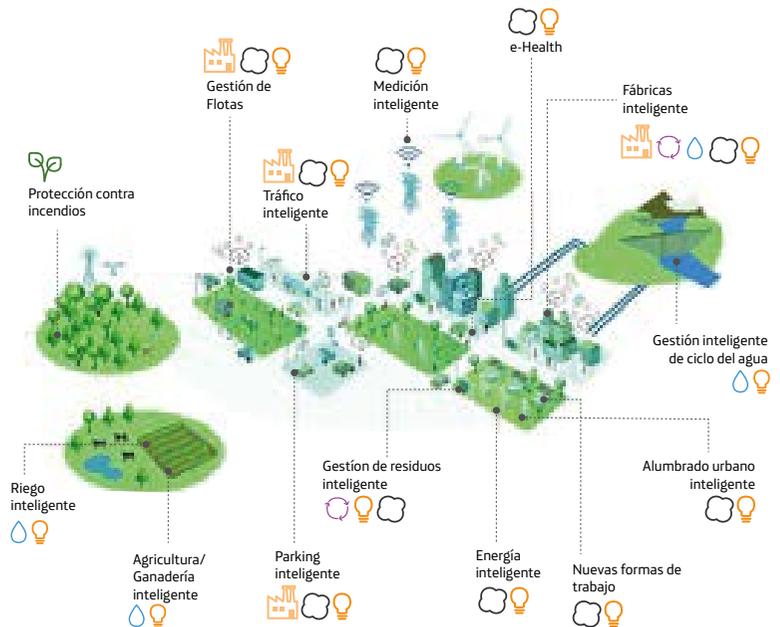


Soluciones digitales para retos medioambientales



Somos Positivos en Carbono

Nuestros servicios a nivel global evitan 3.2 millones tCO₂, lo que supone 3,3 veces nuestra propia huella de carbono.



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia**
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Digitalización

BIG DATA

El Big Data ayuda en la toma de decisiones a nuestros clientes, permitiéndoles una gestión más eficiente de los recursos y reducir la contaminación asociada. A través del análisis de patrones de movimiento trazados por el uso del móvil, combinados con otros datos abiertos o de sensores IoT, estamos ofreciendo a nuestros clientes servicios con aplicación en el mundo ambiental, como el desarrollo de planes de movilidad urbana sostenible en las ciudades o la mejora de la respuesta ante una catástrofe ambiental.

CLOUD

Gracias a nuestros servicios de hosting en Data Center, la gestión híbrida y el multicloud, contribuimos a la desmaterialización, reduciendo el consumo energético y aumentando al máximo el aprovechamiento del espacio. Todo esto reduce de forma significativa la huella de carbono de nuestros clientes. Los Data Center desde los que damos servicios a nuestros clientes cumplen con los principios internacionales Green IT de ecoeficiencia y sostenibilidad.

INTERNET DE LAS COSAS (IoT)

Esta tecnología ofrece múltiples posibilidades, ya que al conectar objetos en tiempo real obtenemos detalle de su estado y comportamiento, y podemos aplicarlo en diversos escenarios para minimizar el impacto ambiental.

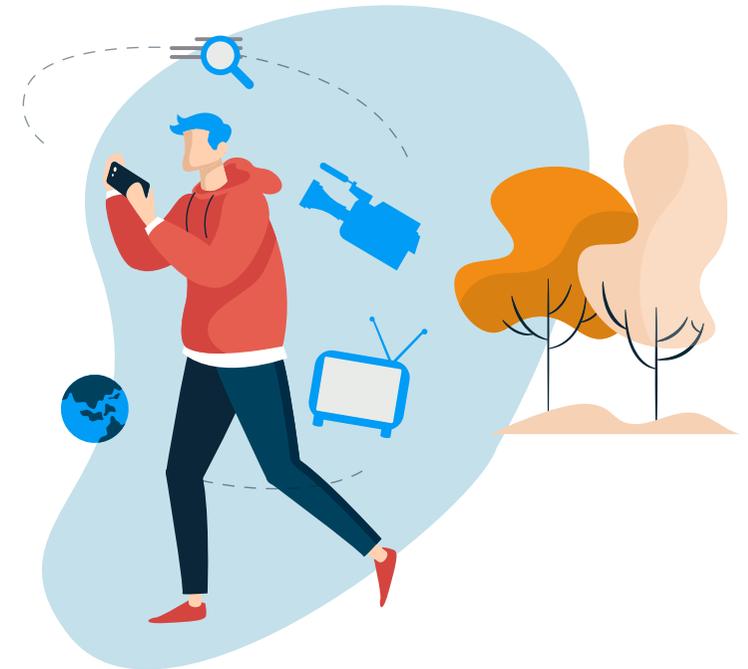
CONECTIVIDAD

La conectividad es la base sobre la que se sustenta nuestro negocio y productos como banda ancha, la fibra y las videoconferencias posibilitan nuevas formas de trabajo con menos desplazamientos, lo que permite reducir el consumo de energía, las emisiones de carbono y la contaminación atmosférica.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Con técnicas de Inteligencia Artificial podemos predecir incluso los niveles de contaminación futuros de forma que las autoridades puedan preparar planes de contingencia adecuados a la previsión.

En octubre de 2018, nuestro Comité Ejecutivo adoptó nuestros [Principios de Inteligencia Artificial](#). A través de estos principios, nos comprometemos a diseñar, desarrollar y usar la Inteligencia Artificial, de forma justa y no discriminatoria, y responsable, asegurando la privacidad y seguridad.



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

Concientización ambiental

- Participamos de la Mesa de Energía y Cambio Climático del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS), oficinas locales del WBCSD, en donde presentamos nuestros Objetivos de Cambio Climático basados en Ciencias.
- Participamos del Taller de Economía Circular organizado por el CEADS y la Agencia de Cooperación Alemana, junto a los equipos de Marketing-Terminals y Logística Inversa, presentado los casos de Plan Canje, Usados con Garantía y Logística Inversa de Modems y Terminals.
- 1.700 empleados participaron de las Charlas de concientización ambiental con Cascos Verdes, generando además un impacto social siendo que los jóvenes que realizan las capacitaciones son personas con discapacidad intelectual a quienes les damos una oportunidad laboral desde esta práctica.
- Organizamos la 2ª #SemanaDelMedioAmbiente con nuestros colaboradores.
- Brindamos la promoción del 20% de descuento en nuestro terminal con mejor EcoRating promoviendo la concientización ambiental con nuestros Clientes.
- Enviamos 150.000 SMS a clientes 2G y 3G para promover su migración tecnológica.
- Realizamos el II Live camino al Concurso de Innovación Sostenible, haciendo foco en el eje #ProtegerAlPlaneta, con los invitados especiales de #FleetManagement by GeoTab.
- Implementamos un Plan de Comunicación Interna en todos los Canales Digitales promoviendo el cambio cultural y la toma de conciencia ambiental.
- Realizamos actividades de voluntariado reciclando residuos (papel, tapitas, CDs, carretes) en 6 Edificios Corporativos y en Garrahan. Participaron 200 Voluntarios.
- Publicamos una Nota de Prensa sobre el aporte de Telefónica Movistar en la recuperación de más de 520.000 equipos de telecomunicaciones.
- Participamos como invitados especiales de la primer reunión de CDP Latinoamérica en Argentina.



Las Personas en la Transformación Digital

Estamos viviendo un cambio de época. Nunca en la historia de la humanidad se ha producido una acumulación de tecnología como en la actualidad. La digitalización está transformando todos los sectores, impulsando mejoras de eficiencia, generando nuevas fuentes de ingresos y desarrollando nuevos modelos de negocio, nuevos modelos de relacionamiento y de sociedades.

Entendiendo este momento bisagra, es que en Telefónica consideramos que es el momento de definir un nuevo acuerdo, un "Nuevo Pacto Digital" que asegure que los importantes beneficios de este nuevo mundo cognitivo lleguen a todos. Debemos enfocarnos en garantizar la tecnología sirva para mejorar la vida de las personas en todo el mundo.

Lo que el nuevo [Manifiesto Digital](#) de Telefónica Movistar realiza es un llamamiento para poner a las personas en el centro y en cómo la tecnología va a impactar en su día a día.



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia**
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Diversidad e inclusión, nuestro punto de partida

La capacidad de conectarse resulta esencial para que el proceso de digitalización no deje a nadie atrás. La digitalización debe ser inclusiva para que todo el mundo tenga la oportunidad de participar en este mundo conectado, y no dejar a nadie atrás. Para lograr conectar a las personas es necesario encontrar formas innovadoras de desplegar redes, impulsar la creación de servicios digitales relevantes y equipar a los usuarios con capacidades digitales básicas para poder beneficiarse de ellos. Así, como también, promover un uso responsable y adecuado de la tecnología y la digitalización.

El "Nuevo Pacto Digital" pone a las personas en el centro de la digitalización y de nuestra visión. Somos una compañía comprometida con el respeto a la dignidad de todas las personas y de los derechos que les son inherentes, y busca favorecer y preservar el bienestar de los entornos sociales en los que está presente.

Igualdad de Oportunidades

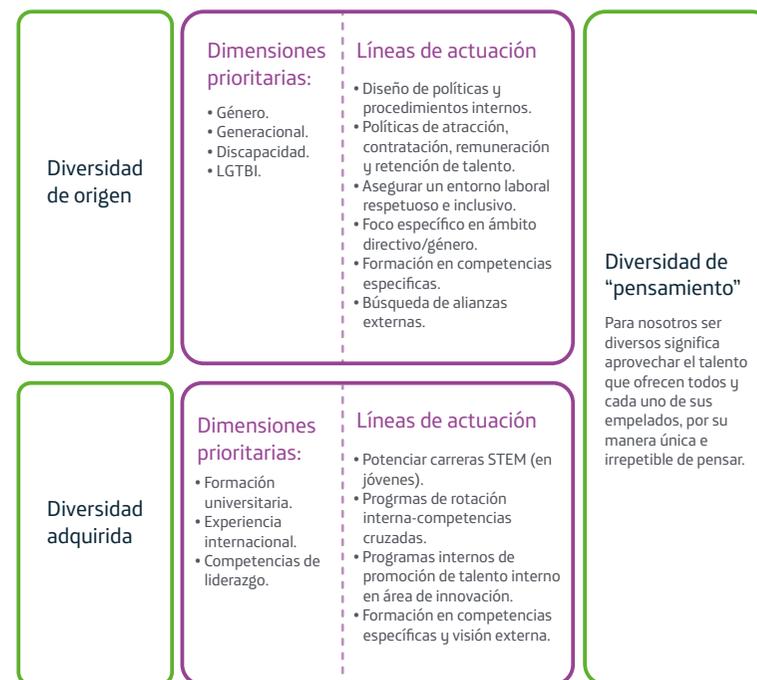
Queremos ser el reflejo de la sociedad en la que vivimos. Es por eso que vemos la diversidad como un elemento competitivo; reafirmando a través de nuestra Política Global de Diversidad e Inclusión, con la que buscamos promover este componente clave de nuestros procesos de gestión de talento.

