

REPORTE DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIA

2013



GRUPO
TELECOM



**GRUPO
TELECOM**



Contenido

| | | | |
|---|----|---|-----|
| Carta del Presidente | 4 | 6.2. Servicios Fijos, Residencial y Negocio | 104 |
| Carta del Director de Comunicación y Medios | 6 | 6.2.1. Atención al cliente de Servicios Fijos y de Internet | 105 |
| | | 6.2.2. Medición de la calidad y satisfacción de clientes de Servicios Fijos | 105 |
| 1. EL GRUPO TELECOM EN UNA MIRADA | 8 | 6.2.3. Infraestructura de redes | 106 |
| | | 6.3. Internet - Arnet | 108 |
| 2. TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO | 14 | 6.4. Servicios Móviles – Telecom Personal y Núcleo | 110 |
| 2.1. Gobierno corporativo | 15 | 6.4.1. Aspectos de salud y seguridad de nuestros productos y servicios | 112 |
| 2.2. Código de Conducta y Ética Empresaria | 20 | 6.4.2. Atención al cliente | 113 |
| 2.3. Gestión de riesgos | 23 | 6.4.3. Calidad en la atención en oficinas comerciales | 115 |
| 2.4. Marco regulatorio | 26 | 6.4.4. Gestión de reclamos | 118 |
| 2.5. Privacidad de la información y manejo de datos | 27 | 6.4.5. Medición de la calidad y satisfacción de clientes de Servicios Móviles | 119 |
| 3. EL GRUPO TELECOM Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA | 30 | 6.4.6. Infraestructura de redes | 120 |
| 3.1. La RSE y su valor estratégico para el Grupo Telecom | 31 | 6.5. Grandes Clientes | 123 |
| 3.2. Avances de la gestión de RSE | 33 | 6.5.1. Indicador Estratégico de atención a clientes | 124 |
| 3.3. Identificación y diálogo con nuestros grupos de interés | 38 | 6.5.2. Medición de la calidad y satisfacción de Grandes Clientes | 125 |
| 3.4. Compromiso con principios y estándares internacionales de RSE | 41 | 6.6. Wholesale: Nacional, Internacional y Móvil | 126 |
| 3.5. Participación activa en la agenda pública | 43 | 6.6.1. Wholesale Nacional | 127 |
| 3.6. Premios y reconocimientos a la gestión de RSE | 45 | 6.6.2. Wholesale Internacional | 128 |
| | | 6.6.3. Wholesale Móvil | 129 |
| 4. CAPITAL HUMANO | 46 | 6.7. Avances 2013 y objetivos para el futuro | 130 |
| 4.1. Indicadores de capital humano | 48 | 7. PROVEEDORES | 134 |
| 4.2. Programa Diversidad e Inclusión | 54 | 7.1. Desarrollo económico local en Argentina | 136 |
| 4.3. Equilibrio en Acción | 58 | 7.2. Evaluación de proveedores | 138 |
| 4.4. Teletrabajo | 60 | 7.3. Análisis de la cadena de valor en aspectos de salud, seguridad y medioambiente | 141 |
| 4.5. Relaciones laborales | 63 | 7.4. Certificación de procesos productivos | 143 |
| 4.6. Capacitación y formación de empleados | 65 | 7.5. Encuestas a proveedores | 145 |
| 4.7. Gestión del desempeño | 71 | 7.6. Taller de buenas prácticas y fortalecimiento de proveedores | 147 |
| 4.8. Compensaciones y beneficios | 73 | 7.7. Digitalización de facturas | 149 |
| 4.9. Comunicación interna | 76 | 7.8. Compras inclusivas | 151 |
| 4.10. Salud y seguridad ocupacional | 78 | 7.9. Avances 2013 y objetivos para el futuro | 152 |
| 4.11. Avances 2013 y objetivos para el futuro | 81 | | |
| 5. INVERSORES | 84 | 8. COMUNIDAD | 154 |
| 5.1. Composición del capital accionario y sociedades que integran Telecom | 87 | 8.1. Matriz de Inversión Social Privada | 156 |
| 5.2. Sociedades que integran el Grupo Telecom y segmentos de negocios | 89 | 8.2. Espacios Educativos | 159 |
| 5.3. Canales de comunicación con nuestros inversores | 92 | 8.3. Espacios Inclusivos | 163 |
| 5.4. Avances 2013 y objetivos para el futuro | 94 | 8.4. Espacios Colaborativos | 168 |
| | | 8.5. Otras acciones con la comunidad | 170 |
| 6. CLIENTES Y CONSUMIDORES | 96 | 8.6. Red de Voluntarios | 174 |
| 6.1. Generación de valor social y ambiental en productos y servicios | 99 | 8.7. Aliados en el trabajo con la comunidad | 178 |
| | | 8.8. El Grupo Telecom y la cultura | 181 |
| | | 8.9. El Grupo Telecom, el deporte y la integración | 183 |

| | |
|---|-----|
| 8.10. Acciones de Núcleo | 184 |
| 8.11. Avances 2013 y objetivos para el futuro | 186 |
| 9. MEDIOAMBIENTE | 188 |
| 9.1. Compromiso con la gestión ambiental | 190 |
| 9.2. Certificación de las normas ISO 9001 y 14001 | 191 |
| 9.3. Emisiones de gases de efecto invernadero | 193 |
| 9.4. Estrategias y acciones para la eficiencia energética | 195 |
| 9.5. Plan de reciclado de baterías de celulares en desuso | 197 |
| 9.6. Consumo de materiales y gestión de residuos | 199 |
| 9.7. Mantenimiento de estructuras de sostén de antenas | 202 |
| 9.8. Capacitación de empleados sobre cuidado ambiental | 204 |
| 9.9. Avances 2013 y objetivos para el futuro | 205 |
| 10. SOBRE ESTE REPORTE | 208 |
| 11. TABLA DE INDICADORES DE DESEMPEÑO | 212 |
| 12. VERIFICACIÓN EXTERNA | 222 |
| 13. GLOSARIO | 226 |
| 14. SIGAMOS COMUNICADOS | 234 |

A portrait of Enrique Garrido, an older man with grey hair and glasses, wearing a dark suit, a blue and white striped shirt, and a dark tie. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a plain, light-colored wall.

CARTA DEL PRESIDENTE

Enrique Garrido

Con mucha satisfacción les presento nuestro 7.º Reporte de Responsabilidad Social Empresaria, donde damos a conocer la estrategia de RSE del Grupo y las prácticas responsables que impulsamos en 2013. En estos años de trabajo hemos alcanzado numerosos logros, y el Reporte es el documento que nos permite rendir cuentas frente a la sociedad y a nuestros grupos de interés.

Durante el año hemos consolidado el posicionamiento del Grupo Telecom en todos los segmentos

de negocios. Nuestros suscriptores móviles se expandieron hasta llegar a ser 22,5 millones, así como también alcanzaron a ser 1,7 millones los accesos a Internet. Por otro lado, la base de clientes de líneas fijas en servicio se mantuvo en niveles similares a los del año anterior y alcanzaron los 4,1 millones.

Estos resultados fueron acompañados por una serie de logros en el desempeño social y ambiental de la organización.

En cuanto a prácticas de transparencia y a control interno, merece destacarse el Certificado de Calidad obtenido por la Dirección de Auditoría, que confirma el cumplimiento de las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la auditoría interna, emitidas por el Instituto de Auditores Internos de Estados Unidos (The Institute of Internal Auditors, IIA Global). En dicho certificado, emitido en forma conjunta por los Institutos de Auditores Internos de Argentina y España, se manifiesta además el compromiso de la Dirección de Auditoría con la mejora continua de la calidad, profesionalidad y uso de las "mejores prácticas". Adicionalmente, durante el ejercicio se ha creado la Gerencia de Compliance, que asumió la gestión y seguimiento de las normas estipuladas dentro del Código de Conducta y Ética Empresarial.

De cara al cliente, destinamos \$1.500 millones al Plan de Inversiones, orientado a ampliar la capacidad y calidad del servicio brindado, y entrenamos a más de 10.000 personas de la Dirección Comercial y de los Contact Centers propios y tercerizados. Además, se creó la Gerencia de Procesos y Calidad para monitorear la calidad de servicio, que realizó más de 1,6 millones de encuestas telefónicas a fin de conocer la opinión de nuestros clientes y su nivel de satisfacción con la atención recibida.

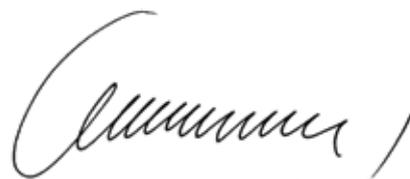
En materia de capital humano, obtuvimos la certificación final de "Empresa Comprometida con la Diversidad", otorgada por la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA) y alcanzamos la certificación final en normas Work & Life Balance, emitida por el Instituto Europeo de Capital Social (Alemania). Nuestra modalidad de teletrabajo, pio-

nera en el país, ya alcanza a 1.325 colaboradores del Grupo Telecom. Todas estas acciones nos permiten continuar profundizando nuestra visión de liderazgo servicial y desarrollando un clima laboral inclusivo e innovador.

Realizamos también un taller de buenas prácticas y fortalecimiento de proveedores, y llevamos a cabo una encuesta de opinión dirigida a proveedores y a prestadores en materia de sustentabilidad y de certificaciones ISO. En medioambiente, logramos extender el alcance de la ISO 14001:2004 en los sitios de la Región Mediterránea e incrementamos la cantidad de clientes adheridos a factura online y la compra de papel FSC.

Actualizamos nuestra estrategia de RSE y encauzamos las acciones en pos de un objetivo: alinear la política de inversión social con el negocio. Buscamos contribuir al desarrollo sostenible del negocio y, junto con el poder transformador de la tecnología, aplicar soluciones innovadoras que favorezcan el desarrollo de una mejor calidad de vida de la población.

2014 será un año desafiante. Como parte de nuestras perspectivas de crecimiento, nos proponemos continuar mejorando la calidad del servicio, fortalecer nuestra posición de mercado e incrementar nuestra eficiencia operativa para satisfacer las crecientes necesidades del dinámico mercado de telecomunicaciones, del entorno, de la sociedad y del ambiente. Nuestros planes de inversión están basados en esta visión de futuro y en el compromiso del Grupo Telecom con nuestro país y su gente.



Enrique Garrido
Presidente



CARTA DEL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS

Mariano Cornejo

Como todos los años, a través del Reporte de RSE rendimos cuenta de los resultados de la gestión integral de nuestro negocio. En este documento reflejamos los avances realizados por el Grupo Telecom y el camino recorrido para profundizar la cultura de RSE en las distintas áreas de la Compañía, para relacionarnos con nuestros grupos de interés y para detectar nuevos desafíos. Este año marca un hito en este camino, ya que el Reporte de RSE se emite de manera conjunta con la Memoria y los Estados Financieros, lo que representa un importante avance

en nuestra misión de alinear la responsabilidad social y el negocio.

A través de nuestro programa de inversión en la comunidad continuamos impulsando proyectos de carácter tecnológico que apuntan a mejorar la calidad de vida de los argentinos. En 2013 invertimos más de \$1 millón en programas bajo los ejes Espacios Educativos, Espacios Inclusivos y Espacios Colaborativos.

Las prácticas responsables que impulsamos en 2013

son otro capítulo de este Reporte. Entre estas se destacan la medición y gestión de nuestro impacto ambiental, en particular con relación al consumo de energía, de agua y de papel, y de las emisiones de efecto invernadero. Esto se suma a la ampliación del plan de reciclado de baterías de celulares en desuso, en el que recolectamos y tratamos un total de 10.986 baterías. Además, impulsamos de manera masiva la adhesión a la factura online, y ya son más de 600.000 los clientes adheridos que se comprometieron con la reducción del impacto ambiental.

El Reporte es, además, la Comunicación para el Progreso (CoP) ante el Pacto Mundial de Naciones Unidas y expresa nuestro compromiso con los 10 principios relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el cuidado del medioambiente y las prácticas anticorrupción.

En esta edición, consolidamos la construcción y comunicación de los indicadores de desempeño de la Guía del Global Reporting Initiative (GRI) y migramos a la versión G3.1. Alcanzamos el nivel de aplicación B+ y reportamos un total de 73 indicadores de desempeño, un 11% más que en 2012.

Además, continuamos adoptando la Norma de Responsabilidad Social ISO 26000:2010, una guía para integrar la responsabilidad social con nuestros valores y prácticas. Además, incorporamos las siete materias fundamentales tanto en la gestión como en la

comunicación de la RSE: Gobernanza, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medioambiente, Prácticas Justas de Operación, Asuntos de Consumidores y Participación Activa y desarrollo de la Comunidad.

Realizamos, por segunda vez, una consulta masiva a nuestros grupos de interés, haciendo partícipes a más de 1.576 personas, incluyendo clientes, instituciones, referentes de RSE y académicos, proveedores, empleados y Directores. De esta manera aplicamos, para la elaboración del Reporte, el Principio de Materialidad (definido por la Iniciativa de Reporte Global, GRI, en el marco de la Guía G3.1 y por el estándar AA1000SES). Así, incluimos en esta publicación los contenidos considerados más relevantes, tanto para los grupos de interés como para nuestro negocio.

El Reporte 2013 contó, por cuarto año consecutivo, con la verificación externa del estudio independiente Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., lo que refuerza la transparencia de la información que brindamos a nuestros grupos de interés.

Queremos reiterar nuestro agradecimiento a los 50 referentes del Grupo Operativo, por su participación en la elaboración de este Reporte y en los indicadores de desempeño, y por su contribución a la gestión de la RSE en cada uno de los negocios y áreas que representan.



Mariano Cornejo
Director Comunicación y Medios



1.
El Grupo Telecom en una
mirada

¿QUIÉNES SOMOS?

Personal

Arnet

TELECOM



En el Grupo Telecom ofrecemos, desde hace más de 20 años, una variedad amplia de servicios de comunicaciones en Argentina y en Paraguay. Como uno de los líderes del mercado de telecomunicaciones de la región, contamos con una estrategia de negocio enfocada en la innovación, el crecimiento y la rentabilidad, con el propósito de generar mayor valor para nuestros clientes, inversores, empleados, proveedores, medioambiente y para la comunidad en la que operamos.

Operaciones del Grupo Telecom

| SEGMENTO DEL NEGOCIO | SOCIEDAD DEL GRUPO TELECOM |
|---|--|
| Servicios Fijos (Voz, Datos e Internet) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Telecom Argentina S.A. ■ Telecom Argentina USA, Inc. ■ Micro Sistemas S.A. ^(a) |
| Servicios Móviles Personal y Servicios Móviles Núcleo | <ul style="list-style-type: none"> ■ Telecom Personal S.A. ■ Springville S.A. – Uruguay ^(b) ■ Núcleo S.A. – Paraguay |

(a) Sociedad sin operaciones durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2013 y 2012.

(b) Sociedad sin operaciones durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2013 y 2012. El Directorio de Personal aprobó, en su reunión del 10 de febrero de 2014, la enajenación de la totalidad de las acciones de Springville representativas del 100% del capital y de los votos de dicha sociedad. Dicha venta se perfeccionó el 19 de febrero de 2014.



Valor económico generado y distribuido a los grupos de interés

(en millones de pesos)

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ventas consolidadas | 18.498 | 22.117 | 27.287 |
| Otros ingresos y resultados por venta de PP&E | 52 | 87 | 77 |
| Ingresos financieros | 316 | 570 | 1.416 |
| VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (VEC) | 18.866 | 22.774 | 28.780 |
| Costos operativos ^(a) | (10.485) | (12.947) | (15.998) |
| Costos laborales | (2.609) | (3.269) | (4.152) |
| Proveedores de fondos (incluye dividendos) | (1.151) | (1.171) | (1.888) |
| Impuesto a las Ganancias, impuestos y tasas y derechos del ente regulador | (2.990) | (3.481) | (4.481) |
| Gastos de RSE | (4) | (4) | (7) |
| VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED) | (17.239) | (20.872) | (26.526) |
| VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER=VEC-VED) | 1.627 | 1.902 | 2.254 |

(a) Incluye \$187 millones al 31 de diciembre de 2013 por Resultados por desvalorización de PP&E.

Resultados financieros

(en millones de pesos)



SITUACIÓN PATRIMONIAL



Patrimonio neto



Nota: Los datos adicionales correspondientes a los rubros de Estados Contables pueden observarse en la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.

Empleados

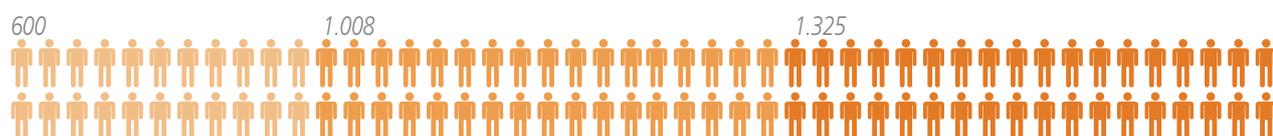
CANTIDAD DE EMPLEADOS ⁽¹⁾



SUELDOS Y CARGAS SOCIALES SIN INDEMNIZACIONES (EN MILLONES DE PESOS)



TELETRABAJADORES



(1) Considera únicamente la dotación efectiva.

Cientes y consumidores

SERVICIOS FIJOS - LÍNEAS EN SERVICIO (EN MILES) ⁽¹⁾



INTERNET (EN MILES)

Líneas de acceso a banda ancha fija



Suscriptores Arnet



SERVICIOS MÓVILES - CLIENTES (EN MILES) ⁽²⁾



(1) Incluye líneas de clientes, uso propio, telefonía pública y canales DDE e ISDN.

(2) Incluye 18.193, 18.975 y 20.088 clientes de Telecom Personal (Argentina) durante 2011, 2012 y 2013, respectivamente. Incluye 2.149, 2.301 y 2.420 clientes de Núcleo (Paraguay).

Proveedores

2011 2012 2013

CANTIDAD DE PROVEEDORES ⁽¹⁾



CANTIDAD DE PROVEEDORES EVALUADOS BAJO CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD ⁽²⁾



CANTIDAD DE PROVEEDORES CAPACITADOS EN SUSTENTABILIDAD ⁽²⁾



PORCENTAJE DE COMPRAS A PROVEEDORES NACIONALES

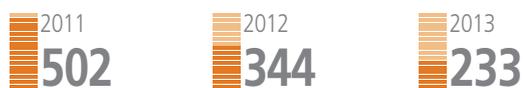


(1) Proveedores con contratación vigente al 31 de diciembre de cada año sobre el total de proveedores con orden de compra adjudicada durante el ejercicio.

(2) Tanto la encuesta como el Seminario de RSE y Sustentabilidad para la Cadena de Valor fueron lanzados en 2012.

Comunidad

CANTIDAD DE REQUERIMIENTOS RECIBIDOS



CANTIDAD DE ALIANZAS EN PROYECTOS DE GESTIÓN SOCIAL



INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA (EN MILES DE PESOS) ⁽¹⁾



(1) No incluye Núcleo (Paraguay).

Medioambiente ■ 2011 ■ 2012 ■ 2013

BATERÍAS DE CELULARES RECOLECTADAS Y TRATADAS (UNIDADES)



CONSUMO DE AGUA PROVENIENTE DE SUMINISTRO PÚBLICO (EN M³) ⁽¹⁾



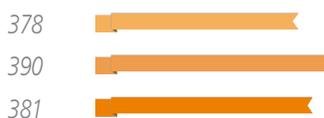
EMISIONES DE CO₂ - ALCANCE 2 (enTnCO₂eq) ⁽¹⁾⁽³⁾



COMPRA DE PAPEL FSC/ FCA (EN KG)



CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA (EN Gwh) ⁽¹⁾



EMISIONES DE CO₂ - ALCANCE 1 (enTnCO₂eq) ⁽¹⁾⁽²⁾



EMISIONES DE CO₂ - ALCANCE 3 (enTnCO₂eq) ⁽⁴⁾



TOTAL RECICLADO DE PAPEL (EN KG) ⁽⁵⁾



(1) Alcance: Argentina y Paraguay.

(2) Emisiones directas provenientes de fuentes controladas por el Grupo Telecom.

(3) Corresponde a las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica comprada a la red (fuente externa).

(4) Emisiones provenientes de otras fuentes externas.

(5) Alcance: Buenos Aires, Córdoba y Salta.



2. Transparencia y Gobierno Corporativo

2.1

GOBIERNO CORPORATIVO

Las políticas y prácticas en materia de gobierno corporativo en el Grupo Telecom tienen como objetivo promover la transparencia a lo largo de toda la organización. Además, la participación activa del Directorio de la Sociedad en la toma de decisiones vinculadas con nuestra estrategia de RSE y Sustentabilidad resulta clave para asegurar el éxito de las iniciativas desarrolladas y el avance de nuestro desempeño a lo largo de los años.

Estructura y composición del gobierno de la Compañía

Asamblea de Accionistas

Órgano de gobierno de la empresa.

Directorio

A cargo de la dirección y administración

Primera Línea Gerencial

Junto con el Directorio, son los responsables de gestionar el negocio en todas sus operaciones.

Comisión Fiscalizadora

Órgano de fiscalización interna ⁽¹⁾

Comités/ Consejo creados por el Directorio

- Consejo de Dirección ⁽²⁾
- Comité de Cumplimiento Regulatorio ⁽²⁾
- Comité de Auditoría ⁽²⁾
- Comité de Operaciones ⁽²⁾
- Comisión de Información ⁽³⁾

(1) Es el órgano de fiscalización interna de la Sociedad, compuesto por síndicos titulares y por suplentes.

(2) Creado por el Directorio e integrado por miembros del mismo órgano.

(3) Creada por el Directorio e integrada por miembros de la Gerencia.

Para más información sobre la composición, responsabilidades y funciones del Directorio, de la Comisión Fiscalizadora, del Consejo, Comités y Comisión creados por el Directorio, ver Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.

Integración del Directorio ⁽¹⁾

Presidente

Enrique Garrido ^(a)

Esteban A. Santa Cruz ^{(h) (g)}

Mariana L. González ^{(h) (g)}

Vicepresidente

Gerardo Werthein ^(b)

Directores suplentes

Aldo R. Bruzoni ^(f)

Jorge A. Firpo

Lorenzo Canu

Jorge Luis Pérez Alati

María Virginia Genovés ^(g)

Eduardo F. Bauer ^(e)

Pablo A. Gutiérrez ^(g)

Eduardo P. G. Setti ^{(g) (h)}

Juan Massolo ^{(g) (h)}

Verónica D. Álvarez ^{(g) (h)}

Directores titulares

Andrea Mangoni ^(b)

Gianfranco Ciccarella

Francesca Petralia ^(b)

Piergiorgio Peluso

Enrique Llerena ^(g)

Esteban G. Macek ^{(c) (e)}

Federico H. Gosman ^{(d) (h)}

(1) Los Directores titulares y suplentes no poseen cargos ejecutivos en la Sociedad ni en sociedades controladas de la Sociedad. Los Directores son designados por un período de tres ejercicios. La designación de los miembros del actual Directorio fue realizada por la Asamblea Ordinaria celebrada el 23 de abril de 2013, salvo el caso de Gianfranco Ciccarella, quien se desempeñaba como suplente y asumió como Director titular, en reemplazo de un titular renunciante en la reunión de Directorio celebrada el 9 de diciembre de 2013. En consecuencia, el mandato de todos los Directores concluye con la celebración de la Asamblea Ordinaria, que considerará la documentación del ejercicio social 2015.

(a) Director independiente frente a las normas de la SEC e integrante del Comité de Auditoría.

(b) Miembro del Consejo de Dirección (ver punto B.4.1.b.4 de la Memoria 2013).

(c) Presidente del Comité de Auditoría y Experto Financiero en los términos de la sección 407 de la Ley Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos de América. Director independiente frente a las normas de la CNV y de la SEC.

(d) Miembro del Comité de Auditoría. Director independiente frente a las normas de la CNV y de la SEC.

(e) Miembro del Comité de Cumplimiento Regulatorio (ver punto B.4.1.b.5) de la Memoria 2013).

(f) Director independiente frente a las normas de la SEC.

(g) Director independiente frente a las normas de la CNV y de la SEC.

(h) Director designado por las acciones del ANSES-Fondo de Garantía de Sustentabilidad.

Integración de la Comisión Fiscalizadora ⁽²⁾

Síndicos Titulares

Evelina Leoní Sarrailh (Presidente)

Gustavo Adrián E. Gené

Gerardo Prieto

Susana Margarita Chiamoni

Raúl Alberto Garré ⁽ⁱ⁾

Síndicos Suplentes

Gonzalo F. Oliva Beltrán

Alberto Gustavo Gonzalez

Jacqueline Berzón

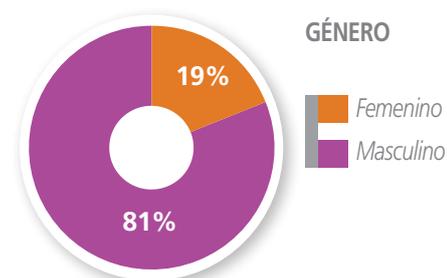
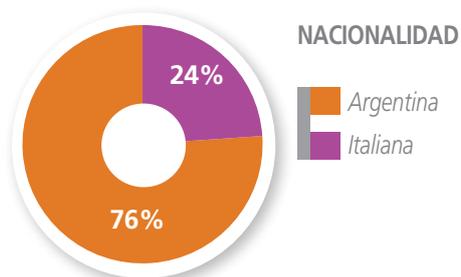
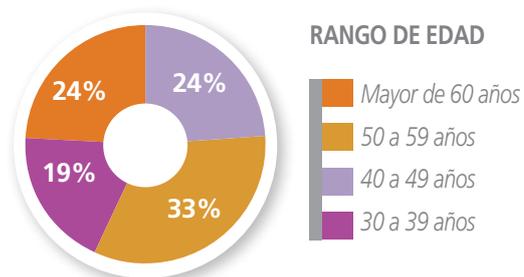
Guillermo Feldberg

Silvia Alejandra Rodriguez ⁽ⁱ⁾

(2) Los miembros de la Comisión Fiscalizadora son designados por un ejercicio.

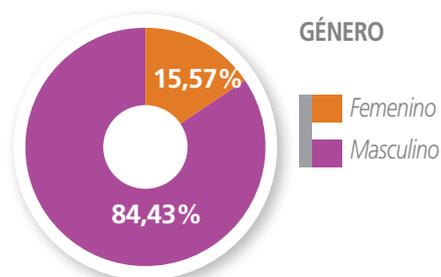
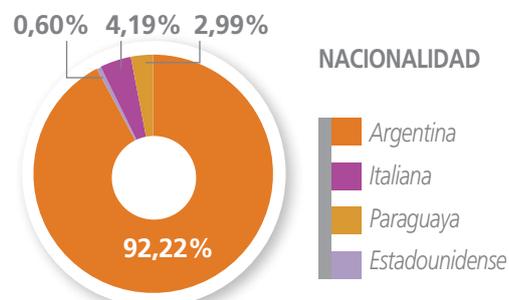
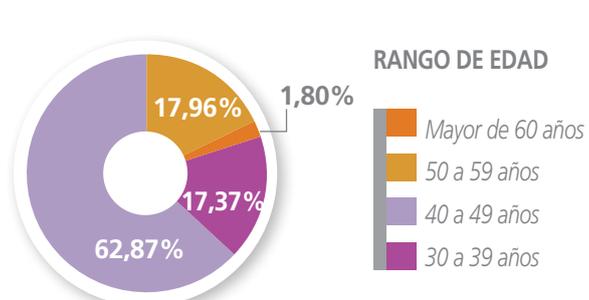
(i) Síndico designado por las acciones del ANSES-Fondo de Garantía de Sustentabilidad.

Datos generales del Directorio al 31 de diciembre de 2013



Datos generales de la primera línea gerencial

(Director General Ejecutivo y sus reportes de primera y segunda dependencia)



La alta dirección y su compromiso con la RSE y con la sustentabilidad

Compromiso con la RSE

En 2012 el Directorio manifestó su compromiso con la RSE mediante la firma de los principios básicos y del alcance de la RSE a los que adhiere el Grupo Telecom.

“Quienes integramos el Grupo Telecom somos –ante todo– conscientes del potencial que aportan las tecnologías al desarrollo de las personas. Trabajamos para construir mayor capital humano, social y ambiental, minimizando los impactos negativos y maximizando los efectos positivos de nuestra industria. Basándonos en nuestro Código de Conducta y Ética Empresaria, entendemos la Responsabilidad Social Empresaria y la Sustentabilidad como una estrategia integral del negocio, que convoca a los públicos con los que interactuamos a fin de conectarlos con la era digital, disponer el acceso al conocimiento, brindar soluciones innovadoras, generar conciencia del uso responsable de la tecnología y promover un uso racional de los recursos con los que operamos. La RSE y la Sustentabilidad son un modelo de gestión transversal a la organización, que incorpora las oportunidades de mejora detectadas a través del diálogo con los distintos públicos (empleados, inversores, clientes, proveedores, comunidad y medioambiente), y las traduce en acciones para un mejor desempeño económico, social y ambiental, y para el desarrollo del Grupo y de los países donde operamos”.

Extracto del Acta de Directorio N.º 285, del 30 de julio de 2012.

18

Toma de decisiones relacionadas con la RSE

En febrero de 2013, el Directorio aprobó la realización de un listado de colaboraciones no comerciales (acciones de RSE, patrocinio, donaciones y aportes no comerciales) de Telecom Argentina y sus controladas directas para el 2013.

El 29 de julio de 2013 se trató, en los Directorios de Telecom Argentina y Telecom Personal, el Reporte de Responsabilidad Empresaria del Grupo Telecom, sobre la base de una presentación que incluyó:

- El Reporte de RSE como herramienta de evaluación, gestión y comunicación.

- Un resumen de contenidos y principales avances del Reporte 2012.

- Un breve resumen del proceso de elaboración del Reporte RSE.

- El detalle de la contribución al desarrollo activo de la comunidad: Programa de Inversión Social Privada.

- Cuestiones relevantes del desempeño social y ambiental según la última encuesta de materialidad.

El documento, considerado previamente por la Co-

misión de Información y por el Comité de Auditoría, fue aprobado por unanimidad en el Directorio. De este modo, el Directorio ratificó los principios básicos y el alcance de la RSE a los que adhiere el Grupo Telecom.

Capacitación en temas de RSE

El Directorio se mantiene informado de los avances sobre la gestión de la RSE en la Compañía, tal como se informó en la reunión de aprobación del Reporte. La Primera Línea Gerencial también se mantiene actualizada sobre los aspectos relacionados con la gestión sustentable del negocio y, en particular, con el desempeño del Grupo Telecom en materia de RSE, a través de actividades y encuentros específicos sobre el tema.

Evaluación y remuneración

La evaluación de la gestión del Directorio la realiza la Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas de la Sociedad, que considera el ejercicio social inmediato anterior. Se trata de una evaluación integral de toda la gestión. Los honorarios de los miembros del Directorio son aprobados por la Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas, sobre la base de la pro-

puesta que le formula el Directorio, la cual cuenta con la previa opinión del Comité de Auditoría de la Sociedad. Dicha propuesta del Directorio tiene en cuenta el número de miembros y responsabilidades de los Directores, su participación en los distintos comités, las remuneraciones de los Directores en otras sociedades de similar envergadura y la coherencia de la propuesta respecto de ejercicios anteriores. En relación con la evaluación de desempeño de la Primera Línea Gerencial, contamos con un sistema de fijación de objetivos anuales (MBO, por sus siglas en inglés, Management by Objectives), que impacta en el sistema de remuneración variable. El sistema tiene en consideración aspectos económicos, sociales y ambientales de la gestión. Algunos de los objetivos que afectan la totalidad o parte de la línea gerencial son la calidad de servicio y la certificación SOX sin salvedades, entre otros.

Comunicación entre Directorio y empleados

Periódicamente se realizan reuniones de Directorio, para las que se pueden plantear propuestas de temas de relevancia inherentes a decisiones vinculadas con el negocio, para su consideración.

2.2

CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIA

El Código de Conducta y Ética Empresarial establece, a través de declaraciones de principios y valores, los

fundamentos éticos de carácter universal dentro de la vida cotidiana del Grupo Telecom.

¿Cuál es el alcance del Código de Conducta y Ética Empresarial?

Las pautas de conducta establecidas deberán ser respetadas por los miembros del Directorio, síndicos, colaboradores, proveedores, asesores y consultores de

la organización, no solo internamente, sino también con la comunidad en general.

¿Qué temas aborda el Código?

- Conflictos de interés.
- Trato justo y no discriminación.
- Anticorrupción y normativas de regalos.
- Relaciones con la comunidad: Cumplimiento de normas, leyes y regulaciones, y temas sobre medioambiente, higiene y seguridad laboral.
- Calidad, uso y protección de la información.
- Actividades políticas y aportes: El Grupo Telecom se compromete a no relacionarse o realizar aportes o contribuciones a partidos o agrupaciones políticas, si bien sus integrantes son libres de realizar aportes o contribuciones en forma independiente y fuera del horario y espacio laborales.
- Competencia justa: Entre 2007 y 2010 el Grupo Te-

lecom fue parte de una serie de presentaciones y recursos efectuados en sede administrativa y judicial en relación con cambios societarios de accionistas controlantes que generaron distintas interpretaciones acerca de la Ley de Defensa de la Competencia y otras regulaciones en la Argentina. En octubre de 2010 dicho conflicto societario fue resuelto, con aprobación de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia y la Secretaría de Política Económica. Como resultado, el Grupo Telecom dispuso una serie de cambios en sus normativas y procedimientos, entre estos, la creación de un Comité de Cumplimiento Regulatorio y la incorporación de un capítulo adicional en el Código de Conducta y Ética Empresaria. En este último, se incorporaron obligaciones y responsabilidades de carácter general que, para los Directores, Síndicos y todo el personal de las Sociedades, se derivan de los denominados “Compromiso Telco” y “Compromiso TI-W”. Ambos compromisos pueden ser consultados en www.telecom.com.ar/compromisos.

¿Cómo denunciar incumplimientos del Código de Conducta y Ética Empresaria?

Contamos con un canal formal de denuncias, que es un sitio web (www.telecom-denuncias.com.ar) implementado para tal fin y al que puede acceder de manera confidencial cualquier persona, sea o no empleado de la Compañía. Quienes ingresan al sitio pueden reportar cualquier violación efectiva o potencial de las leyes, normas o reglamentaciones vigentes o de

las disposiciones incluidas en el Código de Conducta y Ética Empresaria del Grupo Telecom. A su vez, se brinda al denunciante la posibilidad de efectuar denuncias en forma personal o por escrito ante cualquiera de los integrantes del Comité de Auditoría, en caso de que la persona lo requiera. Todas las denuncias son tratadas de manera confidencial.

¿Cómo difundimos los contenidos del Código de Conducta y Ética Empresaria?

Con la decisión de crear la Gerencia de Compliance, con reporte y dependencia directa de la Dirección General Ejecutiva, se dispuso que la gestión del Código de Conducta y Ética Empresaria –anteriormente en Capital Humano y Secretaría General– sea asumida por la Gerencia de Compliance.

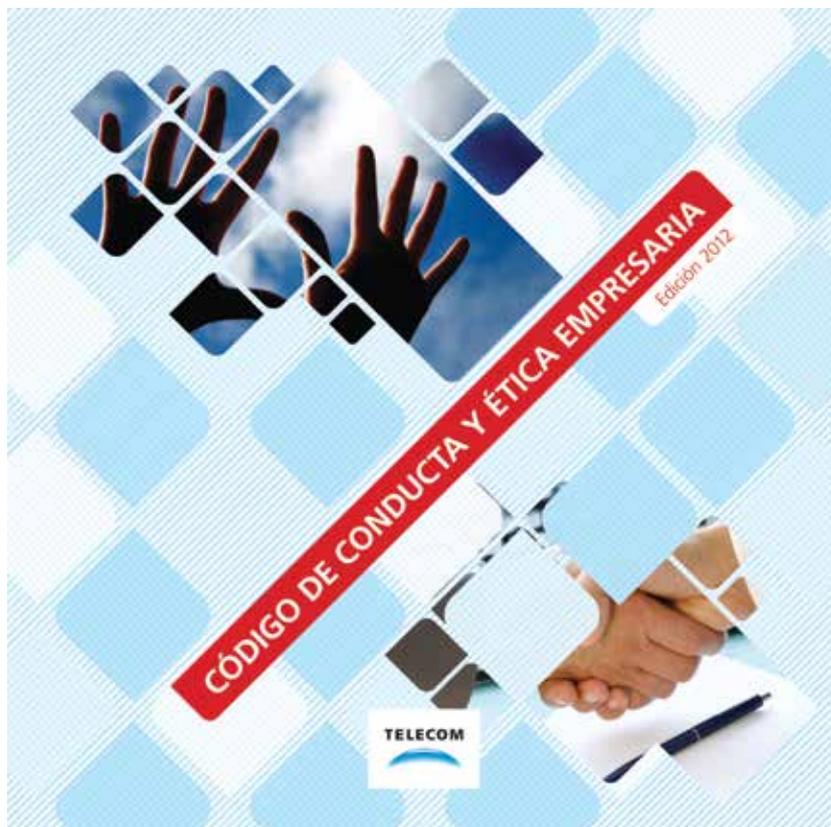
Al respecto, se continúan llevando a cabo acciones tendientes a la concientización de la disponibilidad del Código de Conducta y Ética Empresaria, y su aplicación a los colaboradores de la Compañía.

En ese sentido, y para garantizar la amplia difusión de la Cultura Compliance, se han enviado distintas comunicaciones internas a todo el personal referidas a recordar la importancia sobre cuestiones vinculadas al uso de información privilegiada, a la normativa de regalos y a la denuncia de conductas ilícitas o antiéti-

cas, todas en relación con lo definido en el Código de Conducta y Ética Empresaria. Parte de esto también se ha divulgado de forma externa a los proveedores de la Compañía.

Además, los colaboradores disponen de un micrositio del Código de Conducta y Ética Empresaria en Neoportel, donde pueden consultarlo en formato digital, efectuar declaraciones juradas sobre las pautas establecidas y certificar sus conocimientos de manera online.

El Código de Conducta y Ética Empresaria se encuentra disponible en nuestra página web www.telecom.com.ar



2.3

GESTIÓN DE RIESGOS

En 2012, el Directorio aprobó la implementación de un Proceso de Gestión de Riesgos y la creación de un Comité de Riesgos que depende del Director General Ejecutivo y que está integrado por miembros de la Primera Línea Gerencial, con la coordinación del Director de Administración, Finanzas y Control.

Comité de Riesgos

Tiene entre sus funciones evaluar e implementar las políticas, mecanismos y procedimientos de identificación, medición y mitigación de riesgos de Telecom Argentina y Telecom Personal, así como también recomendar las medidas o ajustes que considere necesarios para la reducción de su perfil de riesgo.

Política de Riesgos

Tiene el doble propósito de establecer un marco general de actuación para la identificación, medición y mitigación de los riesgos de cualquier naturaleza que pudiera enfrentar la Compañía y generar una mayor conciencia respecto de probables eventos que podrían condicionar la concreción de los resultados planificados. Esta política alcanza el análisis de los riesgos estratégicos, operativos, financieros, de cumplimiento de leyes y de regulaciones aplicables al Grupo, de acuerdo con los siguientes principios: Objetividad, Flexibilidad, Comprensibilidad, Cumplimiento Normativo, Claridad, Integridad, Comparabilidad, Oportunidad y Personalización.

AUDITORÍA Y ANÁLISIS DE RIESGO DE FRAUDE

El riesgo de fraude como concepto general es uno de los principales factores analizados a la hora de desarrollar nuestro mapeo de procesos y riesgos; este último sirve de base para la planificación anual de las actividades de la Dirección de Auditoría.

El enfoque de trabajo de Auditoría está basado en

riesgos, por eso todas sus revisiones incluyen procedimientos destinados a verificar la existencia de controles operativos relacionados con la prevención y detección de situaciones de fraude o de corrupción. También incluyen procedimientos específicos para identificar fraudes o irregularidades en los procesos analizados.

CERTIFICADO DE CALIDAD PARA AUDITORÍA INTERNA

En octubre de 2013, la Dirección de Auditoría del Grupo Telecom obtuvo el Certificado de Calidad, válido por cinco años, el cual establece que la actividad de auditoría interna cumple con las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna emitidas por The Institute of Internal Auditors–USA (IIA Global). El certificado, además, manifiesta el compromiso de la Dirección de Auditoría respecto de la mejora continua de la calidad, profesionalidad y uso de las “mejores prácticas”.

El QA (Quality Assessment) es la certificación del IIA Global, que asegura que las direcciones de auditoría interna trabajan conforme con las Normas Internacionales de Auditoría Interna. Este logro es una muestra del compromiso de la Compañía con la transparencia, la mejora continua y las buenas prácticas de gobierno corporativo pues, con la obtención de esta certificación, el Grupo Telecom está alineado a los estándares internacionales más exigentes en materia de auditoría interna.