En nuestra organización hay lugar para todos, tal y como son, tal y como pensamos. La diversidad nos hace más fuertes y competitivos, solo con un talento diverso podemos empatizar con nuestros clientes y comprender sus necesidades específicas e innovar para satisfacerlas.

Objetivos en pos de la igualdad:

- Promover la igualdad de oportunidades y evitar el trato discriminatorio de las personas en todos los ámbitos de nuestra organización y de nuestras propuestas de valor, sin prejuicios asociados a la raza, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual e identidad sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidad familiar.
- Fomentar el equilibrio salarial entre cargos similares en contextos similares.
- Rechazar toda forma de acoso, amenaza o intimidación - ya sea verbal, físico, sexual o psicológico - en el entorno laboral.

Enfoque de la diversidad en Telefonía Movistar



Programas de sensibilización y formación en sesgo inconsciente y liderazgo inclusivo





1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN PROCESOS DE SELECCIÓN

A través de la Política Global de Diversidad e Inclusión garantizamos la igualdad de oportunidades y el trato no discriminatorio, justo e imparcial de las personas en todos los ámbitos de nuestra compañía, sin prejuicios asociados al género, nacionalidad, origen étnico, religión, orientación e identidad sexual, estado civil, edad, responsabilidad familiar o discapacidad.

Además de potenciar la presencia de mujeres en los procesos de selección, fomentamos la contratación de colectivos en riesgo de exclusión.

En relación con las personas con discapacidad, nos comprometemos a seguir avanzando en una integración laboral efectiva introduciendo las ayudas técnicas y apoyos que permitan reducir y eliminar las barreras a los empleados con discapacidad, para asegurar que puedan participar en un entorno laboral en igualdad de condiciones.

Género

Planteamos la igualdad de género como un eje de actuación prioritario en el plan de diversidad, al entender que el trabajo inclusivo promueve una gestión cotidiana más eficiente y permite incorporar una mayor pluralidad de talentos. En este marco, desarrollamos un plan de trabajo a medio y largo plazo enfocado en reducir la brecha entre mujeres y hombres que ocupan puestos de responsabilidad, de modo de garantizar la igualdad de oportunidades, así como la atracción de talento en los procesos de selección.

POLÍTICAS Y MEDIDAS EN FAVOR DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

- Lactarios: se inauguraron 6 lactarios en edificios centrales corporativos, donde las madres puedan conciliar la época de lactancia con sus responsabilidades laborales.
- Compromiso de la alta Dirección en la promoción de acuerdos y espacios de cooperación institucional para trabajar articuladamente en la eliminación de la problemática de la violencia de género. (INAM -

Instituto Nacional de las Mujeres)

- Prevención y exclusión de conductas de acoso: diseño e implementación de la "Política para la prevención y actuación ante situaciones de violencia de género, acoso sexual y discriminación en el ámbito laboral", procedimiento para recibir, analizar y resolver las denuncias.
- Cobertura de Vacantes: esencia de mujeres en terna finalista para todas las vacantes de liderazgo.
- Beneficios Familias Homoparentales: licencia extendida, part time (maternal) y licencia recién nacido prematuro.
- Creación del Comité Mixto sobre "Género": firmado entre la empresa y entidades gremiales para poder contar un espacio común que nos permita el abordaje de tan importante temática y sus implicancias.
- Estrategia de remuneración: tenemos un compromiso con la reducción de la brecha salarial, forma parte de nuestros Principios de Negocio Responsable. Contamos con una Política de Remuneración Global que alinea las prácticas dentro de la Compañía y una Comisión de Nombramientos y Retribuciones, que garantizan el cumplimiento de los Principios de Igualdad y Equidad salarial.

SENSIBILIZACIÓN Y CULTURA DIVERSA

Creemos que la formación y la sensibilización son el camino necesario para ser cada día una compañía más diversa e inclusiva, en la que todos los empleados estén comprometidos con el valor de la diferencia, y tomen conciencia de sus sesgos inconscientes.

En 2019 realizamos las siguientes acciones:

- Talleres sobre Diversidad Sexual y VdG a mandos medios Prov BA.
- Taller de Sesgos inconscientes abierto a toda la Operación (hombres – mujeres: de distintos niveles jerárquicos).
- Taller de Armado de Protocolo sobre Violencia de Género con el INAM.
- Capacitación Primera Escucha en Violencia de Género con INAM.
- Capacitación Virtual Violencia de Género para todos los mandos.
- Programa "Mujeres4tech": programa de inclusión digital para mujeres.
- Charlas sobre Lactancia: encuentros con Asociación especialista sobre "Mitos y verdades sobre la lactancia materna en cuanto a la vuelta al trabajo - Beneficios de la leche materna -Beneficios del uso del lactario."
- Taller de Comunicación con perspectiva de género: asegurar elaboración de contenidos y comunicaciones libres de sesgos, estereotipos, sexismo, discriminación, mitos.





1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019

8 En contacto

- Comercial "Tenemos Familia": Lanzamiento de producto "Tenemos todo para conectarnos", primer campaña sin reproducción de estereotipos binarios.
- Campaña interna "Cortá a Tiempo" sobre violencia de género para dar marco y asistencia al protocolo elaborado, y difundir canales de denuncia y asesoramiento.
- Campaña externa "ES momento de Hablar" sobre violencia de Género y disponibilidad de información a través de www.dialogando.com.ar.
- Campañas externas de concientización sobre violencia digital ("Love Story" sobre grooming y "Perspectivas" y "Dominó" sobre cyberbullying).
- Taller de Diversidad Sexual y Violencia de Género junto a la Fundación Huésped.

ALIANZAS Y RECONOCIMIENTOS

- Firmamos un acuerdo de cooperación institucional con el INAM (Instituto Nacional de las Mujeres), con el objetivo de promover la igualdad de oportunidades y reducir la brecha de género.
- Adherimos a los "Principios de Empoderamiento de la Mujer", elaborados por ONU Mujeres y el Pacto Global de Naciones Unidas.
- Adherimos a las "Normas de Conducta para las Empresas" de Naciones Unidas para proteger los derechos de las personas LGTBI.
- Telefónica figura por segundo año consecutivo en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género - 2019 Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) que distingue a las empresas comprometidas con la diversidad.

Retos 2020

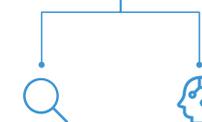


Impulsar medidas para mejorar la capacidad de **CONCILIAR** la vida personal y laboral.



Atraer a **25.000** jóvenes con talento en todo el mundo.

Continuar impulsando programas de desarrollo del **TALENTO** y actualización de capacidades.



Incorporar la **ACCESIBILIDAD** como un elemento transversal de todos nuestros procesos.



Sensibilizar a todos los empleados sobre la importancia de la **DIVERSIDAD** y el liderazgo inclusivo.

Discapacidad

Desde 2017 contamos con el proyecto "Telefónica Inclusiva" que busca integrar la temática de discapacidad en nuestros principales grupos de interés con la intención de impulsar un cambio de comportamiento, que propicie la inclusión dentro y fuera de nuestra organización. En este sentido abordamos una estrategia de diversidad desde un punto de vista de cuatro grupos de interés principales: empleados, sociedad, clientes y proveedores.

En particular con los colaboradores buscamos tener de trabajo inclusivos y ser agentes impulsores para conseguir un mundo más diverso e inclusivo,





1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019

8 En contacto

apalancándonos en el valor de la tecnología para lograrlo.

Esta estrategia se ve reflejada en el día a día con nuestra Política global de Diversidad e Inclusión, nuestros programas y actividades de concientización y bajada transversal a las áreas y a las distintas políticas y normativas de la compañía.

Entre las acciones que desarrollamos, destacamos:

- Formación específica sobre discapacidad.
- Consulta a nuestros empleados para entender quiénes tienen alguna discapacidad y diseñar beneficios exclusivos para mejorar su entorno.
- Campaña de comunicación sobre el Certificado único de discapacidad.
- Semana de las Personas con Discapacidad con propuestas lúdicas, artísticas, ferias de emprendedores y transmisiones radiales, generando espacios de concientización.
- Incorporación externa de Personas con discapacidad a nuestros equipos de trabajo.
- Talleres de atención inclusiva para empleados de nuestros centros de contacto.

Desarrollo de capacidades digitales para el futuro

La evolución de nuestros negocios, la explosión de los datos y la evolución tecnológica de nuestras redes nos demanda desarrollar nuevas capacidades en las personas y los equipos de Telefónica.

Para asegurar que disponemos de las capacidades estratégicas necesarias para el futuro de la compañía y que no dejamos a nadie atrás en la transición digital, en Telefónica orientando nuestras políticas de formación hacia programas masivos de re-entrenamiento (reskilling/upskilling) para adaptar y mejorar las capacidades de nuestras personas, asegurando su empleabilidad y mejorando sus perspectivas de futuro en el mundo laboral.

Estamos cambiando también el actual enfoque de gestión y desarrollo de talento a un nuevo enfoque basado en la gestión de habilidades, que fomente el aprendizaje continuo y el desarrollo de nuevas capacidades,

incluidas las de liderazgo, que la empresa va a necesitar en los próximos años.

Entre las principales acciones que realizamos en 2019, destacamos:

- Programa de 'Rebalanceo operativo': cerca de 2.000 personas de áreas de backoffice, tiendas, operación y mantenimiento han sido reentrenadas y ubicadas en otras áreas técnicas y comerciales.
- Curso Principios de Negocio Responsable, de carácter obligatorio.
- Curso de Seguridad Digital que concientiza sobre el uso de la información y cómo la resguardamos de posibles filtraciones en todo momento.
- Desarrollamos un programa de formación cultural con foco en organización ágil y modos de organización.
- Coaching con los jefes y gerentes y seguimiento en el manejo de cuentas, creación y gestión de oportunidades.
- Programa de capacitación en fibra óptica para quienes realizan tareas de instalación. El programa contempla una etapa de nivelación de conocimientos para identificar el tipo de capacitación a brindar (inicial o especialización). La metodología comprende módulos de aprendizaje virtual y presencial en aula (teórico-práctico). Así mismo comenzamos a capacitar en IPTV con la misma modalidad.
- Capacitación a los empleados en metodologías de calidad y proyectos.
- Academia de formación ágil en la cual definimos bloques de sensibilización, generales teóricos y específicos para los distintos roles dentro de los equipos ágiles, definiendo como herramientas fundamentales Scrum, Lean y Kanban.
- Plan de desarrollo de habilidades blandas para mandos medios (expertos, supervisores, líderes y jefes de toda la Compañía), complementado con el programa agregando nuevos módulos como feedback continuo. El programa cuenta hoy con 18 módulos presenciales y virtuales con el objetivo de acompañar el desarrollo de nuestro equipo de liderazgo.
- Programa de desarrollo de habilidades para la población de analistas #ElegiDesarrollarte, con 15 módulos presenciales y virtuales.
- Comunidad "MeetYourTalent" enfocada a identificar un grupo de personas transformadoras que se destaquen por tener en su ADN los comportamientos "The new Telefónica Way" y potenciar su desarrollo dentro de la compañía dándoles visibilidad y fortaleciendo e incorporando nuevas habilidades, con un programa de desarrollo de 12 meses.
- Programa de desarrollo de Talentums durante todo el año.