Diego Chahwan, gerente de Auditoría Operativa; José Manuel Muries, Presidente del Instituto de Auditores Internos de España (IAIE); y Ricardo Luttini, Director de Auditoría.

CREACIÓN DEL ÁREA DE COMPLIANCE

En mayo de 2013 se creó el área de Compliance, con reporte directo al Director General Ejecutivo (DGE), cuya misión es la de asegurar la protección de la Compañía contra el riesgo de incurrir en sanciones judiciales o administrativas, pérdidas patrimoniales o daños a la reputación como consecuencia de violaciones de leyes, reglamentos o disposiciones, además de establecer normas de autorreglamentación.

Para garantizar la amplia difusión de la Cultura Compliance, se realizó el programa de capacitación dirigido inicialmente a la Alta Dirección. Fueron involucrados todos los reportes directos de la DGE y sus primeras dependencias, que totalizaron 60 personas y 180 horas de entrenamiento total.

Las principales actividades del área, operativa desde agosto de 2013, fueron:

- Sensibilizar sobre la importancia del compromiso y la participación a 15 directores de primer reporte, a 10 directores de segundo reporte y a 50 gerentes que integran el management de la Compañía.
- Designar referentes de cada dirección para que aseguren la trazabilidad e integridad de las acciones propuestas.
- Trabajar en conjunto con Capital Humano en la reingeniería de una norma para la emisión de nuevos documentos normativos del Grupo Telecom, que fije las bases de todos los procesos, procedimientos y responsabilidades que regulan las actividades de las organizaciones que lo componen. Asimismo, establecer las pautas generales, roles y niveles de aprobación, revisión, publicación, resguardo y difusión de los documentos normativos del Grupo Telecom.
- Participar activamente en el Comité de Riesgos.
- Impulsar una amplia difusión interna y externa de la Política de Regalos Empresariales vigente en el Grupo, con el espíritu de transmitir los valores, principios y políticas que guían a la Compañía en el ejercicio de la actividad.
- Informar a todo el personal la normativa de uso de información privilegiada relativa al Grupo Telecom, con el objetivo de aumentar el nivel de conocimiento y recordación sobre temas de alta sensibilidad que ayudan a crear un ambiente más transparente para las personas que conforman la organización.
- Participar del lanzamiento del Proyecto de Sistema Integrado de Documentación (SID), que tiene por objetivo contar con un sistema automatizado de documentación que permita visualizar en cualquier momento la totalidad de los procesos, normas y procedimientos del Grupo Telecom.
- Tres colaboradores obtuvieron la certificación internacional dentro del Programa de Especialización en Compliance dictado por el IAE.

2.4

MARCO REGULATORIO

Las actividades de Telecom Argentina se desarrollan en el contexto de un conjunto de normas que constituyen el marco regulatorio aplicable y se encuentran sujetas al control de la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), organismo descentralizado dependiente de la Secretaría de Comunicaciones, que a su vez depende del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Dicha secretaría ejerce las funciones de autoridad de aplicación del marco normativo que regula la actividad del sector y es la encargada de elaborar las políticas y reglamentos relacionados, aprobar el cuadro de bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, aprobar y administrar los planes técnicos fundamentales y asistir al ministerio antes mencionado en las cuestiones relativas a las tarifas de la Compañía, entre otras cuestiones.

La sociedad controlada Núcleo, con operaciones en la República del Paraguay, tiene como organismo regulatorio de control a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones del Paraguay (CONATEL); la sociedad controlada Telecom Argentina USA, con operaciones en los Estados Unidos de América, tiene como organismo regulatorio de control a la Federal Communications Commission (FCC).

Para más información sobre las normas aplicables al Grupo Telecom y sobre la actividad de la autoridad regulatoria durante 2013, ver Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.

2.5

PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN Y MANEJO DE DATOS

En el Grupo Telecom contamos con altos estándares de resguardo de información electrónica, que se suman a planes de contingencia y de recupero de información para garantizar así su confidencialidad, integridad, conservación y registro. Damos estricto cumplimiento a la Ley N.º 25.326 de Protección de Datos Personales y sus normas complementarias, inscribimos nuestras bases de datos ante la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales y llevamos a cabo todas las acciones necesarias con el fin de proteger la privacidad de los datos de las personas (clientes, empleados, proveedores, inversores y de la comunidad). Además, diseñamos la Política Corporativa de Protección de Datos Personales que se encuentra en proceso de aprobación por parte de la Dirección Na-

cional de Protección de Datos Personales.

A su vez, la Ley Nacional de Telecomunicaciones establece en sus artículos 19 y 20 la inviolabilidad del secreto de las telecomunicaciones y el deber de guardar secreto por parte de los operadores. Se establece que dichos deberes solo ceden ante una orden emanada de un juez competente. Desde el Grupo Telecom no se brinda información a terceros sobre los clientes o sobre las telecomunicaciones cursadas si no existe una orden de autoridad competente.

Con el fin de garantizar la seguridad y calidad de los procesos relacionados con la protección y privacidad de los activos de información, contamos con la certi-

ficación conjunta de las normas ISO 9001:2008 e ISO/IEC 27001:2005. Esto convierte al Grupo Telecom en el primero en América Latina en contar con un Sistema de Gestión Integral de la Calidad y Seguridad de la Información.

Por otro lado, este año, además, se implementó el Plan de Concientización de Seguridad donde, a través de la jornada "Hackers en vivo", se expusieron los principales riesgos a los que se enfrentan las personas en el día a día al utilizar las nuevas tecnologías.

En marzo de 2013 se llevó a cabo el Workshop Protección de Datos Personales y Seguridad de la Informa-

ción: Legislación y Regulación Aplicable, un evento donde se ofreció una visión general de la normativa aplicable al tratamiento y seguridad de la información, así como las tendencias internacionales y las prácticas del Grupo Telecom en esta materia. La actividad contó con la participación destacada de miembros de la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales, dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, quienes además presentaron el Programa Con Vos en la Web, cuyo objetivo es identificar y disminuir los factores de riesgo relativos al uso de las nuevas tecnologías.

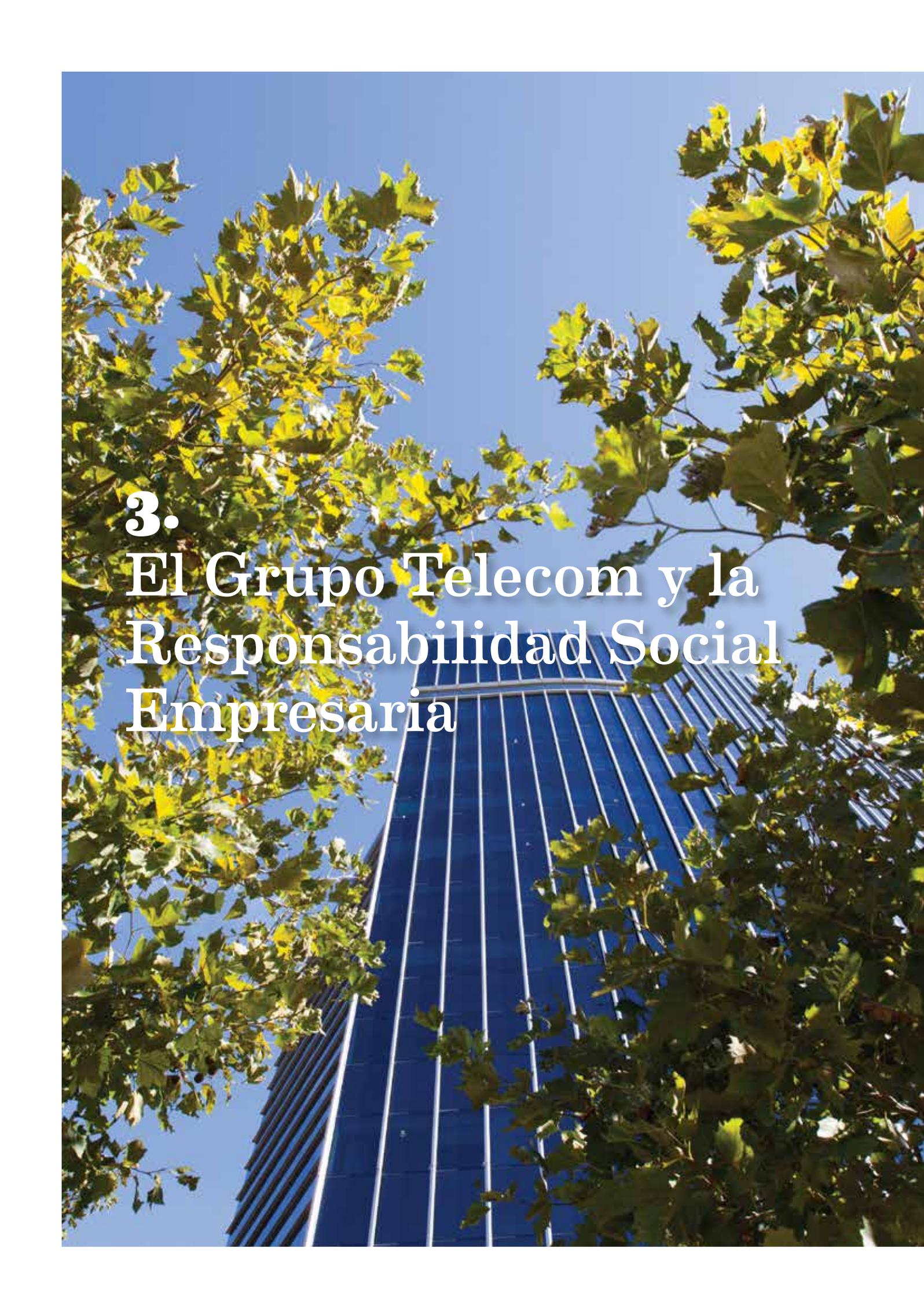
Acceso a contenidos

28

Contamos con una Política de Uso Aceptable de Servicios (PUA), que tiene por objeto asegurar un uso lícito y responsable de los servicios. Dentro de los usos indebidos, esta política determina que "se encuentra expresamente prohibido todo uso del servicio con fines ilícitos o violatorios de la normativa vigente, o que pudiera considerarse abusivo por afectar derechos de terceros".

■ **Servicios Móviles.** Dentro del portal WAP de Personal (un portal online de contenidos, al que se accede desde el celular), para poder ingresar a la categoría "Sexy" el cliente debe aceptar una declaración en la que indica que es mayor de 18 años.

■ **Servicios Fijos-Banda Ancha.** En el caso del producto ARNET Play, el cliente cuenta con un PIN para que habilite o deshabilite el denominado contenido adulto del servicio tanto desde la interfaz de usuario (TV) como desde el portal / interfaz web (computadora personal). Además, el contenido adulto no está incluido dentro del abono mensual de Arnet Play y, por tratarse de contenido con restricciones de edad, se encuentra en una sección protegida mediante un PIN para contenido adulto. Adicionalmente el control parental permite activar un PIN para limitar el contenido al que pueden acceder los integrantes más pequeños de la familia.



3. El Grupo Telecom y la Responsabilidad Social Empresaria

Conscientes de la importancia de la industria de las telecomunicaciones y de su impacto sobre las sociedades en las que operamos, en el Grupo Telecom estamos comprometidos a realizar una gestión integral de nuestro negocio. Desde esta visión, consideramos la RSE como una forma de relacionarnos con el mundo, que permite generar un valor positivo para nuestros grupos de interés.

3.1

LA RSE Y SU VALOR ESTRATÉGICO PARA EL GRUPO TELECOM

Basándonos en nuestros valores corporativos, construimos un concepto de marca que convoca a todos nuestros grupos de interés para:

- Conectarlos en la era digital.
- Disponer el acceso al conocimiento para todos.
- Brindar soluciones innovadoras para generaciones presentes y futuras.

■ Generar conciencia del uso responsable de la tecnología.

■ Promover un uso racional de los recursos con los que operamos.

Nuestros objetivos estratégicos de RSE y Sustentabilidad se basan en los siguientes ejes:

■ Internalizar la RSE como parte fundamental del

modelo de gestión, con el objetivo de lograr el desarrollo sustentable.

- Posicionarnos como referentes de inversión social, colaborando desde nuestro negocio con el desarrollo de las comunidades.
- Incorporar la Sustentabilidad a la estrategia de negocio, para nutrir la gestión comercial con ideas, productos y servicios de tecnología de vanguardia que busquen la inclusión social.

Objetivo general de la RSE en el Grupo Telecom:
"Contribuir al desarrollo sostenible del negocio y, junto con el poder transformador de la tecnología, aplicar soluciones innovadoras que favorezcan el desarrollo de una mejor calidad de vida de la población".

3.2

AVANCES DE LA GESTIÓN DE RSE

Gobierno de la Sustentabilidad

Para llevar adelante una gestión empresarial orientada a la RSE, en el Grupo Telecom contamos con:

El Directorio

A través de la Gerencia de RSE, supervisa el desempeño en sustentabilidad en el marco de los principios de RSE aprobados y a través de la presentación anual del Reporte de RSE a los Directorios. El Reporte de RSE es presentado a la Comisión de Información para verificar que en el proceso de elaboración se hayan seguido procedimientos y controles adecuados para la generación de la información que se hace pública. Luego es presentado a los Directorios de Telecom Argentina y de Telecom Personal para su conocimiento y aprobación.

El Grupo Operativo de RSE

Compuesto por gerentes pertenecientes a todas las áreas del negocio, permite desarrollar e internalizar el modelo de sustentabilidad en la organización. En 2013 se incorporaron miembros representantes de Compliance y de Gestión de Riesgos. Se conformó así un Grupo Operativo de 50 referentes de todos los negocios y áreas de la Compañía. En noviembre de 2013 realizamos un taller para dar inicio de manera formal al proceso de elaboración del Reporte 2013, en el que participaron representantes de distintas áreas de la Compañía. Se expusieron nociones generales de RSE y tendencias y perspectivas actuales de la temática. Sobre el final, se reforzaron procedimientos vinculados con la verificación externa de los indicadores y

con el armado de la información, lo que le da mayor exhaustividad al Reporte.

La Gerencia de RSE

Diseña, planifica, coordina y facilita el modelo de sustentabilidad e inversión social. Con este propósito, cumplimos una doble misión. Por un lado, desarrollamos nuestro Plan de Inversión Social, reflejado en diversos programas que realizamos con la comunidad. Por el otro, llevamos a cabo el Plan de Sustentabilidad, tendiente a implementar prácticas responsables con los demás grupos de interés y en relación con el negocio. Ambos ejes están acompañados de manera permanente por el Reporte de RSE, documento que consolida estas acciones y que a su vez da lugar a nuevas acciones que mejoran la gestión. La comunicación es otro factor indispensable ya que, al difundir lo que hacemos, nos permite ampliar nuestro campo de influencia y nuestro alcance. Este modelo se basa en un proceso constante de diseño, implementación, medición, evaluación y revisión, que permite identificar oportunidades de mejora en todos los órdenes de la actividad.





Integrantes del Grupo Operativo de RSE participando durante el Taller.

Comunicación

En 2013 realizamos una campaña institucional de RSE bajo el mensaje “Una mirada diferente para un mundo diferente”, con el objetivo de difundir la gestión responsable del Grupo Telecom. Para esto, se desarrollaron 6 piezas diferentes: una pieza paraguas con nuestro objetivo y 5 piezas más para ejemplificar nuestras acciones con la comunidad (Programas Senti2 Conecta2 con Sueñalettras, TIC 3.0 y Comunidad

Wingu y Aula Móvil) y nuestras prácticas sustentables (Teletrabajo y Red de Voluntarios). La campaña tuvo alcance nacional con principal foco en las provincias de Buenos Aires, Salta, Tucumán, Rosario, Misiones, Jujuy, Corrientes, Córdoba y Santa Fe. Las piezas se difundieron en diarios, revistas, Internet, radios y televisión abierta y por cable. Además, inauguramos un canal del Grupo Telecom en Youtube, en el que difundimos distintos videos sobre nuestra gestión: [www.youtube.com /GrupoTelecom](http://www.youtube.com/GrupoTelecom)

3.3

IDENTIFICACIÓN Y DIÁLOGO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

El relacionamiento con nuestros grupos de interés es un aspecto clave de la gestión de la RSE, en tanto retroalimenta la planificación y nos ayuda a identificar oportunidades de mejora. Establecemos un vínculo de largo plazo con cada uno, cuya dinámica varía en función de la naturaleza de la relación, la temática que nos vincula, la cercanía, y otras variables que analizamos en el mapeo de los públicos clave. Nuestro compromiso es escuchar, entender las expectativas de los grupos de interés y ponerlas en equilibrio con los intereses del negocio.

Nuestros grupos de interés



PROVEEDORES

Personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras que realicen de manera profesional para Telecom, actividades de producción, montaje, creación, desarrollo, construcción, importación, distribución, comercialización de productos, obras o servicios, entre otras.



EMPLEADOS

16.581 colaboradores efectivos, temporarios y/o eventuales, y sus familias.



CLIENTES Y CONSUMIDORES

Individuos; empresas pequeñas, medianas y grandes; Gobiernos nacional, provinciales y municipales; y otros operadores, nacionales e internacionales.



SECTOR PÚBLICO

Entidades y organismos de Gobierno nacionales, provinciales y municipales.



INVERSORES

Nortel Inversora S.A. (accionista controlante); e inversores minoritarios de acciones (ANSES, inversores institucionales y otros inversores minoritarios).



COMUNIDAD

Comunidades cercanas a los negocios de la empresa, organizaciones de la sociedad civil, sector privado, medios de comunicación, instituciones interempresariales, universidades y otras instituciones.



MEDIOAMBIENTE

Entorno donde la empresa desarrolla sus actividades.

Modalidades de comunicación con nuestros grupos de interés

| | |
|----------------|--|
| Empleados | Encuesta de clima – Focus groups – Comités – Investigaciones– Panel de diálogo – Canales de comunicación interna |
| Proveedores | Canales presenciales y Web – Auditorías – Inspecciones – Encuentros – Encuestas – Capacitaciones – Reuniones contractuales y de evaluación de desempeño |
| Inversores | Conferencias – Web – Gerencia Relación con Inversores – Asamblea de Accionistas – Cobertura Analistas (ver punto 5.3 en el capítulo “Inversores”) |
| Clientes | Canales de comunicación web y presenciales – Investigaciones – Encuestas – Relación con órganos de defensa del consumidor |
| Comunidad | Relación con instituciones empresarias, académicas y de la sociedad civil – Recepción de requerimientos de la sociedad civil y respuesta a estos – Diálogos formales – Encuestas – Análisis del caso RSE en universidades – Mail RSE – Formulario de contacto en sitio web del Grupo |
| Sector público | Vínculo con entidades y organismos de los Gobiernos nacionales, provinciales y municipales ⁽¹⁾ |
| Medio ambiente | Relación con el sector público, instituciones interempresariales, universidades y otras instituciones – Encuesta de materialidad |

(1) Comunicación a través de cámaras, tanto en lo que respecta a acciones regulatorias como a políticas públicas. Adicionalmente, la empresa mantiene una posición apartidaria, aunque construye y fortalece vínculos con autoridades locales, provinciales y nacionales, participando de los espacios generados por el sector público, siguiendo la normativa establecida en el Código de Conducta y Ética Empresaria.

DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

El Grupo Telecom aplica, dentro del proceso de elaboración del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2013, el Principio de Materialidad (según su definición por la Iniciativa de Reporte Global, GRI, en el marco de la Guía G3.1 y de la versión final del estándar AA1000SES). Así, incluye en esta publicación todos los contenidos relevantes tanto para los grupos de interés como para su negocio y adapta el Reporte al contexto local y sectorial. Para ello, se realizó una consulta a 1.576 personas pertenecientes a distintos grupos de interés de la

Compañía: clientes, instituciones, referentes de RSE y académicos, proveedores, empleados y Directores de Telecom. *Para conocer los resultados, ver el capítulo “Sobre este Reporte”.*

Este análisis se suma a los canales de comunicación habituales con cada grupo de interés y a algunas actividades especiales, tales como un taller con proveedores y un taller de evaluación de proyectos con la comunidad. *Para más información, ver los capítulos “Proveedores” y “Comunidad”.*

DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

| | 2012 | 2013 |
|---|-------|-------|
| Cantidad de personas alcanzadas por el diálogo con grupos de interés ⁽¹⁾ | 1.545 | 1.576 |

(1) A partir de 2012 se realiza un análisis de materialidad por medio de una encuesta multi-stakeholder, que incluye a clientes, proveedores, instituciones, referentes de RSE, académicos, empleados y directores de Telecom.

3.4

COMPROMISO CON PRINCIPIOS Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES DE RSE

Iniciativa de Reporte Global (GRI, por sus siglas en inglés, Global Reporting Initiative).

Desde nuestro primer Reporte de RSE 2007, elaboramos nuestra rendición de cuentas anual sobre la base del Marco para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de dicha organización. En 2013, migramos a la utilización de la versión G3.1 de la guía, publicada en 2011, que incluye nuevos indicadores relativos a género, derechos humanos y comunidad. Además, alcanzamos el nivel de aplicación B+. www.globalreporting.org

Pacto Mundial de Naciones Unidas

Adheridos desde el 2004, en 2013 continuamos integrando la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Mundial. Recibimos, además, una mención especial por haber alcanzado la categoría de CoP Advance (comunicación avanzada) en nuestro Reporte de RSE 2012 y debido al desempeño comunicacional sobre los grados de avance anual en los diez principios asumidos por la empresa en 2004. La premiación se realizó en el marco de la IV Asamblea Nacional de la Red Argentina de Pacto Global



Red Pacto Mundial
Argentina

de Naciones Unidas Arquitectos de un Mundo Mejor. www.pactoglobal.org.ar

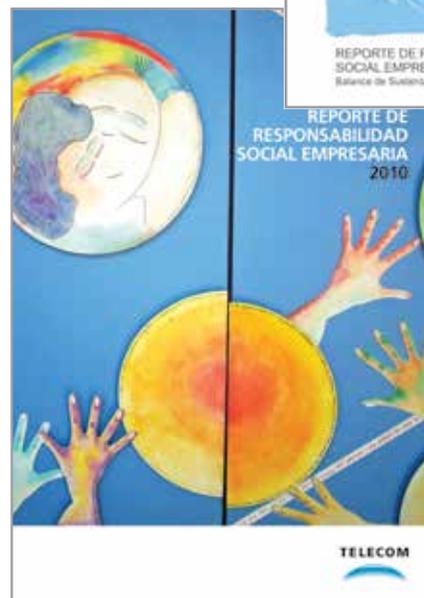
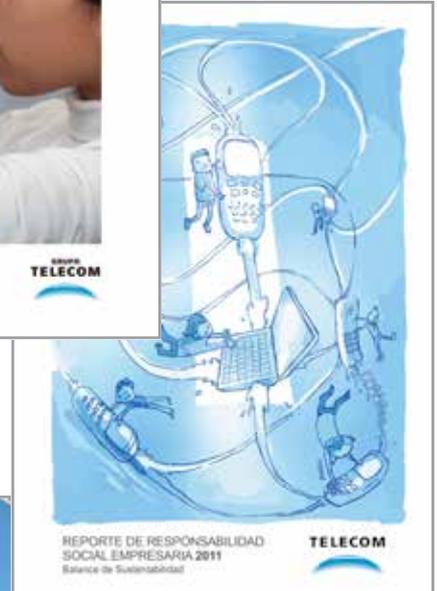
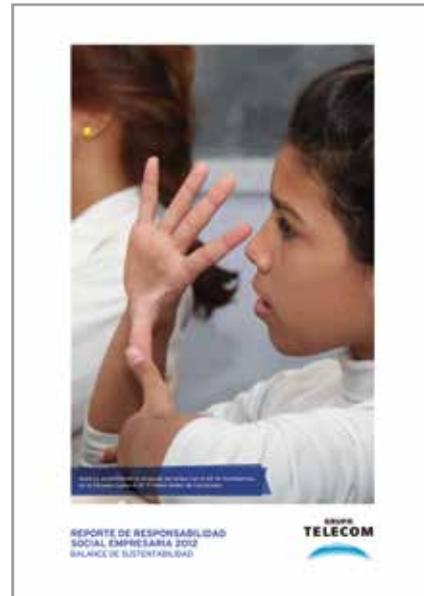
AA1000 (AccountAbility)

Nuestro primer Reporte incorporó el Principio de Materialidad enunciado por la serie de normas de AA1000, cuyo uso siguió vigente hasta el Reporte actual. Además, utilizamos el estándar AA1000SES (Stakeholder Engagement Standard) para el diálogo con nuestros grupos de interés. www.accountability.org

Norma internacional de Responsabilidad Social ISO 26000:2010

Desde 2012 integramos esta norma como una guía para la Responsabilidad Social en nuestros valores y prácticas, e incorporamos las siete materias fundamentales tanto en la gestión como en la comunicación de la RSE. www.iso.org

Los indicadores de la Iniciativa de Reporte Global y su relacionamiento con los diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y con la Norma ISO 26000 se informan en la Tabla de Indicadores de Desempeño. Para más información, ver el capítulo "Tabla de indicadores de desempeño".



3.5

PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA AGENDA PÚBLICA

Durante 2013 continuamos generando y manteniendo las alianzas estratégicas:

- Cámara Argentina de Comercio – Participación en el Consejo Directivo.
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina (AmCham).
- Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA) – Integrantes de la Comisión Directiva.
- Cámara de Sociedades Anónimas – Participación en la Junta Ejecutiva.
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS).
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA).
- Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE) – Integrantes del Consejo Estratégico Consultivo.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE).
- Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- Red de Empresas contra el Trabajo Infantil (CO-

NAETI), del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTEySS).

- Red de Teletrabajo, del MTEySS.
- Consejo Publicitario Argentino.

Además, participamos como auspiciantes en los siguientes eventos relacionados con la RSE:

- Conferencia Internacional 2013. "Entender, comprender, liderar: el poder de la inspiración. Desafíos de la responsabilidad social empresaria", organizada por el Instituto Argentino de RSE (IARSE).
- IV Foro Nacional de RSE y Sostenibilidad. "Competitividad, Sustentabilidad y viceversa", organizado por la Red Argentina de RSE (RARSE) y por Nuevos Aires.
- I Congreso Internacional de Responsabilidad Social: "Hacia una Argentina socialmente responsa-

ble", realizado los días 14, 15 y 16 de octubre de 2013. Fue un espacio propicio para el intercambio de experiencias, nuevos aprendizajes, investigaciones y buenas prácticas en torno a la RSE. Entre los oradores principales estuvieron Amartya Sen, Premio Nobel de Economía; Luiz Inácio Lula Da Silva, Ex Presidente de la República Federativa de Brasil; Felipe González Márquez, Ex Presidente del Gobierno de España; y el Dr. Bernardo Kliksberg, Presidente Académico del Congreso.

También tuvimos especial incidencia en crear y potenciar el Grupo Norte Sustentable, el primer nodo de RSE de Salta, otra fuente de información e inspiración para la tarea social. En este caso, colaboramos con la realización del Foro Joven "Hacete fan del Planeta", organizado junto a la Red Argentina de RSE (RARSE) y de un taller destinado a pymes y ONG dictado por Luis Ulla, Director Ejecutivo del IARSE.

3.6

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN DE RSE

■ **Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas.** Mención especial al Reporte de RSE 2012 por haber alcanzado la calificación de "COP Advance".

■ **Revista Mercado.** Reconocimiento al Reporte de RSE 2012 por ser "uno de los reportes más sobresalientes del año".

■ **Fundación Huésped.** Reconocimiento de Buena Práctica en VIH/sida, por el compromiso al desarrollar acciones de prevención contra el VIH/sida, información e inclusión entre los empleados de la Compañía.

■ **Asociación de Padrinos y Alumnos de Escuelas Rurales (APAER).** Reconocimiento por la "colaboración desinteresada al servicio de las escuelas rurales" por parte de la Compañía.

4. Capital Humano



DESTACADOS

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

- Conformamos un Comité específico de Discapacidad, integrado por 17 representantes de la Compañía.
- Obtuvimos la certificación final de "Empresa Comprometida con la Diversidad", otorgada por la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA).

TELETRABAJO

- Siendo pioneros de la implementación del teletrabajo en la Argentina, lanzamos la primera Solución Integral de Teletrabajo, un producto más que ofrecemos a nuestros Grandes Clientes.
- El teletrabajo alcanza a 1.325 empleados del Grupo Telecom.

EQUILIBRIO EN ACCIÓN

- Alcanzamos la certificación final en normas Work & Life Balance, emitida por el Instituto Europeo de Capital Social (Alemania).
- Somos la primera empresa de telecomunicaciones de América en obtener esta certificación.

CAPACITACIÓN Y BENEFICIOS

- \$13,3 millones invertidos en formación en la Universidad Corporativa Telecom.
- 28 escuelas y 6 áreas formativas conforman la Universidad Corporativa Telecom.
- Lanzamos el Espacio de Beneficios, destinado a todos los empleados del Grupo.

4.1 INDICADORES DE CAPITAL HUMANO

Empleados 2013

| DATOS GENERALES | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
|--------------------------------------|---------------|--------------|---------------|
| DOTACIÓN EFECTIVA | 10.376 | 6.205 | 16.581 |
| SERVICIOS FIJOS | - | - | 11.002 |
| SERVICIOS MÓVILES | - | - | 5.579 |
| POR TIPO DE CONTRATO | | | |
| Fuera de convenio | 2.331 | 1.439 | 3.770 |
| Analista | 1.391 | 883 | 2.274 |
| Empleado | 192 | 217 | 409 |
| Especialista | 132 | 46 | 178 |
| Jefe | 37 | 9 | 46 |
| Responsable | 86 | 89 | 175 |
| Secretaria | - | 80 | 80 |
| Supervisor | 54 | 8 | 62 |
| MACROESTRUCTURA | | | |
| Director | 29 | - | 29 |
| Gerente | 410 | 107 | 517 |
| Dentro de convenio | 8.045 | 4.766 | 12.811 |
| POR EDAD | | | |
| 18 a 20 años | 0,3% | 0,4% | 0,4% |
| 21 a 29 años | 16,3% | 21,5% | 18,3% |
| 30 a 39 años | 31,2% | 49,0% | 37,9% |
| 40 a 49 años | 24,2% | 19,2% | 22,3% |
| 50 a 59 años | 23,8% | 9,2% | 18,3% |
| Más de 60 años | 4,2% | 0,6% | 2,8% |
| OTROS DATOS DE EMPLEADOS | | | |
| Cantidad de empleados incorporados | 394 | 278 | 672 |
| Empleados con capacidades diferentes | 26 | 10 | 36 |

Dotación efectiva del Grupo Telecom



Dotación efectiva por segmentos y sociedades del Grupo Telecom



50

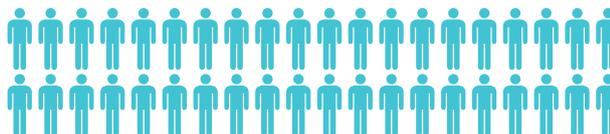
| CANTIDAD DE EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y POR GRUPO DE EDAD 2013 | Edad | | | | | | TOTAL |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|---------------|
| | 18 a 20 años | 21 a 29 años | 30 a 39 años | 40 a 49 años | 50 a 59 años | Más de 60 años | |
| EMPLEADOS FUERA DE CONVENIO | 1 | 549 | 1.834 | 1.045 | 317 | 24 | 3.770 |
| Analista | 1 | 384 | 1.185 | 528 | 166 | 10 | 2.274 |
| Empleado | - | 128 | 226 | 49 | 6 | - | 409 |
| Especialista | - | 2 | 53 | 84 | 36 | 3 | 178 |
| Jefe | - | 3 | 26 | 14 | 3 | - | 46 |
| Responsable | - | 6 | 114 | 48 | 7 | - | 175 |
| Secretaria | - | 4 | 22 | 29 | 19 | 6 | 80 |
| Supervisor | - | 17 | 38 | 6 | 1 | - | 62 |
| Macroestructura. Director | - | - | 1 | 19 | 8 | 1 | 29 |
| Macroestructura. Gerente | - | 5 | 169 | 268 | 71 | 4 | 517 |
| EMPLEADOS DENTRO DE CONVENIO | 60 | 2.484 | 4.442 | 2.660 | 2.718 | 447 | 12.811 |
| TOTAL | 61 | 3.033 | 6.276 | 3.705 | 3.035 | 471 | 16.581 |

Nuevas contrataciones y su rotación 2013

| Nuevas contrataciones | 672 |
|---------------------------------|-----|
| POR GÉNERO | |
| Hombres | 394 |
| Mujeres | 278 |
| POR EDAD | |
| 18 a 20 años | 35 |
| 21 a 29 años | 412 |
| 30 a 39 años | 185 |
| 40 a 49 años | 35 |
| 50 a 59 años | 3 |
| Más de 60 años | 2 |
| POR REGIÓN | |
| Buenos Aires | 143 |
| Ciudad Autónoma de Buenos Aires | 218 |
| Catamarca | 3 |
| Chaco | 11 |
| Chubut | - |
| Córdoba | 86 |
| Corrientes | 5 |
| Entre Ríos | 16 |
| Formosa | 5 |
| Jujuy | 3 |
| La Pampa | 1 |
| La Rioja | 6 |
| Mendoza | 14 |
| Misiones | 6 |
| Neuquén | 7 |
| Río Negro | 2 |
| Salta | 7 |
| San Juan | 3 |
| San Luis | 2 |
| Santa Cruz | 2 |
| Santa Fe | 81 |
| Santiago del Estero | 2 |
| Tierra del Fuego | 2 |
| Tucumán | 13 |
| Estados Unidos | - |
| Paraguay | 34 |

CONTRATACIONES POR GÉNERO

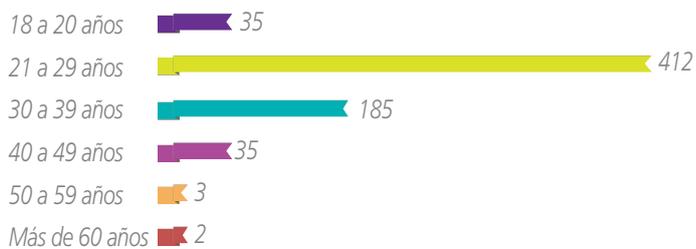
Hombres 394



Mujeres 278

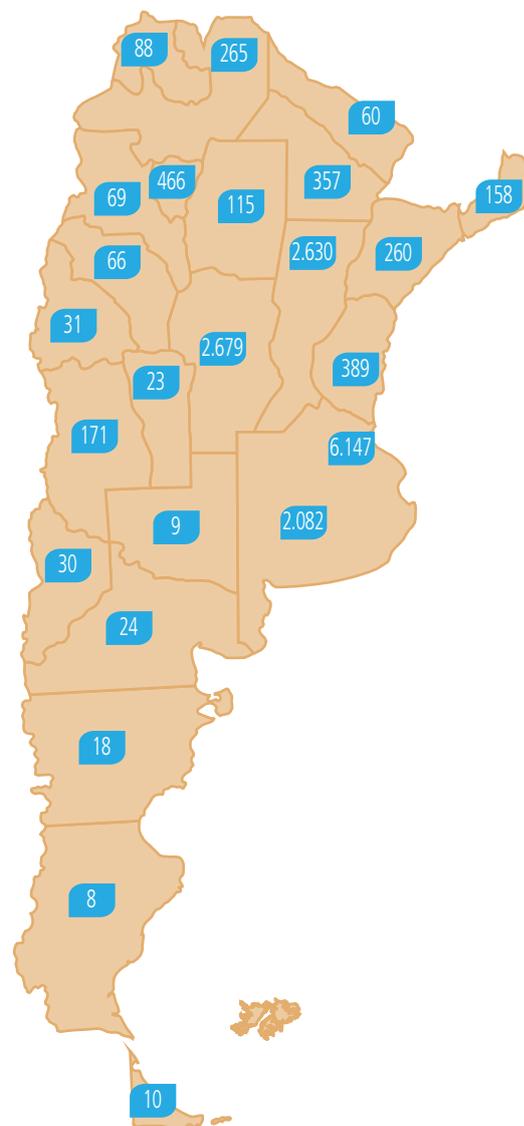


CONTRATACIONES POR EDAD



Por Región

| POR REGIÓN 2013 | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
|---------------------------------|---------|---------|--------------|
| Buenos Aires | 1.548 | 534 | 2.082 |
| Ciudad Autónoma de Buenos Aires | 3.824 | 2.323 | 6.147 |
| Catamarca | 51 | 18 | 69 |
| Chaco | 208 | 149 | 357 |
| Chubut | 11 | 7 | 18 |
| Córdoba | 1.517 | 1.162 | 2.679 |
| Corrientes | 183 | 77 | 260 |
| Entre Ríos | 267 | 122 | 389 |
| Formosa | 41 | 19 | 60 |
| Jujuy | 63 | 25 | 88 |
| La Pampa | 5 | 4 | 9 |
| La Rioja | 52 | 14 | 66 |
| Mendoza | 95 | 76 | 171 |
| Misiones | 131 | 27 | 158 |
| Neuquén | 16 | 14 | 30 |
| Río Negro | 10 | 14 | 24 |
| Salta | 169 | 96 | 265 |
| San Juan | 16 | 15 | 31 |
| San Luis | 8 | 15 | 23 |
| Santa Cruz | 3 | 5 | 8 |
| Santa Fe | 1.430 | 1.200 | 2.630 |
| Santiago del Estero | 96 | 19 | 115 |
| Tierra del Fuego | 5 | 5 | 10 |
| Tucumán | 341 | 125 | 466 |
| Estados Unidos | 1 | 1 | 2 |
| Paraguay | 285 | 139 | 424 |



Estados Unidos



Paraguay

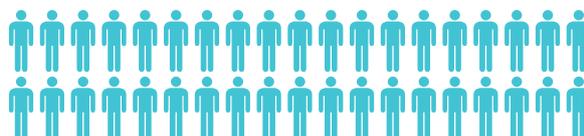


Rotación 2013

| | CANTIDAD DE EMPLEADOS | % ROTACIÓN (1) |
|---------------------------------|-----------------------|----------------|
| POR REGIÓN (2) | | |
| Buenos Aires | 79 | 3,8 |
| Ciudad Autónoma de Buenos Aires | 411 | 6,7 |
| Catamarca | 1 | 1,4 |
| Chaco | 8 | 2,2 |
| Córdoba | 126 | 4,7 |
| Corrientes | 5 | 1,9 |
| Entre Ríos | 15 | 3,9 |
| Formosa | 5 | 8,3 |
| Jujuy | 1 | 1,1 |
| La Pampa | 1 | 11,1 |
| La Rioja | 5 | 7,6 |
| Mendoza | 24 | 14,0 |
| Misiones | 4 | 2,5 |
| Neuquén | 7 | 23,3 |
| Salta | 5 | 1,9 |
| San Juan | 4 | 12,9 |
| San Luis | 2 | 8,7 |
| Santa Cruz | 1 | 12,5 |
| Santa Fe | 127 | 4,8 |
| Santiago del Estero | 2 | 1,7 |
| Tucumán | 15 | 3,2 |
| Paraguay | 47 | 11,1 |
| POR GÉNERO | | |
| Masculino | 512 | 4,9 |
| Femenino | 383 | 6,2 |
| POR EDAD | | |
| 18 a 20 años | 6 | 9,8 |
| 21 a 29 años | 220 | 7,3 |
| 30 a 39 años | 369 | 5,9 |
| 40 a 49 años | 138 | 3,7 |
| 50 a 59 años | 80 | 2,6 |
| Más de 60 años | 82 | 17,4 |
| TOTAL | 895 | - |

CANTIDAD DE EMPLEADOS POR GÉNERO

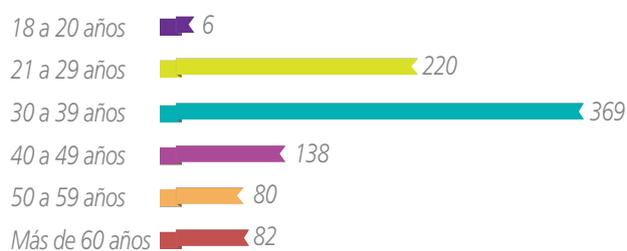
Masculino 512



Femenino 383



CANTIDAD DE EMPLEADOS POR EDAD



(1) Tasa de rotación calculada mediante la división entre la cantidad de empleados del Grupo que dejaron la empresa y el total de empleados al cierre de cada año calendario en dicha región / género / grupo de edad.

(2) Del total de bajas producidas durante 2013, el 33% fue por renunciaciones; el resto se dividió entre acuerdos conciliatorios, despidos con causa y sin esta, fallecimientos y jubilaciones. Las renunciaciones producidas tuvieron una antigüedad promedio de 3,6 años, mientras que el resto de las desvinculaciones contaba con una antigüedad promedio de 14,7 años. Además, el 3,1% de las renunciaciones correspondió a personal jerárquico.

4.2

PROGRAMA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

En 2013 el Comité de Diversidad e Inclusión trabajó únicamente bajo el esquema de un comité específico para abordar la temática de discapacidad, integrado por 17 representantes de distintas áreas de Capital Humano, RSE y Legales.

Se realizaron tres encuentros con dicho comité, en los que se conversó sobre el certificado único de discapacidad, los beneficios, la comunicación de la discapacidad y los relevamientos edilicios. Además, se presentaron las experiencias de otras empresas, y en cada reunión se comentaron los avances en relación con el trabajo en la Compañía. En cada encuentro participó el equipo de La Usina Asociación Civil.

Este programa cuenta con el apoyo de la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA),

organización que realizó una auditoría en el mes de noviembre de 2013 y nos otorgó la certificación final de "Empresa Comprometida con la Diversidad". Luego de cuatro años de trabajo, obtuvimos la certificación final de este proceso, que nos permitió sentar una base sobre la cual tenemos el compromiso de seguir construyendo en el presente y en el futuro.



EJES DE ACCIÓN Y AVANCES 2013

GÉNERO

■ Desarrollamos talleres para dialogar sobre sesgos inconscientes, para analizar los resultados de los *focus* e investigaciones en un marco teórico, y para comprender juntos los fenómenos socioculturales.

■ Nos sumamos al Mentoring Walk, iniciativa impulsada por Voces Vitales en Buenos Aires y en Córdoba. Invitamos a nuestras colaboradoras a sumarse como mentoras y como *mentees*.

■ Mujeres de la macroestructura participaron del seminario internacional "Talento femenino más

alta dirección: las diferencias inspiran al cambio", organizado por el Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (CIMAD), del IPADE Business School de México y por el Centro ICBC de Conciliación y Familia, del IAE Business School de la Argentina.

■ Desarrollamos los talleres "Planeando mi desarrollo en Telecom Argentina. Claves para pensar mi carrera estratégicamente", donde participó un grupo de mujeres profesionales de la macroestructura.

CONCIENTIZACIÓN

■ **Curso de Diversidad e Inclusión – Escuela de Analistas – Universidad Telecom.** El curso contó con capacitación *e-learning* y presencial, y fue dictado por facilitadores de la DAIA.

■ **Taller para mandos medios.** En el marco de la Universidad Telecom, se realizó un taller denominado "Ver, experimentar y pensar para el desarrollo personal y de la organización". Desarrollado en conjunto con el Centro Ana Frank Argentina, tuvo por objetivo reflexionar sobre la convivencia en la diversidad; identificar experiencias personales y de la gestión de cada uno como managers; y generar un espacio de intercambio para pensar los conceptos de colaboración, relaciones efectivas en la diversidad y construcción de mejores condiciones de convivencia en la organización. Estos talleres abordaron aspectos sobre la diversidad y sobre la inclusión, tanto en el plano personal como en el organizacional. En 2013 se realizaron 14 encuentros, con la participación de 106 empleados.

Formación en diversidad e inclusión (incluye Curso de Diversidad e Inclusión y Taller "Ver, Experimentar y Pensar"). Empleados formados: 529.

Horas de formación: 3.001.

Porcentaje de empleados formados: 3,2%.

■ **Workshop "Diálogo en la oscuridad".** Convocamos a los colaboradores al *Workshop* "Diálogo en la oscuridad", que se realiza en Ciudad Cultural Konex. Se realizaron ocho *Workshops* y participaron 229 colaboradores.

■ **Talleres sobre VIH/sida.** Como parte de la iniciativa a la que adherimos, "Empresas comprometidas en la respuesta al VIH/sida", de la Fundación Huésped y ONUSIDA, firmamos la declaración "Cero nuevas infecciones por VIH, Cero muertes por SIDA y Cero Discriminación". Invitamos a los colaboradores a un taller con el objetivo de eliminar los mitos y tabúes sobre el tema, conocer la situación de la Argentina, conversar sobre Derechos Humanos y No Discriminación, y sobre la actuación dentro de la empresa frente al tema.

EJES DE ACCIÓN Y AVANCES 2013 *(cont.)*

CONCIENTIZACIÓN

■ **E-learning VIH/sida.** Se elaboró un *e-learning* en conjunto con la Fundación Huésped, como complemento a la capacitación dictada. En esta primera instancia, se invitó a los analistas de la Compañía a recorrerlo.

■ **Manual para colaboradores sobre VIH en el ámbito laboral.** Junto con la Fundación Huésped, también se diseñó un manual para colaboradores sobre VIH en el ámbito laboral, con el objetivo de brindar información sobre la temática y de comprometer a los colaboradores desde su actuar cotidiano como parte de la res-

puesta a la epidemia.

■ **E-learning Derechos Humanos.** Este *e-learning* propuso, a partir del conocimiento de las dimensiones que abarcan la diversidad, que cada participante pudiera revisar críticamente sus propias prácticas y las de su entorno próximo como sujetos en términos de aceptación o rechazo de la "otredad". Se desarrollaron tres *Workshops* de trabajo en materia de derechos humanos y de empresas (44 colaboradores participantes y 352 horas de formación).

CAPACIDADES ESPECIALES

En conjunto con profesionales de La Usina Asociación Civil, desarrollamos las siguientes iniciativas:

■ Realizamos dos talleres (Córdoba y Rosario) destinados a los selectores de personal (líderes de cliente), en donde se abordaron temas como discapacidad y trabajo, tipos de discapacidad, certificado de discapacidad, características por discapacidad y aspectos específicos en la selección de personal con discapacidad.

■ Continuamos con las entrevistas a los empleados con discapacidad que trabajan en la Compañía.

■ Llevamos a cabo dos relevamientos funcionales de puestos de trabajo, en los que analizamos las posibles áreas de la empresa a las que podría incorporarse un trabajador con discapacidad, con el fin de minimizar la situación de desventaja y de potenciar las capacidades del trabajador. Esta acción fue llevada adelante por una terapeuta ocupacional de la organización.

FAMILIA

■ Elaboramos, junto con la Fundación Huésped, una guía sobre VIH/sida para abordar la temática con los niños. La guía brinda *tips* respecto a cómo hablar con los chicos sobre sexualidad y VIH/sida. En esta guía los colaboradores encuentran preguntas frecuentes e información acorde con la

edad de los chicos.

■ Continuando con el trabajo sobre *bullying* y *cyberbullying* iniciado en 2012, se diseñaron tres manuales sobre la temática: uno para padres, otro para docentes y otro para chicos.

GENERACIONES

Este año no se realizó ninguna actividad específica en este eje.



Marcelo Villegas, Director de Capital Humano, recibe la certificación final de “Empresa Comprometida con la Diversidad”, otorgada por la DAIA.

| INDICADORES DE LICENCIA POR MATERNIDAD Y PATERNIDAD | 2012 | | 2013 | |
|--|-------|---------|---------|-------|
| | TOTAL | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
| Número de personas que tomaron una licencia durante el año | 913 | 270 | 427 | 697 |
| Número de personas que tomaron una licencia durante el año y volvieron a trabajar | 895 | 270 | 420 | 690 |
| Número de personas que regresaron al trabajo después de la licencia y que se quedaron durante 12 meses en la empresa después de haber vuelto | 895 | 266 | 410 | 676 |

Objetivos clave de mejora 2013

| OBJETIVO | UNIDAD DE MEDIDA | OBJETIVO 2013 | REAL 2013 |
|--|------------------|---------------|--------------------|
| Horas de formación en derechos humanos | Horas instructor | 241,5 | 352 ⁽¹⁾ |

(1) En el marco de la capacitación en Diversidad e Inclusión (presencial / e-learning) se incluyeron temas de derechos humanos. A la fecha no se ha dictado una capacitación específica en la temática, sino que los contenidos se incluyen en las capacitaciones sobre Diversidad e Inclusión.

4.3

EQUILIBRIO EN ACCIÓN

Objetivo del Programa Equilibrio en Acción: Lograr el equilibrio entre la vida personal y profesional de nuestros colaboradores. La iniciativa nos anima a correr la frontera en busca de una mejora en la calidad de vida de nuestros empleados, para que puedan alcanzar así una mayor satisfacción, rendimiento, productividad y compromiso con la organización.

Este Programa se lleva adelante gracias a la participación de 33 embajadores, los principales socios de Equilibrio en Acción y verdaderos agentes de cambio en la organización. Los embajadores, representantes de todas las unidades de negocio, difunden las características y beneficios de las iniciativas, despejan dudas y responden a las consultas de los colaboradores. Son el punto de contacto con la dirección del Programa y acompañan al equipo de trabajo en la implementación de las acciones. Durante 2013 se realizaron encuentros de embaja-

dores, talleres de conciliación vida laboral-personal y talleres de sensibilización, entre otros.

Además, se realizaron siete talleres de conciliación dirigidos a mandos medios y a integrantes de las Gerencias de Capital Humano con el objetivo de brindar información, estadísticas y tendencias sobre la temática, y herramientas y consejos concretos para implementar en los equipos de trabajo.

Asimismo, tras un trabajo de cuatro años, obtuvi-

mos la certificación final en normas Work & Life Balance, emitida por el Instituto Europeo de Capital Social, con sede en Alemania. De esta manera, nos convertimos en la primera empresa de telecomunicaciones de América en obtener esta certificación.

Por otra parte, continuamos comprometidos con el Trabajo Digno Sin Violencia Laboral, un Acta Compromiso suscrita en 2012 junto con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Iniciativas de Equilibrio en Acción

1. HORARIO Y ORGANIZACIÓN LABORAL

- a. Teletrabajo
- b. Igualar esquemas de licencias DC-FC
- c. Día de la Madre flexible
- d. Medio día de cumpleaños
- e. Viernes flexible
- f. Horario flexible

2. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN INTERNA

- a. Neoportal (Intranet)
- b. Blog de Embajadores
- c. Revista interna bimestral de Telecom
- d. Manual de beneficios y actualizaciones
- e. Portal de Equilibrio en Acción

3. DESARROLLO PERSONAL

- a. Ciclo de charlas
- b. Red de Voluntarios
- c. Pool de Talentos
- d. Programa de Asistencia al Colaborador (PAC)
- e. Promoción de Actividades artísticas / Hobbies
- f. Reconocimiento a la Trayectoria
- g. Maternity Coaching
- h. Counselling

4. BENEFICIOS ECONÓMICOS

- a. Kit "Vuelta al cole con Telecom"
- b. Ayudas económicas para empleados con hijos con discapacidad
- c. Préstamos para empleados por emergencia
- d. Convenios con Universidades
- e. Vivir tranquilo

5. SERVICIOS PARA LAS FAMILIAS

- a. Reintegro de gastos de guardería
- b. Mes del Niño
- c. Colonia de vacaciones
- d. Cupos especiales para teletrabajo por maternidad y paternidad
- e. Beneficios en agencias de turismo (Viajes Teco)
- f. Orientación Vocacional: Vocación Junior

6. SISTEMAS DE MEDICIÓN Y CONTROL

- a. Tablero de Mando
- b. Encuesta de clima
- c. Encuesta consultora externa
- d. Qlikview (un sistema de Business Intelligence)
- e. Encuestas focalizadas

7. INICIATIVAS PROPIAS DE LA EMPRESA

- a. Acreditación de saberes técnicos
- b. Viernes sin reunión
- c. Licencia por paternidad
- d. Diversidad e Inclusión
- e. Buenas prácticas de ADN



4.4 TELETRABAJO

Hace cinco años que desarrollamos el teletrabajo dentro de la Compañía con el objetivo de contribuir con la satisfacción de los empleados. Además de brindarles la flexibilidad de trabajar desde su casa, realizamos una contribución al medioambiente.

En 2013, se evaluaron las proyecciones del Programa hasta 2015. En este sentido, se arbitraron los medios para poder mantener los puestos actuales y extender la modalidad, realizando diversos análisis sobre puestos, funciones y situaciones que ameritan la implementación de teletrabajo. En sinergia con otras áreas de la Compañía, la implementación de teletrabajo colaboró con la disminución de puestos físicos en edificios de alta densidad poblacional, con la retención de talen-

tos, la mejora de resultados en términos de disminución de tasa de ausentismo para teletrabajadores, comparando con el universo del Grupo Telecom. Según la última Encuesta de Clima, el teletrabajo se convirtió en el principal beneficio no económico más valorado por los empleados del Grupo. En Núcleo, Paraguay, se está desarrollando el teletrabajo como un programa piloto, en el que participan seis personas fuera de convenio en todo el ámbito del país.

Por otra parte, junto con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), a través de la Red de Teletrabajo y el Observatorio Tripartito de Teletrabajo (OTT), se presentó una iniciativa para proponer el 16 de septiembre como el Día Internacional del Teletrabajo.

Como en el Grupo Telecom buscamos liderar la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para una gestión del capital humano más eficiente y armónica, y para promover un manejo responsable del medioambiente, lanzamos la primera Solución Integral de Teletrabajo como un producto más de los que les ofrecemos a nuestros Grandes Clientes. Por ejemplo, compartimos nuestra experiencia con clientes como el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, HSBC, el Banco Industrial, Disney Argentina y Nestlé, entre otros, con el acompañamiento del área de Grandes Clientes. Junto con Cisco, extendimos la primera solución de teletrabajo al

sector público, al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTEySS), y alcanzamos así a más personas.

Además, expusimos el Proyecto en eventos de Buenos Aires, Mar del Plata, Santa Fe y Misiones, en Argentina, así como también en Italia, y contribuimos a la difusión de la temática en medios masivos, mediante entrevistas periodísticas y distintas publicaciones.

El teletrabajo alcanza a 1.325 empleados del Grupo Telecom en la Argentina y a 6 empleados de Núcleo en el Paraguay.

Principales datos del Programa de Teletrabajo

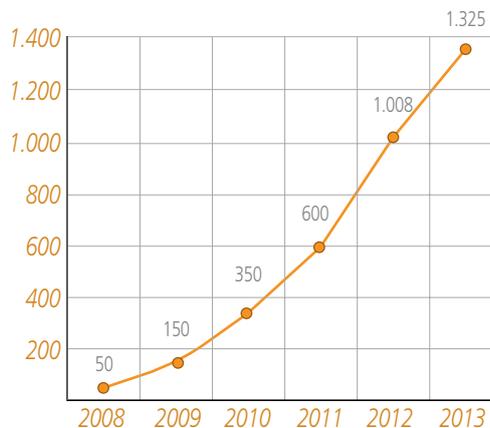
Empleados participantes

Los participantes son trabajadores fuera y dentro de convenio, incluyendo a las siguientes organizaciones: la Federación de Obreros y Empleados Telefónicos de la República Argentina (FOETRA), la Federación de Organizaciones del Personal de Supervisión y Técnicos Telefónicos Argentinos (FOPSTTA), la Unión del Personal Jerárquico de Empresas de Telecomunicaciones de la República Argentina (UPJET) y la Federación Argentina de Telecomunicaciones (FATEL). Además, se firmó un acuerdo marco con la Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina (FOEESITRA).

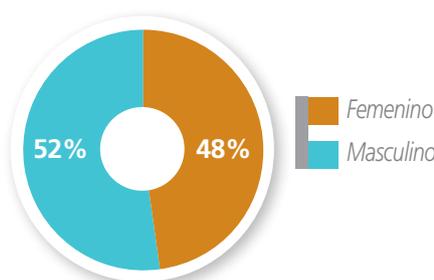
Alcance geográfico

En Telecom Argentina y en Telecom Personal, el teletrabajo alcanza a 1.325 empleados de cuatro Unidades (Fija, Móvil, Red y Wholesale), a nueve direcciones corporativas y a 437 Gerencias de Buenos Aires, Chaco, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Fe y Tu-

EMPLEADOS CON TELETRABAJO



TELETRABAJADORES SEGÚN GÉNERO

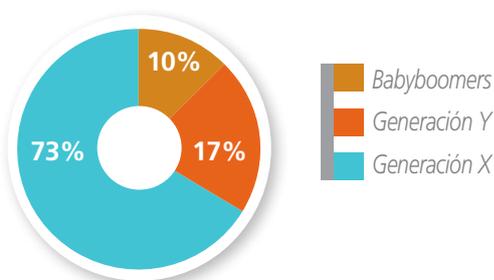


cumán; estas últimas se encuentran distribuidas en 74 edificios. Además en Núcleo, Paraguay, se está desarrollando un programa piloto del que participan 6 empleados.

Alianzas

- Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (PROPET).
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS).
- Red de Teletrabajo.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) y Observatorio Tripartito de Teletrabajo (OTT).

TELETRABAJADORES SEGÚN GENERACIÓN

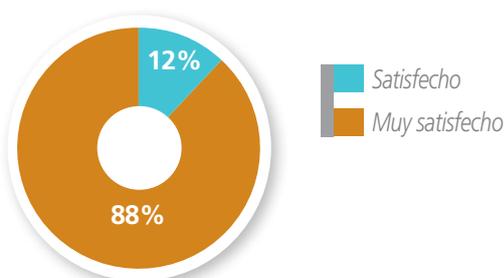


Baby boomers. Se refiere a las personas que nacieron durante el Baby Boom (explosión de natalidad), que sucedió en algunos países anglosajones en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y 1960.

Generación X: Incluye a las personas nacidas a mediados o finales de los años sesenta hasta aquellos nacidos a principios de los años ochenta.

Generación Y: Incluye a las personas nacidas entre 1981 y 1997.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL



No se realizó encuesta de satisfacción en 2013, porque el Comité de Inversiones confirmó el Proyecto en agosto de 2012. Se prevé realizar la próxima encuesta en marzo de 2014. Se incluyen en este Reporte los valores de la última encuesta realizada.

Objetivos clave de mejora 2013

| OBJETIVO | UNIDAD DE MEDIDA | OBJETIVO 2013 | REAL 2013 |
|---------------------------------------|------------------|---------------|-----------|
| Empleados con contrato de teletrabajo | N.º | 1008 | 1.325 |

4.5

RELACIONES LABORALES

En el Grupo Telecom velamos y respetamos el derecho fundamental de libre participación de los empleados en las actividades gremiales y promovemos el diálogo directo con las organizaciones gremiales. No hay actividades en las que el derecho a la libertad de asociación pueda correr riesgos.

Durante 2013, las entidades sindicales FOEESITRA, FATEL, FOPSTTA y UPJET continuaron nucleadas en la Mesa de Unidad Sindical de las Telecomunicaciones (M.U.S.), con la cual se llevó a cabo la negociación paritaria que culminó en julio con la firma de acuerdos salariales y de otras condiciones, tanto para la telefonía básica como para Call Center.

Paralelamente, continuamos desarrollando la

dinámica de negociación con el Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicaciones (CEPETEL), y alcanzamos diversos acuerdos sobre aspectos de la vida laboral de sus representados. También, en septiembre de 2013 se firmó el acuerdo salarial con dicha entidad gremial, en iguales términos que los del resto de las asociaciones sindicales telefónicas.

Más allá de la cuestión salarial, los temas tratados y resueltos fueron de variado origen: planificación de carreras profesionales y revisión de reconocimiento de rubros tales como el adicional por guarderías, turnos especiales de trabajo, promociones, etc. Vale resaltar que fomentamos la dinámica de negociación, propiciando la comunicación directa y constante con todas las entidades colectivas. Los espacios de concertación se

incrementaron, profundizando la confianza e interacción entre las distintas partes involucradas a través de una comunicación fluida y directa.

En relación con el personal convenionado de Telecom Personal, durante 2013 permanecieron representados por la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (FAECyS), y resultaron aplicables sus respectivos acuerdos. No obstante, y en virtud de la adecuación de personería gremial de FOETRA Sindicato Buenos Aires, en noviembre de 2013 se firmó el primer Convenio Colectivo de Trabajo para la actividad de tele-

fonía celular o móvil entre los distintos operadores de las empresas del sector y la entidad sindical mencionada. Este se encuentra en trámite de homologación ante el MTEySS.

Respecto a la materia salud y seguridad del trabajo, Telecom cumplió rigurosamente con los diversos acuerdos celebrados con las entidades sindicales sobre las condiciones y el ambiente de trabajo en tareas de telegestión, trabajo en altura, evacuación de edificios en emergencias, trabajo en cámaras subterráneas, elementos de protección personal y teletrabajo, entre otros.

Representación sindical de empleados 2013

| SEGMENTO DEL NEGOCIO | COMPAÑÍA | TIPO DE CONTRATO | CANTIDAD DE EMPLEADOS | % POR TIPO DE CONTRATO |
|----------------------|------------------------|-----------------------------------|-----------------------|------------------------|
| Servicios Fijos | Telecom Argentina S.A. | Fuera de convenio ⁽¹⁾ | 1.070 | 9,7% |
| | | Dentro de convenio ⁽²⁾ | 9.930 | 90,3% |
| | Telecom U.S.A. | Fuera de convenio ⁽¹⁾ | 2 | 100,0% |
| Servicios Móviles | Telecom Personal | Fuera de convenio ⁽¹⁾ | 2.274 | 44,1% |
| | | Dentro de convenio ⁽³⁾ | 2.881 | 55,9% |
| | Núcleo | Fuera de convenio ⁽¹⁾ | 424 | 100,0% |

(1) Incluye macroestructura.

(2) Representados por FATEL, Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina (FOEESITRA), FOPSTTA, UPJET y por CEPETEL.

(3) Representados por la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (FAECYS) y por la Federación Única de Viajantes de la República Argentina (FUVA).

Para mayor información sobre las relaciones laborales, ver la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.

4.6

CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DE EMPLEADOS

UNIVERSIDAD CORPORATIVA TELECOM

Su misión es desarrollar las competencias de los colaboradores para mejorar su desempeño y brindarles nuevas oportunidades, proporcionándoles las bases para su desarrollo y carrera en la Compañía. Los principales drivers están orientados a la formación de los colaboradores según las necesidades del negocio, promoviendo la puesta en valor del conocimiento interno y participando activamente en la cultura de la organización.

■ **\$13,3 millones invertidos en formación**

■ **28 escuelas**

■ **6 áreas formativas:**

- ✓ Management
- ✓ Comercial
- ✓ Tecnología
- ✓ Especialidades
- ✓ General
- ✓ Transversal

Management

■ **Escuela de Altos Directivos.** Diseñada en conjunto con la Universidad Torcuato Di Tella, consta de un programa de 92 horas de formación distribuidas en tres fases y orientadas a todos los Directores y Gerentes de primer reporte. En 2013 se graduó la segunda camada de ejecutivos.

■ **Programa de Mandos Medios.** Continuamos con los talleres sobre “Gestión del Desempeño” y realizamos los módulos “Activando tu Desarrollo Profesional” para responsables y líderes de oficinas comerciales del canal propio de la Unidad

Móvil, y “Aduéñate del Liderazgo” para responsables y líderes de Customer Care. Se realizaron dictados in-company de “Coaching”, “Finanzas para no Financieros” y “Balance Scorecard” en Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Resistencia y Tucumán. Así, capacitamos a Gerentes de segundo y tercer reporte, y a responsables de todo el Grupo.

■ **Programa Sistema de Relaciones Laborales.** Esta formación sobre aspectos de negociaciones y relaciones laborales constó de 80 horas cátedra y estuvo dirigida a mandos medios, especialistas y Analistas Senior de distintas áreas de la Compañía.

CAPACITACIÓN EN MANAGEMENT

| PROGRAMA | CANTIDAD DE PARTICIPANTES |
|--|---------------------------|
| Escuela de Altos Directivos (Directores) | 35 |
| Escuela de Altos Directivos (Gerentes) | 158 |
| Programa Mandos Medios - Gestión del Desempeño | 180 |
| Programa Mandos Medios - Activando tu Desarrollo Profesional | 150 |
| Programa Mandos Medios - Aduéñate del Liderazgo | 70 |
| Dictados in-company | 400 |
| Programa Sistema de Relaciones Laborales | 81 |

Comercial

■ **Escuela de Ventas Fija.** Se realizó el módulo “Gestión de las Emociones”, destinado a responsables, líderes y asesores de oficinas comerciales.

■ **Escuela de Ventas Móvil.** Se llevaron a cabo módulos específicos para responder a las necesidades del negocio: “Gestión de la Cuenta” y “Planificación Comercial”. Estos se dictaron en diferentes sedes del país. Tanto en esta Escuela como en la Escuela de Ventas Fija se lanzó el módulo “Generando influencia positiva”, destinado a responsables y líderes de coordinación de terceros.

■ **Escuelas de Customer** (Fija y Móvil). Conti-

nuamos con capacitación en metodología Six Sigma y en técnicas lean.

■ **Escuela de Marketing (Fija y Móvil).** Se realizaron los módulos “Marketing Estratégico” y “Marketing digital y Redes Sociales”.

Tecnología

■ **Programa de Acreditación de Saberes Técnicos.** Su objetivo es contribuir con la profesionalización de nuestro personal técnico operativo de la Unidad Red. Forma parte del Programa Equilibrio en Acción y del Proyecto de Certificaciones Profesionales del MTEySS, además de contar con el aval académico del ITBA.

■ **Tecnología y Sistemas.** Dictada por los partners oficiales de las principales tecnologías como Java, Oracle, Cisco, SUN, Red Hat, Microsoft y

Linux, entre otras. La iniciativa impactó en las distintas áreas atravesadas por la gestión de conocimientos IT.

CAPACITACIÓN EN TECNOLOGÍA

| PROGRAMA | CANTIDAD DE PARTICIPANTES |
|---|---------------------------|
| Programa de Acreditación de Saberes Técnicos - revisadores certificados | 300 |
| Programa de Acreditación de Saberes Técnicos - revisadores certificados acumulado | 950 |
| Tecnología y Sistemas | 2.210 |

Especialidades

■ **Escuela de Abastecimiento.** Está diseñada con el fin de alinear visiones, herramientas y técnicas de gestión de la cadena de abastecimiento

que permitan crear una cultura compartida de trabajo y que agregue valor a la gestión individual y global de la dirección. Se dictaron los módulos "Gestión de Abastecimiento" y "Clínica de Negociación" para compradores.

CAPACITACIÓN EN ESPECIALIDADES

| PROGRAMA | CANTIDAD DE PARTICIPANTES |
|---|---------------------------|
| Escuela de Abastecimiento - participantes de Compras, Logística y Real Estate | 150 |

General / Transversal

■ **Escuela de Inteligencia del Negocio.** Se realizó la 7.a edición en la Universidad Austral con el objeto de actualizar los conocimientos del grupo responsable de inteligencia de negocio, y se brindó una visión integral de los principales conceptos de Business Intelligence. Este curso de posgrado contempló 64 horas cátedra.

■ **Escuela de Analistas.** Destinada a los más de 3.000 analistas de la Compañía, se realizaron nuevas imparticiones del módulo "Metodología de Análisis" y se continuó con el módulo "Presentaciones Efectivas". La novedad la constituyó el módulo "Trabajo en Equipo", en el que se regis-

traron más de 200 participaciones. En total, esta actividad alcanzó 10.505 horas de formación.

■ **Escuela de Cultura Organizacional.** Continuamos con el dictado de "Diálogos en la Oscuridad" en el Centro Cultural Konex.

■ **Talleres Diversidad e Inclusión.** Destinados a analistas. Se realizó la primera edición de "Maternity Coaching" y de "Conciliación de Trabajo y Familia". También se lanzaron los talleres "Capacidades Especiales en selección de personal", "Ver, experimentar y pensar" y "VIH y diversidad sexual".

■ **Programa de Regulación y Negocios.** Se

realizaron cinco dictados del módulo de Regulación Inicial, a los que asistieron gerentes y Analistas Senior de Marco Regulatorio, Legales, Marketing, Ventas, Administración y Finanzas, Red, etc. Se generó, además, el módulo "Defensa de la Competencia y Regulación", en conjunto con la Universidad Di Tella, del cual participaron gerentes y especialistas que trabajaban en cuestiones regulatorias claves para el negocio.

■ **Derecho Societario y Defensa de la Competencia.** Se realizaron dos jornadas in-company con la participación de Directores, Gerentes y especialistas de diferentes unidades de negocio. Esta actividad alcanzó las 236 horas de formación y capacitó a 75 empleados, lo que representó el 0,45% del total de la plantilla.

■ **Escuela de Formadores.** Está destinada a aquellas áreas que realizan actividades de entrenamiento como parte de su rol y a aquellos colaboradores que eventualmente dictan un curso. Busca proporcionar las herramientas pedagógi-

cas para la transmisión de conocimientos en forma adecuada. Se registraron participaciones en los diferentes módulos en Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Tucumán y Resistencia.

■ **Negociación Efectiva.** Metodología Harvard, en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba y Rosario.

■ **Microinformática.** Se dictaron cursos presenciales de MS Office en Buenos Aires, Rosario y Córdoba.

■ **Formación idiomática.** Se enseñó italiano, inglés y español a colaboradores del Grupo Telecom, tanto en Buenos Aires como en otras sedes del interior de Argentina.

■ **Actividades de extensión universitaria- "Ciclo de charlas".** Iniciamos este ciclo con la charla "Brand Experience", con referentes internos en la temática.

CAPACITACIÓN GENERAL / TRANVERSAL

| PROGRAMA | CANTIDAD DE PARTICIPANTES |
|--|---------------------------|
| Escuela de Inteligencia del Negocio | 31 |
| Escuela de Analistas | 1.295 |
| Escuela de Cultura Organizacional | 200 |
| Talleres Diversidad e Inclusión | 529 |
| Programa de Regulación y Negocios | 161 |
| Derecho Societario y Defensa de la Competencia | 75 |
| Escuela de Formadores | 193 |
| Negociación Efectiva | 369 |
| Microinformática | 300 |
| Formación idiomática | 900 |
| Ciclo de Charlas | 77 |

Formación en Medioambiente

■ **Talleres de Medioambiente.** Su foco está puesto en la conciencia ambiental y en la contención de derrames. Se sistematizó el registro de asistencia online, y se realizó una evaluación para medir la aplicabilidad de los cursos al cabo

de seis meses. En 2013 se incorporaron los módulos “Conversaciones sobre Desempeño”, “Gestión de las Emociones”, “Conciencia Ambiental”, “Responsabilidad Social Empresaria” y “VIH”. Las horas de formación alcanzaron un total de 2.302.

FORMACIÓN EN MEDIOAMBIENTE

| PROGRAMA | CANTIDAD DE PARTICIPANTES |
|---------------------------|---------------------------|
| Talleres de Medioambiente | 1.173 |

CAPACITACIÓN EN NÚCLEO (PARAGUAY)

Durante 2013 nació el Programa Universidad Personal en alianza con tres escuelas de negocios reconocidas internacionalmente (IAE Business School, ADEN International Business School y COMPASS).

El plan de capacitación contempla diferentes áreas:

■ **Management.** Se desarrollaron diferentes programas con el objetivo de apuntalar las habilidades de gestión de los líderes y mandos medios. Incluyeron capacitaciones de mentoreo y coaching, liderazgo, negociación, comunicación eficaz, inglés, y desarrollo de habilidades técnicas, entre otros.

■ **Comercial.** Los empleados participaron en un Seminario Internacional de Ventas, en un Diplomado en Gestión de Contact Center y en un Programa de capacitación y profesionalización de la fuerza de venta directa.

■ **Tecnología.** Se dictaron cursos de técnica y sistemas, de acuerdo con las necesidades del negocio.

■ **Especialidades.** Se efectuaron actividades específicas con el objetivo de generar especialistas en las distintas temáticas de la Compañía, incluyendo antifraude, prevención de lavado de dinero, publicidad, costos y presupuestos, normativas en salud y seguridad ocupacional, entre otros.

■ **Formación interna.** Se llevaron a cabo capacitaciones internas sobre ofertas, Internet, portabilidad, terminales nuevos y auto-gestión, entre otros temas.

■ **Conferencias abiertas para los colaboradores.** “Sobrevolando fin de mes” y, junto con ADEN International Business School, “Cómo mejorar los resultados a partir de la pasión” y “Los secretos de la persuasión”.

| INDICADORES DE CAPACITACIÓN ⁽¹⁾ | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|---------|---------|---------|
| Participaciones de empleados en capacitación | 21.320 | 63.568 | 33.012 |
| Horas de formación | 240.056 | 325.852 | 193.937 |
| Promedio de horas de capacitación per cápita | 14,68 | 19,39 | 11,70 |

(1) Incluye Argentina y Paraguay.

CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL ⁽¹⁾

| INDICADOR | AÑO | GERENTES Y DIRECTORES | PERSONAL DENTRO Y FUERA DE CONVENIO |
|--------------------------------|------|-----------------------|-------------------------------------|
| Total de empleados capacitados | 2011 | 627 | 15.718 |
| | 2012 | 596 | 16.209 |
| | 2013 | 524 | 9.853 |
| Horas de formación | 2011 | 6.693 | 233.362 |
| | 2012 | 19.868 | 305.984 |
| | 2013 | 18.996 | 174.939 |
| Horas promedio de formación | 2011 | 10,67 | 14,85 |
| | 2012 | 33,34 | 18,88 |
| | 2013 | 34,79 | 15,49 |

(1) Incluye Argentina y Paraguay.

CAPACITACIÓN POR GÉNERO 2013 ⁽¹⁾

| INDICADOR | HOMBRES | MUJERES |
|--------------------------------|---------|---------|
| Total de empleados capacitados | 6.875 | 3.502 |
| Horas de formación | 130.688 | 63.249 |
| Horas promedio de formación | 12,60 | 10,19 |

(1) Incluye Argentina y Paraguay.

Pool de Talentos

Este programa busca identificar a aquellos colaboradores con un potencial destacado y con grandes condiciones que le permitan a la Compañía sostener el negocio a lo largo del tiempo.

Durante 2013 se llevaron a cabo actividades de evaluación de potencial, fundamentalmente de

posiciones de macroestructura para el sector corporativo y para las unidades Fija, Móvil y Wholesale. En los últimos seis meses del año se realizaron 240 assessments gerenciales.

Además, se incorporó a la Unidad Red en el proceso de identificación de reemplazos. Al mismo tiempo, se iniciaron pilotos de formación en reemplazos identificados en áreas específicas.

4.7

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

El Modelo de Gestión del Desempeño tiene como objetivo acompañar a nuestros empleados en el desarrollo de su plan de carrera y maximizar su contribución a la Compañía. Dicho proceso cuenta con instancias de fijación de objetivos anuales del colaborador junto con su jefe, un monitoreo de avance y una evaluación final al terminar el año.

En la Argentina se incluyó en 2013 la autoevaluación como práctica opcional y se realizaron talleres de formación para jefes, talleres de fijación de objetivos y capacitaciones *e-learning* sobre identificación y redacción de objetivos.

El proceso incluyó a todo el personal fuera de convenio y a aquellos empleados dentro de convenio que pertenecían a los sindicatos de Comercio, Viajantes, FOPSTTA, UPJET y CEPETEL. La antigüedad mínima para ser incluido fue de seis meses en la Compañía y de tres meses en la misma posición.

El Modelo de Gestión del Desempeño incluyó a 7.547 empleados.

∞

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO EN 2013

| EMPLEADOS EVALUADOS SEGÚN GESTIÓN DEL DESEMPEÑO | | | PORCENTAJE DE EMPLEADOS EVALUADOS SEGÚN GESTIÓN DEL DESEMPEÑO | | |
|---|---------|-------|---|---------|-------|
| HOMBRES | MUJERES | TOTAL | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
| 4.141 | 3.406 | 7.547 | 40% | 55% | 46% |

∞

En Núcleo, Paraguay, se realizó el proceso de revisión del Modelo, que incluyó un rediseño de la herramienta; una alineación del proceso a las competencias corporativas, gerenciales y especí-

ficas; una campaña de socialización de los cambios; y capacitaciones a los empleados. Pero aún no están incluidos en la herramienta de Gestión del Desempeño utilizado en la Argentina.

4.8

COMPENSACIONES Y BENEFICIOS

En 2013 se llevó a cabo una serie de acuerdos y ajustes salariales que reflejaron el promedio de mercado como parámetro de negociación y que fueron administrados sin generar conflictos o pérdidas en la operación o en los ingresos del Grupo. Los acuerdos incluyeron:

■ **Colaboradores fuera de convenio.** En enero de 2013, se realizó la actualización de las escalas salariales en función de la encuesta de compensación total del mercado de referencia. Además, se dispuso un ajuste selectivo del 15% durante el año. Esta acción fue complementada con una pauta de incremento en diciembre del 10% en promedio, regida por el criterio de meritocracia, que permitió reconocer y destacar los desempeños sobresalientes.

■ **Posiciones jerárquicas** (reporte directo a la Dirección General Ejecutiva). Ajuste selectivo de 22,5% en agosto 2013.

■ **Personal convenionado de Telecom Argentina.** En julio de 2013 se firmaron acuerdos con todas las organizaciones gremiales, representadas por los sindicatos alineados en la FATEL (Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Chaco, Luján y Tucumán), FOESITRA, FOPSTTA y UPJET, en los que se contemplaron aumentos salariales y otras condiciones laborales.

■ **Personal convenionado de Telecom Personal.** Se aplicaron los acuerdos de la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (FAECyS).

Por otra parte, durante el año se realizaron los siguientes avances relacionados con la remuneración de nuestros empleados:

■ **Política de remuneración por objetivos.**

En abril se liquidó el bono anual para Directores y para Gerentes, y el "ranking de bono" para el resto del personal fuera de convenio. En mayo se liquidó la política de incentivo de largo plazo, correspondiente a los resultados del ejercicio 2010, 2011 y 2012 para los beneficiarios de dicho programa.

■ **Incentivos comerciales.** Se incrementaron los topes para mantener la relación fijo-variable que existía antes de los aumentos planos otorgados.

■ **Estudios salariales de mercado.** Se efectuaron encuestas, algunas focalizadas en el análisis de las remuneraciones del Senior Management, y otras en áreas específicas de sistemas y comerciales. La última encuesta realizada en diciembre será utilizada para la actualización de las escalas salariales del personal fuera de convenio. En línea con esta nueva escala se analizarán los criterios de otorgamiento de la pauta de ajuste del año siguiente.

■ **Relación entre el salario para un empleado con jornada de tiempo completo y el Salario Mínimo, Vital y Móvil.** En el Grupo Telecom en la Argentina el salario conformado total de un empleado de tiempo completo es de \$6.426 mensuales, es decir, un 94,7% mayor que el Salario Mínimo Vital y Móvil (\$ 3.300).

■ **Relación entre el salario base entre hombres y mujeres.** Respecto del personal fuera de convenio, la relación es la siguiente: el salario promedio es mayor para los hombres que para las mujeres en un 0,5%, 1,5%, 2,9%, y 16,9% para las categorías de empleados, analistas, especialistas y macroestructura, respectivamente. Es importante destacar que, tanto para el personal dentro de convenio como para el personal fuera de este, se dispone de las mismas categorías y escalas salariales sin distinción de género. No existen diferencias en las escalas salariales para el personal femenino y masculino en Argentina. La diferencia porcentual se debe a que son más los casos masculinos que ocupan cargos de dirección o gerenciales, y esto hace que el promedio de salarios del personal masculino sea superior.

Se realizó el lanzamiento del Espacio de Beneficios, en el que están detallados todos los beneficios a los que pueden acceder los empleados del Grupo en Argentina. Se incorporaron descuentos en electrodomésticos, gimnasios y universidades. Los beneficios fueron los siguientes:

- Seguro de vida adicional al obligatorio.
- Licencia por paternidad de 15 días.
- Asesoramiento previsional y gestión de trámites jubilatorios.
- Medicina prepaga.
- Para empleados con hijos: guardería, ayuda económica al hijo con discapacidad, colonia, *kit* de útiles escolares, ajuar por nacimiento.
- Feriado flexible.
- Festejos: Día del Niño, Mes de la Mujer, Día de la Secretaria.
- Programa de descuentos Más por Vos.
- Vestimenta informal en verano.
- Programa de Asistencia al Colaborador (PAC).
- Programa Vivir Tranquilo (asistencia al hogar, al vehículo y ante robo).
- Reconocimiento a la trayectoria.
- Planes internos de celulares y precios preferenciales en productos.
- Jornada especial para chicos con capacidades diferentes.
- Descuentos en universidades.

En Núcleo se les otorga el día libre a los empleados en su cumpleaños.

4.9

COMUNICACIÓN INTERNA

En 2013 logramos avances en los canales de comunicación para mantenernos conectados con nuestros empleados:

■ **NEOTV.** Con una nueva plataforma 2.0, la Web TV interna no solo transmitió contenidos propios (ciclos, videos, spots internos), sino que además posibilitó la interacción con los usuarios, compartir y viralizar el material. Así se incrementó su alcance a más colaboradores.

■ **Revista Telecom en tu Vida Digital.** El house organ del Grupo Telecom ya cuenta con su versión online y está disponible para tablets y smartphones.

En cuanto a la Encuesta de Clima y Compromiso, en febrero de 2013 se conocieron los resultados generales de la Encuesta de Engagement realizada en 2012 (de manera bienal). Se alcanzó un 63% en engagement y un 83% en satisfacción del personal. Durante 2013 se realizaron talleres de devolución de resultados para las direcciones y para el equipo de Capital Humano. En estos se analizaron en detalle los resultados y se conversaron los aspectos que debían ser trabajados por equipo.