1	Nuestra Visión Estratégica
2	Contribución a la Agenda 2030
3	Crecimiento, Eficiencia y Confianza
4	Innovación
5	Eficiencia
6	Confianza
7	Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
8	En contacto

La atracción del mejor talento: la única forma de asegurar el futuro

El sector tecnológico tiene un importante reto en la captación de talento. Por ello apostamos por nuevos canales para asegurar la incorporación de los perfiles adecuados de una forma más global, digital y eficiente. Además de los mecanismos tradicionales, estamos utilizando diferentes estrategias de atracción de talento a través soluciones tecnológicas que establezcan una relación a largo plazo con los candidatos y simplifiquen los procesos de selección. Tenemos una presencia muy activa en ferias de empleo digital, redes sociales y universidades con especialidades tecnológicas.

Así nuestro modelo de talento acompaña al empleado en el desarrollo de su carrera. Este modelo tiene como eje la igualdad de oportunidades y, en este sentido, desarrollamos diferentes iniciativas: cuadros de sucesión con presencia femenina obligatoria, el Programa de Desarrollo Global para mujeres en Liderazgo, encuentros estructurados de mujeres talentosas, difusión de videos testimoniales aportando experiencias de liderazgo, y entrevistas sobre la temática de género. De esta forma, los aspectos de diversidad, inclusión y de desarrollo social impactan directamente sobre nuestro proceso.

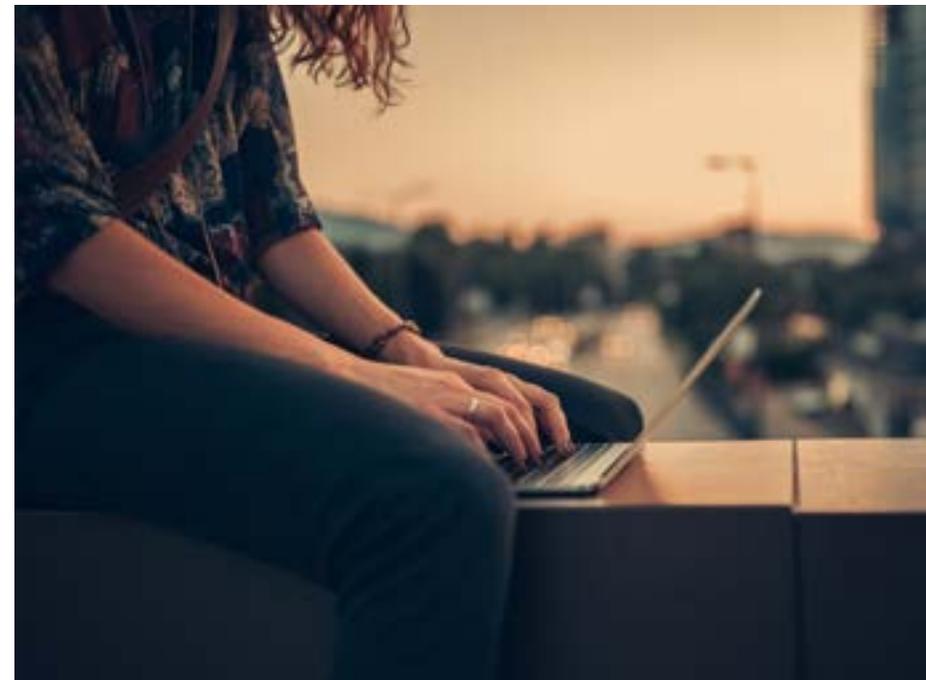
Nuevas formas de trabajo para una nueva Telefónica

Para adaptarnos al contexto en el que operamos estamos realizando un profundo cambio cultural en la Compañía. Una de las palancas que nos está ayudando en este cambio cultural es implantar una nueva concepción del trabajo, más transversal y flexible, que nos permite poner foco en las necesidades de nuestros clientes, priorizar la entrega de valor siendo más eficaces e innovadores y facilitar a los equipos mayor autonomía y velocidad en la toma de decisiones.

Las nuevas formas de trabajo ágiles implican:

- Un lenguaje común y una metodología adaptada a las necesidades y objetivos de Telefónica.
- Un Ecosistema flexible con espacios, herramientas y políticas, que ayuden a moverse dentro de la organización y focalizarse en la creación de valor, apalancados en el teletrabajo y el compromiso con la desconexión digital.
- Nuevas capacidades de roles ágiles y estilos de liderazgo más colaborativos e inspiradores.
- Un proceso de gestión del cambio y comunicación continua.

Durante 2019 creamos a nivel Grupo la Global Agility Academy, donde definimos los itinerarios formativos para el desarrollo de capacidades de los principales roles que se utilizan en metodologías ágiles y lanzamos cursos globales online sobre estas temáticas.





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Confianza

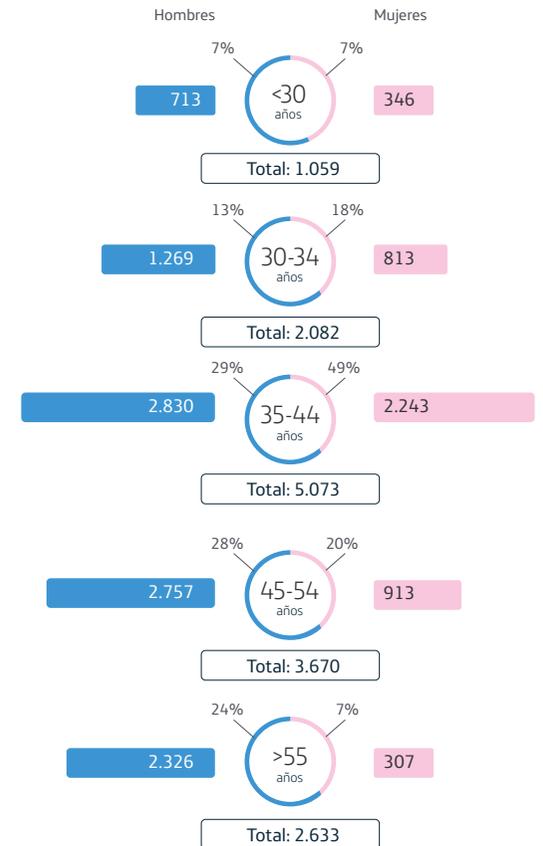


La estrategia de Telefónica a largo plazo está basada en tres ejes fundamentales, en los cuales uno es la confianza. La confianza de los grupos de interés, comenzando por los clientes y fundamentada en su satisfacción cobra todavía más relevancia en un entorno digital interconectado y en constante cambio. Además, gestionamos un modelo responsable para mitigar riesgos y tener una relación de confianza con accionistas, empleados y proveedores, como aliados indiscutibles para continuar con nuestra transformación.

Bienestar del empleado



Pirámide de edades de los empleados





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza**
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Cómo valorar el esfuerzo: política retributiva

Durante 2019 continuamos trabajando en acciones con foco en la transformación digital y simplificación de procesos. Mejoramos el módulo de Promociones, aseguramos la calidad de la información de Success Factors, y continuamos favoreciendo la comunicación y transparencia en los procesos de ajustes y promociones.

Además, tenemos un fuerte compromiso con la reducción de la brecha salarial como parte de nuestros Principios de Negocio Responsable. Contamos con una Política de Remuneración Global que alinea las prácticas dentro de la Compañía y una Comisión de Nombramientos y Retribuciones, que garantizan el cumplimiento de los Principios de Igualdad y Equidad salarial.

1,6%
de Brecha salarial
Ajustada

Salario Mínimo pagado en Telefonía
Movistar Argentina / SMI local
• 3,5 hombres • 3,9 mujeres

Reto 2020
Incorporar dentro de la remuneración variable de nuestros empleados objetivos relacionados con la Estrategia de Negocio Responsable.

El diálogo social como puente entre trabajadores y empresa

RELACIONES LABORALES

En Telefonía estamos comprometidos con las normas fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), principalmente en lo relativo a la libertad de sindicación y al derecho a la negociación colectiva en todas las compañías en los países en los que operamos. Garantizamos que los representantes de los trabajadores reciben un trato justo, libre de discriminación y que cuentan con todas las facilidades para poder desempeñar sus funciones de representación.

100% de los trabajadores de Telefonía están amparados por un marco laboral que regula sus condiciones de trabajo.

Los principales hitos de 2019 en materia de relaciones laborales fueron el cierre de paritarias 2019-2020 con una mesa de unidad sindical; y la suscripción de acuerdos sindicales enmarcados en tres ejes: "Relacionamiento con el cliente", con acuerdos para acompañar el plan integral comercial, el plan integral técnico y el plan integral de administración; "Condiciones Laborales", con acuerdos para acompañar la equiparación de beneficios, y encuadramientos; y por último "Organización del trabajo", con acuerdos generados para acompañar el rebalanceo operativo, protocolos de actuación, plan de seguridad e higiene, plan de salud de ocupaciones, plan integral de Aliados, y metodologías ágiles. Este último vector incluye modalidades de trabajo y generación conjunta de procesos de Formación Profesional, modificación de los planes de carrera actuales e incorporación de nuevos grupos laborales y nuevas tareas convergentes.

ESTUDIO DE MOTIVACIÓN

En los últimos años, nuestro indicador para medir el índice de compromiso de nuestros empleados era el estándar mundial 'Indicador de Clima y Compromiso', basado en el promedio de respuestas favorables en la encuesta de clima anual (en escala de 5).





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

El año pasado decidimos adoptar el Employee Net Promoter Score (Bain&Company) que mide el grado en que los empleados de la Compañía recomiendan a la organización como un buen lugar para trabajar en una escala de 1 a 10. Esto nos permite alinearlos a la medición de la satisfacción del cliente, con la misma lógica que el Net Promoter Score, que mide el % de promotores (los que puntúan entre 9 y 10) menos el % de Detractores (los que puntúan de 1 a 6). En nuestra medición 2019, logramos un resultado de un 63,7%.