En Núcleo no se desarrolló una encuesta de clima, pero se trabajó en un plan de acción focalizado en las oportunidades de mejora presentadas en el informe anterior.

4.10

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

Durante 2013 se llevaron a cabo los siguientes programas y actividades en pos de la prevención y promoción de la salud y seguridad de los empleados y sus familias en Argentina:

■ **Lineamientos y normas sobre salud y seguridad.** Aplicamos y respetamos las indicaciones de la Organización Mundial de la Salud con relación al tratamiento de enfermedades prevalentes en el área ocupacional, las emitidas por los distintos ministerios de salud nacional y provinciales, y las indicaciones técnicas de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo.

■ **Consultorios médicos.** Contamos con 23 consultorios médicos internos en nuestros edificios: 10 en la ciudad de Buenos Aires y Gran

Buenos Aires, 7 en la región del Litoral y 6 en la Región Mediterránea. Los consultorios programan exámenes médicos periódicos para el personal, realizan un seguimiento del ausentismo de los empleados y brindan respuestas a las consultas médicas. Además, se llevó a cabo el Plan de Exámenes Médicos para anticipar y promover una cultura saludable, un seguimiento de pacientes con patologías recuperables en nuestros consultorios y visitas en conjunto con el área de Prevención para evaluar puestos de trabajo.

■ **Prevención.** Se continuó trabajando en el entrenamiento en las tres especialidades con el objeto de seguir afianzando las competencias del personal del Grupo. Además, se

avanzó con la aprobación del Nuevo Plan de Seguridad por parte de nuestra ART –se autorizó el marco “Normativa en materia de Salud y Seguridad” –, y con la investigación de los siniestros para detectar las causas y proponer planes para evitar su recurrencia utilizando la metodología de “Causa raíz”. Además, continuamos trabajando con los Comités Siniestrales para tratar, entre la dirección y las gerencias, los casos ocurridos, con el objeto de tener medidas superadoras. Se repartieron también 1.323 manuales de seguridad y salud ocupacional a los nuevos empleados.

■ **Plan de Riesgos de Trabajo.** Se realizaron inspecciones al personal propio, tanto por preventivistas como por la propia supervisión. Además, ampliamos el temario de las capacitaciones incorporando riesgos especiales de determinados puestos de trabajo e integrando nuevos elementos de protección personal, y reevaluamos los Planes de Mejoras de cada Gerencia Operativa y el Plan de Auditoría Interna. También difundimos medidas preventivas sobre accidentes ocurridos en la Compañía, para llevar el resultado de las investigaciones a grupos con similares riesgos.

■ **Programa de Cuidado de la Voz, Oído y Postura (VOP).** Continuamos con este programa en los Call Centers, que consistió en capacitar al personal en impostación de la voz, técnicas de respiración y posiciones ergonómicas en su puesto de trabajo. Se beneficiaron 2.878 empleados.

■ **Campaña Interna de Seguridad Vial.** Continuamos con los talleres; en 2013 se dictaron 241, con una participación de 3.543 empleados. Además, efectuamos cuatro pericias de siniestros vehiculares con una empresa especializada en el rubro (TARGET), lo que nos dio la oportunidad de recabar información para prevenir accidentes, mejorar las condiciones de los vehículos y concientizar al personal

que conduce las unidades operativas.

■ **Teletrabajo.** Efectuamos visitas a los domicilios de los teletrabajadores, durante las cuales verificamos el control de los elementos asignados, informamos sobre el uso del extintor y cómo controlarlo, evaluamos el puesto de trabajo en forma integral, analizamos el tema postural y dimos las recomendaciones del caso y comunicamos sobre el manual entregado y la web de Riesgo del Trabajo y Medio Ambiente. En 2013 visitamos 319 domicilios.

■ **Plan de Emergencias.** En 2013 tuvimos las siguientes novedades:

- Vigencia de la certificación ISO 9001 hasta 2014.
- Relevamiento de 341.434 m² de superficie (81 edificios), en los que se observaron rutas de evacuación, puertas y salidas de emergencia, entre otros.
- Realización del segundo seguimiento de la auditoría de certificación.
- Cumplimiento de la ley del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que impone dos simulacros por año en los edificios de la ciudad.
- Inspección y supervisión del Plan de Emergencias en eventos donde el Grupo fue main sponsor, fuera de los edificios de la empresa.
- Capacitación sobre el Plan de Emergencias a 14.890 personas y realización de 87 simulacros de evacuación.
- Instalación de nuevos desfibriladores externos automáticos (DEA) y dictado de capacitaciones para el uso de los equipos y para las maniobras de reanimación cardiopulmonar. Contamos con 31 DEA en 15 de los edificios principales, con el 90% de su población ca-

pacitada. Se continuó trabajando de acuerdo con lo que solicita la American Heart Association (AHA) para la obtención del certificado "Cardioprotegidos 5 Corazones" para edificios. Los edificios de Madero, Contact Center de Rosario y Capitalinas de Córdoba se en-

cuentran certificados como Cardioprotegidos 5 Corazones. Los 31 DEA instalados respetan las normas de la AHA, lo que garantiza que desde cualquier punto del edificio podemos contar con un DEA dentro de los tres minutos de detectada la persona damnificada.

| INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|-------|--------|--------|
| SALUD OCUPACIONAL | | | |
| Consultorios médicos internos | 22 | 22 | 23 |
| Exámenes periódicos | 8.844 | 9.841 | 11.039 |
| Exámenes preocupacionales | 2.371 | 1.605 | 866 |
| Exámenes de egreso | 165 | 105 | 52 |
| Empleados que participaron mensualmente del programa de <i>stretching</i> en <i>call centers</i> ⁽¹⁾ | 3.658 | 3.234 | 2.528 |
| Empleados capacitados en temas de salud ⁽²⁾ | 4.945 | 5.560 | 3.446 |
| Horas de capacitación sobre temas de salud y seguridad ⁽³⁾ | - | 2.273 | 2.057 |
| Visitas a teletrabajadores ⁽⁴⁾ | - | - | 319 |
| AUSENTISMO | | | |
| Tasa de ausentismo controlable ⁽⁵⁾ | 3,00 | 3,01 | 3,31 |
| Tasa de incidencia enfermedades profesionales ⁽⁶⁾ | 1,32 | 2,20 | 2,97 |
| SEGURIDAD | | | |
| Tasa de incidencia ⁽⁷⁾ | 14,14 | 14,47 | 14,98 |
| Plan de Riesgos de Trabajo. Cantidad de inspecciones del nivel de accidentología en personal propio | 4.227 | 9.009 | 9.299 |
| Cantidad de choferes de hidroelevadores certificados en sus competencias | 59 | 50 | 226 |
| Cantidad de hidroelevadores certificados, en cumplimiento con la norma IRAM 3926 | 102 | 106 | 127 |
| Cantidad de auditorías de condiciones ambientales en cada lugar de trabajo | 515 | 452 | 449 |
| Cantidad de personas entrenadas en riesgos específicos | 9.813 | 11.896 | 12.995 |

(1) Esta actividad se discontinuó a partir de julio 2013.

(2) Resucitación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios, uso de la voz, manejo de la respiración y postura y prevención de la Gripe A.

(3) Corresponde al total de horas de instructor. Dicho indicador comenzó a medirse a partir del año 2012.

(4) Este indicador comenzó a medirse en 2013.

(5) Corresponde a los días perdidos por enfermedades inculpables, accidentes de trabajo y accidentes in itinere, dividida la dotación por la cantidad de días al año.

(6) Enfermedades profesionales por cada mil trabajadores.

(7) Accidentes de trabajo por cada mil trabajadores.

4.11

*AVANCES 2013 Y
OBJETIVOS PARA EL
FUTURO*

DESAFÍOS 2013

Definir e instalar la nueva Propuesta de Valor de la Dirección de Capital Humano, acompañando al negocio con foco en comunicación, calidad, cliente e innovación.

Revisar las prácticas actuales de gestión en función de su mayor adecuación a las expectativas, intereses y necesidades de los distintos grupos de empleados.

Implementar el recibo de sueldo digital para todos los empleados del Grupo en Argentina, con foco en agilidad y en cuidado ambiental.

Mantener e incrementar el número de teletrabajadores. Objetivo mínimo: mantener 1.008 teletrabajadores activos.

SALUD Y SEGURIDAD

Abrir un nuevo consultorio de salud ocupacional en Telecom Personal.

CUMPLIMIENTO 2013

EMPLEADOS

Se finalizó con la elaboración del Plan Estratégico de Capital Humano, en el que se definieron la Misión y la Propuesta de Valor de la Dirección Capital Humano para los años 2013 a 2016.

El programa de Diversidad e Inclusión recibió la certificación final como empresa comprometida con la Diversidad, otorgada por la DAIA. Así finalizó un trabajo de cuatro años. Esto nos permitió sentar una base sobre la cual tenemos el compromiso de seguir construyendo en el presente y en el futuro.

El 15 de marzo, mediante las Resoluciones de la Secretaría de Trabajo N.º 289/2013 (Telecom Argentina) y 290/2013 (Telecom Personal), el Grupo obtuvo la correspondiente autorización de la autoridad laboral para implementar el régimen de recibo de sueldo en formato electrónico o digital. Así, se discontinuó, a partir de la liquidación de haberes del mes de abril de 2013, la impresión de los recibos de sueldo en papel.

Se alcanzó un total de 1.325 teletrabajadores en diciembre de 2013.

Se efectuó la apertura del Consultorio Suipacha, ubicado en la ciudad de Buenos Aires, para mejorar la atención de los colaboradores de Telecom Personal.

Nuestros desafíos para 2014

EMPLEADOS

- **Proyecto C-Imple.** Desarrollar una metodología de relacionamiento con los empleados, adoptando un modelo de cliente-céntrico de gestión de capital humano.
- **Mapa de Talento, *Engagement* y Desempeño.** Consolidar el mapeo de los talentos en función de dar visibilidad y disponibilidad a la gestión de estos. Simplificar y rediseñar las herramientas integradas y relacionadas de engagement, desempeño y potencial.
- **Comunicación Interna.** Integrar la comunicación interna del Grupo, reafirmando el sentido de pertenencia e identidad corporativas, y promoviendo instancias de comunicación *Top Down*.

5. Inversores



DESTACADOS

CONVERSIONES DE ACCIONES

- Se continuó con las conversiones de acciones de Clase C a B.
- Se asesoró a los accionistas sobre los pasos que debían seguir para solicitar la conversión.

REUNIONES 2013

- 5 conferencias internacionales.
+ de 60 fondos de inversión.
- Reuniones presenciales y conference *calls*
+ de 80 con fondos de inversión.
+ de 55 con analistas.
+ de 10 con calificadoras de riesgo.
- Reuniones y conference *calls* con el área de Relaciones con Inversores de Telecom Italia, agente depositario de ADR, y con otros agentes intervinientes en el mercado de capitales.

CAMBIOS EN COMPOSICIÓN ACCIONARIA

En noviembre de 2013, Telecom Italia SpA, Telecom Italia International N.V. ("Los Vendedores") y Tierra Argentea S.A. anunciaron la aceptación de una oferta del Grupo Fintech para la adquisición de la participación de control del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina S.A. ("la Compañía"), propiedad de los Vendedores a través de sus subsidiarias Sofora Telecomunicaciones S.A., Nortel Inversora S.A. y Tierra Argentea S.A., por un total de USD 960 millones.

RETRIBUCIÓN A LOS ACCIONISTAS

Telecom Argentina S.A. retribuyó a los accionistas durante 2013 con \$1.461 millones:

- En el año se recompraron 15,2 millones acciones propias por \$461 millones.
- El 27 de diciembre de 2013 se efectuó una distribución de dividendos por \$1.000 millones.

Trabajamos para responder las demandas de información por parte de los inversores acerca de las actividades, planes y resultados de la Compañía, mediante una comunicación fluida, clara y transparente.

Según lo requerido por las normas de la Comisión Nacional de Valores (CNV), a partir del año 2012 los estados financieros se confeccionan de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

5.1

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL ACCIONARIO Y SOCIEDADES QUE INTEGRAN TELECOM

Las acciones de Telecom Argentina S.A. tienen autorización de oferta pública, y cotizan en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires (BCBA) y en la New York Stock Exchange (NYSE) en forma de ADR (American Depositary Receipt).

La sociedad controlante de Telecom Argentina S.A. es Nortel Inversora S.A. ("Nortel"), titular del 54,74% del capital social total –51,00% en acciones Clase "A" y del 3,74% en acciones Clase "B"– y de los votos posibles en las Asambleas Ordinarias de Accionistas. Al 31 de diciembre de 2013 la Compañía mantenía acciones propias en cartera por un total de 15.221.373 acciones Clase "B", por lo

cual el porcentaje de tenencia de Nortel calculado sobre las acciones en circulación al cierre de ejercicio ascendía a 55,60% –51,80% en acciones Clase "A" y 3,80% en acciones Clase "B"–.

La totalidad de las acciones de Telecom Argentina S.A. tienen autorización de oferta pública y el 45,23% de estas –todas Clase "B"– cotizan y se negocian en el panel de empresas líderes de la BCBA y en la NYSE. De este modo Telecom Argentina es una de las empresas argentinas con cotización en Estados Unidos de América con mayor *free float* (acciones con cotización en sistemas bursátiles en poder de inversores minoritarios).

El capital social total por clase de acción de Telecom Argentina S.A. al 31 de diciembre de 2013, estuvo representado por:

| | ACCIONES EN CIRCULACIÓN | ACCIONES PROPIAS EN CARTERA | CANTIDAD DE ACCIONES | % |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------|---------------|
| Acciones Clase "A" | 502.034.299 | - | 502.034.299 | 51,00 |
| Acciones Clase "B" | 466.857.868 | 15.221.373 | 482.079.241 | 48,97 |
| Acciones Clase "C" | 267.438 | - | 267.438 | 0,03 |
| TOTAL DE ACCIONES | 969.159.605 | 15.221.373 | 984.380.978 | 100,00 |

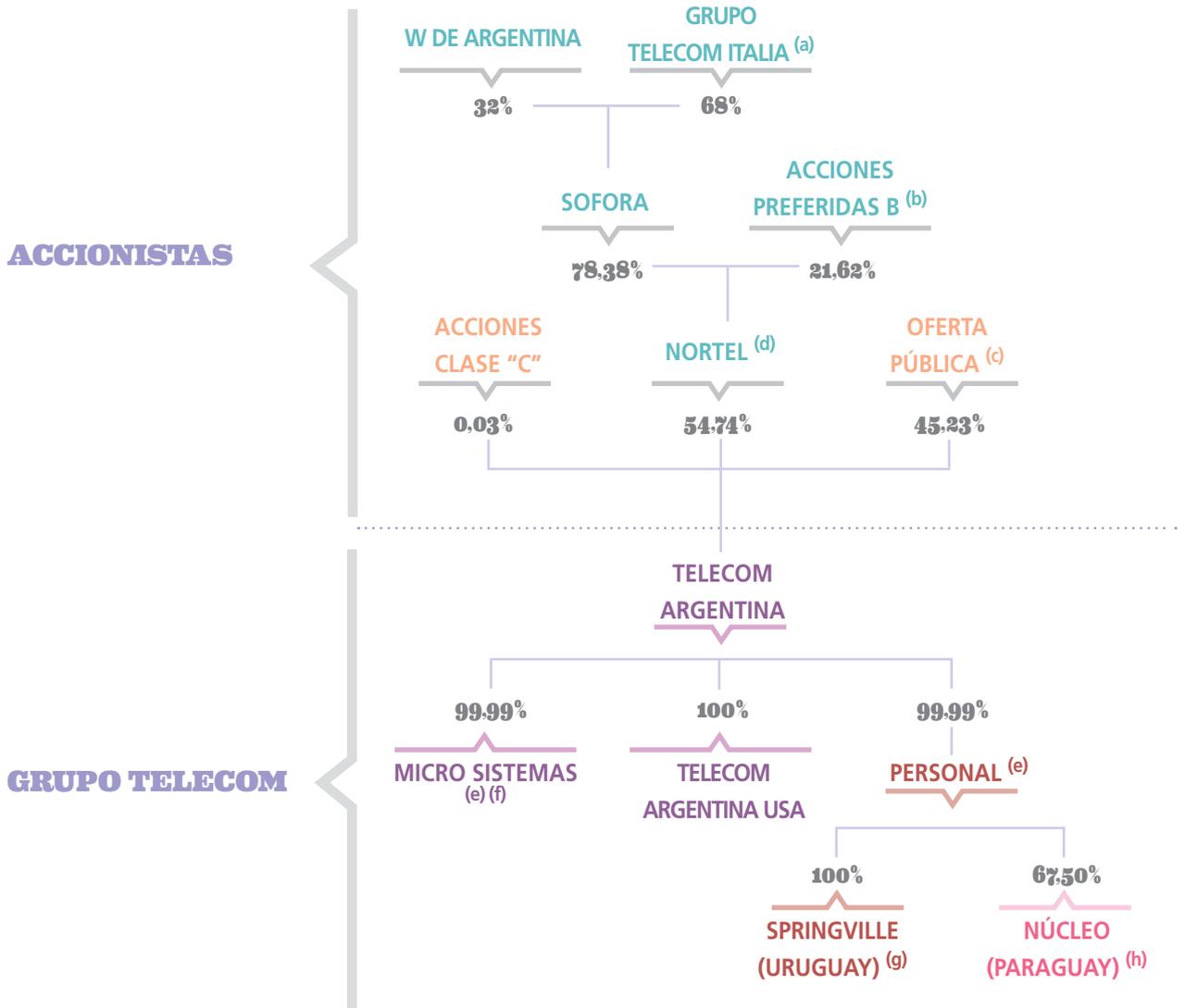
CAMBIOS EN LA COMPOSICIÓN ACCIONARIA

El 14 de noviembre 2013, Telecom Italia SpA, Telecom Italia International N.V. (en conjunto, "Los Vendedores") y Tierra Argentea S.A. ("Tierra Argentea", una compañía controlada por los Vendedores), anunciaron la aceptación de una oferta del Grupo Fintech para la adquisición de la participación de control del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina S.A., de propiedad de los Vendedores, a través de sus subsidiarias Sofora Telecomunicaciones S.A., Nortel Inversora S.A. y Tierra Argentea. El 10 de diciembre 2013 Tierra Argentea formalizó la transferencia al Grupo Fintech de las acciones Clase B de Telecom Argentina S.A., representativas del 1,58% del capital de dicha Sociedad y de los ADRs de Nortel representativos del 8% del total de las Acciones Preferidas Clase "B" de Nortel. A la fecha de este reporte el cierre de la venta de las acciones del Grupo Telecom Italia en Sofora Telecomunicaciones S.A. se encuentra condicionado a la obtención de ciertas autorizaciones regulatorias requeridas.

5.2

SOCIEDADES QUE INTEGRAN EL GRUPO TELECOM Y SEGMENTOS DE NEGOCIOS

A continuación presentamos la estructura societaria de Telecom Argentina y las sociedades que integran el Grupo al 31 de diciembre de 2013:



SEGMENTO DE NEGOCIOS REPORTADO:

- Servicios Fijos (Voz, Datos e Internet)
- Servicios Móviles - Personal
- Servicios Móviles - Núcleo

(a) Al 31 de diciembre de 2013, los derechos económicos del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina S.A. ascienden al 19,3%.
 (b) Las acciones Preferidas "B" no son rescatables (con cotización en las bolsas de Nueva York, Luxemburgo y Buenos Aires).
 (c) Ver composición en acápite A.3.1 "Accionistas de Telecom Argentina S.A." de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.
 (d) Porcentaje de tenencia calculado sobre el capital social de Telecom Argentina S.A. al 31 de diciembre de 2013. En virtud de las acciones propias en cartera (15.221.373 acciones al 31 de diciembre de 2013), el porcentaje de tenencia sobre el capital en circulación al cierre del ejercicio asciende a 55,60%.
 (e) El 0,01% restante pertenece a Nortel.
 (f) Sociedad sin operaciones durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2013 y 2012.
 (g) Sociedad sin operaciones durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2013 y 2012. El Directorio de Telecom Personal ("Personal") aprobó en su reunión del 10 de febrero de 2014, la enajenación de la totalidad de las acciones de Springville representativas del 100% del capital y de los votos de dicha sociedad. Dicha venta se perfeccionó el 19 de febrero de 2014.
 (h) El accionista no controlante de Núcleo es ABC Telecomunicaciones S.A. con el 32,5% del capital social.

Al 31 de diciembre de 2012 regía el artículo 24 del Decreto N.º 677/01 que preveía que las emisoras podían excluirse del Régimen de Oferta Pública de Adquisición Obligatoria por resolución de su Asamblea e inclusión de dicha resolución en sus Estatutos, lo que así hizo Telecom Argentina S.A. a través de su Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 30 de abril de 2003. El 28 de diciembre de 2012 se publicó en el Boletín Oficial la nueva Ley de Mercado de Capitales (Ley N.º 26.831), que eliminó la autorregulación del mercado de capitales, otorgó nuevas atribuciones a la Comisión Nacional de Valores y derogó la anterior Ley N.º 17.811 y el Decreto N.º 677/01, entre otras normas. Dicha ley entró en vigencia el 28 de enero de 2013. A partir de entonces, rige el alcance universal de la Oferta Pública de Adquisición, tal como lo dispone dicha Ley que establece: “Artículo 90. — Alcance universal. El régimen de oferta pública de adquisición regulado en este capítulo y el régimen de participaciones residuales regulado en el siguiente comprende a todas las sociedades listadas, incluso aquellas que bajo el régimen anterior hubieren optado por excluirse de su aplicación”.

5.3

CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS INVERSORES

Los principales canales de comunicación con inversores y accionistas son:

- Gerencia de Relaciones con Inversores.
- Cobertura de analistas y calificadoras de riesgo.
- Página web para inversores.
- Comunicados de prensa.
- Teleconferencias.
- Conferencias.
- Memoria y Estados Financieros.
- Formulario 20-F.
- Asamblea de Accionistas.

Durante 2013 mantuvimos reuniones y conference calls con analistas, calificadoras de riesgo e inversores para evaluar la Compañía como una

alternativa factible en el portafolio. Entre los principales temas tratados se destacaron:

- Contexto político y macroeconómico.
- Pago de dividendos.
- Recompra de acciones.
- Proceso de venta de la participación accionaria del Grupo Telecom Italia en Telecom Argentina.
- Contexto regulatorio.
- Evolución del negocio.
- Destino de la caja de la Compañía e inversiones.

Llevamos a cabo una gran cantidad de reuniones presenciales y conference calls, en las cuales participaron:

- + de 80 fondos de inversión provenientes principalmente de los Estados Unidos, el Reino Unido, Francia, Brasil y la Argentina.
- + de 55 reuniones y conference calls con analistas.
- + de 10 reuniones y *conference calls* con calificadas de riesgo.
- Reuniones y *conference calls* en reiteradas ocasiones con el área de Relaciones con Inversores de Telecom Italia, agente depositario de ADR, y otros agentes intervinientes en el mercado de capitales.

Con el fin de incrementar la presencia en el mercado de capitales, participamos en 4 conferencias

organizadas por bancos de inversión con Compañías latinoamericanas en el exterior, y en una reunión llevada a cabo en la Argentina, lo que posibilitó mantener el contacto con más de 60 fondos de inversión.

Además, nuestra página web funciona como una importante fuente de información para temas que merecen la atención de los accionistas: Asambleas de accionistas, pago de dividendos, anuncio de resultados y datos de contacto, entre otros.

Mantenemos un diálogo abierto, transparente y fluido con los accionistas minoritarios, y les brindamos asistencia ante cualquier duda que pudieran tener relacionada con el pago de dividendos, Impuesto a los Bienes Personales, Asamblea de accionistas y conversión de acciones, entre otros.

Por otra parte, tras haber alcanzado una solución para los accionistas Clase "C" bajo el Régimen del liquidado judicialmente Programa de Propiedad Participada (PPP), gran parte de los mismos titulares de acciones Clase "C" tuvieron la posibilidad de convertir sus acciones a Clase "B" y, por tal motivo, se incrementó la masa de accionistas totales. Muchos de estos accionistas se comunicaron previamente con la Gerencia de Relaciones con Inversores a través de llamados telefónicos y por correo electrónico para informarse acerca de sus tenencias y la posibilidad de conversión. Dicha solución fue alcanzada por los propios accionistas y por las entidades que los nucleaban.

Al cierre de este Reporte, continuaban existiendo 267.438 acciones Clase "C", que representaban el 0,03% del capital social, con la intención de fomentar su conversión a Clase "B". Este tipo de acción cuenta con la posibilidad de ser comercializada en la Bolsa de Buenos Aires o de ser convertida en ADR.

En relación con los inversores tenedores de ADR, cotizantes en la NYSE, trabajamos con los Proxy advisors, brindándoles información y asistencia para que pudieran realizar su labor de la mejor manera al recomendar a los tenedores acerca de la votación en las Asambleas de accionistas de Telecom Argentina.

Para mayor información sobre la estructura accionaria, propiedad y forma jurídica de la organización, ver la Memoria y Estados Financieros de Telecom Argentina al 31 de diciembre de 2013.

5.4

AVANCES 2013 Y OBJETIVOS PARA EL FUTURO

DESAFÍOS 2013

CUMPLIMIENTO 2013

INVERSORES

Colaborar en el traspaso de accionistas Clase C a B.

Al 31 de diciembre de 2013 las acciones Clase "C" ascendían a 267.438 acciones, lo que representó una reducción del 28% en comparación con 2012. Los accionistas que convirtieron sus acciones Clase "C" a Clase "B" contactaron a la Compañía y se los asesoró sobre los pasos que debían seguir para poder realizarlo.

Mejorar y ampliar los canales de comunicación online con nuestros inversores.

Se trabajó en un nuevo diseño de la sección de inversores de la página web para darle mayor dinamismo.

Nuestros desafíos para 2014

INVERSORES

- Incrementar la participación en eventos con inversores, para responder a sus demandas de información y adquirir mayor visibilidad de la Compañía.
- Intensificar el diálogo entre los inversores y la Compañía, aumentando el conocimiento mutuo para mantener un canal abierto, transparente y colaborativo bajo el estricto cumplimiento y respeto del marco regulatorio.
- Proveer nuevas herramientas digitales fortaleciendo un uso intuitivo y funcional que facilite la entrega oportuna de la información a todos los interesados.

6. Clientes y Consumidores



DESTACADOS

PRODUCTOS Y SERVICIOS CON VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL

- Enviamos la facturación en sobres de papel bajo la certificación FSC, para clientes de Servicios Fijos.
- Proporcionamos apoyo a nuestros clientes afectados por las inundaciones, especialmente en La Plata (Buenos Aires).
- 612.719 clientes adheridos a factura online.

SERVICIOS MÓVILES

- Realizamos cambios en la estrategia de medición de la satisfacción del cliente, enfocándonos en la recomendación.
- Entrenamos a más de 10.000 personas de la Dirección Comercial y de los *Contact Centers* propios y tercerizados.
- Invertimos \$1.500 millones en ampliar la capacidad y la calidad del servicio brindado.

GRANDES CLIENTES

- Lanzamos un portfolio de soluciones de movilidad dentro de los servicios de La Nube.
- 84% índice de satisfacción clientes fijos.
- 78% índice de satisfacción clientes convergentes.

SERVICIOS FIJOS

- Continuamos avanzando en la implementación del Sistema Siebel CRM para la atención al cliente, un cambio tecnológico y cultural que puso al cliente en el centro de la visión.
- Se creó la Gerencia de Procesos y Calidad para monitorear la calidad de servicio brindada a los clientes.
- Realizamos más de 1,6 millones de encuestas telefónicas de calidad de servicio

INTERNET

- Trabajamos en la seguridad de acceso a los módem wifi mediante un *Kit* de Seguridad que protege los datos personales.
- En ADSL, continuamos con el despliegue de la tecnología VDSL2 y con la posibilidad de incrementar su velocidad de acceso a Internet.

WHOLESALE

- Nacional: Desarrollamos nuevas ventas del servicio de *streaming CDN* (*Content Delivery Network*) y posicionamos el producto en el mercado argentino.
- Internacional: 95,2% de clientes Wholesale satisfechos con el servicio que recibieron.
- Móvil: Firmamos nuevos acuerdos y renovamos otros con operadores y prestadores de servicios de telecomunicaciones y federaciones de cooperativas, entre otros.

| NUESTROS CLIENTES | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|--------|--------|--------|
| SERVICIOS FIJOS | | | |
| Líneas en servicio (en miles) | 4.141 | 4.128 | 4.124 |
| Total Tráfico nacional (en millones de minutos) ^{(1) (2)} | 14.701 | 13.783 | 12.896 |
| Total Tráfico internacional (en millones de minutos) ⁽¹⁾ | 925 | 887 | 801 |
| INTERNET (EN MILES) | | | |
| Líneas de acceso | 1.550 | 1.629 | 1.707 |
| Suscriptores Arnet | 1.540 | 1.622 | 1.687 |
| SERVICIOS MÓVILES (EN MILES) | | | |
| Clientes Personal (Argentina) | 18.193 | 18.975 | 20.088 |
| Clientes Núcleo (Paraguay) ⁽³⁾ | 2.149 | 2.301 | 2.420 |
| Clientes móviles totales | 20.342 | 21.276 | 22.508 |

(1) No se incluye Telefonía Pública.

(2) No incluye minutos Dial Up.

(3) Incluye 8.000, 6.000 y 5.000 clientes de Internet Wimax de Núcleo al 31 de diciembre de 2011, 2012 y 2013, respectivamente.

6.1

GENERACIÓN DE VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Nuestros productos y servicios tienen la capacidad de contribuir con la mejora de la calidad de vida de las personas, así como de resolver desafíos medioambientales. Por eso, en Telecom buscamos facilitar el acceso de todas las personas a los servicios de telecomunicaciones, incluyendo sitios donde no existe otro medio de comunicación, para así generar mayor desarrollo e inclusión social. También contribuimos con la transformación de la sociedad mediante productos y servicios innovadores que generan un impacto positivo sobre el medio ambiente.

Responsabilidad ambiental

Factura online

En 2012 iniciamos una campaña para que nuestros clientes se adhirieran a la factura online, con el objetivo de facilitar el acceso a la información y de reducir el consumo de papel.

| NÚMERO DE CLIENTES ADHERIDOS A FACTURA ONLINE ⁽¹⁾ | 2012 | 2013 |
|--|---------|---------|
| Servicios Fijos | 74.266 | 154.000 |
| Servicios Móviles | 296.000 | 455.734 |
| Grandes Clientes | (2) | 1.985 |
| Wholesale | | |
| • Nacional | 400 | 400 |
| • Internacional | 60 | 60 |
| % del total de clientes adheridos (Servicios Fijos) | 3% | 6% |
| % del total de clientes adheridos (Servicios Móviles) | 8% | 10,65% |
| % del total de clientes adheridos (Grandes Clientes) | (2) | 96% |
| % del total de clientes adheridos (Wholesale nacional) | 13,5% | 18,5% |
| % del total de clientes adheridos (Wholesale internacional) | 100% | 100% |

(1) Alcance Argentina.

(2) La información no está disponible.



| OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2013 | UNIDAD DE MEDIDA | OBJETIVO 2013 | REAL 2013 |
|---|------------------|---------------|-----------|
| Cantidad de clientes adheridos a factura online | N.º | 385.000 | 612.719 |

Mi cuenta

En 2013 se introdujeron mejoras en el canal web, que permiten a los clientes realizar diversas consultas y gestiones comerciales en línea con la tendencia mundial de autogestión online. Con nuevas funcionalidades en el acceso privado "Mi Cuenta", que se comunicaron durante el año a través de nuestro canal Comunicándonos, los clientes registrados (con mail y con contraseña) pueden acceder a datos de sus consumos, ges-

ciones ingresadas, productos y servicios, así como también consultar sus últimas facturas en formato PDF y abonarlas. Para acceder a este canal, los clientes tienen que registrarse con un usuario de mail, contraseña, documento y número de cliente.

Servicios Fijos

■ **Terminales inalámbricas eficientes ECO DECT**
Durante 2013 continuamos la comercialización de terminales ECO DECT. Los terminales Aladi-

no cuentan con una tecnología que reduce el consumo eléctrico, además de la irradiación entre el terminal y la base.

■ **Cajas de los módems con materiales reciclables**

Continuamos entregando los módems de Arnet en cajas y bandejas contenedoras realizadas en cartón corrugado color madera, 100% reciclable.

■ **Sobre de papel con la facturación, procedente de fuentes responsables**

A partir de marzo de 2013 se comenzaron a enviar sobres de papel con la facturación dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, bajo la certificación de Forest Stewardship Council (FSC, Consejo de Administración Forestal, por sus siglas en inglés), que indica que el papel proviene de bosques gestionados de manera responsable. Esto alcanzó de manera mensual a aproximadamente 600.000 clientes.

■ **Tecnología *switching* en módems y en equipos inalámbricos**

Desde 2011, la fuente de alimentación de módems y de equipos inalámbricos es del tipo *switching*, que presenta como principales ventajas su menor tamaño y peso, lo que reduce considerablemente la cantidad de cobre utilizado. Por otro lado, poseen una mayor eficiencia, con un menor calentamiento y consumo eléctrico.

Servicios Móviles

■ **Campaña Conciencia Celular - Recolección de baterías**

Desde 2009 llevamos adelante un Plan de Reciclado de Baterías de celulares en desuso, en el marco de la campaña "Conciencia Celular" de Telecom Personal, que promueve el uso responsable de los Servicios Móviles. Durante 2013 se recolectaron 10.986 baterías, que fueron enviadas para su correcto acopio y posterior tratamiento. **Para más información, ver capítulo "Medioambiente".**

Inclusión Social

Servicios Fijos e Internet

■ **Abonos para personas de bajo consumo**

Disponemos de abonos diferenciales en el Servicio Básico Telefónico destinado a personas de bajo consumo, jefes y jefas de familia, y jubilados y pensionados, en cumplimiento del Decreto N.º 92/97.

■ **Teléfonos y servicios para hipoacúsicos**

Ante la solicitud o requerimiento de un hipoacúsico y, cumpliendo con el artículo 16 del Decreto N.º 126/96, disponemos de dos modelos de teléfono para la venta: Uniphone 1140 y Ameriphone Dialogue II. Estos aparatos cuentan con teclado y visor, y brindan la posibilidad de enviar y recibir mensajes de texto, en combinación con la emisión de sonidos. Además, el

segundo modelo permite instalar una impresora que funcione como contestador automático de llamadas de texto. Por otra parte, a través del Centro de Intercomunicación para personas hipoacúsicas (servicios 125 y 126), los clientes no oyentes pueden comunicarse con los demás clientes. Este servicio gratuito (solo se abona el costo de la comunicación origen y destino final) está disponible para clientes de Telecom. Además, 366 líneas de telefonía pública están adaptadas para hipoacúsicos; sus lugares de instalación fueron acordados oportunamente con la Asociación de Apoyo Tecnológico para la Discapacidad (ATEDIS).

■ **Servicios para personas no videntes**

Brindamos la posibilidad de solicitar gratuitamente la factura con formato braille, llamando

al Servicio de Atención Comercial 112. Todos aquellos que la soliciten reciben junto con su factura de teléfono original una copia adicional en braille. En 2013 alcanzamos a 150 clientes con esta modalidad.

■ Servicio de telefonía pública

Nuestro servicio de telefonía pública está presente a lo largo y ancho del norte del país y en algunas zonas del sur, lo que genera un valor agregado social, ya que en muchos pueblos alejados de las grandes ciudades somos el único medio de comunicación, especialmente en zonas de escasos recursos y en zonas turísticas apartadas. El negocio se encuentra en una situación estable, con un leve decrecimiento por el desarrollo acelerado de los Servicios Móviles y de otros medios alternativos de comunicación. Sin embargo, sostenemos nuestro compromiso para mantener las condiciones de este servicio. El total de líneas de telefonía pública es de 34.240 al 31 de diciembre de 2013.

■ Telefonía pública social

El parque de telefonía pública incluye 921 teléfonos públicos instalados en escuelas públicas y en centros de atención de la población carente. A diferencia de la telefonía pública convencional, estos teléfonos públicos sociales permiten su utilización mediante una tarifa varias veces inferior, y esto contribuye a la comunicación de las personas más necesitadas.

■ Servicio semipúblico de larga distancia

En pequeñas localidades o parajes rurales, con menos de 500 habitantes que no poseen red domiciliaria, este servicio permite que se encuentren comunicados e interconectados a la red telefónica pública. El servicio se brinda mediante terminales telefónicas de acceso público, con un número telefónico identificado, que permiten efectuar o recibir llamadas. Contamos con 1.301 terminales de servicio semipúblico de larga distancia.

■ Accesos a Internet con bonificaciones en zonas alejadas (servicios 0611 y 0612)

Con el objetivo de contribuir a reducir la brecha digital, aquellas pequeñas localidades del interior del país que no disponen de acceso a Internet mediante banda ancha, pueden acceder a la red a través de soluciones *Dial Up* con tarifas sensiblemente bonificadas.

Servicios Móviles

■ Servicios para personas hipoacúsicas

Brindamos un servicio para el envío y recepción de mensajes de texto, además de ofrecer la utilización gratuita de nuestra página web para enviar y recibir mensajes, consultar información a través de los mensajes de texto (noticias, direcciones, etc.) y acceder al correo electrónico desde el portal *wap* de Telecom Personal. Trabajamos junto a las ONG para continuar profundizando la creación de productos y servicios para clientes hipoacúsicos.

■ Servicios para personas no videntes

A nuestros clientes no videntes les ofrecemos los siguientes servicios: factura en formato braille, que se puede solicitar gratuitamente a la línea *111, y bonificación de la consulta de saldo llamando al *150.

■ Tarjeta Argenta

Telecom Personal es el primer operador en aceptar Argenta, un nuevo medio de pago emitido por ANSES que se genera a partir del otorgamiento de créditos para jubilados y pensionados nacionales, cuyo monto se acredita en la tarjeta para compras en los locales adheridos.

■ Internet ilimitado

Oferta para navegar desde el teléfono móvil, hecho que brinda a nuestros clientes con tarjeta y abono fijo la posibilidad de maximizar la experiencia de Internet a través de su celular, con la tranquilidad de control sobre sus consumos. Este servicio permite acceder a Internet y

a redes sociales desde el teléfono con conexión de datos sin necesidad de tener un smartphone. La masificación del acceso a Internet móvil a millones de clientes produjo una generación de

valor como herramienta de inclusión social. Los *packs* ofrecidos durante 2013 fueron: Internet Ilimitado 7 días (\$7 por 7 días) y *Pack* Internet Ilimitado 30 días (\$28 por 30 días).

PROGRAMAS PARA PROPORCIONAR PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN SITUACIONES DE EMERGENCIA Y DE APOYO EN CATÁSTROFES

Debido a las inundaciones producidas en abril de 2013, que afectaron a múltiples zonas en la Argentina, especialmente a La Plata (Buenos Aires), desarrollamos distintas acciones para colaborar con los clientes afectados y asegurar que continuaran comunicados:

- Telecom Personal otorgó a sus clientes **packs de servicios por \$50 de crédito sin cargo**, incluyendo 50 minutos y 50 SMS a todo destino nacional para clientes con tarjeta y clientes abono fijo. Este beneficio alcanzó a los clientes con prefijo 0221 (La Plata).
- **Postergación de los vencimientos de facturas y la suspensión de las acciones de morosidad**, tanto para clientes de líneas fijas y móviles de la zona afectada. Las unidades móviles dispuestas por la empresa contaron con un equipo electrógeno que proveyó de energía a 200 cargadores para baterías de celulares (con múltiples opciones de acuerdo con el modelo y marca del dispositivo).
- Si bien el servicio de Telecom y Personal no se vio afectado en la mayoría de sus sitios, hasta tanto se normalizó el servicio de energía, el Grupo Telecom colocó **generadores de emergencia en las antenas involucradas en las inundaciones**, a fin de restablecer el servicio y de mantener el nivel de prestación en las comunicaciones.

En el Grupo Telecom brindamos soluciones para una gran diversidad de clientes y consumidores: desde personas individuales hasta grandes Compañías. Informamos los avances de 2013 relacionados con clientes y consumidores en las siguientes categorías:

- Servicios fijos, Residencial y Negocio
- Internet - Arnet
- Servicios Móviles - Telecom Personal
- Grandes Clientes
- Wholesale

6.2

SERVICIOS FIJOS, RESIDENCIAL Y NEGOCIO

Canales de comunicación con nuestros clientes de Servicios Fijos



LÍNEA 112: DE ATENCIÓN PARA CLIENTES RESIDENCIALES.



WWW.TELECOM.COM.AR: PARA REALIZAR CONSULTAS, TRÁMITES Y RECLAMOS.



WWW.TELECOMNEGOCIOS.COM.AR PARA LA VENTA ONLINE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.



0800-888-0800: CENTRO DE ATENCIÓN EXCLUSIVO PARA EL SEGMENTO NEGOCIOS.