63,7% Employee Net Promoter Score (eNPS) Total

COMUNICACIÓN INTERNA

En 2019 consolidamos la utilización de WorkPlace como única herramienta de comunicación, democratizando aún más el acceso a la comunicación para toda la compañía. El foco estuvo puesto en la transformación y las nuevas formas de trabajo. Además, se hizo foco en la cercanía con los colaboradores de todo el país a través del equipo de liderazgo, viajando a distintos puntos del interior del país, gestionando una agenda de liderazgo en la que pudimos compartir los principales logros y desafíos, conversar sobre marca empleadora, diversidad, nuestro Plan estratégico y comunicación. La agenda se completó con Encuentros Gerenciales, por Dirección, eventos y visitas especiales de Directores o Gerentes y cerrando el año con el evento #Reconectamos donde se comparten los logros y los principales desafíos del próximo.

Equilibrio de la vida personal y laboral

Telefónica apuesta por la conciliación como pieza clave para la retención y atracción de talento. Por esto trabajamos en nuevos modelos de organización del tiempo de trabajo flexibles que incrementen el compromiso, la satisfacción y la productividad de nuestros equipos.

PROGRAMA DE BENEFICIOS "¡PARA VOS!"

Con el objetivo de equilibrar el trabajo y los intereses personales, desarrollamos el Programa "¡Para Vos!" con actividades para compartir en familia, iniciativas que garanticen la seguridad, para ahorrar y mejorar la calidad de vida de nuestros empleados.

Entre los beneficios, cada empleado puede administrar su tiempo laboral, ya que brindamos la posibilidad de elegir diferentes opciones: viernes de verano/invierno, días para dos, jornada abierta, jornada part-time para mamás recientes, jornada flexible, más días de licencia por maternidad y paternidad, licencia extendida por internación de un bebe recién nacido, y opciones para familias homoparentales. Además, bajo nuestra estrategia de cultura de bienestar "Feel Good" buscamos generar un impacto positivo en el bienestar y la motivación de los empleados a través de acciones en torno a los cuatro ejes del programa: actividad física, nutrición, salud, y la persona (bienestar emocional).

Este año realizamos una reorganización del programa para potenciarlo con el objetivo de mejorar la experiencia de los empleados, atraer, retener y desarrollar talento, generar un buen lugar de trabajo y ser reconocidos internamente como una empresa que ofrece beneficios de excelencia, y así también impulsar nuestra posición en el mercado. En esa línea sumamos acciones de salud para fomentar el cuidado y bienestar de nuestros empleados, llevando adelante acciones para el día internacional de la lucha contra el cáncer de mamas y el día internacional de la lucha contra el HIV.

Alineados con la estrategia de la compañía en las acciones del eje de diversidad implementamos con empleados de diferentes áreas, y una agencia que emplea a personas con discapacidad intelectual, el diseño de la Caja Navideña y la bolsa contenedora de Kits Escolares.

Nutrición	Ponemos énfasis en crear hábitos de alimentación saludables y brindar herramientas para poder tomar mejores decisiones respecto a la alimentación. Vending Machines, Menús Saludables, Conferencias, Fruta en el entorno de trabajo, etc.
Salud	Enfocamos las iniciativas en la prevención de enfermedades y su detección precoz, como por ejemplo: campañas de salud, de donación, semanas de la salud, revisiones, y conferencia de sensibilización sobre temas como el cáncer de mama, el ictus, enfermedades cardiovasculares, etc.
Actividad Física	Nos centramos en activar el movimiento como fuente de bienestar, sensibilizando con información sobre los beneficios de hacer pequeños ejercicios o paseos a poner en marcha retos deportivos como el e-health challenge global. Además, contamos también con #aporturetocontelefonica, un programa en el que patrocinamos a empleados que presentan retos sobre algún campo de la actividad física. Algunos ejemplos abarcan categorías como: atletismo, ciclismo, equipos de fútbol de chicas, pádel, tiro con arco, motociclismo, vela, etc. De igual forma, incentivamos también esta actividad con conferencias internas donde tratamos los beneficios de incorporar hábitos de actividad física saludable.
Actividad Emocional	Incentivamos talleres de bienestar emocional y liderazgo personal, empoderamiento y equilibrio entre la vida personal y profesional. También contamos con ferencias en las que tratamos este tipo de iniciativas.



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019

8 En contacto

DESCONECTAR PARA RECONECTAR

El bienestar que promovemos también es digital, ya que la tecnología atraviesa todas nuestras vidas. Desde 2018 contamos con un compromiso que reconoce por primera vez nuestro posicionamiento respecto del derecho a la desconexión digital.

Queremos accionar medidas concretas para potenciar el respeto al tiempo de descanso de nuestros trabajadores una vez finalizada la jornada laboral. Es además para nosotros una manera de transversalizar más nuestros retos, tanto de igualdad como de conciliación y de promoción del uso responsable de la tecnología.

Para ello, desarrollamos una estrategia de promoción del uso responsable e inteligente de Internet y de los dispositivos conectados en todos los ámbitos de nuestra vida, haciendo foco en el respeto por el tiempo de descanso de los trabajadores, una vez finalizada la jornada laboral, reconociendo el derecho a la desconexión digital como elemento fundamental para lograr una mejor ordenación del tiempo de trabajo en aras del respeto de la vida privada y familiar y, en definitiva, de la calidad de vida y salud de los empleados.

Este es un gran aspecto que nos moviliza y compromete de cara a la conciliación de la vida laboral y personal de las personas. En definitiva, este papel fundamental que tienen para Telefónica las personas se materializa en nuestro día a día en todo un conjunto armonizado de compromisos, derechos, acciones y planes de actuación que son evidentes en nuestra cultura.



Seguridad y salud en el trabajo

En Telefónica entendemos la seguridad y salud en el trabajo como un concepto que abarca un estado de completo bienestar físico, mental y social en armonía con el medioambiente. Las medidas que promueven la salud dentro de la empresa no sólo ayudan a los empleados y garantizan el éxito empresarial a largo plazo, sino que también tienen efectos positivos más allá de la sociedad en su conjunto.

NUESTRA POLITICA DE SEGURIDAD, SALUD Y BIENESTAR
Nos comprometemos a:

- Identificar los peligros y evaluar los riesgos con el fin de prevenir incidentes de trabajo y enfermedades profesionales.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales de la normativa local y estándares internacionales.
- Definir estrategias que fomenten una cultura de prevención, bienestar y salud en todos los niveles de la organización.
- Aplicar principios de mejora continua en la gestión mediante la evaluación sistemática del desempeño a través de indicadores.
- Fomentar en nuestra cadena de suministro y con nuestros socios las mejores prácticas en materia de seguridad, salud y bienestar.
- Comunicar de forma regular y transparente nuestro desempeño a todos los grupos de interés y atender a sus inquietudes.
- Promover la información, participación y consulta de los empleados y demás partes, para garantizar entornos de trabajo seguros y saludables.
- Proporcionar condiciones de trabajo seguro y saludable para la prevención de lesiones y el deterioro de la salud.

Durante 2019 logramos:

- Consolidar la participación activa de las contratistas en la medición y seguimiento de los índices de severidad y frecuencia de accidentes. En el caso de las operaciones propias mantuvimos el trabajo diario y conjunto para lograr una reducción del 10% sobre lo alcanzado en 2018.
- Desarrollar el módulo de investigación de incidentes - SAP EHSM, con el objetivo de digitalizar los procesos y unificar las fuentes de almacenamiento y trazabilidad de la información vinculada a los siniestros.
- Nuevos procedimientos de trabajos en techos y azoteas en edificios para que las tareas en estos sitios se desarrollen de manera segura, sin exponer al técnico a distintos peligros. Asimismo, Se llevaron a cabo Comités Mixtos Empresa - Gremio para acordar procedimientos para trabajos con condiciones climáticas adversas: lluvia, viento, nieve.



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

- Incorporación de ropa de trabajo que se entrega al personal técnico de la compañía los pantalones, camisas y camperas con confección de línea femenina, en línea con la política de diversidad. Implementación del procedimiento de reposición de ropa y elementos de protección personal por pérdida, rotura o extravío.
- Capacitación en tiendas para concientizar a los técnicos en la importancia del uso correcto de los elementos de protección personal.
- Programa de Transformación cultural con foco en seguridad desde el lema: "Yo Elijo Cuidarme", apalancado en el rol del líder para generar conciencia en los equipos y reducir accidentes.
- Re certificación de sistema de gestión bajo la norma OHSAS 18.001, y la migración a la Norma ISO 45001 de Seguridad y Salud ocupacional, ya que la anterior dejara de estar vigente.
- Integración del sistema de gestión de Seguridad, salud y bienestar en trabajo con el sistema de gestión ambiental ISO 14001.
- Readecuaciones de los perfiles de nuestros colaboradores en aquellos puestos en los que mejor se adapten.
- Gestión del ausentismo para tener una mirada integral de la salud de nuestros colaboradores, incorporamos al módulo de salud de SAP la carga de exámenes médicos, carga de readecuación de tareas y los accidentes de trabajo.
- Organización de talleres de salud ocupacional a líderes y desarrollo de la app del empleado para que el nuevo proceso de registración de licencias médicas se realice a través de la App.

LIDERAZGO

Con el objetivo de potenciar el desarrollo de los Líderes (Directores, Gerentes y Jefes) organizamos 40 programas de formación Universitarias, 8 procesos de coaching, 25 procesos de mentoring y 7 focalizados en la Escuelas de Negocio IAE e ITBA. Además, realizamos un taller complementario para todos aquellos que habían participado de "Humanamente digitales" con contenido de The New Telefonía Way. Este curso, diseñado por Universitarias, también para analistas y líderes, pretende formar equipos con más capacidad de gestión en los que se fomente el crecimiento profesional y brinde un enfoque de las nuevas formas de trabajo. Por último, continuamos con el proceso de People Review con el nuevo modelo de talento en nuestra población de jefes completando la identificación en la Dirección de Empresas y Pymes.

PROMOCIÓN DEL ACCESO AL CONOCIMIENTO Y A LA EDUCACIÓN

El programa corporativo Voluntarios Telefonía canaliza y promueve la acción social de los empleados que quieren aportar su talento, tiempo e ilusión en beneficio de la comunidad, las instituciones educativas y las organizaciones de sociedad civil, canalizándolo a través de la Fundación Telefonía Movistar.

Durante el año, desarrollamos actividades que permitieron la participación de todos los voluntarios según su interés y tiempo disponible. Así, logramos la participación récord de 4.162 personas en el programa voluntarios quienes a través de 4.156 participaciones brindaron cerca de 25.000 horas de voluntariado con más de 69.000 beneficiarios.

Entre las tareas implementadas, resaltamos acciones de voluntariado en la exposición "Conectados. Una mirada a la tecnología que nos acerca", los talleres tecnológicos "Es de grande aprender" para adultos mayores en diferentes plazas del país, con voluntariado online, creación y armado de huertas; un "Challenge Solidario" en alianza con Fundación Garrahan, con la donación de pintura y reparación de escuelas, jardines de infantes y juguetes; control de calidad de alimentos; y dictado y asistencia en el dictado de talleres de robótica y armado de 800 Memotest que fueron donados a jardines de infantes; entre otros.

Formación de los empleados

Horas totales de formación			Horas totales de formación por empleado		
431.599 Horas de formación			30 Horas de formación por empleado		
928	248	46.067	26	25	40
Horas de formación directivos hombres	Horas de formación directivos mujeres	Horas de formación mandos intermedios hombres	Horas de formación por empleado directivos hombres	Horas de formación por empleado directivos mujeres	Horas de formación por empleado mandos intermedios hombres
16.666	243.625	124.066	45	28	29
Horas de formación mandos intermedios mujeres	Horas de formación resto de plantilla hombres	Horas de formación resto de plantilla mujeres	Horas de formación por empleado mandos intermedios mujeres	Horas de formación por empleado resto de plantilla hombres	Horas de formación por empleado resto de plantilla mujeres





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza**
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Además, queremos destacar también la participación argentina en la iniciativa "Vacaciones Solidarias Internacionales 2019" con doce voluntarios provenientes de 7 países donde opera Telefónica. Durante 15 días, los voluntarios participaron en el Colegio Parroquial San Pedro Claver del dictado de talleres tecnológicos, talleres de empleabilidad, mejoras edilicias y jornadas de integración y recreación con los alumnos de dicha institución.



"GENTE DE VALOR", NUESTRO PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO

Destacamos 3 tipos de reconocimiento: el reconocimiento cotidiano, el reconocimiento en equipo y el reconocimiento destacado, elegido en cada reunión de comunicación de las direcciones de Comité. Además, cada dirección de Comité eligió a una persona que se destacó en el año por su trabajo, su actitud, su contribución diferencial al negocio y sus logros, para que sea el reconocido del área. Los finalistas fueron mencionados y comunicados a toda la organización en el evento #Reconectamos. Como el programa es global, entre estas personas el Comité de Dirección definió a dos de ellas para que su nombre figure en un Hall of Fame donde figurarán los empleados reconocidos de cada país. Además, este año se sumó también la posibilidad de sumar al Hall of Fame reconocimientos a equipos, este reconocimiento siguió la misma modalidad que los individuales.

Cientes

En Telefónica somos conscientes de que el cliente es nuestra razón de ser y existir, por eso trabajamos día a día desde todos los ámbitos de la empresa para ganarnos su confianza, a través de la sencillez, la integridad y la transparencia tanto en nuestra oferta, como de nuestras interacciones con ellos.

Nuestro compromiso, que además es la base de nuestra Promesa Cliente es "cumplimos lo que prometemos".

NUESTROS CLIENTES



Nuestra red

La industria de telecomunicaciones continúa su crecimiento en redes y tráfico 4G, mediante procesos de modernización y ampliación de la red con el objetivo de brindar a los clientes una experiencia de navegación de alta velocidad en datos.

Seguimos trabajando en la infraestructura de fibra óptica para brindar servicio de conectividad de datos de alta velocidad hasta el hogar (FTTH), para evolucionar hacia redes de datos cada vez más flexibles, dinámicas y seguras, sustituyendo, por ejemplo, las antiguas redes de telecomunicaciones de cobre por nuevas tecnologías.

En relación a los servicios digitales, los clientes requieren una experiencia cada vez más digital y personalizada, así como una continua evolución de nuestra oferta de productos y servicios. En este sentido, estamos





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

desarrollando nuevos servicios como Smart WiFi o el Coche Conectado, que facilitan determinados aspectos de la vida digital de nuestros clientes, así como soluciones para una mayor automatización en la atención comercial y en la provisión de nuestros servicios.

Durante 2019, pusimos el foco en la calidad de servicio, alcanzando un índice de calidad de 500 MPD (Minutes per Drop) y a continuar con el despliegue de la Red 4G LTE. En líneas generales, el tráfico de datos experimentó un crecimiento de 24% (en Red 4G se incrementó en un 40%, mientras que los correspondientes a 3G y 2G bajaron 21% y 20% respectivamente). La red 4G al cierre del año absorbía 84% del tráfico total de datos. En lo que respecta a la red 3G UMTS, el tráfico de voz decreció en un 39%, en tanto que, en la red 2G GSM, se redujo en un 10% respecto al año anterior.

Además, este año continuamos con el despliegue de la red 4G LTE, alcanzando 1.369 localidades (89% de la población). A la fecha, todas las capitales de provincias del país y las líneas de subte de la ciudad de Buenos Aires se encuentran cubiertas. A su vez, continuamos con el despliegue de la red 4G LTE+ (Carrier Aggregation), la cual permite navegar a una mayor velocidad, alcanzando a 458 localidades cubiertas con esta tecnología. Con el objetivo de incrementar nuestra capacidad y calidad, se instalaron 1.513 nodos nuevos 4G en todo el país. Por otra parte, seguimos desplegando nodos a través de la modalidad de RAN Sharing con otros operadores.

Continuando con nuestro objetivo de darle la mejor experiencia en comunicación de nuestros clientes, seguimos desplegando VoLTE (Voz sobre redes 4G LTE) y VoWiFi (Voz sobre Wi-Fi), permitiendo que el 20% de nuestro tráfico de voz se curse a través de esta nueva tecnología.



En lo que respecta al segmento mayorista, creamos un equipo especializado y encargado de llevar adelante distintos tipos de acuerdos y alianzas con terceros, con el objeto de seguir transformando y ampliando la red móvil combinando esfuerzos propios y desarrollando alianzas que potencien la actividad, compartiendo infraestructura y canales de venta para poder alcanzar la mayor cantidad de clientes con nuestra oferta de valor. Además, trabajamos para ampliar el despliegue de la red móvil mediante acuerdos complementarios de ran-sharing para hacer más eficiente el uso de nuestros recursos, así como alianzas con terceros con el objetivo de aumentar la participación de mercado dándoles a los clientes una oferta totalizada.

Por su parte, seguimos trabajando en materia de innovación para mejorar los procesos de contratación y atención. Actualizamos la APPs Mi Movistar B2B (alcanzando los 100.000 clientes) y B2C (3 millones de clientes y un rating de satisfacción de 4,5 en las tiendas), desarrollamos e implementamos la Web de Apoderados para todos los clientes del Segmento B2B que permite que cada empresa pueda habilitar personal interno para la gestión de su cuenta con Telefónica, y rediseñamos la plataforma de tasación On Line, entre otras acciones.

Modelo de atención al cliente

Continuamos con el foco en satisfacción del cliente y calidad de la atención. Para ello, incrementamos las resoluciones en primer contacto, y continuamos invirtiendo en tecnología del contact center para dar mejores y más rápidas respuestas a nuestros clientes. Adicionalmente, desarrollamos un esquema de mayor especialización de los representantes para atender a los motivos de contacto más complejos.

Realizamos acciones para mejorar la experiencia del cliente, simplificar y automatizar procesos, reducir tiempos de espera. En este sentido, buscamos brindar una experiencia de atención presencial homogénea tanto en puntos propios como de terceros.

Por su parte, la digitalización continuó acelerándose en 2019, en donde sumamos funcionalidades a la app Mi Movistar, y el Whatsapp a la estrategia de digitalización de clientes, como nuevo canal de atención 100% automatizado.



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza**
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Para medir la satisfacción de nuestros clientes utilizamos el NPS (Net Promoter Score) que nos indica su predisposición a recomendar nuestros productos y servicios. Al cierre de 2019 su valoración se encontraba en 24,3% (21,9% a diciembre 2018). El Índice de Recomendación Neta (NPS, por sus siglas en inglés Net Promoter Score). Es el porcentaje de clientes Promotores menos los Detractores. El resultado es un número del -100% al 100%.

Concientización sobre la importancia de la diversidad
Queremos ser una compañía en la que nos conectemos con nuestros clientes y su #diversidad. Por eso, los equipos de Marca, Comunicación y Negocio Responsable vienen trabajando sobre la temática. En 2019 hicimos foco en campañas sin sesgos de género ni discriminación, desde la promoción de #ArmáTuPack ¡y sentite orgulloso de #SerDiverso!

Canales de atención

Nuestra propuesta se focaliza en la centralidad del cliente y en disponer de una oferta sencilla, integrada y unificada que llegue al cliente “con una sola voz”, para que sea fácilmente entendible, atractiva.

Para ello, ponemos a disposición todos los canales de consulta y atención en nuestra web: digitales, mail, telefónicos, presenciales, Centros de Experiencia de Clientes Movistar, canal de atención automático de WhatsApp y página web; logrando que estén comunicados y accesibles de forma simple y transparente.

Entre ellos:

- **Aura:** es la nueva forma de comunicarnos desde un asistente digital, que desde la inteligencia cognitiva en redes y en atención, responde con simpleza y rapidez a consultas sobre saldos, consumos productos servicios; transformando la relación con los clientes y mejorando la vida a los usuarios.
- **Mi Movistar:** nuestra app que permite a los clientes poder acceder a información sobre sus consumos, ofertas, productos y contenidos exclusivos de manera simple y siempre a mano.
- **Servicio de intermediación para personas hipoacúsicas:** espacio web les brindamos a las personas con hipoacusia e impedidas del habla la

posibilidad de que puedan dialogar con un asesor para abordar todos los temas relacionados con la atención a los clientes.

- **Foro Movistar:** para consultarse unos con otros, aclarar las dudas y realizar comentarios en una comunidad abierta entre nuestros clientes.



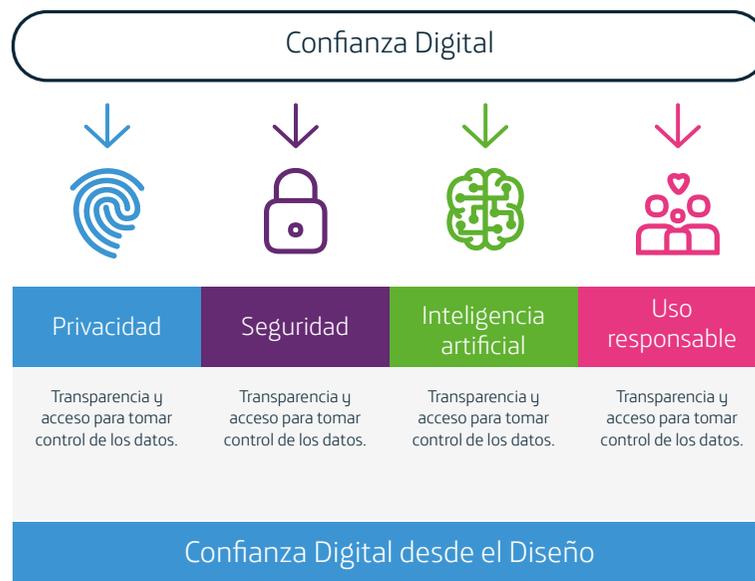
Confianza Digital

La confianza es probablemente el valor más importante para que los ciudadanos puedan aprovechar todas las oportunidades que ofrece la tecnología. Debido a la enorme importancia de los datos a la hora de generar esta confianza, la visión de Telefónica para generar confianza en los datos se basa en: transparencia, seguridad y poder de elección; con el objetivo de que los usuarios puedan tomar el control de su vida digital.