08008880800@TA.TELECOM.COM.AR: CORREO ELECTRÓNICO PARA EL SEGMENTO NEGOCIOS.



OFICINAS COMERCIALES: ATENCIÓN PERSONALIZADA A LOS CLIENTES.



MI CUENTA@: SITIO WEB QUE LE PERMITE AL CLIENTE REALIZAR GESTIONES Y CONSULTAS SOBRE LOS CONSUMOS EN SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS. EN 2013 SE INTRODUCIERON ALGUNAS MEJORAS TALES COMO CONSULTAR ÚLTIMAS FACTURAS Y ABONARLAS, TENER UN ESPACIO DE COMUNICACIÓN ÁGIL Y DINÁMICO, REALIZAR GESTIONES COMERCIALES ONLINE, ENVIAR DOCUMENTACIÓN DIGITALIZADA, VISUALIZAR MEJOR LOS MENSAJES Y SEGUIR LOS TRÁMITES REALIZADOS, ENTRE OTRAS FUNCIONES.

6.2.1. Atención al cliente de Servicios Fijos y de Internet

Durante 2013 continuamos avanzando en la implementación del Sistema Siebel CRM (Customer Relationship Management), mediante la migración del parque de clientes. Este sistema, utilizado por las Compañías de telecomunicaciones de primer nivel, implica un cambio tecnológico y cultural en relación al cliente, ya que se centra la visión en el cliente, y no en los productos. De esta manera, se obtiene una base única de clientes, se

logra una visión 360° de estos y se concentra en un único *front* de atención comercial.

Durante 2013 hemos capacitado y entrenado al personal de atención al cliente, incluyendo personal propio (Call Centers de Telecom) y terceros. La capacitación alcanzó a 3.196 colaboradores y 79 facilitadores, y en total fueron 83.373 horas de entrenamiento.

6.2.2. Medición de la calidad y satisfacción de clientes de Servicios Fijos

Para Telecom la Calidad de Servicio que brinda a sus clientes es una de sus prioridades. Para ello se creó en 2013 la Gerencia de Procesos y Calidad, dentro de la Unidad Fija. Las acciones desarrolladas durante el año fueron las siguientes:

Encuestas de calidad de servicio-*Customer Care* y Ventas

Realizamos una encuesta telefónica a través de un IVR (Respuesta de Voz Interactiva; en inglés, *Interactive Voice Response*), para conocer la satisfacción del cliente luego de contactarse telefónicamente con nuestro centro de atención. Esto nos permitió obtener una visión casi en simultáneo de la calidad de servicio de nuestros centros de atención al cliente a través del canal telefónico. Una vez que el cliente respondió la encuesta, los resultados se vincularon directamente con el asesor que atendió la llamada y con la gestión realizada. Por otra parte, con la misma metodología, se realizó una encuesta telefónica a clientes que se comunicaron con nuestro centro de atención de ventas, para acompañar al cliente en su experiencia desde que inició el contacto con nuestra Compañía.

Análisis de la calidad de atención

El equipo de Monitoreo de Calidad realizó regularmente un análisis tanto de llamadas como de gestiones del *back office*, con el objetivo de calificar aquellos aspectos que incidían en la satisfacción de nuestros clientes. Los resultados de dicho análisis se compartieron con todas las áreas involucradas en pos de validar y asegurar los criterios de calidad definidos en función de las necesidades del cliente. Se logró mejorar los indicadores de satisfacción reflejados en las encuestas de calidad de servicio.

Estudios de satisfacción

Llevamos a cabo estudios cuantitativos a diferentes tipos de clientes mediante encuestas telefónicas para monitorear los factores que contribuían con la satisfacción y experiencia de nuestros clientes. También llevamos a cabo estudios cualitativos como *focus groups* y entrevistas en profundidad para detectar las motivaciones y preferencias de los clientes al momento de evaluar los aspectos que incidían en su satisfacción. Realizamos además encuestas internas online para me-

dir el impacto de la implementación de proyectos específicos en los empleados de Telecom.

Tableros e informes de seguimiento de la calidad del servicio

Consolidamos la base de indicadores de calidad adaptados de acuerdo con las necesidades específicas de los sectores intervinientes en el proceso de atención al cliente. Los tableros e indicadores estratégicos fueron enviados mensualmente al

Director de la Unidad Fija y luego compartidos con las distintas áreas intervinientes. Basándose en los resultados de las encuestas de satisfacción, en el análisis de los indicadores duros y en el relevamiento de necesidades de la operación, se realizaron reuniones periódicas junto con las áreas mencionadas, y se estableció una agenda de temas centrales para mejorar la calidad de atención al cliente.

| Satisfacción de Clientes Servicios Fijos 2013 | |
|--|-----------|
| Cantidad de encuestas de calidad de servicio telefónicas realizadas | 1.601.639 |
| Índice de Satisfacción por servicio - Atención comercial ⁽¹⁾ | 73,3% |
| Índice de Satisfacción por servicio - Atención Técnica Voz ⁽¹⁾ | 67,3% |
| Índice de Satisfacción por servicio - Atención Técnica Internet ⁽¹⁾ | 64,2% |

(1) Promedio 2013.

6.2.3. Infraestructura de redes

En la red fija continuamos con el despliegue de líneas de nueva generación (NGN, *Next Generation Networks* o Conmutación de Nueva Generación) para atender la demanda de nuevas líneas y la necesidad de llegar con un ancho de banda mayor a la casa del cliente. Al cierre del mes de diciembre de 2013, el número de líneas NGN instaladas superó las 1.160.000.

En cuanto a la transmisión, los servicios de datos y la venta de ancho de banda a otros operadores continuaron siendo los demandantes de mayor capacidad, con importantes crecimientos. En la red interurbana se construyeron 500 km de nueva infraestructura, de los cuales 100 km se terminaron de equipar con fibras ópticas; quedando 400 km en etapa final de implementación. Se dio inicio al despliegue a nivel interurbano de una nueva red DWDM (multiplexación por división en

longitudes de onda densas) de alta capacidad, y segurización inteligente por múltiples caminos físicos. Por otra parte, en el Área Múltiple Buenos Aires, se instaló otra red DWDM de última generación, destinada a mejorar la oferta de ancho de banda demandada por el mercado y a soportar las nuevas arquitecturas de la red de transporte.

En relación con otros operadores, durante 2013 se habilitó la capacidad necesaria para atender las fuertes demandas de los países limítrofes de la República Oriental del Uruguay y de la República del Paraguay, y se trabajó en la instalación de infraestructura para atender las del Estado Plurinacional de Bolivia.

Por otra parte, en 2013 se habilitaron 16 nuevas centrales con servicio de banda ancha, para ampliar su disponibilidad. Para mejorar el servicio,

continuó el proyecto de acortamiento de loop. De esta manera, más de 43.300 clientes ADSL activos tuvieron disponible la tecnología VDSL2 (Very high bit-rate Digital Subscriber Line), con la posibilidad de incrementar sensiblemente su velocidad de acceso a Internet.

También se continuó con la reconversión de arquitectura de la Red, que implica el reemplazo del cobre por la fibra óptica en diferentes puntos, con el objeto de mejorar la oferta comercial y la experiencia del usuario de Internet. Esta evolución hacia nuevas tecnologías contribuye a optimizar la calidad de servicio en cuanto a estabilidad y a disponibilidad.

En cuanto al transporte de video, se comenzó con los trabajos para permitir la oferta de transporte

de video de las señales del Mundial 2014 en High Definition (HD) desde el International Broadcast Centre de Río de Janeiro hacia la Argentina y la región, así como también su transporte a los Estados Unidos, a través del nodo de video de Miami y sus correspondientes interconexiones con empresas globales de transporte de video.

Por otra parte, se continuó con la implantación de la metodología Mejores Prácticas de Mantenimiento (MPM) para la red de acceso fija. La aplicación de esta metodología permitió que la mejora obtenida, al ser restaurada una zona, se mantuviera a lo largo del tiempo. Se sumaron más de 270 zonas de armario restauradas, y se acumularon más de 2.400 zonas restauradas con dicha metodología.

Actualmente en la Argentina existen instituciones y asociaciones a nivel nacional que cumplen con la función de defender los derechos de los consumidores. Entre estas se encuentran las oficinas de Defensa del Consumidor dependientes de los Gobiernos nacional, provinciales y municipales; la Comisión Nacional de Comunicaciones; y Registros de Control de nuestra actividad.

En Telecom contamos con diversas áreas que reciben las denuncias de los clientes ante los entes oficiales de todo el país. Es nuestra vocación resolver los reclamos efectivos derivados por estos organismos en forma proactiva, respetando los tiempos establecidos por cada institución y buscando recuperar la relación de confianza cliente-empresa que se encuentra en conflicto.

En Telecom damos cumplimiento a estas leyes para continuar brindando a los clientes más y mejor respaldo.

SERVICIO UNIVERSAL

Para mayor información, ver la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.

6.3

INTERNET - ARNET

Canales de comunicación con nuestros clientes de Internet - Arnet



0800-555-9999: PARA CONSULTAR SOBRE SERVICIOS, FACTURACIÓN, ESTADO DE CUENTA, Y NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.



WWW.ARNET.COM.AR



MI CUENTA: PARA REALIZAR AUTOGESTIÓN DE CONSULTAS Y TRÁMITES. EN 2013 SE REALIZARON MEJORAS EN LAS FUNCIONALIDADES: ACCEDER A DATOS DE CONSUMOS Y GESTIONES INGRESADAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS, CONSULTAR ÚLTIMAS FACTURAS, ABONARLAS, ACCEDER AL ESPACIO DE COMUNICACIÓN SIN TENER QUE TRASLADARSE A UNA OFICINA COMERCIAL Y DE SEGUIMIENTO DE TRÁMITES, ENTRE OTROS.



OFICINAS COMERCIALES: EN TODO EL PAÍS.



CLUB ARNET: PROGRAMA DE BENEFICIOS EXCLUSIVO PARA CLIENTES ARNET, POR MEDIO DEL CUAL LOS SOCIOS PUDIERON ACCEDER A BENEFICIOS SIN CARGO, PREESTRENOS EXCLUSIVOS, DESCUENTOS ESPECIALES, SORTEOS Y CONCURSOS.



REDES SOCIALES: PRESENCIA EN FACEBOOK Y EN TWITTER PARA RESOLVER TODAS LAS CONSULTAS Y RECLAMOS DE LOS CLIENTES.

Entre las principales novedades de Arnet durante 2013 se destacan:

Seguridad de acceso a contenidos

Continuamos trabajando en la seguridad de acceso a los módems Wifi mediante un kit de Seguridad pago que protege la computadora, cuida la información almacenada, preserva los datos personales, evita el acceso de intrusos y limita la actividad de los hijos en Internet. Esto se sumó a las acciones de claves personalizadas por módem y educación a los clientes con material informativo sobre las precauciones respecto del uso de redes inalámbricas. Además, se realizaron controles sobre el acceso al contenido adulto dentro de Arnet Play mediante el control parental. *Para mayor información, ver el capítulo "Transparencia y gobierno corporativo", sección "Privacidad de la información y manejo de datos".*

Participación de Arnet en eventos deportivos y culturales

Para mayor información, ver el capítulo "Comunidad", secciones "Telecom y la cultura" y "Telecom, el deporte y la integración".

¡Disfrutá de los beneficios de Club Arnet en Mar del Plata y Villa Gesell!

| | |
|--|--|
| Fiebreo ¡COMPRANDO DE REGALO, LOS VIERNES! Además, 24 hs de 24hs, todos los días, 2000 horas de música. | Sacoa SER DE CORTESÍA, LOS VIERNES. Además, 20 de cortésia extra con tu compra de 2000 horas de música, los viernes y 10 de cortésia. |
| Aquarium ¡MÁS A TRAVÉS DE ARNET PARA MENORES Y 20% DE PVP, LOS SÁBADOS! Además, 20% de descuento, todos los días, 2000 horas de música. | INTERLAGOS ¡TODOS PARA CARRERA GRATIS, LOS VIERNES! Además, 20% de descuento, todos los días, 2000 horas de música. |
| ATLAS ¡COMPRAN POCOS CILINDROS Y 1 LITRO DE GASOLINA GRATIS, LOS VIERNES! Además, 20% de descuento, todos los días, 2000 horas de música. | SUBWAY ¡ESTÉN SIEMPRE EN COMIDA DE DOMINGO A JUEVES! 2000 horas de música. |

¿Todavía no sos socio?
Asociate en www.clubarnet.com.ar o acercate a cualquiera de los stands y llevate tu tarjeta en el momento.
Planetas: Av. Bunge 400 - Córdoba. Av. Directoro 190 - Los Andes.

Club Arnet | **Arnet**

¡Con Arnet Play disfrutá del mejor entretenimiento!

¿Qué es Arnet Play?
Es el servicio de streaming de video de Arnet que te permite disfrutar online miles de películas, documentales, series y contenido adulto en tu tele y en tu compu, cuando quieras, donde quieras y en calidad HD y 3D.

¿Cómo es el servicio?
Arnet Play te permite disfrutar con una suscripción con más de 2500 títulos incluidos, y además, tenés los mejores estrenos mes a mes y otros contenidos a los que se puede acceder pagando para verlos.

¿Cómo puedo acceder al servicio?
Desde una compu, ingresá en tu navegador arnetplay.com.ar con tu usuario y password. De esta manera, podés disfrutar del mejor contenido sin necesidad de moverte de tu casa, pero además, cuando salís, podés verlo donde estás. Solo necesitás una conexión de banda ancha disponible. Además, podés conectar tu compu a la tele con un cable HDMI y disfrutar de todo el contenido en pantalla grande.

Sólo por \$25 Aprovechá esta promo exclusiva para clientes Arnet por mes, los primeros 6 meses*

Pedilo en arnet.com.ar y extendé la promo a 12 meses.

Todos los días de 8 a 21 hs. / **0800 555 9999**

Arnet OPLAY | **Arnet**

arnetplay.com.ar / 0800 555 9999

6.4 SERVICIOS MÓVILES – TELECOM PERSONAL Y NÚCLEO



Canales de comunicación con nuestros clientes de Telecom Personal

Canales Generales



***111 Y 0800-444-0800:** LÍNEAS MEDIANTE LAS CUALES ATENDEMOS LAS CONSULTAS DE NUESTROS CLIENTES Y BRINDAMOS SOLUCIONES POR MEDIO DE REPRESENTANTES CAPACITADOS.



REDES SOCIALES: POR MEDIO DE FACEBOOK Y DE TWITTER BRINDAMOS CONTINUA RESPUESTA A INQUIETUDES Y SOLICITUDES, COMUNICAMOS SOLUCIONES Y BENEFICIOS, Y DIFUNDIMOS ACCIONES SOLIDARIAS DE DIFERENTES INSTITUCIONES. ADEMÁS TENEMOS PRESENCIA EN FOURSQUARE, YOUTUBE, GOOGLE+, LINKEDIN Y PINTEREST. DURANTE 2013 SE TRABAJÓ EN MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO.



WWW.PERSONAL.COM.AR: WEB QUE BRINDA LA POSIBILIDAD DE CANALIZAR DUDAS, CONSULTAS Y SOLICITUDES. TAMBIÉN CUENTA CON LA TIENDA PERSONAL PARA VENTA DE EQUIPOS Y LÍNEAS.



CHAT PARA COMUNICARSE CON UN REPRESENTANTE.



MI CUENTA PERSONAL: APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS ANDROID MEDIANTE EL CUAL LOS CLIENTES PUEDAN CONSULTAR Y AUTOGESTIONAR LOS SERVICIOS DE SU LÍNEA DESDE EL TELÉFONO MÓVIL. SE REALIZARON MEJORAS DE USABILIDAD Y DE ACCESIBILIDAD.



HERRAMIENTAS DE AUTOGESTIÓN: PORTAL WAP, IVR (RESPUESTA DE VOZ INTERACTIVA; EN INGLÉS, *INTERACTIVE VOICE RESPONSE*), USSD (CONSULTA DE SALDO SIN CARGO; EN INGLÉS, *UNSTRUCTURED SUPPLEMENTARY SERVICE DATA*), SMS, ASTERISCOS PREPAGO Y APP MÓVIL PARA ANDROID, PARA CONSULTAS, TRÁMITES Y DEMÁS OPERACIONES RELACIONADAS CON EL SERVICIO.



Canales Especializados



***BLACK Y 0800BLACK:** ATENCIÓN EXCLUSIVA A CLIENTES DE PERSONAL BLACK.



***88988:** CANAL DE SOPORTE PARA LOS EJECUTIVOS DE VENTA POR CONSULTAS DE GESTIONES DE VENTA Y POSTVENTA.



0800-888-4422: ATENCIÓN EXCLUSIVA A EMPRESAS.



ATENCIÓN EXCLUSIVA SEGMENTADA A EMPRESAS POR E-MAIL: CONTINUAMOS BRINDANDO ATENCIÓN TELEFÓNICA ESPECIALIZADA PARA UN AMPLIO ABANICO DE TEMAS. NUESTROS REPRESENTANTES CUENTAN CON EL EXPERTISE ADECUADO PARA DAR RESPUESTA A TEMAS COMPLEJOS Y ESPECÍFICOS:
 ATENCION.BLACKEMPRESAS@PERSONAL.COM.AR
 ATENCIÓN.EMPRESAS@PERSONAL.COM.AR
 ATENCIÓN.NEGOCIOS@PERSONAL.COM.AR
 ATENCIÓN.PYMES@PERSONAL.COM.AR
 ATENCIÓN.PROFESIONALES@PERSONAL.COM.AR



CÉLULA DE ATENCIÓN DE ROAMING INTERNACIONAL: SE ACCEDE LLAMANDO AL *111 OPCIÓN 4.4, O AL +54-11-5100-1455.



CÉLULA 3G: CANAL EXCLUSIVO PARA ASESORAMIENTO SOBRE INTERNET MÓVIL. SE ACCEDE LLAMANDO AL 0800-444-4434 (3G).



***99999:** SOPORTE DE VENTA A LOS AGENTES DE TELECOM PERSONAL.



***CLUB:** ALINEAMOS LA ATENCIÓN DE CLUB PERSONAL AL RESTO DE LOS CANALES DE ATENCIÓN.

6.4.1. Aspectos de salud y seguridad de nuestros productos y servicios

Exposición de ondas de radio

Los terminales que comercializamos son diseñados y fabricados para cumplir con los requisitos definidos para la exposición de ondas de radio, basados en directrices científicas que establecen márgenes de seguridad con el fin de proteger la salud de las personas. Los parámetros de exposición de ondas de radio utilizan una unidad de medida denominada Tasa de Absorción Específica o SAR (por sus siglas en inglés, *Specific Absorption Rate*). Las pruebas SAR se realizan empleando métodos normalizados, con el teléfono transmitiendo en el nivel más elevado de potencia autorizado en todas las bandas de frecuencia utilizadas.

En el Grupo Telecom, exigimos a los fabricantes de teléfonos móviles que informen, en todos los manuales de los dispositivos, acerca de la exposición de ondas de radio y la tasa de absorción específica o SAR. Aunque puede haber diferencias entre los niveles SAR de diversos modelos de teléfonos y en varias posiciones, todos cumplen con los requisitos de seguridad establecidos.

Trabajo conjunto con municipios

Como pioneros en el lanzamiento de las nuevas tecnologías que permitieron la evolución de las comunicaciones móviles, asumimos el desafío de

invertir en tecnología compatible y respetuosa de la comunidad. Para ello trabajamos con el resto de las empresas de telecomunicaciones y en conjunto con los municipios a fin de consensuar la normativa referida a la instalación de infraestructura que permita garantizar calidad y cobertura en las comunicaciones de cada localidad, y cumplir con los estándares de emisión de radio-bases establecidos por la autoridad nacional y alineados a las buenas prácticas definidas por los

acuerdos firmados entre las operadoras móviles y la Federación Argentina de Municipios (FAM).

Seguridad

Continuamos informando a nuestros clientes sobre el Servicio Anti-SPAM de SMS y herramientas de control de SPAM (Firewall de SMS).

6.4.2. Atención al cliente

Durante 2013 seguimos trabajando para alcanzar el objetivo de brindar a nuestros clientes un servicio de atención eficiente, con el que se pudieran realizar gestiones y autogestiones de manera simple, rápida y por el canal preferido. Así, 6.506 representantes de atención de Telecom Personal en todo el país estuvieron a disposición de los clientes para asegurar una eficiente atención. Se realizaron avances en las siguientes iniciativas:

Profundización de canales autogestionables

- Avanzamos poniendo el foco en promover la autogestión y en mejorar la usabilidad y desempeño de los canales.
- Portal Personal, Apps Móviles y Mi cuenta Personal. Durante el año se trabajó en mejoras para la accesibilidad de los usuarios, en una estrategia *multidevice* (mediante la adaptación a pantallas de computadoras y de tablets), menos clics hacia las autogestiones, mejoras en accesibilidad y navegación para personas con diferentes tipos de discapacidades.

Atención preferencial

Realizamos la apertura en la atención de clientes Club Personal Black y Platino, dando prioridad en el modelo de atención.

Evolución del Modelo Customer Experience

Se comenzó a desplegar la metodología NPS (Net Promoter System) en los canales de atención al cliente comenzando con pilotos en las tres modalidades de contacto: presencial, telefónico y autogestionable (IVR). Consiste en trabajar sobre el *feedback* del cliente en cada contacto y generar las iniciativas de mejora que apalanquen el indicador de recomendación del cliente a través de un proceso metodológico de mejora interna y hacia el cliente.

RESULTADOS DE MULTICANALIDAD

| | |
|--|---|
| USSD (en inglés, <i>Unstructured Supplementary Service Data</i> ; corresponde a la consulta de saldo sin cargo a través del celular) | + de 3.886 millones de contactos |
| Autogestión IVR (Respuesta de Voz Interactiva; en inglés, <i>Interactive Voice Response</i>) | + de 69 millones de contactos |
| Llamadas atendidas | + de 52 millones de llamadas |
| Autogestión web | + de 16 millones de sesiones |
| Autogestión wap | + de 5,9 millones de sesiones |
| Autogestión de aplicaciones móviles | + de 1 millón de sesiones (Tienda Android) |
| Redes sociales | + de 1 millón de interacciones |
| E-mail | + de 330.000 contactos |
| Chat | + de 5.000 contactos |
| SMS | + de 38 millones de mensajes |
| Asteriscos prepago *150, *151 y *152 | + de 1.000 millones de consultas |

CLUB PERSONAL

Con más de 4 millones de socios, Club Personal apunta su nueva estrategia de fidelización a mejorar la experiencia de nuestros clientes, brindando beneficios a la medida de sus necesidades. La identificación de cada socio y su acceso a los beneficios se realiza en cuatro categorías: Black, Platino, Oro y Plata. De esta manera, los socios acceden, según su categoría, a extras en consumos, descuentos, premios y tratamiento vip. Migramos a un esquema más tecnológico e innovador, que es el código de descuento. Esta nueva estrategia está alineada al concepto de marca "Cada persona es un mundo".

6.4.3. Calidad en la atención en oficinas comerciales

Comprometidos con brindar la mejor atención a nuestros clientes en las oficinas comerciales, durante 2013 desarrollamos los siguientes proyectos:

Programa de Monitoreo en las Oficinas Comerciales

El equipo de Monitoreo de la Calidad de la Gerencia de Entrenamiento, Comunicación y Monitoreo Operativo realizó regularmente visitas a las oficinas con el objetivo de calificar aquellos aspectos que hacían a la gestión general de la oficina y que impactaban directamente en la satisfacción de los clientes: calidad en la atención de la recepción, calidad en la atención de los representantes de atención, calidad en la atención sobre la gestión del *back office* e imagen general de la oficina comercial.

Programa de Monitoreo de Líderes en Oficinas Comerciales

Durante 2013, se diseñó un programa de monitoreo de la calidad en la atención a cargo de los líderes de oficinas comerciales, que permitió monitorear la calidad en la atención en forma continua, y asegurar de manera continua la satisfacción y lealtad del cliente, ya que se trabajaba *just in time* en las oportunidades de mejora detectadas en la atención. Dicho programa se implementó en 40 oficinas comerciales y alcanzó a 88 mandos medios.

Programa de calibración de líderes en el Enfoque de Calidad en la atención

Con el fin de asegurar una mirada unificada de calidad en la atención entre analistas y líderes de oficinas comerciales, se implementó un programa mensual de calibración del enfoque de la calidad en la atención que comparó las calificaciones individuales de cada líder con relación a la del experto de calidad, en un caso testigo de análisis.

Plan de Despliegue de Oficinas Comerciales.

Abrimos dos nuevas oficinas comerciales: una en Belgrano (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) y otra en San Miguel (provincia de Buenos Aires), que se sumaron a la reforma de la oficina 9 de Julio, en la ciudad de Córdoba. De esta manera, contamos con 11 oficinas comerciales con el Nuevo Modelo de Atención en Argentina.

Accesibilidad

Trabajamos para que nuestras oficinas comerciales fueran inclusivas y permitieran el acceso a todas las personas.



ACCESIBILIDAD EN OFICINAS COMERCIALES 2013

| BAÑOS PARA DISCAPACITADOS | |
|---|----|
| Oficinas con baños para discapacitados | 50 |
| Oficinas sin baños para discapacitados | 17 |
| RAMPAS | |
| Oficinas con rampas instaladas | 42 |
| Oficinas sin necesidad de rampas | 20 |
| Oficinas sin rampas y con necesidad de rampas | 5 |

Oficinas comerciales

67

Oficinas bajo el Nuevo Modelo de Atención

11

Puntos de atención de posventa propia con agentes en todo el país

43

Puntos de venta agentes

886

Puntos de venta *retail*

965

116



Entrenamiento a empleados de la Dirección Comercial

En 2013 se realizaron diversas acciones de capacitación destinadas a los integrantes de la Dirección Comercial con el objetivo de formar a los recursos en las habilidades y conocimientos requeridos para asesorar integralmente a nuestros clientes. De este modo se contribuyó al logro de los objetivos estratégicos de la Compañía. Se llevaron a cabo las siguientes iniciativas:

- Capacitaciones presenciales para ingresantes.
- Capacitaciones sobre el Nuevo Modelo de

Atención en oficinas comerciales.

- Entrenamiento para el desarrollo de habilidades blandas (técnicas de calidad de atención, venta y negociación) para los recursos *front* de oficinas y agentes de postventa.
- Programa Especialistas High Tech para un grupo de especialistas de la fuerzas de ventas directas.
- Entrenamiento del personal existente. Capacitaciones sobre terminales, metodología NPS (Net Promoter Score), en diferentes modalidades (presencial, *e-learning*).

EMPLEADOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL CAPACITADOS EN 2013

| | |
|---|--------|
| Cantidad de empleados que asistieron a la formación | 2.313 |
| Cantidad de horas de <i>e-learning</i> (anual dotación) | 12.913 |
| Cantidad de horas de capacitación presencial por instructor | 7.403 |
| Cantidad de evaluaciones de admisión | 576 |
| Cantidad de personas en inducción | 262 |

Entrenamiento a empleados de la Dirección Customer Care - Contact Centers propios y tercerizados

Con el objetivo de capacitar y mantener actualizada a toda la población de los Contact Centers directos e indirectos, les brindamos a sus integrantes entrenamiento presencial y virtual, con diseño de contenidos adaptados y definición de metodologías que aseguraron la capilaridad de las temáticas y su comprensión. Contamos con seis Contact Centers tercerizados (diez *sites*) y dos propios, con una dotación estimada en más de 7.500 representantes y mandos medios. Trabajamos para lograr capilaridad en los conceptos y unificar el conocimiento para lograr una respuesta única frente a una misma consulta del cliente, apalancados con las herramientas virtuales y con la continua capacitación. Se trabajó para optimizar, dinamizar y eficientizar las herramientas de control y auditoría en los Contact Centers tercerizados, para asegurar así la calidad de contenidos alineados a Telecom Personal.

Se desarrollaron las siguientes acciones:

- Capacitaciones presenciales de inducción en Contact Centers propios y tercerizados (para nuevos ingresantes).
- Capacitaciones presenciales de los servicios especializados (contenidos de Redes Sociales, Black, High Tech, Retención y Restitución, y Club Personal, para lograr un mayor *expertise*).

- Entrenamiento para el desarrollo de habilidades tecnológicas en primera línea (en conjunto con las marcas Nokia, BlackBerry, Motorola, Samsung, LG, etc).

- Programa de entrenamiento orientado al soporte en temáticas de *roaming*.

- Programa de formación en facturación diferenciada por mercado (Personal con tarjeta, abono fijo, factura y empresas).

- Cambio conceptual y de diseño en capacitaciones vía *e-learning* para captar la atención del cliente interno actual.

- Programa NPS (Net Promoter Score) - Formación en habilidades de gestión para mandos medios.

ENTRENAMIENTO DEL EQUIPO DE CUSTOMER CARE

- 7.935 personas participaron de las capacitaciones ⁽¹⁾
- 30.956 horas de *e-learning*
- + de 390.000 horas de capacitación ⁽¹⁾
- 70.687 participaciones en *e-learning* y capacitación
- + de 70.000 evaluaciones
- 5.160 personas en inducción

(1) Incluyó capacitación en Contact Centers propios y tercerizados.

6.4.4. Gestión de reclamos

Con el propósito de reducir la cantidad de reclamos recibidos, continuamos implementando un proyecto con indicadores propios y con seguimiento continuo.

Se realizó el monitoreo de todas las quejas de clientes y se dio intervención a todas las áreas de la Compañía necesarias para su resolución. Esto estuvo plasmado en un Tablero de Reclamos men-

sual, que fue presentado a los Directores de la Compañía.

Se trabajó fuertemente en el análisis de las causas, se simplificaron los procesos de atención al cliente, se implementaron diversas acciones de fondo que eliminaron de raíz los inconvenientes y se capacitó y se comunicó a nuestros representantes las mejoras definidas para una mayor resolución.

PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Actualmente existen instituciones y asociaciones a nivel nacional que cumplen con la función de defender los derechos de los consumidores. Entre estas se encuentran las oficinas de Defensa del Consumidor dependientes de los Gobiernos nacional, provinciales y municipales; la Comisión Nacional de Comunicaciones; y Registros de Control de nuestra actividad.

En Telecom contamos con diversas áreas que reciben las denuncias de los clientes ante los entes oficiales de todo el país. Es nuestra vocación resolver los reclamos efectivos derivados por estos organismos en forma proactiva, respetando los tiempos establecidos por cada institución y buscando recuperar la relación de confianza cliente-empresa que se encuentra en conflicto.

En Telecom damos cumplimiento a estas leyes para continuar brindando a los clientes más y mejor respaldo.

Periódicamente publicamos nuestras tarifas a través de los distintos canales de comunicación vigentes y asesoramos a los clientes para que puedan tomar decisiones pertinentes sobre sus consumos.

Además, mediante la aplicación para teléfonos inteligentes de Mi cuenta Personal o a través de la Web de Personal, en la sección Mi Cuenta, los clientes pueden consultar el saldo de su factura, estar al tanto de los consumos de voz y de datos, ver el detalle de sus consumos, conocer los servicios activos y gestionar la baja de suscripciones, consultar la cantidad de puntos y beneficios de Club Personal, geolocalizar los Centros de Atención Personal, activar packs, elegir los números amigos y muchas gestiones más. Unos 1,5 millones de clientes gestionan los servicios de su línea a través de la Web de Personal, y más de 700.000 utilizan la aplicación Mi Cuenta desde sus smartphones.

Los perfiles de Telecom Personal en las redes sociales son cada vez más elegidos por los clientes para gestionar sus trámites de forma rápida y cómoda. De esta manera, continuamos ampliando los canales de información y contacto con los clientes, con el fin de propiciar una relación más cercana y brindarles soluciones rápidas sobre la gestión de sus líneas.

En 2013 lanzamos una nueva factura que tuvo como objetivo alinearla a la imagen integral y mejorar la experiencia de nuestros clientes a través de un mejor ordenamiento de datos. Se diferenció por colores cada segmento (Black, Empresas, Masivo), se unificó el resumen de cuenta y la factura en una sola hoja, y se incluyó información de interés como el Programa Club Personal.

Reglamento de los Usuarios de Servicios de Comunicaciones Móviles

Para mayor información, ver punto B.2.2.1 de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.

Cambio en la modalidad de tasación de los Servicios Móviles y de la información de las condiciones de planes comerciales móviles

Para mayor información, ver punto B.2.2.1 de la Memoria y Estados Financieros al 31 de diciembre de 2013.

6.4.5. Medición de la calidad y satisfacción de clientes de Servicios Móviles

Como parte del objetivo de mejora continua en la medición de la satisfacción del cliente, en 2013 decidimos realizar cambios en la estrategia de medición. Para esto, se realizó un estudio exploratorio cualitativo y reuniones con las diversas áreas a fin de validar la nueva metodología.

Detectamos la necesidad de cambiar la perspectiva de medición para que permitiera evaluar y analizar la multiplicidad de experiencias de clientes y, a la vez, siguiera brindando las métricas indispensables. Cambiamos el enfoque desde Satisfacción del Cliente hacia Recomendación (NPS: Net Promoter Score), cuyo eje está centrado en el vínculo

y experiencia del usuario con respecto a la Marca. De esta manera, avanzamos a un estudio mucho más estratégico y con capacidad de integrar las mediciones tácticas que se realizan específicamente para los canales.

Durante 2013 se realizaron más de 40.000 encuestas, que permiten detectar las causas raíz de los Promotores y Detractores de Personal y la competencia. De este modo se brinda un panorama de la importancia y performance de cada factor para los clientes. Los más influyentes en los resultados son la calidad y cobertura de la señal, la atención al cliente, y los precios, los planes y las promociones. En 2013, el NPS se constituyó en un indicador clave que forma parte del MBO (por sus siglas en inglés, *Management by Objectives*) de la alta dirección de la Compañía.

A nivel táctico también se realizaron importantes mejoras. Durante 2013 se discontinuaron las mediciones posteventos y se dio lugar a un esquema de NPS Táctico (*Bottom Up*), que permite dar, con una nueva dinámica de *high velocity, feedback* a la operación. Estas mediciones son el corazón del Programa Personal Wow!, donde los representantes, líderes y el resto de los mandos medios de Contact Centers, oficinas y también canales de *Selfcaring* por IVR acceden al *feedback* de la experiencia que tuvieron los clientes luego de 24 horas. De esta manera, ello permite generar nuevos espacios de aprendizaje y de optimización a través de iniciativas de mejora cercanas en el tiempo. Durante 2013, se realizaron más de 90.000 encuestas en los diferentes canales, lo que posibilitó la generación de más de 150 iniciativas de mejora.

6.4.6. Infraestructura de redes

Comprometido con la mejora de la calidad de sus servicios, Personal continuó avanzando en la reconversión tecnológica de su red y en la concreción del plan de inversiones. Estas obras se tradujeron en un aumento significativo de capacidad, que permitió brindar servicios con mayor calidad para el cliente. El plan de inversiones en 2013, destinado al desarrollo e innovación de la red de acceso móvil, fue de \$1.500 millones como parte del plan del Grupo Telecom, que alcanza los \$4.851 millones.

Se produjo un incremento considerable del tráfico de datos, duplicando el volumen respecto de 2012. Este aumento estuvo acompañado de un trabajo de optimización, priorización por impacto y ampliación de la red con la implementación de la segunda portadora, que se reflejó en la mejora de los indicadores de accesibilidad, tanto de voz como de datos, con valores del 97,5% y 98%, respectivamente.

Además, se está avanzando en la migración de la totalidad de las celdas a la tecnología 3G. En 2013,

logramos triplicar el ritmo de intervenciones sobre la infraestructura de redes para poder acompañar el crecimiento de la demanda.

La calidad del servicio dependió de una ecuación de tres factores: la reconversión tecnológica, el espectro disponible y la instalación de nuevos sitios. Los avances en este último punto estuvieron condicionados por la obtención de los permisos y habilitaciones municipales que permitieron su despliegue.

En 2013 hubo un importante avance en los planes de reemplazo y modernización de la red de acceso móvil, lo cual se reflejó en un aumento significativo de los sitios instalados respecto de 2012. Por estos planes se sustituyeron más de 680 sitios y se modernizaron más de 340 sitios (incluyendo, en este último caso, los sitios donde se adecuó el hardware para la segunda portadora, que permitió duplicar la capacidad de la radiobase).

Además se iniciaron acciones adicionales de veri-

ficación técnica de la calidad constructiva de las radiobases, con un consiguiente ciclo de mejora continua de la calidad de estas. También comenzaron a efectuarse mediciones de radiaciones no ionizantes (RNI) con mano de obra propia, las cuales complementaron las mediciones que sistemáticamente se venían realizando mediante proveedores externos.

La red de acceso móvil se encuentra certificada con las normas ISO 9001:2008 (de alcance nacio-

nal) e ISO 14001:2004 (regiones Litoral y Mediterránea, lo que representa los sitios de 13 provincias argentinas). En 2013 se amplió el alcance de ISO 14001:2004 a los sitios de la Región Mediterránea.

Para mejorar la cobertura (cantidad de ciudades cubiertas) y la capacidad (posibilidad de atender las demandas simultáneas de los clientes) de la red de acceso móvil, permanentemente se realizan mediciones de los parámetros relevantes y comparaciones con las redes de nuestros competidores.

Durante 2013, Telecom Personal continuó promoviendo su estrategia comercial de plataforma de Operadores Móviles Virtuales, ampliando el acuerdo realizado con Fecosur, que opera la marca NUESTRO con cobertura nacional, a través del uso de la red y de sistemas de Personal. En el transcurso de 2013, se lanzaron nuevas localidades donde NUESTRO comercializó su servicio.

Además, se trabajó en el *portfolio* de planes y servicios en el mercado puntual de las cooperativas, lanzando promociones de doble de crédito y *packs* de SMS adicionales a las recargas. De esta manera, se logró que las cooperativas tuvieran una oferta adaptada a las necesidades del mercado, mejorando su competitividad y manteniendo su estrategia basada en precios diferenciales.

Adicionalmente, se trabajó con NUESTRO en la implementación de *Workshops* de venta con el fin de capacitar e incentivar la venta adaptada a las distintas necesidades regionales. Estos talleres fueron realizados con el asesoramiento profesional de Personal.

NÚCLEO S.A. (PERSONAL EN EL PARAGUAY)

OFERTAS Y PRODUCTOS

Las acciones comunicacionales de Núcleo a comienzos del 2013 se focalizaron en la Portabilidad, trabajando fuertemente en la transparencia y en la conciencia sobre el impacto que representaba la posibilidad de que el usuario tenga la libertad de elegir el operador manteniendo su mismo número.

A mediados de 2013, Núcleo se enfocó en un nuevo concepto "Recargá con tu Personal y obtené beneficios directos en Llamadas, Mensajes e Internet", para resaltar la conveniencia de cargar crédito y ofrecer beneficios asociados a la recarga, así como también para enfatizar en la sinergia entre la oferta, la comunicación y el punto de venta, y generar una experiencia

distinta al cliente.

Asimismo, se incentivó el consumo de los servicios de valor agregado, servicios financieros móviles e Internet. Los contenidos se focalizaron en el segmento Joven (música, juegos, deportes). Por el lado de Internet, Núcleo basó su campaña de comunicación sobre la velocidad y su "Mega Experiencia" y se destacó en el mercado por ser la primera Compañía en lanzar LTE.

En lo que respecta a la retención y fidelización de clientes, se potenciaron las campañas para mantener y aumentar el valor en los clientes (CRM, consolidación del Club Personal, cambios de terminales entre otros).

COMUNICACIÓN Y OPERACIONES COMERCIALES

Durante el 2013 se completó el programa de renovación de oficinas comerciales regionales para dar mejores comodidades a clientes y vendedores. En cuanto a la gestión comercial, se realizaron varias acciones como el Programa de Excelencia en Gestión de Agentes, enfocado en estandarizar procesos y metodologías entre los agentes oficiales, y la conversión de la fuerza de ventas directas de un prestador de servicios a una fuerza de ventas freelance con vendedores independientes. Esto permitió a los vendedores lograr mejores ingresos por productividad.

Como cierre del primer año de vigencia de la Portabilidad Numérica, se obtuvo un balance positivo, no solo por la cantidad de portaciones

netas logradas, sino por su valor de mercado, ya que se han incorporado clientes de alto valor.

Las inversiones en cobertura de red fueron acompañadas comercialmente. Se abrieron nuevos puntos de activación y de venta en las zonas de nueva cobertura, lo que ha permitido superar los 20.000 puntos de venta Maxicarga.

En el área de soluciones móviles, se realizó un upgrade completo del portafolio de aplicaciones disponibles, con lo que se logró recuperar terreno frente a la competencia. Además se lanzó una nueva oferta de productos integrados llamada "Gestión 360°", que marca un hito en cuanto a ofertas para empresas.

SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

En 2013 introdujimos la herramienta Customer Experience (Experiencia del Consumidor), que permite medir el grado de recomendación de

los clientes cada vez que estos se contactan ante cualquier reclamo, consulta o servicio a través de los canales de atención disponibles.