Queremos que los clientes se sientan seguros usando nuestros productos y servicios; que no se preocupen ni por la privacidad ni por la seguridad de sus datos y que sean conscientes de que respetamos en todo momento sus derechos, ofreciéndoles opciones en relación con el uso de su información personal. En pocas palabras, queremos que sean nuestros clientes quienes tengan el control de su experiencia digital.

Para generar esta confianza, hemos definido una estrategia basada en cuatro ejes que conforman nuestro compromiso frente al cliente:

- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto



En cada uno de estos pilares, contamos con unas políticas y procesos que no sólo aseguran el cumplimiento de una regulación creciente, sino que aumentan la transparencia sobre cómo gestionamos la privacidad y seguridad de los datos y cómo usamos la Inteligencia Artificial.

Creemos además en el concepto de "confianza digital desde el diseño" incorporando dichas políticas al proceso de diseño, desarrollo y gestión de nuestros productos y servicios.

En Telefónica queremos que sean nuestros clientes quienes tengan el control de su experiencia digital

Privacidad

Preservar la confidencialidad de la identidad y la vida privada de las personas.

El ecosistema digital ha experimentado una espectacular transformación y ha modificado las relaciones sociales, comerciales y la capacidad de expresión y comunicación de los ciudadanos. Además, ha facilitado el acceso a una gran cantidad de información por parte de las compañías y los usuarios, y ha multiplicado la facilidad y velocidad a la que se puede transmitir entre diferentes redes, empresas y países.

Es necesario lograr un equilibrio adecuado entre la protección de la privacidad y el fomento de la innovación. También es esencial que la regulación de la privacidad cubra toda la cadena de valor y evite las asimetrías regulatorias actuales: "mismo servicio, mismas reglas". Para ello impulsamos y revisamos diferentes políticas y procesos para fortalecer nuestro compromiso con el derecho a la privacidad de todas aquellas personas a cuyos datos tenemos acceso. Para cumplir con las expectativas de nuestros clientes, les involucramos activamente en el desarrollo de estas políticas y procesos, por ejemplo, a través de focus groups y pruebas piloto en diferentes canales.

Política Global de Privacidad

Reglamento del Modelo de Gobierno de la Protección de Datos Personales

Reglamento ante Peticiones por parte de Autoridades Competentes

En Telefónica Movistar Argentina tenemos desde 2018 nuestro centro de privacidad local en www.movistar.com.ar/legales/politicas-de-privacidad. Ahí podemos encontrar todas las políticas y condiciones para el uso responsable de los datos, y así garantizar la privacidad de la información.



1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y
Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el
progreso (COP) 2019

8 En contacto

Seguridad

Asegurar los datos de las personas

Nuestro compromiso es alcanzar el nivel de seguridad en nuestros servicios que garantice una protección adecuada de la información y de las tecnologías que la tratan, para que todos nuestros clientes puedan usarla con confianza. La estrategia de seguridad de Telefonía se apoya en nuestra Política y Normativa Corporativas de Seguridad de la Información y en el Reglamento Corporativo de Controles Mínimos de Seguridad.

Cumplimos con los siguientes principios en materia de seguridad: se puede armar un diagrama con esta información

- **Confidencialidad:** Garantizamos que a los datos y a los sistemas solo accedan personas debidamente autorizadas.
- **Integridad:** Garantizamos la exactitud de la información y de los sistemas contra alteración, pérdida o destrucción, ya sea de forma accidental o fraudulenta.
- **Disponibilidad:** Garantizamos que la información y los sistemas pueden ser utilizados en la forma y tiempo requeridos.
- **Auditabilidad:** Garantizamos que cualquier acción o transacción pueda ser relacionada unívocamente asegurando el cumplimiento de controles claves establecidos en las correspondientes normativas.

El foco de nuestra gestión está en la seguridad operativa y en seguridad digital.

En el ámbito de la seguridad operativa, invertimos en la mejora de nuestras capacidades de protección física de infraestructuras y activos para garantizar la continuidad del negocio, la gestión exitosa de crisis, la efectividad de actuación en caso de incidencias que afecten de forma crítica nuestras operaciones, la seguridad en la cadena de suministros.

Por su parte, la seguridad digital se basa en la preservación de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los servicios y datos de la compañía durante todo el ciclo de vida. Para ello, contamos con procesos que se complementan con los operativos, como por ejemplo, el adecuado conocimiento de nuestros activos y emplazamientos de las redes u comunicaciones, y los sistemas de ciberseguridad con la aplicación de conocimiento y tecnología para alcanzar los niveles de protección requeridos detectando rápidamente las infracciones o ataques en activo

y construyendo las capacidades técnicas y humanas necesarias para responder con eficacia y celeridad ante cualquier brecha o incidente, con el fin de minimizar los ataques y las consecuencias de estos.

Nuestra red de Centros de Respuesta a Incidentes (CSIRT) a nivel global trabajan de forma coordinada para conocer y analizar los riesgos de las potenciales ciberamenazas; monitorizar las vulnerabilidades graves existentes en los activos tecnológicos más críticos; establecer las relaciones con otros CSIRTs/ CERTs nacionales e internacionales, tanto del sector público como privado; detectar los potenciales incidentes de seguridad que están afectando a nuestros activos tecnológicos y responder y gestionar los incidentes de seguridad que afectan a la organización.

En este línea, ElevenPaths, la unidad global de ciberseguridad de Telefonía es un actor relevante en el sector de la ciberseguridad con más de 5 años ofreciendo innovación disruptiva para aportar confianza y privacidad a la vida digital desde la creación de productos innovadores en ciberseguridad con el fin de estar siempre un paso por delante de los atacantes que se han convertido en una amenaza creciente en nuestra vida digital.

Inteligencia artificial

Fomentar que el desarrollo de la Inteligencia Artificial sea ético, responsable y transparente.

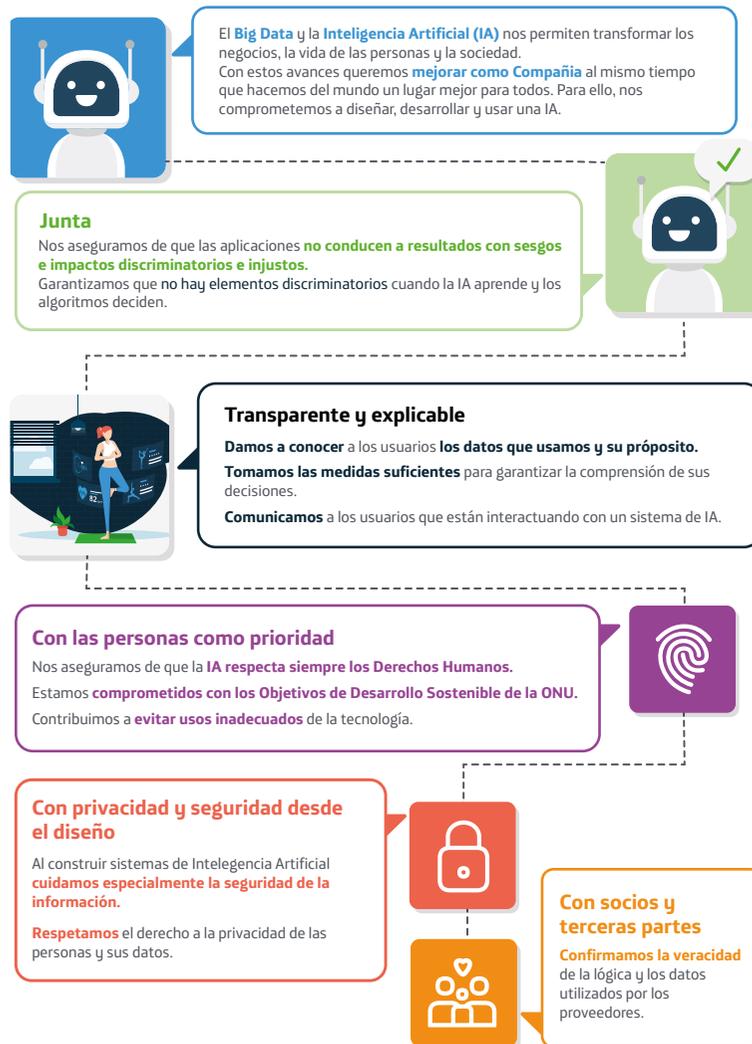
Desde nuestros Principios de Inteligencia Artificial nos comprometemos a diseñar, desarrollar y usar la Inteligencia Artificial, de forma justa y no discriminatoria, de manera transparente y explicable, con las personas como prioridad, con privacidad y seguridad desde el diseño, y con proveedores y socios que se comprometan con estas u otras normas éticas similares en materia de Inteligencia Artificial.

Así, una visión centralizada y normalizada de los datos nos permite aplicar la Inteligencia Artificial de forma industrial a todos los ámbitos de nuestra actividad, desde nuestras operaciones a la oferta (LUCA, Aura, etc.). En particular, las tecnologías asociadas al Big Data y análisis de datos están demostrando ser una herramienta de incalculable valor para servir a nuestros clientes y al mismo tiempo contribuir a una sociedad más digital y más humana.



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Nuestros principios de Inteligencia Artificial



Uso responsable

Es importante considerar que las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en general, e internet y las redes sociales en particular, son en la actualidad las principales fuentes de información que existen. Son el lugar donde mayor información personal se genera y se comparte, fuente de recursos para identificar a una persona. Los datos que residen en la web y se asocian a la identidad de una persona, la huella digital, constituyen la manera que otros usuarios tienen de conocerla.

Temáticas como el ciberbullying (hostigamiento online), sexting (uso de tecnología es la producción de contenidos de índole sexual, principalmente fotos y/o videos íntimos) o Grooming (a la situación en que un adulto acosa sexualmente a un niño o niña mediante el uso de las TIC) toman presencia y necesidad de trabajo conjunto entre todos los actores de la sociedad. Además, las TIC han amplificado algunos de los peligros tradicionales de la infancia, sumado a las amenazas a la privacidad y la identidad de los niños.

Por otro lado, vemos en la actualidad que las TIC están revolucionando los medios de comunicación. Ahora podemos ver cómo a partir de inteligencia artificial se están generando contenidos de manera sistemática y constante. Esto significa nuevos retos para los periodistas y los medios informativos en la generación de contenidos de valor y el trabajo por evitar como las noticias falsas (Fake news) y promover la transparencia.