6.5

GRANDES CLIENTES

Canales de comunicación con nuestros Grandes Clientes



0800-555-7247 (PAIS): PARA CONSULTAS SOBRE TODOS LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA.



0800555PAIS@TA.TELECOM.COM.AR



0800-888-7888: DEDICADO AL SEGMENTO DE GRANDES CLIENTES Y GOBIERNO PARA LA ATENCIÓN DE CONSULTAS TÉCNICAS DE POSVENTA Y DE RECLAMOS TÉCNICOS.



SITIO WEB:
WWW.TELECOM.COM.AR/GRANDES-CLIENTES



EJECUTIVOS DE CUENTA.



ATENCIÓN MÓVIL: ANTE SOLICITUDES URGENTES QUE REQUIEREN TRATAMIENTO FUERA DEL HORARIO DE LUNES A VIERNES DE 9.00 A 18.00 HORAS. EN ESOS CASOS, LOS CLIENTES DEBEN CONTACTARSE POR CORREO A **GUARDIAGGCCMOVIL@PERSONAL.COM.AR**, O TELEFÓNICAMENTE AL **0800-777-4422 (GGCC)**.

En Telecom Grandes Clientes tenemos como objetivo brindar soluciones integrales de comunicaciones con alto valor agregado. Para ello empleamos tecnología de última generación y servicios *end to end* que contemplan desde la consultoría hasta la implementación. Nuestros clientes abarcan desde grandes empresas de la Argentina hasta Gobiernos en sus distintos niveles.

Durante 2013 se continuó evolucionando hacia los conceptos de Movilidad y Nube Argentina. Las empresas adoptaron nuevas tecnologías de acuerdo con las preferencias del consumidor y con las eficiencias operativas. El mercado habló de la tercera plataforma, que era la esencia de la movilidad; albergó grandes volúmenes de información desde la nube, a la que se pudo acceder desde cualquier

lugar a través de dispositivos móviles. En Telecom contamos con una amplia oferta de servicios *Cloud*, basados en la infraestructura de Datacenters y en la Red, así como con un equipo de profesionales y especialistas para atender las necesidades específicas de las empresas.

Realizamos una alianza con SAP para comercializar soluciones de movilidad dentro de la familia de servicios de La Nube Argentina de Telecom.

En cuanto a la certificación ISO 9001:2008, y en concordancia con la nueva organización implementada en la Unidad Fija, en 2013 evolucionamos nuestra estrategia de calidad para migrarla a un modelo más funcional al negocio, con iniciativas lideradas por la Gerencia de Procesos y Calidad.

6.5.1. Indicador Estratégico de atención a clientes

Continuamos monitoreando el Indicador Estratégico de Atención a Clientes a través del 0800 PAIS, para medir los reclamos recibidos y cerrados. Este servicio estipula la atención del 95,1% de las llama-

das recibidas. El promedio de resolución de reclamos durante 2013 fue de quince días en los servicios de datos y de cinco días en los servicios de voz.

| ALCANCE DE SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE | 2012 | 2013 |
|---|--------------|--------------|
| Llamadas entrantes al 0800-PAIS | 30.005 | 29.879 |
| CASOS ANALIZADOS | 2.721 | 2.671 |
| Gestiones administrativas | 2.287 | 2.388 |
| Gestión del servicio | 342 | 145 |
| Reclamos comerciales resueltos | 88 | 101 |
| Bajas de productos | - | 37 |
| Quejas | 4 | - |

6.5.2. Medición de la calidad y satisfacción de Grandes Clientes

Se realizó la Encuesta de Satisfacción a 247 clientes, mediante la metodología de entrevista. Con esta herramienta se relevó la satisfacción respecto de diferentes aspectos del servicio (instalación, precio, ejecutivo, postventa comercial, postventa técnica)

tanto para productos de Servicios Fijos como Móviles. De esta manera, se elaboró un indicador que sintetizó las dimensiones relevadas (Índice de Satisfacción General).

| GRANDES CLIENTES - ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL | 2013 |
|---|------|
| Cientes convergentes ⁽¹⁾ | 78% |
| Cientes fijos | 84% |
| Cientes móviles | 74% |

(1) Son los Grandes Clientes que hoy cuentan con atención y servicios, tanto en los Servicios Fijos como en los Servicios Móviles.

En 2013 mantuvimos las siguientes certificaciones para nuestro Centro de Datos de Pacheco:

- Reporte ISAE 3402 / SSAE 16. Lineamientos que establecen objetivos de control y controles asociados con la infraestructura y con seguridad física del Centro de Datos. Certificamos tanto la norma SSAE (Statement on Standards for Attestation Engagements), de origen norteamericano, como la ISAE (International Standards for Assurance Engagements), utilizada en Europa.
- BCRA Comunicación A 4609. Requerimientos sobre la organización funcional y la gestión de la tecnología informática y de sistemas, la protección de activos de información, las operaciones y el procesamiento de datos, y la delegación de actividades propias de la entidad en terceros.
- ISO 27001. Certificado que abarca a todo el Grupo y que proporciona un marco de gestión de la seguridad de la información.

6.6

WHOLESALE: NACIONAL, INTERNACIONAL Y MÓVIL

{ Todos los negocios mayoristas, nacional, internacional y móvil, se brindan a través de la Unidad Wholesale. }

Canales de comunicación con nuestros clientes de Wholesale



0800-555-OPER: PARA GESTIONAR CONSULTAS Y RECLAMOS CORRESPONDIENTES A LOS SERVICIOS OFRECIDOS.



CAO_TELECOM@TA.TELECOM.COM.AR

6.6.1. Wholesale Nacional

Durante 2013 continuamos siendo uno de los proveedores líderes de soluciones mayoristas de telecomunicaciones para los diferentes operadores fijos y móviles, operadores independientes, operadores locales, prestadores de servicios de Internet y de Valor Agregado, licenciatarios de telefonía pública, operadores de cable, canales de TV, radios, productoras portales de Internet, cooperativas telefónicas y otros prestadores de servicios de telecomunicaciones.

Entre las acciones destacadas del año para Wholesale Nacional, se encuentran las siguientes:

- **Transporte de señales de televisión.** Impulsamos nuevas inversiones en la red de video de Telecom enfocadas en la tecnología High Definition (HD), y logramos transmisiones en vivo a nivel nacional e internacional y para diversos medios.
- **Sistema Argentino de TV Digital terrestre.** Continuamos afianzándonos como principal proveedor de soluciones integrales de transporte y distribución de video para la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales (ARSAT).
- **Cooperativas telefónicas.** Acompañamos el

desarrollo del mercado de Internet, brindando ampliaciones de capacidad y nuevos servicios de conectividad dedicada a Internet para 190 cooperativas.

■ **Servicios regionales.** Realizamos nuevas ventas de servicios regionales, conectando a la Argentina con el Uruguay y el Paraguay, para *carriers* de primer nivel en los Estados Unidos.

■ **Datos e Internet.** Nuevamente, nos concentramos en el servicio de Tránsito IP demandado por los distintos operadores para brindar conectividad a Internet a sus clientes de banda ancha fija y móvil.

■ **Servicios CDN (Content Delivery Network).** Desarrollamos nuevas ventas del servicio de *streaming* CDN, y posicionamos el producto en el mercado argentino. Telecom CDN© es capaz de soportar audiencias online de decenas de miles de usuarios concurrentes, lo que posibilita que dichas Compañías desarrollen sus actividades online, ya sea desde emitir en vivo de un canal de televisión por Internet hasta transmitir un congreso o un evento de manera online, u ofrecer dichos contenidos bajo demanda.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A CLIENTES WHOLESAL NACIONAL

| ASPECTO | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|------|------|-------|-------|-------|
| Satisfacción con el servicio | 95% | 91% | 90% | 90% | 93,1% |
| Satisfacción con la relación comercial ⁽¹⁾ | - | - | 88,5% | 97,5% | 82,8% |

(1) Esta pregunta reemplaza a la que se venía incluyendo en encuestas anteriores: ¿Cuán probable es que continúen utilizando los servicios de Telecom?

NORMA ISO 9001:2008

Mantuvimos la certificación de la norma ISO 9001:2008 respecto de nuestro Sistema de Gestión de Calidad (SGC) de Facturación del servicio de telefonía y datos a clientes en el ámbito nacional, incluidos los del segmento Wholesale Nacional.

6.6.2. Wholesale Internacional

En Wholesale Internacional brindamos servicios mayoristas de tráfico y de conectividad, estableciendo un nexo entre la Argentina y el resto del mundo. Los operadores internacionales de primer nivel demandan diversas soluciones en materia de servicios de telefonía, datos e Internet. De esta manera, por medio de los servicios internacionales, ofrecemos la posibilidad a nuestros clientes en la Argentina de realizar llamadas con la mejor calidad del mercado. A su vez, los principales *carriers* del mundo encuentran en Telecom Argentina un socio estratégico para ampliar su red y servicios en América del Sur.

Contamos con una subsidiaria en Miami para generar nuevas interconexiones con carriers internacionales, en un mercado internacional altamente competitivo. También brindamos servicios de telecomunicaciones para la comunidad latina residente en los Estados Unidos, principalmente a los argentinos.

En 2013 establecimos relaciones comerciales e interconexiones estratégicas con proveedores de terminación móvil en la región y con importantes

clientes y operadores móviles. En el mercado minorista, continuamos con la comercialización de productos y servicios de mayor contribución, tales como los servicios de transporte de datos a corporaciones y a integradores de soluciones globales.

Continuando con la expansión del nodo de video de alta definición, realizamos múltiples transmisiones de contenido audiovisual relacionadas con eventos desarrollados en la Argentina y con interés en el resto del mundo. Gracias al nodo de video en Miami, Telecom Argentina se transformó en la mejor opción para transmitir al exterior eventos deportivos argentinos de primer nivel.

Además, se habilitaron nuevas capacidades de transporte internacional en el marco del sistema de cable submarino de alta capacidad denominado "Cable Bicentenario", que conecta al Uruguay con la Argentina y con el mundo a través de las ciudades de Punta del Este (Uruguay) y Las Toninas (Argentina), para mejorar así la disponibilidad de capacidad de Internet de los habitantes del país vecino.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A CLIENTES WHOLESale INTERNACIONAL

| ASPECTO | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|------|------|------|
| Satisfacción con el servicio que recibe de Telecom Argentina (incluye "muy satisfecho" y "satisfecho") | 90% | 96% | 95% |
| Satisfacción con la relación comercial que mantiene con Telecom Argentina (incluye "muy satisfecho" y "satisfecho") | 86% | 96% | 95% |
| PREDISPOSICIÓN A AUMENTAR EL VOLUMEN DE NEGOCIOS QUE MANTIENE CON TELECOM ARGENTINA | | | |
| Seguramente aumentaría | 27% | 44% | 24% |
| Probablemente aumentaría | 57% | 37% | 42% |
| No estoy seguro de que lo aumentaría ⁽¹⁾ | - | 11% | 24% |
| Probablemente no lo aumentaría ⁽¹⁾ | - | 7% | 5% |
| NS/NC ⁽¹⁾ | - | 0,1% | 5% |

(1) Este indicador no se midió en 2011.

6.6.3. Wholesale Móvil

En Wholesale Móvil generamos relaciones comerciales mayoristas con otros operadores de telecomunicaciones para las necesidades de Telecom Personal, desde la terminación de una llamada entre Personal y otro móvil o fijo, o desde un fijo u otro móvil a Personal, entre otros.

Durante 2013 continuamos con la tarea de afianzar la relación con los operadores y prestadores de servicios de telecomunicaciones, federaciones de

cooperativas y prestadores de servicios de *clearing house* (centro distribuidor de información), para lo cual se firmaron nuevos contratos o se renovaron los existentes. También se firmaron acuerdos con algunas cooperativas para instalar nuevos sitios en sus respectivas localidades con el fin de mejorar la cobertura móvil en sus zonas de influencia. También se avanzó en la contratación de sitios no convencionales con el mismo propósito.

6.7

AVANCES 2013 Y OBJETIVOS PARA EL FUTURO

DESAFÍOS 2013

SERVICIOS FIJOS

- Adoptar la utilización, en la ciudad de Buenos Aires, del sobre de papel para la facturación procedente de fuentes responsables (FSC).
- Impulsar la adhesión a la factura online con el objetivo de reducir el consumo de papel.

INTERNET

Ampliar el portfolio de altas velocidades sobre tecnología VDSL, GPON y FTTH

SERVICIOS MÓVILES

- Trabajar para seguir innovando no solo en los servicios de valor, sino en la construcción de la oferta que les brindamos a nuestros clientes junto con los canales de contacto y atención.
- Realizar inversiones tecnológicas enfocadas en la adecuación de la cobertura, la capacidad de nuestra infraestructura y nuevas plataformas de servicio para atender con calidad los crecientes volúmenes de tráfico y ancho de banda generados por la expansión de la base de clientes.

GRANDES CLIENTES

- Profundizar el concepto de Nube Argentina e incorporar nuevos servicios para seguir creciendo en el mercado.
- Trabajar en soluciones integradas de Servicios Móviles que permitan brindar al cliente nuevas alternativas.
- Seguir sumando a nuestra campaña de reciclado de baterías a nuestros Grandes Clientes.

CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE

- Dar continuidad al Grupo de Trabajo Cross para el seguimiento de acciones y temas que apuntan a la mejora de la calidad de la banda ancha fija.
- Optimizar la Experiencia de Usuario mediante el monitoreo en forma periódica de la calidad de experiencia de usuario en términos de navegación, visualización de videos online y redes sociales, entre otros.
- Mejorar la calidad y disponibilidad de información a través de los sistemas, mejorando el desempeño de los procesos asociados con impacto directo en el cliente.

CUMPLIMIENTO 2013

CLIENTES Y CONSUMIDORES

- A partir de marzo se comenzó a enviar sobres FSC de papel para facturación dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y se alcanzó a aproximadamente 600.000 clientes mensuales.
- Se impulsó la adhesión a la factura online a través de la sección "Comunicándonos" de la factura de Telecom y Arnet. 154.000 clientes fueron adheridos a factura sin papel.

Se comenzaron a ofrecer nuevas velocidades de 20 y 30 MB a clientes en zonas con tecnología VDSL.

- Lanzamos una nueva línea de *packs* de servicios integrando Internet móvil, SMS y minutos a precios muy convenientes; consolidamos la plataforma de servicio de valor agregado Personal Juegos; y continuamos impulsando una estrategia en cuanto a conveniencia a través de beneficios en las recargas, así como también brindando ofertas y beneficios diferenciales para socios de Club Personal.
- Continuamos avanzando en la reconversión tecnológica de la Red y en la concreción del plan de inversiones destinado al desarrollo e innovación de la red de acceso móvil por un monto de \$1.500 millones. El Plan Nacional de Reconversión Tecnológica alcanzó más del 60% de la red de Personal con equipos de última generación, con el fin de duplicar la capacidad de la red 3G.

- Realizamos lanzamientos de nuevos servicios dentro de la Nube Argentina para ampliar las opciones a nuestros Grandes Clientes. Se destacó la alianza con SAP para comercializar soluciones de movilidad dentro de la Nube.
- A partir de la alianza con SAP, podemos ofrecer las herramientas MDM (Mobile Device Manager), que proporcionan una administración centralizada y segura de los dispositivos móviles, lo que posibilita el *delivery* de las aplicaciones corporativas por movilizar.
- Dentro de la campaña de reciclado de baterías, incorporamos a varios de nuestros Grandes Clientes; afianzamos nuestra relación comercial y creamos una relación entre empresas apoyada en el compromiso sustentable.

En 2013 se suprimió la Gerencia Calidad de Servicio al Cliente para distribuir la función en la Gerencia de Procesos y Calidad, dentro de la Unidad Fija, y en la Gerencia Soporte a la Operación del Negocio, dentro de la Unidad Móvil. La calidad de servicio es nuestra prioridad y por ello estamos trabajando para acompañar el crecimiento de nuestra industria con compromiso, acción y calidad.

Nuestros desafíos para 2014

Clientes y consumidores

SERVICIOS FIJOS

- Simplificar la factura a través de la unificación de conceptos con el objetivo de facilitar la lectura a nuestros clientes.
- Generar nuevos proyectos y analizar la experiencia del cliente en las distintas etapas para dar cuenta del impacto sobre la satisfacción del cliente.

SERVICIOS MÓVILES

Personal Argentina

- Seguir consolidando las fortalezas del liderazgo de Personal: servicios de valor agregado, posicionamiento en el segmento joven, estrategia de redes sociales y la asociación de la marca con la música.
- Seguir trabajando en la masificación de la experiencia de Internet móvil, asumiendo responsablemente el desafío de la calidad de los servicios con la continuidad de la reconversión tecnológica de la red a nivel nacional.

Núcleo Paraguay

- Ser líderes en Customer Experience (Experiencia del Cliente).

INTERNET

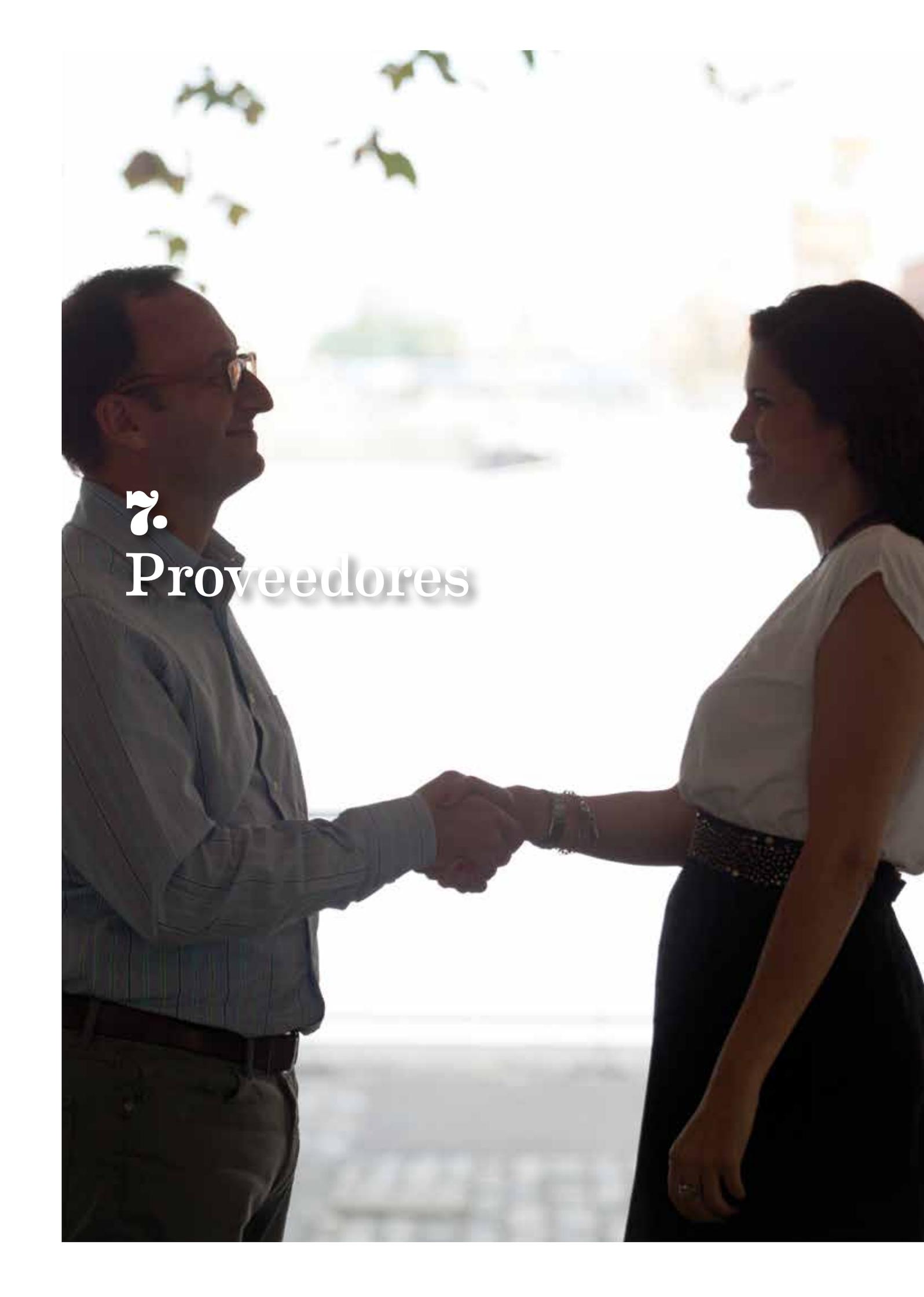
- Continuar impulsando la adhesión a la factura online para Telecom y Arnet.
- Continuar con el desarrollo del sistema de autogestión Mi Cuenta incorporando nuevas gestiones (Telecom y Arnet).
- Continuar la ampliación de la red acercando los tendidos de fibra a la casa del cliente.

GRANDES CLIENTES

- Seguir impulsando la solución de teletrabajo y servicios en la Nube Argentina.

WHOLESALE

- Focalizar la calidad de atención y servicios a nuestros clientes mediante el trabajo de nuestros Ejecutivos de Venta en Atención al Cliente. Se medirá a través de la encuesta de satisfacción de clientes.
- Promocionar en el ámbito de la Unidad Wholesale la participación de empleados en las actividades de voluntariado corporativo.

A man and a woman are shown in silhouette, shaking hands. They are positioned on the left and right sides of the frame, respectively. The background is a bright, out-of-focus outdoor setting with some greenery and a building visible in the distance. The overall mood is professional and positive.

7. Proveedores

DESTACADOS

PERFIL DE LOS PROVEEDORES

- 1.829 proveedores ⁽¹⁾.
- \$18.636 millones en compras a proveedores ⁽²⁾.
- 95,98% compras a proveedores nacionales.

(1) Con contratación vigente al 31 de diciembre de 2013, sobre el total de proveedores con orden de compra adjudicada durante el ejercicio.

(2) Corresponde al monto ordenado en el ejercicio.

AUDITORÍAS DOCUMENTALES

- Evaluamos a los proveedores en su gestión en salud, seguridad y medio ambiente.
- Se realizaron 87 auditorías documentales en el año.

ENCUESTA Y TALLER SOBRE SUSTENTABILIDAD

- Se realizó un taller de buenas prácticas y fortalecimiento de proveedores con la participación de 58 proveedores y de 117 referentes de empresas.
- Llevamos a cabo la encuesta de opinión dirigida a 200 proveedores y prestadores en materia de sustentabilidad y certificaciones ISO.

7.1

DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN ARGENTINA

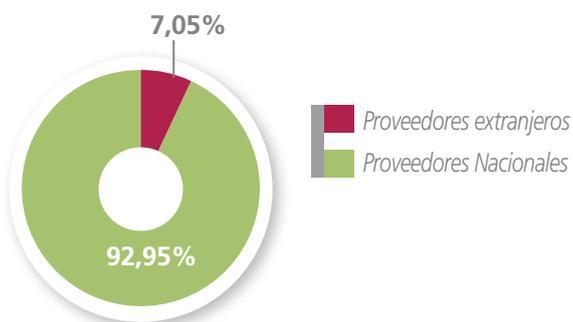
En el marco de la normativa de Compre Trabajo Argentino (Ley N.º 25.551), en el Grupo Telecom priorizamos las contrataciones con proveedores locales acorde con las posibilidades del contexto.

En 2013, en el marco de la prioridad de la industria nacional, se destacó el desarrollo de proveedores nacionales para la producción de los armarios y acortamiento de *Loop* o gabinetes *outdoor*, que permitieron el ingreso de nuevas empresas como proveedores y la disminución de costos y tiempos de provisión.

PORCENTAJES DE COMPRAS A PROVEEDORES NACIONALES



PORCENTAJE DE PROVEEDORES NACIONALES 2013



CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES

■ ¿Cómo venderle a Telecom?

Página web donde se puede conocer cómo venderle a Telecom, registrarse como proveedores, visualizar pedidos de cotización y consultar pliego unificado de contratación, entre otros.

<http://www.telecom.com.ar/institucionales/proveedores/proveedores.html>

■ Registro de aspirantes a proveedores.

El sitio web de Telecom les permite a todas aquellas personas físicas o jurídicas interesadas registrarse y quedar habilitadas para presentar propuestas en los pedidos de cotización del Grupo Telecom.

7.2

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

La selección de proveedores se realiza sobre la base de la consideración de aspectos técnicos, económicos y la evaluación del riesgo del proveedor según informes comerciales de su comportamiento en el mercado local. En los casos en que amerite, también se da participación a las Gerencias de Riesgos del Trabajo y Medioambiente, y Control de Prestadores.

Realizamos evaluaciones mensuales de los proveedores con la herramienta Vendor Rate, a tra-

vés de la cual son calificados en diversas áreas de la Compañía, teniendo en cuenta indicadores de la prestación del producto o servicio que se trate. En 2013 optimizamos el diseño de las mediciones clasificándolas en dos grupos principales: evaluaciones unisectoriales (realizada por una única área, con un sesgo técnico) y evaluaciones multisectoriales (que involucraron a varias áreas evaluadoras, con un sesgo polifuncional).

Proceso de registro, evaluación y seguimiento de los proveedores



| RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES | 2012 | | 2013 ⁽¹⁾ | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Cantidad de evaluaciones | Participación porcentual | Cantidad de evaluaciones | Participación porcentual |
| Umbral de evaluación | | | | |
| No conforme | 60 | 5% | 57 | 3% |
| Conforme en riesgo | 93 | 9% | 108 | 5% |
| Conforme | 387 | 36% | 516 | 26% |
| Sobresaliente | 542 | 50% | 1.327 | 66% |
| TOTAL | 1.082 | 100% | 2.008 | 100 |

(1) Durante 2013, los niveles de exigencia para las evaluaciones en las áreas técnicas, sumados a las acciones realizadas con los proveedores (por los sectores evaluadores y administradores de contratos) dieron como resultado una significativa reducción en los niveles "no conforme" y "conforme en riesgo" respecto del año anterior. La baja en el nivel "conforme" se debe al traslado de las calificaciones de dicho nivel al inmediato superior ("sobresaliente").

Uno de los aspectos críticos en la Dirección de Abastecimiento es asegurar la cadena de aprovisionamiento de materiales y una adecuada variedad de ofertas, para poder obtener la mejor ecuación costo-beneficio de la adquisición. Por eso, continuamos con el programa de seguimiento de provisión de materiales críticos, e hicimos foco en el desarrollo de proveedores o de materiales que pudiesen reemplazarlos o brindar nuevas alternativas de solución.

La exploración de los diferentes materiales alternativos de productos, a fin de facilitar su provisión, fue de suma importancia en un contexto en el que se buscaba potenciar la fabricación nacional de estos para abaratar los costos, para minimizar los tiempos de provisión, así como también para desarrollar la industria nacional. Este nuevo modelo de trabajo logró que nuevas empresas iniciaran proyectos de desarrollo de productos, acompañados por Telecom hasta obtener su correspondiente homologación de producto, y consecuentemente, la Certificación de Procesos Productivos para dichos materiales.

Se desarrollaron nuevos proveedores que permitieron tener alternativas en los concursos y en la búsqueda de nuevas soluciones. El análisis de riesgo primario en el desarrollo de un nuevo proveedor se realizó antes de su incorporación, se continuó con la certificación de este y con auditorías constantes para asegurar la calidad y provisión del producto. Simultáneamente, se realizó el seguimiento del proveedor a través del sistema Vendor Rate, que calificó las entregas y el cumplimiento de lo pactado.

7.3

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR EN ASPECTOS DE SALUD, SEGURIDAD Y MEDIOAMBIENTE

La promoción de la RSE a lo largo de la cadena de valor es una responsabilidad que en Telecom decidimos abordar de manera proactiva. Para ello, realizamos un control de las empresas proveedoras en materia de salud, seguridad y medioambiente. Estos controles alcanzan a todos los proveedores sometidos a riesgo en altura, riesgo eléctrico y trabajo de construcción que le dan servicio al Grupo. Durante 2013 llevamos a cabo las siguientes acciones:

- **Auditorías documentales.** Evaluamos su gestión en salud, seguridad y medioambiente.

Una vez evaluadas, les comunicamos los aspectos que debían mejorar y les brindamos un tiempo para implementar un sistema de mejora. De esta forma, colaboramos no solo en realizar mejoras internas en materia ambiental, sino también en nuestra cadena de valor, promoviendo el desarrollo sustentable del negocio. Se completaron 87 auditorías documentales en el año. Los resultados de estas comenzaron a volcarse en el Sistema de Evaluación del desempeño de Proveedores (Vendor Rate). Para 2014 está prevista la implementación gradual de un Indicador Operativo de Medio

Ambiente para las firmas que efectúen prestaciones dentro del perímetro certificado en la Unidad RED – TP (Sistema de Gestión Integrada de Calidad).

■ **Análisis de los programas de seguridad.**

Controlamos el contenido técnico de los programas de seguridad de las empresas prestadoras, revisando el cumplimiento en materia de prevención y el ajuste al marco normativo de nuestras instalaciones. En 2013, 803 programas de seguridad de empresas prestadoras fueron controlados y visados.

■ **Inspecciones de trabajo.**

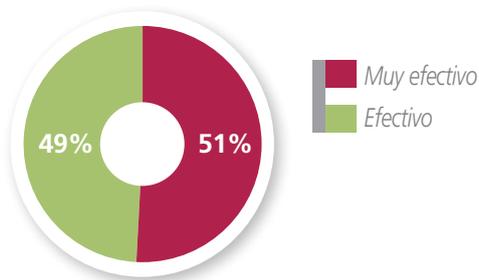
Verificamos en campo al personal para detectar el cumplimiento en materia de prevención, verificando el cumplimiento del procedimiento de trabajo, el estado y tenencia de elementos de protección personal, el estado de herramientas, el estado de vehículos y la señalización de la zona de trabajo. Se realizaron 6.748 inspecciones.

7.4

CERTIFICACIÓN DE PROCESOS PRODUCTIVOS

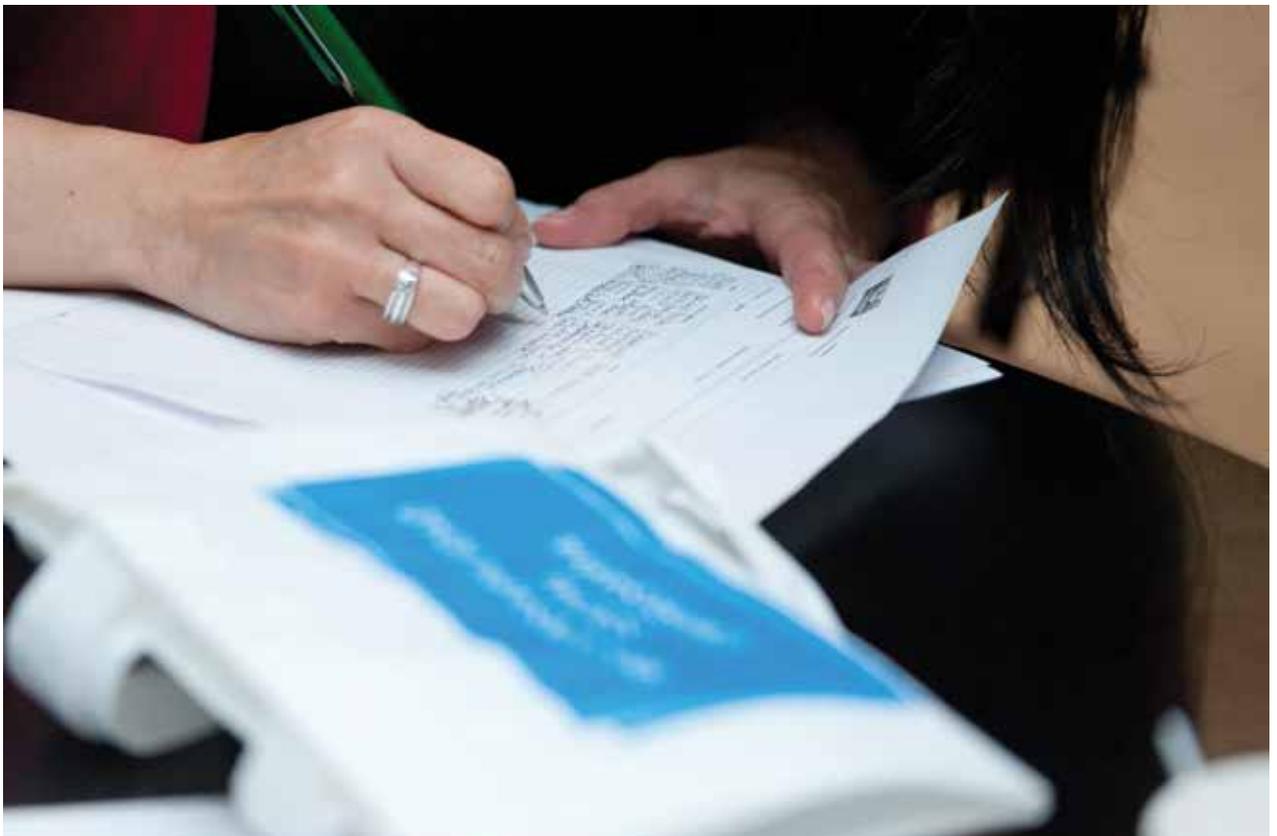
Durante 2013 continuamos con la aplicación de la metodología de certificación de procesos de nuestros proveedores; contamos con un universo de 56 proveedores y con 2.450 catálogos que ingresaron a nuestro stock de forma regular y que fueron críticos para el despliegue y mantenimiento de nuestra red. Luego de un año de la aplicación, la encuesta realizada a nuestros proveedores acerca de los beneficios obtenidos con la nueva metodología nos dio un resultado positivo, con un alto porcentaje en la aceptación del método.

CONSIDERACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE CERTIFICACIÓN DE PROCESOS



En este período se efectuaron auditorías con el fin de garantizar la continuidad del modelo y el compromiso de nuestros proveedores con la calidad final del producto entregado. Para la realización de las auditorías, se dividieron las familias de materiales por tipo de producto, y se asignó a un especialista para realizar el seguimiento constante y profundizar los controles realizados en producción por nuestros proveedores. Gracias a la efectividad del sistema, los tiempos de entrega se

redujeron considerablemente de 21 días demandados (para los ensayos de laboratorio por controles puntuales de calidad realizados para cada entrega) a 1 día por controles de documentación presentada para la autovalidación. Esto se debe a que los controles no se realizan al momento de la entrega sino que, al estar el proveedor certificado previamente, se reduce el tiempo de demora por ensayos.



7.5

ENCUESTAS A PROVEEDORES

En octubre llevamos a cabo la encuesta de opinión dirigida a proveedores y prestadores del Grupo Telecom en materia de sustentabilidad y certificaciones ISO. Al igual que en 2012, el cuestionario comprendía preguntas sobre el conocimiento de la RSE, la adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la elaboración de Reportes de RSE y la implementación de prácticas responsables, además de incluir temas como Código de Conducta y Ética Empresarial y certificaciones ISO.

Una consultora externa estuvo a cargo de la realización de la encuesta, que consistió en contactos telefónicos sobre la base de un cuestionario integrado por 17 preguntas. La base de datos de proveedores y sus datos de contacto estuvo con-

formada por empresas seleccionadas aleatoriamente, incluyendo pequeñas, medianas y grandes empresas.

Entre los resultados de la encuesta se destacan los siguientes:

- Se realizaron **200 encuestas**.
- Los encuestados demostraron mucho interés en los **seminarios de RSE** que dictó Telecom, principalmente entre las empresas en las que existía un área de RSE o se realizaba algún tipo de acción relacionada con el tema.
- **Tipo de acciones de RSE**. Uno de cada dos

proveedores realizaba acciones de RSE. Las acciones más nombradas se relacionaron con acciones en beneficio de los empleados, el desarrollo de planes de trabajo con proveedores y prácticas para prevenir la contaminación. Por el contrario, el desarrollo de productos o servicios con fines sociales y la publicación de Reporte de RSE observó una menor participación.

■ **Resultados según segmento de proveedores.** Los proveedores pequeños (menos de 50 empleados) priorizaron, al igual que en 2012, las acciones en beneficio de los empleados y la elaboración de planes de trabajo con proveedores. Los proveedores medianos (en-

tre 50 y 250 empleados) también llevaban a cabo acciones en beneficio de los empleados y la elaboración de planes de trabajo con proveedores, y priorizaron el Código de Conducta y Ética Empresarial. Los grandes proveedores (más de 250 empleados) coincidieron con las prioridades de los proveedores medianos y, además, sumaron las prácticas para prevenir la contaminación o mejorar su desempeño ambiental y el desarrollo de acciones solidarias.

■ **Certificaciones.** Un 29% de los proveedores contaba con certificación en ISO 9001 (Calidad) y un 11%, en ISO 14001 (Medioambiente).

| OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2013 | UNIDAD DE MEDIDA | OBJETIVO 2013 | REAL 2013 |
|---|------------------|---------------|-----------|
| Proveedores evaluados en criterios de sustentabilidad en el año | N.º | 200 | 200 |



Como parte del programa de actividades con proveedores, se realizó un taller de buenas prácticas y fortalecimiento de proveedores, con el objetivo de brindar herramientas conceptuales y prácticas que contribuyeran con la gestión. Contamos con la participación de 58 proveedores y de 117 referentes de empresas de perfil técnico y administrativo que recibieron el taller de capacitación.

Durante el taller se dio a conocer la estrategia de sustentabilidad del Grupo Telecom y sus programas de inversión social, de educación, de capacitación, entre otros. Se desarrollaron temas como Riesgo del Trabajo, responsabilidad en las instalaciones de Plantel Exterior e Interior. También se incluyeron temas de soporte administrativo como colaboración con las pymes.

¿QUÉ DIJERON LOS PROVEEDORES SOBRE EL TALLER?

“Queremos agradecerles la invitación y felicitarlos por la calidad tanto en la exposición como en la organización del evento. Sinceramente sentimos que, además de transmitirnos un mensaje muy claro, este fue planteado de una manera pragmática, cordial y motivadora. Por nuestra parte, trabajaremos en la mejora continua de todos los puntos charlados a fin de alinearlos con ustedes y, particularmente, crecer junto con nuestra gente de manera profesional, generando discernimiento en todas las áreas de nuestra empresa respecto de las ventajas y la importancia de trabajar de manera eficiente, segura y con conciencia social”.

Empresa de servicios de ingeniería e instalaciones.

“Les agradecemos la invitación al taller, fue una iniciativa enriquecedora y valorable con oradores muy entusiastas y motivadores”.

Empresa de sistemas energéticos.



Aldo Echazú, gerente de la Región Buenos Aires y Sur de Servicios al Cliente de la Red, durante la exposición.

| OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2013 | UNIDAD DE MEDIDA | OBJETIVO 2013 | REAL 2013 |
|--|------------------|---------------|-----------|
| Proveedores capacitados en sustentabilidad en el año | N.º | 50 | 58 |

DIFUSIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIA ENTRE LOS PROVEEDORES

La difusión del Código de Conducta y Ética Empresarial se realiza en la Web de proveedores, en las licitaciones publicadas. Los proveedores pueden acceder mediante un link y confirmar la lectura de este. Tenemos como objetivo desarrollar para 2014 una aplicación para difundir el Código de Conducta y Ética Empresarial y cuantificar a los proveedores que tomen conocimiento de este documento.

7.7

DIGITALIZACIÓN DE FACTURAS

Durante 2013 continuamos avanzando con el Sistema de Gestión de Facturación a Proveedores, que permite la unificación del circuito de ingreso de todas las facturas de la empresa que se presentan de manera digital en una Web exclusiva.

Así, se incorporó dentro de esta modalidad de trabajo y tratamiento de los documentos contabilizados por Cuentas a Pagar lo siguiente:

- La digitalización e ingreso por la Web de Telecom de todas las facturas y notas de débito y notas de crédito que los proveedores locales

debían presentar en concepto de diferencias de cambio por el cobro de las facturas asociadas a documentos de compra en moneda extranjera (fundamentalmente, dólares y euros).

- Digitalización de reposiciones de Fondo Fijos por concepto de viajes, incorporado a través del proyecto de Travel Management.

- Digitalización de facturas de proveedores correspondientes a retribución de tarjetas, incorporado a través del proyecto Signo Servicios Mayoristas.

| DIGITALIZACIÓN DE FACTURAS | 2012 | 2013 |
|--|---------|---------|
| Cantidad de facturas digitalizadas | 100.789 | 122.219 |
| Cantidad de proveedores | 4.789 | 6.143 |
| Monto de la facturación digital (en millones de pesos) | 14.261 | 17.030 |



7.8

COMPRAS INCLUSIVAS

En 2013 comenzamos a explorar la posibilidad de generar compras inclusivas y evaluar de qué manera nuestro circuito interno puede incorporar proveedores inclusivos o empresas sociales.