En esta línea desde Telefónica desarrollamos diferentes servicios y campañas de comunicación en pos del uso responsable de la tecnología y para brindar información útil a todos nuestros públicos y la sociedad en general.

Entre ellos, destacamos en 2019:

- **Informe sobre Violencia Digital:** realizado en conjunto por Movistar Argentina y Faro Digital, para comprender qué tienen de propio la violencia cuando se torna digital, desde una perspectiva inclusiva e integral.
- **Capacitaciones para navegar seguros en Internet:** en un espacio de debate y reflexión se explora el mundo digital, la interacción con él y los desafíos en lo que enfrentamos con temáticas como la viralización, las falsas noticias (fake news), Grooming, Sexting, entre otras. En 2019 organizamos 9 charlas, y participaron 361 chicos y jóvenes.



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza**
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

- **Comunicaciones en días especiales:** para la concientización en el uso responsable de la tecnología y la prevención de situaciones de violencia e inseguras en el manejo de la información. Entre ellas, un post en el Día de Internet segura, una acción comercial en mes de la infancia en la región cuyo de la Argentina con mensajes sobre cyberbullying, un post en el Día de Internet y una comunicación en el Día mundial contra el acoso escolar.
- **Participación en la Cumbre Mundial de UNICEF:** participamos junto a miembros de Estados, organizaciones y sector privado para analizar y proponer ideas sobre el bienestar de niños y el trabajo del futuro; donde presentamos acciones en relación al uso responsable de las TIC.
- **Guía para la concientización acerca de la difusión en Internet de imágenes íntimas sin permiso:** participamos en la elaboración de este documento junto con periodistas, investigadores, docentes y especialistas de la convocatoria realizada por la OEI y Faro Digital.
- **Talleres en escuelas sobre Desconexión Digital:** junto con la asociación Faro Digital organizamos charlas sobre grooming, violencia digital y desconexión. En 2019 participaron 280 alumnos de 8 escuelas.
- **Evento #ConectadoSalta:** participamos en el foro con especialistas sobre ciudadanía digital, derechos y cibercriminalidad, incluyendo a estudiantes de primaria y secundaria sobre uso seguro de Internet, y reputación y autocuidados en el mundo digital.
- **Foro Regional Empresa y DDHH:** sobre la manera de conectar los derechos de niños, niñas y adolescentes, y la debida diligencia de derechos humanos en la práctica y uso responsable de las TIC en la compañía.
- **Estudio Emotional Driving:** Argentinos al volante, distracciones y uso del celular: junto a Gonvarri Industries, participamos con el fin de generar conocimiento, concientización y motivación en seguridad vial.

Ética y Cumplimiento

Un comportamiento ético y responsable es clave para contar con la confianza de los grupos de interés y la sostenibilidad del negocio. Es por ello, que los [Principios de Negocio Responsable](#), el código ético del Grupo basado en la integridad, el compromiso y la transparencia, son nuestros pilares estratégicos y culturales de Telefonía.

Gobernanza en Ética

Para asegurarse de que los Principios de Negocio Responsable son un hilo conductor en todo lo que hace la Compañía, se incorporó la sostenibilidad a la estructura de gobernanza y a la estrategia, desarrollando políticas y procedimientos, indicadores estratégicos y objetivos asociados a funciones clave en la Compañía. Todas estas actuaciones conforman el Plan de Negocio Responsable que gestiona iniciativas transversales y llevan la sostenibilidad a cada área.

Sus seis ejes: Promesa cliente y confianza digital; Gestión ética y responsable; Gestión sostenible de la cadena de suministro; Estrategia de cambio climático y cuidado del ambiente; Diversidad e Inclusión e Innovación sostenible; son base de diversos proyectos y acciones como el programa de uso seguro y responsable de la tecnología, proyectos de Inclusión y Diversidad, acciones enfocadas en la sostenibilidad en la cadena de suministro, cuidado del medioambiente; y acciones de nuestro voluntariado y Fundación Telefónica Movistar.

Oficina de Cumplimiento

Para la implementación del Programa de Integridad contamos con una Oficina de Cumplimiento a nivel local y un Compliance Officer global, con reporte directo al Secretario del Directorio y, por su intermedio, al Directorio. La función de Compliance se despliega en tres planos:

- **Prevención:** mediante los oportunos controles una función de naturaleza preventiva, generar una cultura de cumplimiento y tener una autoridad para influir, con su actividad y asesoramiento, en cada función y en cada proyecto.
- **Reacción:** Implementar protocolos de actuación que se han de seguir en relación con la reacción ante la aparición de indicios suficientemente relevantes relacionados con el incumplimiento, por empleados o directivos, de normas de obligado cumplimiento, como así también coordinar la gestión de las denuncias recibidas a través del Canal de Denuncias sobre los Principios de Negocio Responsable.
- **Respuesta:** Mitigar las consecuencias de toda índole asociadas a una posible infracción o bien a una infracción ya evidenciada, como así también aplicar de las medidas disciplinarias correspondientes a sus autores, en coordinación con el área de Personas.





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

El programa de integridad

En Telefónica desarrollamos todos y cada uno de los elementos del programa de integridad, conforme a la Ley N° 27.401, tanto los mandatorios como los optativos, con el objetivo específico de evitar la corrupción en la relación con nuestros proveedores, evitar el fraude interno, apoyar a las áreas al cumplimiento de sus obligaciones legales, crear un clima ético en la organización, etc., coincidiéndose así con un concepto amplio de Compliance corporativo.

Este año hicimos foco en las capacitaciones y acciones de concientización, poniendo como centro la responsabilidad individual de las conductas de los colaboradores.

Empleados formados durante 2019 en anticorrupción por categoría profesional

7 Directivos	194 Mandos Intermedios	1.681 Resto de Plantilla	1.882 Total
-----------------	---------------------------	-----------------------------	----------------

Porcentaje de empleados formados anticorrupción durante 2019 por categoría profesional

17% Directivos	13% Mandos Intermedios	13% Resto de Plantilla	13% Total %
-------------------	---------------------------	---------------------------	----------------

Principios de Negocio Responsable y políticas más relevantes

Ética y Derechos Humanos

Ética

- Política Anticorrupción.
- Política del Canal de Denuncias & Canal de Negocio Responsable (actualización en 2019).
- Política Global de Derechos Humanos (aprobada en 2019).
- Política Corporativa sobre el Programa Integral de Disciplina.
- Política y normativas locales en materia de Prevención Penal.
- Política de Control Fiscal.
- Reglamento de la Función de Cumplimiento.
- Política de Gestión de Riesgos del Grupo Telefónica.
- Política de Control Interno.
- Política de Negocio Responsable.
- Normativa de Relacionamiento con Entidades Públicas.
- Reglamento Interno de Conducta.
- Reglamento de Gastos de Viajes y Representación.
- Reglamento sobre Contrataciones Relacionadas con Entidades Públicas.
- Normativa de Aprobación de Patrocinios y Patronatos.
- Normativa sobre Conflictos de Interés.
- Reglamento de Certificaciones de Directivos en materia Anticorrupción.

Cadena de Suministro

- Política & Norma de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro (actualización en 2019).
- Normativa de Control de Pagos.
- Normativa de Contratación de Bienes y Servicios (actualización en 2019).

Privacidad & Libertad de Expresión

- Política Global de Privacidad.
- Reglamento del Modelo de Gobierno de la Protección de Datos Personales.
- Reglamento ante Peticiones por parte de las Autoridades Competentes.

Recursos Humanos

- Protocolo de Actuación en Situaciones de Acoso Laboral o Moral, Acoso Sexual y Discriminación (aprobada en 2019).
- Normativa de Seguridad, Salud y Bienestar en el Trabajo.
- Política de Diversidad e Inclusión.

Comunicación Responsable

- Política de Comunicación Responsable.
- Código de Comunicación Responsable Movistar.
- Reglamento de Redes Sociales.
- Protocolo de Actuación y Transparencia en la Gestión de Medios (aprobada en 2019).





1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 **Confianza**

7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019

8 En contacto

Mecanismos de reclamación

EMPLEADOS: CANAL DE DENUNCIAS

Todos los empleados tienen a su disposición un canal de denuncias a través del cual pueden comunicar cualquier información sobre la existencia de una posible irregularidad, o un acto contrario a la legalidad o a las normas internas. Se incluyen también las eventuales irregularidades relativas a temas contables, cuestiones relativas a auditoría y/o aspectos relacionados con el control interno sobre el reporte financiero en cumplimiento de la sección 301 de la Ley Sarbanes-Oxley de Estados Unidos y otros requerimientos en este sentido. El canal de denuncias se rige por los principios de confidencialidad, respeto y fundamento y ha sido diseñado para que el denunciante que lo desee pueda comunicarse de manera anónima.

Durante el año 2019, fueron tramitadas en Telefónica Movistar 46 denuncias recibidas, de las cuales 26 resultaron fundadas y 20 no fundadas. Como resultado de las investigaciones llevadas a cabo, se identificaron 6 casos correspondientes a fraude interno. Entre las medidas adoptadas como consecuencia de los trabajos realizados, hubieron 5 extinciones del contrato de trabajo y 2 medidas disciplinarias.

De acuerdo con nuestra política de tolerancia cero ante la corrupción, el soborno y la discriminación, Telefónica Movistar cuenta con controles específicos para la detección y subsanación de los posibles casos. Esto se materializa en la adopción de medidas disciplinarias y/o terminaciones de contrato.

Asimismo, se encuentra disponible una casilla de consultas "o" buzón de consultas del área de Compliance donde se pueden hacer consultas o denuncias sobre asuntos de integridad o sobre el cumplimiento de normas a las que está sujeta la Compañía. Durante 2019, fueron recibidas 1.012 consultas y 12 denuncias en este buzón.

GRUPOS DE INTERÉS: CANAL DE NEGOCIO RESPONSABLE

Adicionalmente contamos con un canal de Negocio Responsable a través del cual todos nuestros grupos de interés pueden consultar, comunicar o reportar, de forma anónima o personal, consultas, peticiones o reclamaciones sobre cualquier aspecto relacionado con los Principios de Negocio Responsable.

Los proveedores, nuestros aliados

Trabajamos junto con nuestros proveedores para alcanzar unos elevados estándares de gestión social y ambiental, velando e impulsando el respeto de los derechos humanos.

Un modelo de compras sostenible

Contamos con un modelo de gestión de compras para toda la Compañía que se caracteriza por la gestión de compras global desde Telefónica Global Services y en coordinación con los equipos de compras locales en cada país. Este modelo está alineado con nuestros Principios de Negocio Responsable, y se basa en la transparencia, igualdad de oportunidades, objetividad en las decisiones y una gestión sostenible de nuestra cadena de suministro. Nuestros proveedores tienen disponible toda la información a través de nuestro Portal de Proveedores.