Por otro lado, desde la Dirección de Comunicación y Medios compramos bolsas de tela ecológica a la Fundación Manos Abiertas de Salta y cactus realizados con materiales reciclados a la

Fundación Por Nuestros Niños, que fueron entregados como regalo institucional de fin de año a periodistas de Salta y Tucumán. A su vez, compramos tazas de cerámica como obsequios a la Fundación El Arca para entregar en la provincia de Córdoba y regalos artesanales como bandejas, cajas de té y portarretratos realizados por la Fundación Artesanías Misioneras, que se distribuyeron en Chaco, Formosa, Corrientes y Misiones.

7.9

AVANCES 2013 Y OBJETIVOS PARA EL FUTURO

PROVEEDORES

Incorporar cláusulas referidas a controles ambientales para el desarrollo de nuevos proveedores y análisis de riesgo.

Se publicó la nueva normativa sobre el procedimiento de desarrollo de proveedores, se normalizó y se unificó la documentación para el análisis de riesgo y también se incorporó en los pliegos nuevos, como parte de la calificación del proveedor, un detalle de los puntos relacionados con las exigencias del Riesgo de Trabajo y Medio Ambiente.

Profundizar los sistemas de control de calidad y certificación de procesos productivos.

Continuamos con la aplicación de la metodología de certificación de procesos a nuestros proveedores; contamos con un universo de 56 proveedores y 2.450 catálogos que ingresaron a nuestro *stock* de forma regular y que fueron críticos para el despliegue y el mantenimiento de nuestra red. En este período se efectuaron auditorías para garantizar el compromiso de nuestros proveedores con la calidad final del producto entregado. Gracias a la efectividad del sistema, los tiempos de entrega se redujeron considerablemente.

Ampliar los controles por Vendor Rate incorporando como usuario evaluador a la Gerencia Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente, relacionado con el impacto de la prestación del proveedor en el medioambiente.

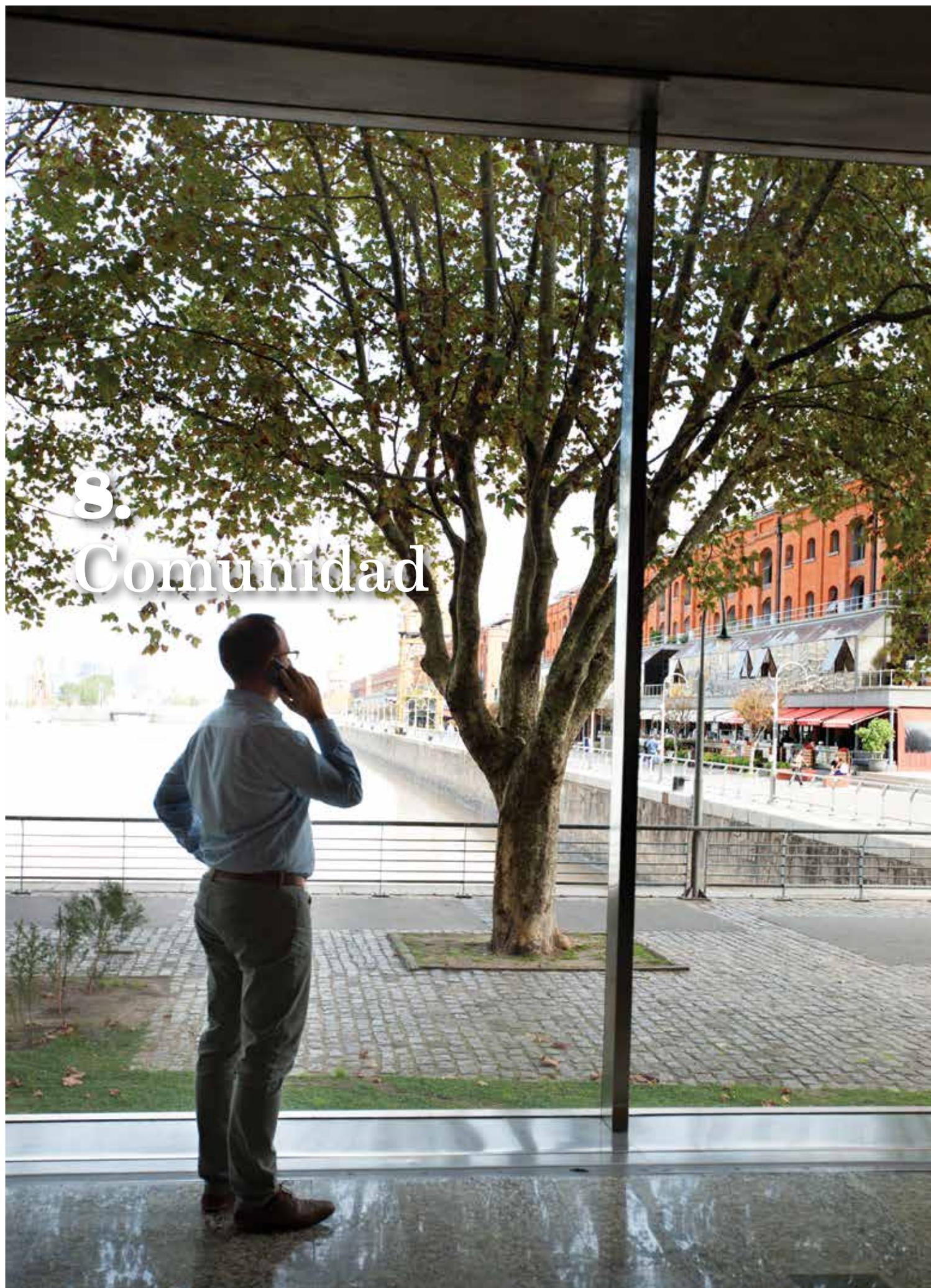
La Gerencia de Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente evaluó a 64 proveedores mediante auditorías *in situ* respecto del cumplimiento documental relacionado con el medioambiente. Estas auditorías se llevaron a cabo en función de lo solicitado por los administradores de contratos, los que mantenían un contacto permanente con el proveedor en función de las prestaciones que este proveía. Los resultados de dichas auditorías fueron incorporados al Sistema Vendor Rate que utiliza la Compañía para medir el desempeño de los proveedores.

Nuestros desafíos para 2014

PROVEEDORES

- Incrementar un 20% la población proveedores por evaluar mediante el uso del Sistema Vendor Rate.
- Sistematizar la utilización semestral de la encuesta de opinión de las áreas usuarias sobre el comportamiento de los proveedores con los que interactúa dicha área.
- Avanzar en la implementación de la certificación de procesos productivos en equipos y placas utilizados en nuestra red e incursionar en la certificación de los servicios.
- Salud y seguridad: desarrollar talleres con proveedores para trabajar sobre normativas en trabajos especiales (Estructura Sostén Antena) y evaluar a torreros de las empresas prestadoras (personas que trabajan con las estructuras de las antenas y en las radiobases).

8. Comunidad



DESTACADOS

- Invertimos \$1.279.953 en proyectos de largo plazo (Espacios Educativos, Espacios Inclusivos y Espacios Colaborativos).
- Beneficiamos a 2.926 personas con iniciativas vinculadas con el uso de las TIC.

- Promovimos el uso de dispositivos móviles en el aprendizaje escolar y en la gestión de las organizaciones sociales. Para ello, contamos con el asesoramiento y con el acompañamiento de otras áreas comerciales.

- Actualizamos nuestra estrategia de RSE y encauzamos las acciones en pos de un objetivo: focalizar y alinear la política de inversión social al negocio.

8.1

MATRIZ DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

Somos conscientes del potencial que aportan las tecnologías al desarrollo de las personas, por eso, impulsamos proyectos de carácter tecnológico que apuntan a mejorar la calidad de vida de los argentinos. Así, buscamos potenciar el uso social de las tecnologías y la alfabetización digital para generar nuevas capacidades y favorecer el desarrollo humano.

Creemos que las TIC pueden mejorar la calidad de vida de las personas. Las telecomunicaciones favorecen el acceso a la educación, el trabajo, la salud y el desarrollo, y brindan oportunidades de progreso individual y colectivo.

Nuestro modelo de inversión social se estructura en tres ejes principales:

ESPACIOS EDUCATIVOS: Innovamos en el uso de las tecnologías en el campo de la educación formal y de la no formal.

ESPACIOS INCLUSIVOS: Generamos oportunidades de progreso a través de las TIC.

ESPACIOS COLABORATIVOS: Promovemos el uso social de aplicaciones, plataformas y de tecnología móvil.

DESTINATARIOS DIRECTOS: Docentes de nivel primario y secundario, y comunidad educativa en general vinculada al uso pedagógico de las TIC.

DESTINATARIOS DIRECTOS: Jóvenes en situación de vulnerabilidad y la comunidad en general.

DESTINATARIOS DIRECTOS: Organizaciones sociales y la comunidad en general.

Promovemos el uso social de las tecnologías y la alfabetización digital para generar nuevas capacidades y favorecer el desarrollo humano.

¿CÓMO CANALIZAMOS NUESTRA INVERSIÓN EN LA ARGENTINA?

a) Programas propios o en alianza: Con ONG, municipios, Gobiernos, universidades y otras empresas como socios estratégicos.

b) Socio tecnológico: Acompañamos las iniciativas de otros con *know-how* propio y con el aporte de nuestros colaboradores.

c) Generación de conocimiento: Apoyamos publicaciones, investigaciones y seminarios.

d) Colaboraciones institucionales: Realizamos donaciones, auspicios, eventos y cenas.

Si bien nuestros programas tienen alcance nacional, les damos prioridad a las provincias en donde se desarrolla nuestro negocio; estas se encuentran en el centro y norte del país.

INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA EN 2013

| INICIATIVA | MONTO |
|--|---------------------|
| Espacios Educativos | \$ 375.200 |
| Espacios Inclusivos | \$ 360.228 |
| Espacios Colaborativos | \$ 544.525 |
| Otras acciones con la comunidad ⁽¹⁾ | \$ 266.715 |
| Voluntariado ⁽²⁾ | \$ 551.781 |
| Otros gastos de RSE ⁽³⁾ | \$ 4.501.677 |
| TOTAL INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA ⁽⁴⁾ | \$ 6.600.126 |

(1) Acompañamiento institucional.

(2) Incluye presupuesto de la Dirección de Comunicación y Medios, y de la Dirección Capital Humano.

(3) Incluye gastos de publicidad y comunicación, compra de merchandising, investigaciones y viáticos.

(4) No incluye Núcleo.

Nuestros canales de comunicación con la comunidad

Los principales canales que utilizamos para recibir pedidos, comentarios y sugerencias son los siguientes:



SITIO WEB:
WWW.TELECOM.COM.AR/RSE,
DONDE HAY UN FORMULARIO DE CONSULTAS.



E-MAIL: RSE@TA.TELECOM.COM.AR, DE LECTURA PERMANENTE.



VÍA CORREO POSTAL: A LA GERENCIA DE RSE CON DOMICILIO EN ALICIA MOREAU DE JUSTO 50, C1007AAB, CAPITAL FEDERAL.

Nuestra Gerencia de RSE responde y gestiona los pedidos. Asimismo, a través de nuestro sitio web le informamos a la comunidad nuestros objetivos, programas y el reporte de rendición de cuentas anual. Todos los comentarios que recibimos nos ayudan a enriquecer nuestra gestión; este intercambio es de gran valor para nosotros.

| COMUNIDAD ⁽¹⁾ | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|------|------|------|
| Cantidad de requerimientos recibidos | 502 | 344 | 233 |
| Cantidad de alianzas en proyectos de gestión social | 30 | 41 | 51 |

(1) No incluye Núcleo.



Trabajamos para incrementar la capacidad de uso pedagógico de las tecnologías y la alfabetización digital en el ámbito de la educación formal y la no formal. Concretamente, desarrollamos los siguientes proyectos:

Senti2 Conecta2 con Sueñalettras

Por segundo año consecutivo, presentamos este proyecto que complementa y apuntala la enseñanza de la lectoescritura y la lengua de señas en escuelas de educación especial. La iniciativa está orientada a docentes y alumnos de escuelas para niños con disminución auditiva.

En 2013, distribuimos en forma gratuita *kits* educativos a 193 docentes de 105 escuelas de Buenos Aires, Misiones y Jujuy. El año anterior, esta iniciativa se desarrolló en Córdoba, Corrientes y Santa Fe. Además de un cuadernillo para el docente,

fichas de trabajo para los alumnos y juegos de mesa para las familias, el *kit* didáctico incluyó el software Sueñalettras, desarrollado por el Centro de Desarrollo de Tecnologías de Inclusión (CEDE-Ti), de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Así, contribuimos a fortalecer el aprendizaje de la lengua de señas y, al mismo tiempo, brindamos una herramienta de apoyo para docentes y para padres.

Los *kits* fueron entregados en una ecobolsa confeccionada por el Proyecto RedActivos de La

Usina. Además, lo complementamos con el sitio www.senti2conecta2.com.ar, un espacio de producción y de consulta para los docentes, y con el Facebook Sueñalettras Argentina, que contó con más de 1.600 seguidores.

En total, 2.895 alumnos se vieron directamente beneficiados por el proyecto, que incluyó jornadas de capacitación para que los docentes se familiarizaran con el software y se transformaran en multiplicadores de la herramienta en su comunidad educativa.



Senti2 Conecta2 con Sueñalettras es un excelente ejemplo de articulación entre el sector público y el privado. En cada provincia, el área de Educación Especial de los ministerios de Educación provincial o del equipo de Educación Especial de Programa Conectar Igualdad realizó la difusión y la convocatoria.

| SUEÑALETRAS | 2012 | 2013 | ACUMULADO |
|--|-------|-------|-----------|
| Cantidad de docentes participantes | 182 | 193 | 375 |
| Cantidad de escuelas participantes | 41 | 105 | 146 |
| Cantidad de alumnos participantes | 2.100 | 2.895 | 4.995 |
| Cantidad de docentes que participaron en capacitaciones presenciales | 97 | 122 | 219 |
| Cantidad de visitas al sitio web | 1.433 | 1.876 | 3.309 |
| Cantidad de amigos en la página de Facebook | - | 1.607 | 1.607 |

Proyecto: Dispositivos Móviles en Educación (Di.M.E.)

En septiembre de 2013, y en alianza con el Ministerio de Educación de Córdoba e Intel, lanzamos la primera etapa del proyecto Di.M.E. Este programa, que tiene por objetivo contribuir con el uso educativo de las tecnologías móviles en el ámbito escolar, alcanzó en su período inicial a más de 80 docentes y a 800 alumnos de cuatro escuelas primarias de gestión oficial en las ciudades de Córdoba, Bell Ville y Laboulaye.

Di.M.E. impulsa la aplicación efectiva de smartphones, tablets y demás dispositivos móviles en las aulas, además de las netbooks con las que ya trabajan las escuelas. Por otra parte, propone la implementación de diversas acciones de desarrollo profesional docente para explorar prácticas de integración de las tecnologías móviles en los espacios educativos.

La implementación del proyecto contó con el seguimiento en las aulas de docentes formadores

de la Red Provincial de Capacitación y Recursos TIC, de la Subsecretaría de Estado de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa del Ministerio de Educación de Córdoba. Estos trabajaron en parejas técnico-pedagógicas como facilitadores y documentadores de la experiencia.



Dispositivos Móviles en Educación



Di.M.E. en números

80 docentes participaron en el programa

4 escuelas participaron en el programa

800 alumnos beneficiados

8 facilitadores del Ministerio de Educación de Córdoba participaron en el programa



| OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2013 | UNIDAD DE MEDIDA | OBJETIVO 2013 | REAL 2013 |
|---|------------------|---------------|-----------|
| Beneficiarios de proyectos de inclusión social con uso de TIC | N.º | 2.000 | 2.926 |



El equipo coordinador de DIME.

8.3

ESPACIOS INCLUSIVOS

Facilitamos la inclusión social de poblaciones vulnerables, potenciando el uso de las tecnologías como herramienta para favorecer el desarrollo humano. Para ello, implementamos los siguientes proyectos:

Aula Móvil: Educando sobre Ruedas

Continuamos nuestra alianza con la Fundación Educando y con Banco Macro para llevar el Aula Móvil a nuevas localidades de la Argentina. Se trata de un programa de capacitación gratuita en informática básica y en Internet, que facilita el desarrollo social y laboral de las comunidades más alejadas o vulnerables.

En 2013, el Aula Móvil –montada en un semirremolque y equipada con recursos informáticos y didácticos– funcionó en la Casa del Bicentenario,

en San Miguel de Tucumán, y tuvo a la Municipalidad local como aliada. Allí, y durante cuatro meses y medio, se dictaron 40 cursos y se capacitó a 473 personas.

Luego, en agosto, el Aula emprendió un nuevo viaje para visitar San Pedro, en la provincia de Jujuy, y ofreció 68 cursos de 24 horas cada uno en el Hogar Parroquial San José. La recepción local fue excelente: 834 personas recibieron sus certificados.

“Estamos muy orgullosos y agradecidos con las empresas que nos acompañaron. La recepción de estos cursos en la comunidad de San Pedro superó nuestras expectativas. Fue muy inspirador observar que 834 personas estuvieron interesadas en aprender algo tan nuevo e importante como la informática”, afirmó el Director de la Fundación Educando, Facundo Ortiz de Zárate.



UN GRAN AÑO PARA EL AULA MÓVIL

- En San Miguel de Tucumán, la respuesta de los participantes, especialmente la de los jubilados y de los docentes, fue muy buena. El nivel de asistencia promedio de los 473 participantes fue del 79,8%.
- En San Pedro, Jujuy, el programa superó las expectativas de inscripción de alumnos en un 34.9% (1.376 solicitudes recibidas sobre 1.020 estimadas).
- La iniciativa alcanzó a adultos mayores y a jóvenes de muy bajos recursos, sin estudios secundarios completos o con oficios que requerían un manejo de las herramientas informáticas.
- Los alumnos de los cursos aumentaron sus conocimientos y la familiaridad con las tecnologías ofrecidas, y ganaron autonomía.
- Consultamos a los participantes sobre el grado de satisfacción que sentían respecto del curso, y más de un 87% respondió que le había parecido “Excelente” o “Muy bueno”.

| AULA MÓVIL 2013 | PARTICIPANTES | CANTIDAD DE CURSOS | HORAS CURSADAS | BENEFICIARIOS INDIRECTOS |
|---------------------------------|---------------|--------------------|----------------|--------------------------|
| San Miguel de Tucumán (Tucumán) | 473 | 40 | 960 | 4.257 |
| San Pedro (Jujuy) | 834 | 68 | 1.632 | 7.488 |
| TOTAL | 1.307 | 108 | 2.592 | 11.745 |

TesteAR

Como en ediciones anteriores, TesteAR potenció el talento de personas de bajos recursos a través de la capacitación en informática; les brindó mayores posibilidades de insertarse laboralmente en el mercado. Gracias a este proyecto de empleabilidad, jóvenes de entre 18 y 25 años recibieron capacitación gratuita de la industria de las TIC en el oficio de testeo de aplicativos. La iniciativa abarcó diferentes módulos, como nivelación de informática y manual *testing*, e incluyó el desarrollo profesional y personal, e inglés técnico.

Cofinanciado por Globant y gerenciado por la Fundación Desarrollar, en 2013, TesteAR se desarrolló en Buenos Aires y en Rosario, Santa Fe. En total, participaron 65 jóvenes. Los cursos se dictaron de lunes a viernes en jornadas de ocho horas, durante cuatro meses. En Rosario también participaron como socios locales la Fundación Caminando Juntos, la organización Arbusta y el Village Cine de Rosario.

El 35% de los egresados comenzaron estudios relacionados con la informática.



TesteAR



Alumnos egresados de TesteAR.

TesteAR en números

4 cursos dictados en 2013

320 horas de formación por curso

43 alumnos aprobaron el curso en 2013

35% de los egresados comenzaron estudios relacionados con la informática después de haber realizado la capacitación

35% de los egresados trabaja en la industria del software

50% de los egresados del programa se encuentran empleados

| RESULTADOS TESTEAR | 2012 | 2013 |
|---|------|------|
| Cantidad de cursos dictados | 2 | 4 |
| Cantidad de alumnos capacitados | 33 | 65 |
| Porcentaje de egresados que comenzaron estudios relacionados con la informática | 10% | 35% |

Centro Pescar Telecom

Por séptimo año consecutivo, el Centro Pescar Telecom de Salta abrió sus puertas a un nuevo grupo de jóvenes que cursaron durante siete meses un programa teórico-práctico, además de recibir formación personal y ciudadana que les permitió prepararse para el futuro laboral.

El Proyecto Pescar vincula el sistema educativo con el mundo del trabajo para fortalecer la capacitación personal, profesional y ciudadana de alumnos en los últimos años de la escuela secundaria de zonas con menores oportunidades.

En la edición 2013, que contó con el apoyo de la Subsecretaría de Financiamiento del Ministerio de Economía, Infraestructura y Servicios Públicos de la Provincia, se capacitó a 25 jóvenes de la Escuela San José, del barrio Universitario, y de la Escuela Fe y Alegría, del barrio Solidaridad. To-

dos ellos recibieron 216 horas de formación. Las clases se dictaron en las instalaciones de Telecom.

Además, 17 empleados del Grupo Telecom y cuatro voluntarios externos dictaron clases sobre atención al cliente y nuevas tecnologías, entre otras temáticas. Durante todo el curso, no se registraron deserciones. Asimismo, 15 egresados continuaron sus estudios superiores.



Durante 2013 trabajamos en la implementación de una aplicación web móvil para modernizar los canales de comunicación entre los involucrados en las acciones de la Fundación Pescar.

Así, mejoramos la integridad de los datos, agilizamos los tiempos, logramos una mayor comunicación con los orientadores, y optimizamos la identificación y solución de los problemas. La plataforma fue muy bien recibida, incluso entre quienes tenían mayor reticencia a la adopción de nuevas tecnologías.

DESDE 2010 A 2013

- El Centro tuvo 119 egresados.
- Registró un porcentaje de inserción laboral del 60%.
- El porcentaje de finalización secundaria fue de 68,5%.
- Impartió 2.339 horas de formación.
- Telecom incorporó como empleados a 15 egresados del Centro.

DATOS CUANTITATIVOS

| | SALTA 2012 | SALTA 2013 | ACUMULADO 2010-2013 |
|--------------------------------|---------------|---------------|------------------------|
| Cantidad de egresados | 24 | 25 | 119 |
| Cantidad de horas de formación | 239 | 216 | 2.339 |

Universidad de la Puna

Por segundo año consecutivo apoyamos al Centro Universitario de la Puna, en Jujuy, con nuestro servicio de banda ancha especialmente diseñado para que los alumnos pudieran estudiar bajo una modalidad mixta –virtual y presencial–, con el respaldo académico de la Universidad Siglo 21.

En 2013, sus 22 alumnos tuvieron un muy buen

desempeño académico: cursaron tres materias por semestre y asistieron a una teleclase semanal, donde compartieron experiencias con sus pares. El Campus Virtual es su nexa con la Universidad Siglo 21; allí están centradas todas las actividades. Además, es el medio para tomar contacto con su tutor virtual para despejar dudas académicas.



8.4 ESPACIOS COLABORATIVOS

Promovemos el uso social de aplicaciones, plataformas y tecnología de comunicaciones. Para ello desarrollamos los siguientes proyectos:

TIC 3.0: Tecnología para el Cambio Social

Impulsamos acciones que potencian el uso de la tecnología para el cambio social. Este proyecto incorpora la tecnología a la vida cotidiana de las organizaciones sociales, achica la brecha digital y potencia su labor de cara a la sociedad. En 2013, concretamente, llevamos adelante las siguientes acciones:

- Pusimos en marcha la Comunidad Wingu, en alianza con esta asociación. Se trata de la primera plataforma online colaborativa dirigida

a organizaciones de la sociedad civil de América Latina. Unas 2.500 instituciones visitaron el sitio.

- Realizamos talleres de capacitación presencial en tecnología para 56 referentes de 36 organizaciones sociales de Salta, San Miguel de Tucumán y Córdoba.

- Brindamos 224 horas de asesoramiento tecnológico a 41 organizaciones de la sociedad ci-

vil en temáticas como donación online, Web y redes sociales, entre otras. Participaron de esta actividad las siguientes organizaciones:

Anidar Asociación Civil, Asociación Civil Programa Argentino para Niños, Adolescentes y Adultos con Condiciones del Espectro Autista (PANAACEA), Asociación de Apoyo Museo del Carruaje, Asociación Celíaca Argentina, Asociación Civil Casa Matienzo, Asociación Civil Fortalecer Misiones, Asociación Civil María del Rosario de San Nicolás, Asociación Civil Patria Nueva, Centro para el Refugiado y Migrante Africano (CRyMAf), Doná tu Basura, El Arte de Vivir, Fundación Argentina de Afasia, Fundación Avanzar Corrientes, Fundación CONIN Mendoza, Fundación CONIN Mendoza, Fundación Crear Vale la Pena Argentina, Fundación Discar, Fundación Espacios Verdes, Fundación

Filantrópica Nicolás Lowe, Fundación Hogar El Ceibo, Fundación Horacio Zorraquín, Fundación María Cecilia de Ayuda al Niño Oncológico, Fundación para la Investigación en Neurociencias Aplicadas a la Clínica (FINAC), Fundación Solatium Patagonia, Instituto de Cooperación Tecnológica para el Desarrollo Sustentable, La Asociación Hospital Infantil, La Revista Multicultural, La Vereda Asociación Civil, moveRSE, Movilizarse, Necesidad más Urgente, Nuestra Mendoza, Organización Argentina de Jóvenes para las Naciones Unidas (OAJNU), Powerchair Football Argentina, Promoción de Finanzas Alternativas para la Economía Social y Solidaria (Profaess), Red para el Desarrollo Integral del Niño y la Familia (REDINFA), Red Viva Carlos Paz, Residuos Urbanos, Responde, Rotary in Action (filial Mendoza) Scouts de Argentina.



Los promotores del Buen Uso de las Tecnologías, en Tecnópolis.

Buen uso de las TIC

En noviembre de 2013, llevamos a cabo, en Tecnópolis, la primera de una serie de acciones de concientización sobre buenas prácticas y usos productivos de las TIC en la vida cotidiana. Se trató de un evento para las familias que visitaron la feria. De esta manera, promocionamos las pautas del buen uso de las TIC a partir de intervenciones actorales en el stand de Personal y posicionamos

al Grupo Telecom como referente de la temática.

Durante las presentaciones, los promotores del Buen Uso de las Tecnologías dialogaron con el público, entregaron 900 folletos con consejos básicos y *merchandising*, y realizaron 450 encuestas.

8.5

OTRAS ACCIONES CON LA COMUNIDAD

Bicentenario Local

Este proyecto articuló al sector público y privado con el objetivo de colaborar con la mejora de escuelas primarias públicas que atienden a población vulnerable en todo el país. Luego de la finalización del Proyecto Escuelas del Bicentenario en 2012, se implementó una propuesta de acompañamiento con la coordinación de la Fundación Victoria Jean Navajas, Banco Galicia, la Fundación Mundo Sano y el Grupo Telecom.

El proyecto formó equipos técnicos locales en las áreas de Gestión, Evaluación, Mejora Académica y Formación Docente, y generó nuevas capacidades en el distrito de Virasoro, en Corrientes. Así, continuamos trabajando con todas las escuelas primarias públicas (8 escuelas urbanas y 9 rurales). La matrícula inicial de alumnos ascendió a 4.843: 272 de escuelas rurales y 4.571 de urbanas.

Arte en las Escuelas

Desde 2008, junto con la Fundación Standard Bank, Robert Bosch y la Fundación Loma Negra, auspiciamos este programa, que busca fortalecer escuelas del nivel medio de gestión estatal para mejorar la calidad de la educación y disminuir el fracaso escolar.

Durante 2013, desarrollamos la iniciativa en sie-

te escuelas de Catamarca y sumamos cuatro escuelas de Cañuelas, en Buenos Aires. Además, realizamos jornadas de capacitación en Santiago del Estero, en Chaco y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), además del habitual Encuentro de Directores. Por último, reeditamos el Concurso de Tarjetas de Fin de Año y renovamos el diseño del sitio web.

RESULTADOS ARTE EN LAS ESCUELAS 2000-2013

| | |
|-----------------------------------|--------------------|
| Cantidad de alumnos beneficiados | 14.144 |
| Cantidad de docentes capacitados | 2.906 |
| Cantidad de escuelas involucradas | 118 ⁽¹⁾ |

(1) Incluye escuelas medias de CABA y escuelas técnicas de CABA.

Actividades de difusión tecnológica

Estamos interesados en difundir los conocimientos sobre las tecnologías y las telecomunicaciones, adquiridos en nuestra actividad cotidiana. Por eso, en 2013 nuestros empleados participaron como expositores de diversas conferencias en entidades educativas. Asimismo, organizamos visitas a nuestras instalaciones y apoyamos iniciativas vinculadas a la tecnología. Algunos ejemplos:

■ Brindamos una charla en el Círculo Profesional de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas (CIRCOM), de Córdoba.

■ Disertamos en las Jornadas TECOM 2013, que organiza anualmente el laboratorio de Comunicaciones del Departamento de Ingeniería Electrónica de la UTN, Facultad Regional Córdoba.

■ Los alumnos del Instituto Saber visitaron el edificio de Telecom en Alta Córdoba, mientras que alumnos del IPEM 137 recorrieron la Estación Terrena Bosque Alegre, en la misma provincia.

Donación de equipamiento y materiales

| COMPONENTES DONADOS EN 2013 | CANTIDAD |
|--|--------------|
| PC completa (CPU, monitor, teclado, mouse) | 111 |
| Monitores | 1.480 |
| Impresoras | 204 |
| Notebooks | 378 |
| CPU | 3.835 |
| Mouses | 1.152 |
| Teclados | 1.810 |
| TOTAL DONACIÓN EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO | 8.970 |

Pedidos de colaboración comunitaria

172

| SISTEMATIZACIÓN DE LOS PEDIDOS DE COLABORACIÓN COMUNITARIA | 2013 |
|--|------|
| Cantidad total de requerimientos recibidos | 233 |
| REQUERIMIENTOS POR TIPO DE ORGANIZACIÓN | |
| Propuestas de OSFL | 153 |
| Propuestas de empresas | 32 |
| Propuestas de Gobierno | 10 |
| Propuestas del ámbito educativo | 21 |
| Propuesta de medios ⁽¹⁾ | 12 |
| Propuesta de particulares | 5 |
| REQUERIMIENTOS SEGÚN SU ESTADO | |
| Pedidos aceptados | 28 |
| Pedidos denegados | 188 |
| Pedidos en <i>stand by</i> | 3 |
| Pedidos cerrados ⁽²⁾ | 14 |

(1) Se contabilizaron propuestas y eventos organizados por medios de comunicación, independientemente de los pedidos de pauta e información.

(2) Corresponden a aquellos requerimientos que fueron derivados a otras organizaciones por exceder el alcance de la Gerencia de RSE.

Talleres de evaluación

Realizamos un relevamiento de los últimos avances en desarrollos metodológicos para la evaluación de resultados de programas RSE. Así, realizamos dos talleres. El primero nos permitió incorporar indicadores de medición de resultados y comprender mejor la metodología para transmitir resultados cuantificables y arribar a presentaciones de evaluación homogénea. El segundo tuvo como propósito realizar un seguimiento de los conocimientos incorporados en el primer en-

cuentro y fortalecerlos.

De estos encuentros participaron referentes de los proyectos en curso (Proyecto DiME, Centro Pescar, TesteAR, TIC 3.0 Tecnología para el cambio social, Aula Móvil, Navegar Seguro, Senti2 Conecta2 con Sueñalettras). Se entregó material de apoyo y se diseñó un nuevo formulario de presentación de proyectos, que colabora con una formulación más detallada de estos.



Representantes de las organizaciones que participaron del Taller.



Generamos espacios valiosos para la acción solidaria de nuestros colaboradores. De esta manera, impactamos en forma positiva en la comunidad y les brindamos bienestar a los propios voluntarios, favoreciendo el espíritu de equipo.





Voluntarios durante el armado de los kits del frío en Buenos Aires.

EN 2013

- La Red trabajó en 13 ciudades: Buenos Aires, Córdoba, Salta, Rosario, Río Cuarto, Neuquén, San Miguel de Tucumán, San Salvador de Jujuy, Mendoza, Resistencia, Corrientes, San Rafael y Posadas.
- Realizamos capacitaciones para que los voluntarios pudieran llevar adelante las tareas en cada proyecto. La mayoría se brindaron de manera online, mediante instructivos digitales y videos explicativos.
- Nos reunimos con organizaciones de la sociedad civil, que se incorporaron durante el año: en Mendoza, CILSA y CONIN; en San Rafael, Comedor Emmanuel. También realizamos encuentros con otras organizaciones en distintas ciudades para diseñar las acciones que se implementaron durante el año.
- Invitamos a los empleados a realizar donaciones a través de su recibo de sueldo para la Cruz Roja Argentina.
- Los proyectos de la Red se comunicaron vía e-mail, revista interna, Intranet y Tecotwitt (una plataforma interna de comunicación 2.0).



Voluntarios durante la jornada de plantación de árboles en la Reserva Ecológica Costanera Sur.

Actividades realizadas durante 2013

| ACCIÓN | PLAZA | CANTIDAD DE VOLUNTARIOS |
|--|--|-------------------------|
| Proyecto Pescar | Mendoza / Salta | 26 |
| CiTem | Buenos Aires | 3 |
| Jornada con CILSA en Temaikén | Buenos Aires | 26 |
| Maratón V Brizuela | Córdoba | 8 |
| Jornada Cine Abierto | Jujuy | 13 |
| Un Minuto por la diversidad | Salta | 27 |
| Convocatoria de iniciativas | Todas las plazas | 28 |
| Colecta de medicamentos Fundación Tzedaká | Buenos Aires | 14 |
| Clasificación de medicamentos | Buenos Aires | 35 |
| Socios por un día Kits contra el frío Colecta de juguetes Buen Día Golf Buen Día Coghlan | Buenos Aires | 55 |
| Jornada recreativa | Córdoba | 10 |
| | Rosario | 14 |
| | Chaco-Corrientes | 23 |
| | Tucumán | 6 |
| | Mendoza | 24 |
| | San Rafael | 10 |
| | Río Cuarto | 18 |
| Plantación de árboles | Buenos Aires/ Salta | 31 |
| Casa Ronald | Buenos Aires | 2 |
| Obra de Teatro <i>A ver qué veo</i> | Buenos Aires | 13 |
| Minuto por la Diversidad | Buenos Aires | 171 |
| Día del Voluntario | Buenos Aires | 36 |
| Refacción comedor | Tucumán | 9 |
| Nochebuena Para Todos | Buenos Aires/ Posadas/ Mendoza/ San Rafael/ Neuquén/ Río Cuarto/ Córdoba/ Tucumán/ Salta/ Jujuy/ Rosario/ Chaco/ Corrientes | 164 |



Empleados voluntarios actuando la obra de teatro “A ver qué veo”.

∞
RED DE VOLUNTARIOS

| | |
|---|--------|
| Cantidad total de voluntarios por única vez | 673 |
| Voluntarios capacitados | 10 |
| Horas de capacitación | 10 |
| Capacitaciones brindadas | 3 |
| Proyectos realizados | 45 |
| Voluntarios coordinadores de proyectos | 53 |
| Instituciones involucradas | 39 |
| Beneficiarios directos | 1.881 |
| Horas laborales invertidas | 2.721 |
| Horas no laborales invertidas | 1.204 |
| Horas totales de voluntariado | 3.924 |
| Monto recaudado en las campañas de donación voluntaria por medio de recibo de sueldo (en pesos) | 22.470 |

LA RED DE VOLUNTARIOS LLEGÓ A NÚCLEO

A partir de julio de 2013, voluntarios de Núcleo participaron en actividades por el Día del Niño, festejos y donaciones en diferentes hogares de niños y en hospitales de niños del Paraguay. Un equipo de diez voluntarios generó y organizó las acciones, y más de 80 voluntarios se inscribieron para participar en los distintos eventos.

8.7

ALIADOS EN EL TRABAJO CON LA COMUNIDAD

| ORGANIZACIONES | PROYECTO | TERRITORIO |
|---|---|---------------------------------------|
| ÁMBITO ACADÉMICO | | |
| Centro Metropolitano de Diseño | Programa TesteAR | Ciudad de Buenos Aires |
| Escuela Fe y Alegría | Centro Pescar | Salta |
| Escuela San José | Centro Pescar | Salta |
| Fundación Facultad de Ingeniería de Rosario | IV Congreso de Microelectrónica aplicada | Santa Fe |
| Hogar Parroquial San José, de San Pedro | Aula Móvil | Jujuy |
| Universidad Católica de Chile, Centro de Desarrollo de Tecnologías de Inclusión | Senti2 Conecta2 con Sueñalettras | Buenos Aires, Misiones y Jujuy |
| Universidad de San Andrés | Becas para el Posgrado de Organizaciones sin Fines de Lucro | Buenos Aires |
| Universidad Siglo XXI | Centro Universitario Warmi Huasi Yachana | Jujuy |
| SECTOR PÚBLICO | | |
| Casa del Bicentenario – Municipalidad San Miguel de Tucumán | Aula Móvil | Tucumán |
| Dirección de Educación Especial del Programa Conectar Igualdad | Senti2 Conecta2 con Sueñalettras | Buenos Aires, Misiones y Jujuy |
| Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social – CONAETI | Red de Empresas contra el Trabajo Infantil | Nacional |
| Red Provincial de Capacitación y Recursos TIC de la Subsecretaría de Estado de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa del Ministerio de Córdoba | Proyecto DiME | Córdoba |
| Subsecretaría de financiamiento del Ministerio de Economía, Infraestructura y servicios públicos de la Pcia. de Salta | Centro Pescar | Salta |
| ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL | | |
| ALPI | Colaboración anual | Buenos Aires |
| AMIA | Colaboración anual | Buenos Aires |
| Arbusta | Programa TesteAR | Rosario |
| Asociación Civil Warmi Sayasjunco | Centro Universitario Warmi Huasi Yachana | Jujuy |
| Asociación Conciencia | Colaboración en Jardines de cosecha (préstamo de celulares) | Salta y Jujuy |
| Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER) | Colaboración anual | Misiones |
| Chicos.net | Proyecto Navegar Seguro | Buenos Aires |
| CIPPEC | Colaboración anual | Buenos Aires |

| ORGANIZACIONES | PROYECTO | TERRITORIO |
|---|---|--------------------------------------|
| ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL | | |
| COAS | 35. ^a Feria de las Naciones | Buenos Aires |
| Foro del Sector Social | Colaboración anual | Buenos Aires |
| Fundación Caminando Juntos | Programa TesteAR | Rosario |
| Fundación CEOS-Sol | Campaña de reciclado de papel | Salta |
| Fundación Desarrollar | Programa TesteAR | CABA y Rosario |
| Fundación Educando | Proyecto Aula Móvil | Tucumán y Jujuy |
| Fundación Familia | Campaña de reciclado de papel | Córdoba |
| Fundación Garrahan | Campaña de reciclado de papel y auspicio del Torneo de Golf | Ciudad de Buenos Aires |
| Fundación Huésped | Día Mundial del Sida | Buenos Aires |
| Fundación ICBC | Arte en las Escuelas | Nacional |
| Fundación INEBA | Evento Mentes Creativas | Buenos Aires |
| Fundación Jean Navajas | Proyecto Bicentenario Local | Corrientes |
| Fundación Laureus | Colaboración anual | Buenos Aires |
| Fundación Manos Abiertas Salta | Segundo Congreso de Organizaciones Sociales del NOA, REDES 360° | Salta |
| Fundación Mariquita Sánchez de Thompson | Colaboración anual | Ciudad de Buenos Aires |
| Fundación Mundo Sano | Encuentro Internacional sobre Enfermedades Desatendidas | Buenos Aires |
| Fundación Nordelta | Colaboración anual | Buenos Aires |
| Fundación Pescar | Centro Pescar | Salta |
| Fundación Red Comunidades Rurales | Colaboración anual | Formosa, Chaco y Santiago del Estero |
| Fundación Sagrada Familia | Concurso de Diseño Social 2013 | Buenos Aires |
| Fundación Sí | Colaboración (préstamo de celulares, inundaciones La Plata) | Buenos Aires |
| Fundación Tzedaká | Colaboración anual | Buenos Aires |
| FUNDALEU | Colaboración anual | Buenos Aires |
| ORT | Colaboración anual | Ciudad de Buenos Aires |
| Programa Alerta Vial | Colaboración anual | Buenos Aires |
| Red Solidaria | Centro Universitario Warmi Huasi Yachana | Jujuy |
| Sociedad Italiana de Beneficencia de Buenos Aires | 12.º Maratón Hospital Italiano 2013 | Ciudad de Buenos Aires |
| TEDx Plaza Independencia | Colaboración (préstamo de celulares) | Tucumán |
| Wingu – Tecnología sin fines de lucro | Proyecto TIC 3.0 – Tecnología para el cambio social | Nacional |

En negrita se destacan las organizaciones con las que participamos en proyectos sociales de mediano o largo plazo.