885 proveedores adjudicados
88,1% de proveedores locales
52 proveedores con planes de mejora
79.277 millones de pesos volumen de compras adjudicado
81,18 % volumen de compras adjudicado localmente

Porcentaje Volumen de compras adjudicado por línea de productos





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Digitalización de nuestros procesos

Buscamos generar mayor eficiencia, integridad y trazabilidad en la cadena de suministro en pos de la calidad de nuestros servicios y también para ampliar el impacto de nuestra contribución al desarrollo sostenible.

54,2 millones de facturas emitidas electrónicamente

Seguridad en la cadena de suministro

La seguridad integral de productos y servicios se apoya también en el ciclo completo de la cadena de suministro, específicamente en la seguridad de los proveedores. Para ello, contamos controles previos y posteriores de seguridad en las diferentes fases de adquisición y desarrollo de bienes y servicios, trabajando de forma integrada con las áreas de seguridad, control financiero, compras, tecnología y operaciones para asegurar que proveedores y socios cumplen de forma exigente con los controles de seguridad requeridos por la normativa de Telefonía y cualquier otro requerimiento regulatorio y las mejores prácticas en la industria.

Durante 2019 revisamos y homogeneizamos los requisitos de seguridad que se exigen a los proveedores de productos y servicios antes, durante y después de la contratación. De esta forma conocemos el nivel de cumplimiento con los estándares de seguridad de Telefonía, lo que nos ayuda a elegir el mejor producto/servicio tanto en calidad funcional como en seguridad.

Nuestro objetivo es identificar y gestionar los riesgos de seguridad a lo largo de todas las fases de relación con proveedores.

Seguridad en la cadena de suministro



- > Los potenciales proveedores deben cumplir los requisitos de seguridad identificados en los pliegos por las áreas gestoras para ser adjudicatario.
- > Los productos/servicios seleccionados deben ser monitorizados y medidos con indicadores que garanticen el cumplimiento de los acuerdos y los niveles de seguridad.
- > Los acuerdos con los proveedores deben definir las acciones de finalización y terminación de la relación.

Derechos Humanos

El “Nuevo Pacto Digital” pone a las personas en el centro de la digitalización y de nuestra visión, promover la dignidad de éstas es un eje prioritario para el grupo Telefonía. Somos una compañía comprometida con el respeto a la dignidad de todas las personas y de los derechos que les son inherentes, y busca favorecer y preservar el bienestar de los entornos sociales en los que está presente.

Esta política formaliza nuestro compromiso con los Derechos Humanos recogido, de forma general, en los Principios de Negocio Responsable de Telefonía Movistar, y de forma más específica en un conjunto de políticas y normas que velan por el respeto y aplicación de derechos humanos sociales, económicos y culturales internacionalmente reconocidos. Utilizamos la debida diligencia para identificar y prevenir y evitar la vulneración de los derechos humanos. Nos comprometemos a proporcionar un remedio justo y equitativo en el caso de provocar un efecto adverso sobre los derechos humanos.

Nuestra política- que es de carácter global- se basa en los Principios Rectores para Empresa y Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y los siguientes convenios y compromisos Internacionales de Derechos Humanos:





1 Nuestra Visión Estratégica

2 Contribución a la Agenda 2030

3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza

4 Innovación

5 Eficiencia

6 Confianza

7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019

8 En contacto

- La Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- El Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de Naciones Unidas.
- Las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico para Empresas Multinacionales.
- Los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo.
- El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de las Naciones Unidas.
- La Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas.
- La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas.
- Los Principios de Libertad de Expresión y Privacidad del Global Network Initiative (GNI).

Buscamos confirmar el compromiso que asume Telefonía, en relación con el respeto y la promoción de los derechos humanos de las comunidades en las que estamos presentes, en nuestras operaciones. Pero además se ha desarrollado en torno a ámbitos que cubren nuestra esfera de influencia en nuestra relación con empleados, proveedores, clientes y la sociedad en general y se concreta en distintos compromisos específicos.

En relación a los Compromisos con los empleados, contamos con políticas y procesos internos para promover el respeto de los derechos laborales y evitar prácticas discriminatorias. Estos compromisos se concretan fundamentalmente en acciones concretas como la Política Global de Diversidad e Inclusión.

Nuestra contribución a las comunidades

Somos uno de los principales motores del progreso económico de las comunidades en las que estamos presentes. Sin embargo, consideramos que nuestro aporte a la sociedad va más allá del valor económico que generamos para nuestros clientes y accionistas, y por ello, evaluamos y monitoreamos la contribución que generamos en la sociedad, y el impacto que tenemos en nuestro entorno.

Para estimar nuestro impacto de forma precisa desarrollamos un modelo de seguimiento y medición integral que nos ayuda a tomar las decisiones más adecuadas en cada momento con el objetivo de desarrollar de manera sostenible nuestro negocio. Los resultados obtenidos a partir de este análisis, también nos permiten hacer un seguimiento detallado de nuestra contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Este modelo, único en el sector, se basa en un doble enfoque: por un lado se analiza el impacto global de la empresa, y por otro lado se estudia el impacto de sus soluciones, productos y servicios.

Fundación Telefónica Movistar

Desde Fundación Telefónica Movistar Argentina llevamos más de dos décadas de trayectoria y sólidos aportes para el desarrollo de la comunidad. A través de nuestro programa de educación con foco en tecnología, queremos contribuir a potenciar el aprendizaje, multiplicar el conocimiento y conectar a las personas e instituciones; sin que nadie se quede atrás.

- 69.301 Beneficiarios de actividades de voluntariado
- 24.761 Horas de Voluntariado
- 4.162 Voluntarios Activos
- 12.589 Beneficiarios de empleabilidad (presenciales 5.425 y Digitales 7.164)
- 141.648 Horas Impartidas de Empleabilidad
- 1.078 Educadores formados
- 24.794 Beneficiarios de la formación de educadores
- 56.606 Visitantes presenciales a la Fundación Telefónica Movistar
- 381.329 Asistentes a exposiciones total país
- 25.578 Personas que recibieron formación

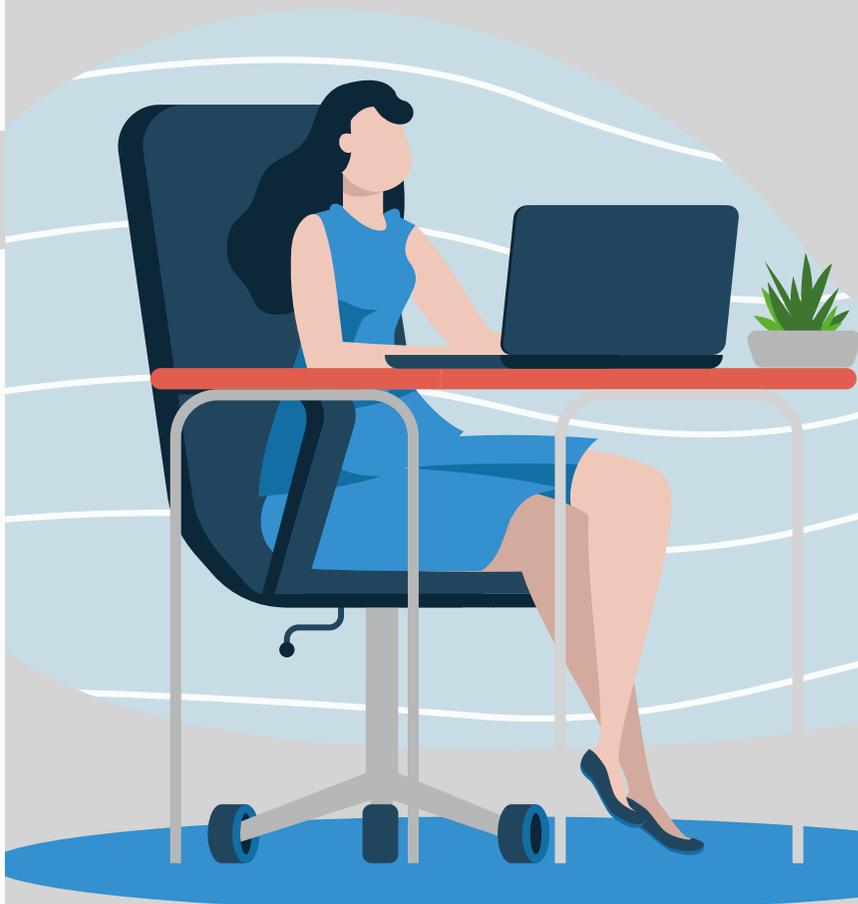
Este año, durante las vacaciones de invierno brindamos de manera gratuita visitas guiadas, experiencias tecnológicas y espectáculos diseñados para toda la familia. Entre ellas, el Teatro Foro Ciudadanos de la era digital organizado por Unicef.





- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

Comunicación sobre el Progreso (COP) 2019



Como parte de la Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas, presentamos anualmente nuestra Comunicación sobre el Progreso dando cuentas del cumplimiento con los 10 Principios del Pacto. A continuación, presentamos las referencias de las páginas de este documento que dan respuesta a cada principio.

	Principios		Referencias
Derechos Humanos	Principio 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	4-7, 11, 38-43
	Principio 2	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.	4-7, 11, 38-43
Estándares laborales	Principio 3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación.	4-7, 29
	Principio 4	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	4-7, 28-31
	Principio 5	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	4-7, 28-31
	Principio 6	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	4-7, 23-26
Medio ambiente	Principio 7	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	4-7, 14-22
	Principio 8	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	4-7, 14-22
	Principio 9	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.	4-7, 14-22
Anticorrupción	Principio 10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	13, 38-41



- 1 Nuestra Visión Estratégica
- 2 Contribución a la Agenda 2030
- 3 Crecimiento, Eficiencia y Confianza
- 4 Innovación
- 5 Eficiencia
- 6 Confianza
- 7 Comunicación sobre el progreso (COP) 2019
- 8 En contacto

En contacto

Este documento es un resumen de las acciones destacadas de 2019 realizadas en la Argentina en el marco de nuestro Plan de Negocio Responsable y en pos de nuestra contribución al desarrollo sostenible. Para conocer más sobre nuestra gestión 2019: [Informe Integrado del Grupo Telefónica Movistar](#).

Te invitamos a contarnos tus opiniones y expectativas sobre este Informe y nuestra gestión, escribiéndonos a: negocioresponsable.ar@telefonica.com

Si tenés alguna consulta o denuncia sobre cuestiones asociadas al cumplimiento de nuestros [Principios de Negocio Responsable](#) y a sus políticas asociadas, podés contactarte de forma anónima o personal en nuestro canal de [Negocio Responsable](#).