8.8

EL GRUPO TELECOM Y LA CULTURA

Acciones de mecenazgo en la ciudad de Buenos Aires y en Chaco

Durante 2013, en la ciudad de Buenos Aires, y en el marco de la Ley de Mecenazgo, apoyamos varias iniciativas culturales, entre estas:

■ **Asociación Amigos del Museo Etnográfico.** Proyecto de Restauración de la fachada del Museo Etnográfico.

■ **Asociación Amigos Museo Fernández Blanco.** Menudas Historias: Ciclo de videos sobre el patrimonio del Museo de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco.

■ **Asociación Civil Doc Buenos Aires.** Festival Internacional de Cine Documental.

■ **Asociación de Amigos Museo Nacional de Arte Decorativo.** Restauración de la cúpula del Palacio Errazuris (1822).

■ **Circuito Cultural Barracas.** Proyecto Reencuentro en el Espacio de Todos.

■ **Fundación Amigos del Teatro San Martín.** Programa de Modernización del Complejo Teatral de Buenos Aires.

■ **Fundación Bunge y Born.** Las misiones jesuíticas y la Manzana de las Luces.

■ **Fundación Cantabile para las Artes.** Edición de la revista *Cantabile*.

■ **Fundación PROA.** Programa de Integración Comunitaria y Extensión Educativa.

En Chaco, a través del régimen de mecenazgo local, apoyamos el proyecto de la Fundación Urunday: Resistencia, la Ciudad de las Esculturas. Este incluyó la ampliación del Departamento de Mantenimiento y la restauración de esculturas del Museo de las Esculturas Urbanas del Mundo (MUSEUM) y su mantenimiento, un parque de las Esculturas, la Ciudad Virtual de las Esculturas (visor 360°) y un escenario para la realización de las futuras bienales de esculturas.



8.9 EL GRUPO TELECOM, EL DEPORTE Y LA INTEGRACIÓN

En septiembre de 2013, se realizó la Maratón de Buenos Aires 21K, un evento que promueve el deporte e integración de las personas, donde Personal y Arnet fueron los main sponsors. Organizada por la Asociación Civil Carreras y Maratones Ñandú, este circuito representó la antesala de la Maratón Personal 42K de Buenos Aires.

Se trata de dos maratones reconocidas internacionalmente y que en 2013 tuvieron una convo-

catoria récord. Además de desplegar en la Ciudad de Buenos Aires uno de los certámenes de mayor calidad en atletismo, remarcaron su compromiso con la sociedad, ya que destinaron parte de lo recaudado a una acción solidaria. Con el esfuerzo y la superación como pilares del desempeño deportivo, Arnet y Personal apoyaron esta iniciativa que impulsa al deporte, tanto *amateur* como profesional, como vector del desarrollo de la sociedad y espacio de interacción sociocultural.



Desde Núcleo concretamos, durante 2013, una serie de actividades relacionadas con objetivos y metas del programa de inversión social.

En 2013, 85 colaboradores de la Compañía participaron de manera activa y directa en diferentes iniciativas apoyadas por el Programa de RSE.

Entre las principales acciones desplegadas desde Núcleo, se destacan:

- Seguimos colaborando con la Fundación Operación Sonrisa Paraguay, que realiza cirugías sin costo a niños con paladar hendido y labio fisurado. En el octavo año de acción conjunta, 102 niños fueron operados exitosamente. Además del apoyo económico, Núcleo proveyó de comunicación gratuita a la fundación y promovió la participación de sus empleados

como voluntarios.

- En materia de inclusión digital, concretamos la instalación y puesta en marcha de nuevas plazas con servicio de Internet sin costo en las ciudades de Concepción, Pedro Juan Caballero, San Estanislao y Pilar. Con esta iniciativa, brindamos un beneficio extra a los vecinos y visitantes de cada ciudad, promoviendo el uso de Internet y el acceso de los ciudadanos a la red, en especial de aquellos de menores ingresos.

■ Colaboramos con el proyecto One Laptop per Child, desarrollado en Caacupé por la organización Paraguay Educa, así como con el proyecto OLPC en Concepción, junto con el Rotary Club Concepción. Un total de 40 escuelas ubicadas en Caacupé y en Concepción recibieron el servicio de Internet gratuito.

■ Apoyamos por primera vez a la asociación sin fines de lucro TECHO en sus actividades de construcción de viviendas de emergencia para familias de muy escasos recursos. Además de un aporte económico, brindamos la provisión de conectividad a la organización. Igualmente, voluntarios de Núcleo participaron en las campañas de construcción en Asunción, Gran Asunción y Ciudad del Este.

■ A través de la campaña “Un libro, una esperanza”, junto con la Fundación en Alianza, se entregó por undécimo año consecutivo textos escolares del área de comunicación y matemáticas en escuelas de escasos recursos de todo el Paraguay. Así, en 2013 recibieron libros de texto 1.663 niños en 25 escuelas públicas instaladas en 20 localidades de 11 departamentos del país.

■ Continuamos proveyendo durante 2013 el servicio de Internet sin costo a 30 salas de informática donadas en otras tantas instituciones de enseñanza ubicadas en diferentes puntos del Paraguay.

■ Con la Fundación Tierra Nuestra, renovamos nuestro convenio de cooperación con el Proyecto Sonidos de la Tierra, orientado a niños y a jóvenes para brindarles una oportunidad cierta de desarrollo futuro. Los programas de Sonidos de la Tierra contaron con la participación de más de 15.000 jóvenes de todo el país.

■ Trabajamos con WWF Paraguay y adherimos a la Hora del Planeta. Además, desarrollamos acciones de reforestación con la participación de empleados de la Compañía y sus familiares en espacios públicos ubicados en las ciudades de Pedro Juan Caballero y Coronel Oviedo.

■ Colaboramos nuevamente con la Campaña de Lucha contra el Dengue y el Programa de Concientización del PAI (Programa Ampliado de Inmunizaciones) (ambos del Ministerio de Salud Pública), la Secretaría de la Mujer, y la Secretaría de la Niñez y la Adolescencia.

Además, desde Núcleo apoyamos a organizaciones y programas como Fundación El Cabildo, Fundación Ecocultura, Organización Socorro, Asociación de Veteranos de la Guerra del Chaco, Premios ADEC para su galardón en el área de Responsabilidad Social Empresarial, Centro de Ayuda al Discapacitado de Encarnación, Comedor Mita Raity de Sara Servián y Asociación Paraguaya para la Calidad, entre otros.



Donación de libros a la Escuela Don Herminio Vargas, de Paraguari, en Paraguay.

8.11

AVANCES 2013 Y OBJETIVOS PARA EL FUTURO

COMUNIDAD

Actualizar la Estrategia de Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad del Grupo Telecom 2013-2015, para que nos permita encauzar los esfuerzos tras las causas de sustentabilidad y de desarrollo de la comunidad.

Durante 2013, actualizamos nuestra estrategia de RSE, que nos permitió encauzar las acciones de inversión social. En este sentido, el objetivo general de la RSE en Grupo Telecom es "Contribuir al desarrollo sostenible del negocio y, junto al poder transformador de la tecnología, aplicar las soluciones innovadoras que favorezcan el desarrollo de una mejor calidad de vida de la población". Desarrollamos nuestro Plan de Inversión Social, que se tradujo en diversos programas que realizamos con la comunidad (Espacios Colaborativos, Espacios Educativos, Espacios Inclusivos). Esto se enmarcó en el Plan de Sustentabilidad, para implementar prácticas responsables con los demás grupos de interés y en relación con el negocio.

Trabajar en línea con las áreas comerciales para integrar el trabajo de Comunidad como insumo para explorar pilotos de negocio con valor social.

Avanzamos con iniciativas que promueven el uso de dispositivos móviles en el aprendizaje del ámbito escolar y en la gestión de las organizaciones sociales. Lanzamos el proyecto Di.M.E. (Dispositivos Móviles en Educación) en la provincia de Córdoba; este busca potenciar el uso educativo de las tecnologías móviles en el ámbito escolar. Por otra parte, desarrollamos e implementamos una plataforma móvil para dispositivos Android, que permite recolectar información en campo que es almacenada directamente en la base de datos de la institución central.

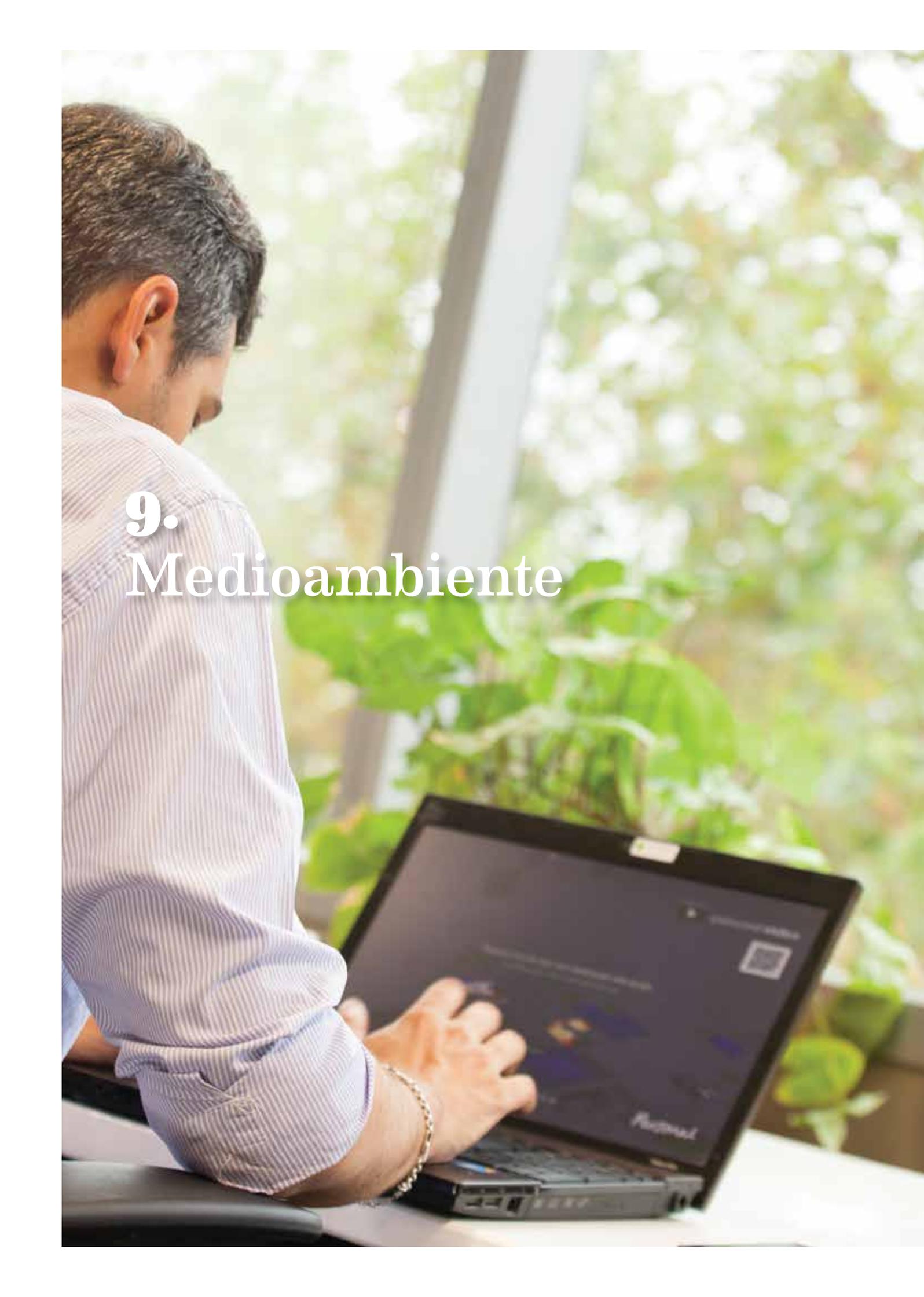
Evaluar el lanzamiento de un proyecto de RSE de escala, relacionado con nuestra actividad empresarial.

Comenzamos a desarrollar una propuesta para promover el uso seguro de Internet. Consiste en un programa nacional especializado en educación cibernautada que alcanza a toda la comunidad.

Nuestros desafíos para 2014

COMUNIDAD

- Generar ideas de negocios con valor social.
- Generar, junto con organizaciones especializadas, el desarrollo de plataformas tecnológicas que fomenten espacios colaborativos, acompañen la gestión interna de las organizaciones sin fines de lucro e impulsen nuevas modalidades de generación de proyectos inclusivos.
- Optimizar nuestro modelo de diseño y evaluación de proyectos de inversión social para que permita sistematizar, monitorear y evaluar el impacto de nuestra inversión a través de indicadores transversales.

A man with short dark hair, wearing a light blue and white striped button-down shirt, is seen from the side, focused on his work. He is sitting at a desk, typing on a black laptop. The laptop screen displays a dark interface with some text and a small square icon. The background is a bright, sunlit office space with a large window. Outside the window, there are lush green trees and plants, creating a bokeh effect. A large green plant is visible in the foreground, partially obscuring the view of the window. The overall atmosphere is professional and serene.

9. Medioambiente

DESTACADOS

CERTIFICACIÓN DE LAS NORMAS ISO 9001 Y 14001

- Llevamos a cabo la Auditoría Externa del Ente Certificador IMQ. En esta se realizó el mantenimiento del alcance nacional para la Norma ISO 9001:2008, y de sitios de la Región Litoral para la Norma ISO 14001.
- Se realizó la extensión del alcance de la ISO 14001:2004 en los sitios de la Región Mediterránea.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

- Realizamos el recambio de 8.700 tubos fluorescentes por tubos LED en el edificio Estomba y en la sede central de Puerto Madero.
- Cumplimos con el objetivo de mantenimiento del nivel de consumo anual para Telecom Argentina: 378,14 GWh.

PROGRAMA IT VERDE

- Cambiamos el formato de la factura pasando de un esquema de dos hojas por factura a solo una hoja para aquellos clientes que únicamente tenían una línea.
- Incrementamos la cantidad de clientes adheridos a facturación online.
- Reemplazamos la impresión de las facturas de venta por un formato digital que le permitió al cliente poder consultarla e imprimirla desde la Web en cualquier momento.

9.1

COMPROMISO CON LA GESTIÓN AMBIENTAL

Estamos convencidos de que el respeto por el medioambiente y la eficiencia energética son pilares fundamentales de la sustentabilidad. Por ello, nos comprometemos a gestionar el negocio optimizando los recursos y administrando los materiales en forma responsable. A su vez, buscamos ofrecer soluciones tecnológicas en beneficio del medioambiente y de los recursos no renovables, propiciando además que la comunidad también actúe a favor del entorno.

Durante 2013 continuamos gestionando el negocio enfocado en los siguientes objetivos estratégicos ambientales:

- Optimizar el uso de los recursos energéticos y otros recursos naturales.
- Minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos.
- Perseguir la mejora continua del desempeño ambiental.
- Adoptar políticas de compra que tomen en consideración las cuestiones ambientales.
- Diseminar una cultura que promueva un correcto enfoque de los temas ambientales.

9.2

CERTIFICACIÓN DE LAS NORMAS ISO 9001 Y 14001

Profundizamos nuestro compromiso con una gestión responsable y ampliamos el alcance de nuestros sistemas y procesos certificados, y las capacitaciones impartidas sobre esta temática:

- En noviembre 2013 se llevó a cabo en forma exitosa la Auditoría Externa del Ente Certificador IMQ (Istituto Italiano del Marchio di Qualità). En esta se realizó el mantenimiento del alcance ya certificado anteriormente: alcance nacional para la Norma ISO 9001:2008 y sitios de la Región Litoral para la Norma ISO 14001. Se realizó la extensión del alcance ISO 14001:2004 en los sitios de la Región Medite-

rránea. De esta forma, el nuevo certificado ISO 14001 comprende los sitios de acceso de la Red Móvil de TP en trece provincias argentinas: Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Chaco, Formosa, Córdoba, Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca, La Rioja y Santiago Del Estero.

- Contamos con dos líneas de capacitación:
Interna: Impartida por instructores del Grupo Telecom, que incluye cursos acerca del tratamiento de desvíos en las normas que pueden ser tratados a través de acciones preventivas o correctivas, capacitación de gestión operativa sobre normas ISO 9001:2008 y 14001:2004 y

capacitación sobre el sistema de gestión de la red móvil.

Externa: Brindada por IRAM sobre aspectos contemplados en las normas ISO 9001:2008 y 14001:2004.

9.3

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Desde 2011 medimos las emisiones de CO₂ resultantes de nuestra operación para detectar oportunidades de mejora y proponer planes de acción. En este marco, en 2013 continuamos con el plan de renovación de la flota automotriz en la Argentina. Así, modificamos su composición para minimizar la cantidad de furgones tipo pesado. La renovación total de la flota estuvo compuesta por 234 unidades.

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

| DENOMINACIÓN | CONSUMO COMBUSTIBLE (EN LITROS) | | EMISIONES TOTALES DE CO ₂ (EN TnCO ₂ eq) | |
|--|------------------------------------|-----------|---|----------------|
| | 2012 | 2013 | 2012 | 2013 |
| Emisiones por consumo de gasoil (Flota automotriz) en litros ^{(1) (2)} | 4.019.820 | 3.686.600 | 10.758 | 9.867 |
| Emisiones por consumo de nafta (Flota automotriz) en litros ^{(1) (2)} | 1.278.870 | 1.854.982 | 2.905 | 4.214 |
| Emisiones por consumo de gasoil (Grupos Electrógenos) ⁽³⁾ | 353.160 | 365.799 | 950 | 984 |
| Emisiones por consumo de gas domiciliario (gas natural) para calefacción, en m ³ ⁽³⁾ | 508.484 | 641.815 | 1.309 | 1.213 |
| Total de emisiones provenientes de fuentes directas - Alcance 1 ^{(1) (4)} | - | - | 15.923 | 16.277 |
| Total de emisiones indirectas provenientes de la electricidad comprada - Alcance 2 ⁽⁵⁾ | - | - | 208.485 | 202.304 |
| Emisiones generadas por viajes en avión ^{(1) (2)} | - | - | 3.643 | 2.270 |
| Emisiones generadas por el traslado de los colaboradores hacia el trabajo ^{(2) (6)} | - | - | 13.286 | 13.071 |
| Total de emisiones - Alcance 3 ⁽⁷⁾ | - | - | 16.929 | 15.341 |

(1) Alcance Argentina y Paraguay.

(2) Herramienta utilizada: Transport or mobile sources GHG emission calculation tool Versión 2.5.

(3) Alcance Argentina. Herramienta Stationary Combustion, GHG Emission Calculation Tool Versión 4.0.

(4) Emisiones directas provenientes de fuentes controladas por el Grupo Telecom en Argentina. Se reportan las emisiones debidas al consumo de gas natural en los edificios del Grupo Telecom en Argentina y las producidas por el consumo de combustibles líquidos y gasoil en la flota vehicular propia del Grupo Telecom y Núcleo, así como el consumo de gasoil de grupos electrógenos del Grupo Telecom.

(5) Corresponde a las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica comprada a la red (fuente externa). Consumo 378.139 Mwh. Factor de emisión de CO₂ de la red eléctrica argentina, Secretaría de Energía de la Nación. Se utilizó el factor de emisión del Margen de Operación opción *ex ante*. Se tomó un promedio de los últimos tres años. El factor de emisión fue 0,535 TnCO₂/Mwh. Paraguay no registró emisiones porque su consumo de energía provino de fuentes renovables (energía hidroeléctrica).

(6) Alcance Argentina.

(7) Emisiones provenientes de otras fuentes externas. El Grupo Telecom en Argentina reporta las emisiones asociadas al desplazamiento de los empleados hacia y desde el trabajo, y también las producidas en los viajes de negocio realizados en avión.

9.4

ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

Durante 2013 el Comité de Energía, compuesto por las áreas de Real Estate, Tecnología Informática, Unidad Red, Capital Humano y RSE, continuó implementando una estrategia de uso eficiente y racional de la energía. El plan de acciones de ahorro de energía 2013 fue presentado y ratificado por el Comité de Inversiones Corporativas y consistió en las siguientes iniciativas:

Adecuación de instalaciones y control edilicio

- En el marco del Programa Ahorro y Racionalización Energética (AYRE), durante 2013 se

realizaron varias obras en materia de eficiencia energética; la más importante de estas fue el recambio de 8.700 tubos fluorescentes por tubos LED en los dos edificios más importantes del Grupo: edificio Estomba y en la sede central de Puerto Madero. Esta acción fue reconocida como el *relamping* más importante de Sudamérica para una empresa privada.

- Se realizó el cambio de todo el sistema de iluminación del *datacenter* Pacheco; lámparas de descarga fueron reemplazadas por lámparas LED.

■ Se realizaron obras de recambio de equipos de aire acondicionado de baja eficiencia por equipos nuevos de máximo rendimiento junto con la eliminación de gas r22, reemplazado por gas ecológico r410.

■ Se están instalando tableros para el control de iluminación en 30 salas de los edificios más importantes del país.

■ Se está realizando el cambio del sistema inteligente del Edificio Madero, con una proyección de ahorro de aproximadamente el 30% en su consumo de energía. Se monitoreará en tiempo real el consumo de energía y de agua potable.

■ Durante 2013 se mantuvo la Certificación LEED del Contact Center Personal Green Rosario y se está trabajando en la modelización e incorporación de una nueva sede bajo la iniciativa LEED.

forman parte del Plan Trienal de Eficiencia Energética. Su objetivo prioritario es absorber los incrementos de consumo provenientes del crecimiento de la demanda y expansión de la red, así como la reducción adicional basada en una estrategia de selección tecnológica eficiente de componentes de la red, compromiso de los empleados y uso racional de la energía destinada a climatización.

El proyecto TIGREEN, llevado a cabo en el complejo Pampa, se basa en un tablero que muestra de manera online los distintos dispositivos y sensores instalados con el objetivo de compilar información sobre consumos eléctricos y parámetros ambientales de los edificios.

Asimismo, hemos incorporado durante 2013, para los edificios de Belgrano y de Estomba, cincuenta tableros de automatismos, para acciones del proyecto TIGREEN, y realizamos el recambio de al menos dos plantas de frío de confort de edificios incluidos entre los 20 de mayor consumo.

Estas acciones, en conjunto con otras previstas,

| CONSUMO DE ENERGÍA (EN GWH) | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|--------|--------|--------|
| Consumo de energía ⁽¹⁾ | 373,49 | 386,93 | 378,14 |
| Compra de electricidad procedente de fuentes renovables | - | 2,61 | 2,53 |

(1) Incluye compra de electricidad procedente de fuentes mixtas en la Argentina.

| CONSUMO DE AGUA | 2011 ⁽¹⁾ | 2012 | 2013 |
|--|---------------------|-----------|-----------|
| Consumo de agua proveniente de servicios de suministro público (en m ³) ⁽²⁾ | 1.873.728 | 1.850.427 | 1.991.376 |

(1) Los datos presentados en 2011 son aproximados y por ello no son comparables con 2012 y 2013.

(2) Incluye Argentina y Paraguay.

9.5

PLAN DE RECICLADO DE BATERÍAS DE CELULARES EN DESUSO

La campaña Conciencia Celular es una iniciativa de Telecom Personal que promueve el uso responsable del teléfono móvil y abarca distintos ejes de acción. Busca concientizar sobre el uso del celular al conducir bajo la premisa “Hablar por teléfono, leer o escribir mensajes de texto mientras se conduce aumenta las situaciones de riesgo en el tránsito”. Los puntos de recolección están ubicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la provincia de Buenos Aires.

De esta manera, nos sumamos al operativo de Educación Vial que impulsa el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires junto con la Agencia Nacio-

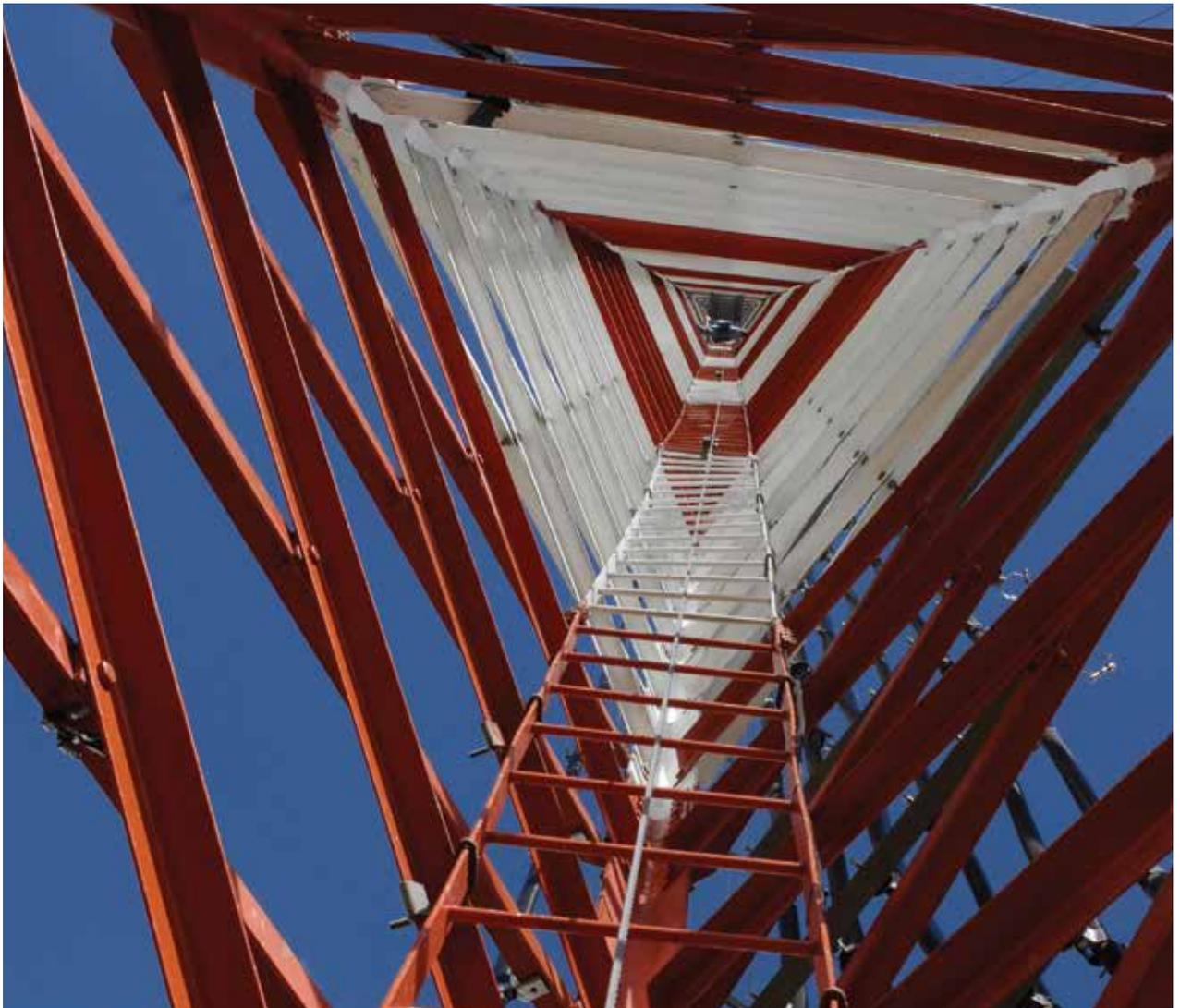
nal de Tránsito. Simultáneamente, apoyamos las iniciativas de la ONG Alerta Vial, principalmente la acción llamada “Guarda con la previa”.

En este marco, desde 2009, realizamos una campaña de recolección de baterías de celulares en desuso para su correcta disposición y reciclado. Instalamos urnas destinadas exclusivamente para este propósito y concientizamos e incentivamos a nuestros clientes y empleados a depositar allí las baterías para su posterior reciclado. Actualmente, existen urnas en las oficinas comerciales de la Ciudad de Buenos Aires.

Las baterías recolectadas son retiradas por la empresa Silkers, compañía especializada en el reciclado de residuos electrónicos, que las acopia de manera responsable y segura hasta el momento del envío a la planta de reciclado Umicore Recycling Solutions, en Bélgica. Allí, todo el material es separado y reprocesado para obtener nueva

materia prima de cada componente. El nivel de recupero de los metales que se alcanza es alto y con un nivel de contaminación cero gracias a sistemas de captura y abatimiento de emisiones. También se recuperan otros materiales como el litio, el cobalto o el níquel, utilizados como insumos en nuevos procesos industriales.

| PLAN DE RECICLADO DE BATERÍAS | 2012 | 2013 |
|--|--------|--------|
| Baterías recolectadas y tratadas (en unidades) | 22.609 | 10.986 |
| Equipos móviles enviados a reciclar | 10.604 | 13.872 |
| Peso de material recolectado (en kg) | 11.395 | 4.716 |



9.6

CONSUMO DE MATERIALES Y GESTIÓN DE RESIDUOS

| OBJETIVOS CLAVE DE MEJORA 2013 | UNIDAD DE MEDIDA | OBJETIVO 2013 | REAL 2013 |
|--------------------------------|------------------|---------------|-----------|
| Consumo de papel FSC / FCA | Tn | 280 | 488 |

En el marco del Proyecto Gestión Integral de Residuos, cuyos objetivos son establecer una matriz de residuos por cada operación de la Compañía, identificar los residuos por cantidad y tipo, y generar prácticas sostenibles de tratamiento, en 2013 llevamos a cabo diversas iniciativas.

Continuamos en Buenos Aires con la campaña de reciclado de papel y plástico a beneficio de la Fundación Hospital de Pediatría Profesor Dr. Juan Garrahan. Recolectamos y donamos 224.228 kg de papel y 326 kg de tapas plásticas. Fuimos una de las cien organizaciones que más aportó a esta iniciativa en el país, cuyos fondos se destinaron al mantenimiento de la Casa Garrahan, a la compra de equipamiento de avanzada, y a la capacitación de médicos y enfermeras, entre otras actividades. Para incentivar la recolección de tapitas plásticas, realizamos una campaña interna en Buenos Aires, con afiches realizados con la participación de empleados.

En la ciudad de Córdoba, recolectamos 5.888 kg de papel a beneficio de la Fundación Familia, una organización que trabaja por la defensa y difusión de los valores de la familia en alianza con una red de más de 60 organizaciones de la ciudad.

Además, en el marco del Programa Recuperadores Urbanos, dependiente de la Municipalidad de Río Cuarto, participamos del programa de reciclado de papel que tiene como objetivo facilitar la inclusión social de familias en situación de calle, donde se recaudaron 4.575 kg. Los fondos recaudados por la comercialización del papel, que se realizó con la Papelera del Plata, fueron destinados de modo directo a las familias participantes.

Continuamos también con la colecta de papel en Salta. En la edición 2013, lo recolectado fue en beneficio de la Fundación CEOS-SOL, dentro del Programa Cuidado y Protección del Medio Ambiente - Campaña de Papel: "Demos una mano de corazón". La organización trabaja desde hace 15 años en Salta, abordando temáticas relacionadas con la salud y con el medioambiente. En 2013, donamos 2.657 kg a dicha institución.

Además, recolectamos tóners de impresoras agotados o con bajo contenido, para luego enviarlos a terceros que realizan un proceso industrial de remanufactura.

PROYECTO IT VERDE

Tiene como objetivo cubrir nuevas necesidades operativas del servicio de impresión surgidas luego del despliegue del proyecto implementado en 2012. En 2013, realizamos las siguientes mejoras:

- **Impresión en doble faz.** La capacidad impresión doble faz que aportaron los nuevos equipos incorporados por IT-Verde tuvo una media aproximada del 45% del total de la impresión. Esto aportó un ahorro del 22,5% en hojas del papel consumido.
- **Reducción de la impresión.** El volumen de impresión original estimado para Telecom y Personal era de 41 millones de páginas. En 2013 se pudo ver una reducción de unos 5,4 millones para el parque original del proyecto o de 1 millón de páginas si incluimos las nuevas oficinas comerciales y el equipamiento sumado por Portabilidad en Telecom Personal.
- **Reducción de desechos contaminantes.** La utilización de cartuchos originales de alto rendimiento, así como la posibilidad de ajuste fino de la densidad de tóner, permitió generar menores cantidades de desechos para reciclar. Por otra parte, el nuevo servicio permitió unificar el circuito de reciclado en un solo canal, y simplificarlo para el usuario.

| PAPEL | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Consumo de papel no reciclado para uso comercial (kg) | 1.157.856 | 2.288.732 | 2.153.213 |
| Facturación (Telecom Argentina y Telecom Personal) | 1.157.856 | 1.203.982 | 1.149.353 |
| Folletería Comercial | N/D | 1.084.750 | 1.003.860 |
| Consumo de papel no reciclado para uso de oficina (kg) ^{(a) (b)} | 246.867 | 142.904 | 13.245 |
| Consumo de papel FSC/ FCA (kg) ^(c) | 984 | 256.125 | 487.892 |
| Consumo FSC/ FCA sobre el total de papel consumido (%) | 0,07% | 9,53% | 18,38% |
| Cantidad de resmas (unidades) ^{(a) (c)} | 105.020 | 84.242 | 67.247 |
| Total papel reciclado (kg) ^{(c)(d)} | 154.479 | 57.717 | 239.680 |
| Cantidad de árboles preservados (unidades) | 2.626 | 981 | 8.109 |
| TAPAS PLÁSTICAS | | | |
| Tapas plásticas recolectadas (kg) | 264 | 308 | 326 |
| TÓNER | | | |
| Tóners recolectados (unidades) | 2.563 | 1.268 | 2.096 |
| Tóners recolectados (kg) | 1.312 | 284 | 2.090 |

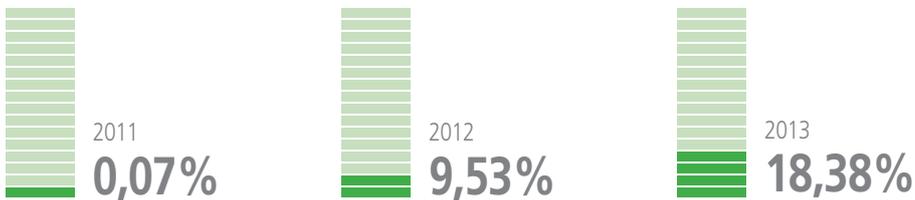
(a) El indicador es calculado a partir del papel comprado para uso de oficina, que no es necesariamente el consumido.

(b) Alcance Argentina y Paraguay.

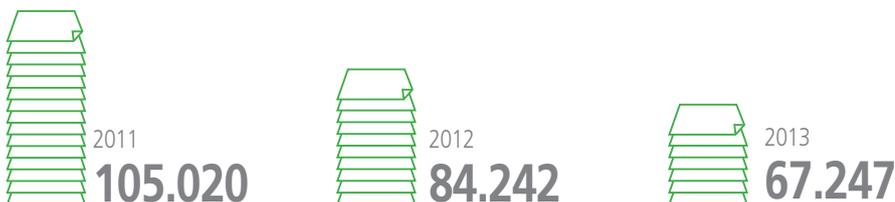
(c) Alcance Argentina.

(d) Alcance: Buenos Aires, Córdoba y Salta. En 2011 se incluyó la sistematización de reciclado de papel y cartones inservibles y de guías telefónicas en desuso. En 2013 se envió a reciclar material de archivo en desuso.

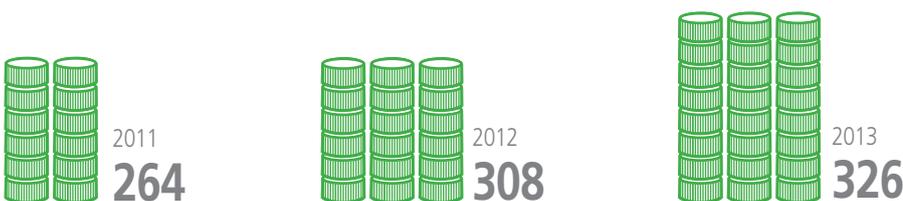
CONSUMO FSC/ FCA SOBRE EL TOTAL DE PAPEL CONSUMIDO (%)



CANTIDAD DE RESMAS (UNIDADES) ^{(a) (c)}



TAPAS PLÁSTICAS RECOLECTADAS (KG)



9.7

MANTENIMIENTO DE ESTRUCTURAS DE SOSTÉN DE ANTENAS

En Argentina, nuestras redes de telefonía fija y móvil cuentan con 3.978 estructuras de sostén de antenas, sobre las que realizamos tareas de mantenimiento para asegurarnos de que se encuentren en correcto estado.

Realizamos dos tipos de mantenimiento: periódico o preventivo, que consiste en observar el estado general de la estructura para realizar informes

y para implementar tareas de mantenimiento, y correctivo, por medio del cual reparamos o cambiamos los elementos defectuosos según los resultados de los informes efectuados.

El mantenimiento de las estructuras nos permite gestionar los riesgos sociales y ambientales, y prevenir accidentes que puedan impactar negativamente sobre la comunidad y su entorno.

| MANTENIMIENTO DE ESTRUCTURAS DE SOSTÉN DE ANTENAS EN 2013 | CANTIDAD DE INTERVENCIONES | COSTO TOTAL (PESOS) |
|---|----------------------------|---------------------|
| Mantenimiento periódico | 1.124 | 2.458.154 |
| Mantenimiento correctivo | 203 | 5.683.244 |

MONITOREO DE RADIACIONES NO IONIZANTES

Llevamos a cabo un monitoreo continuo de radiaciones no ionizantes (RNI). En 2013, medimos las emisiones electromagnéticas en 703 instalaciones.

Además, realizamos tres cursos de capacitación sobre mediciones de radiaciones no ionizantes dictados por un proveedor externo, en los que participaron 40 empleados de distintas áreas.



9.8

CAPACITACIÓN DE EMPLEADOS SOBRE CUIDADO AMBIENTAL

Durante 2013 continuamos desarrollando cursos y campañas internas para informar y concienciar a nuestros empleados sobre la importancia del cuidado del medioambiente. De esta manera, logramos generar conciencia sobre el uso racional de los recursos en el personal capacitado, que demostró gran interés y compromiso. Unas 1.280 personas participaron de estos cursos.

Continuamos reforzando el entrenamiento sobre los procedimientos de control de derrames de baterías y de combustibles en tareas operativas.

Dentro de la Web ambiental / Neoportal, actualizamos contenido con el objeto de ofrecerle a nuestra gente conceptos de aprendizaje. La nueva Web incluye información sobre acciones que desarrolla nuestra empresa; cuidado del agua, el aire, la energía y el medioambiente; el cambio climático y la biodiversidad. En 2013, la Web ambiental recibió 2.551 visitas.

9.9

AVANCES 2013 Y OBJETIVOS PARA EL FUTURO

DESAFÍOS 2013

CUMPLIMIENTO 2013

MEDIOAMBIENTE

Continuar con las mejoras en el Sistema de Gestión de Calidad y Medio Ambiente, certificado en la norma ISO 14001, realizando la extensión a los sitios de la Región Mediterránea.

Se llevó a cabo, en forma exitosa la auditoría externa del ente certificador IMQ. En esta se realizó el mantenimiento del alcance ya certificado en 2012 (alcance nacional para la Norma ISO 9001:2008 y sitios de la Región Litoral para la Norma ISO 14001), y además se realizó la extensión del alcance ISO 14001:2004 en los sitios de la Región Mediterránea.

Completar la implementación de la prueba piloto del sistema Energy Management en el Edificio Pampa.

La prueba piloto del Edificio Pampa se encuentra en curso y volcando sus primeros datos a la plataforma TIGREEN.

Mantener el nivel de consumo de energía acorde con el volumen consumido en 2012. Objetivo: 386.927 Kwh

El nivel de consumo de energía fue de 378.140 Kwh; alcanzó el objetivo definido, ya que el consumo fue menor que el del año anterior.

Fomentar el consumo de papel FSC o FCA. Objetivo: 280 toneladas.

Se alcanzó el objetivo propuesto, con un total de 503,7 toneladas de papel FSC o FCA consumido.

Seguir impulsando la adhesión a factura online (digital). Objetivo: 385.000 clientes.

Un total de 612.719 clientes se adhieron a la factura online.

Nuestros desafíos para 2014

MEDIOAMBIENTE

- Entrenar en sensibilización ambiental utilizando la modalidad *e-learning*.
- Seguir fomentando el consumo de papel FSC o FCA. Objetivo: 350 toneladas.
- Mantener el nivel de consumo de energía acorde al volumen consumido en 2013 de 379.1 Gwh.



10.
Sobre este Reporte

Nombre de la publicación: Reporte de Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad.

Número de publicación: 7.

Período alcanzado: De enero a diciembre de 2013. Incluye información comparativa de los años 2011 y 2012.

Alcance geográfico: Argentina y Paraguay.

Periodicidad: Anual.

Lineamientos y estándares utilizados:

- Guía G3.1 para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de la organización GRI (Global Reporting Initiative), con alcance del nivel de aplicación "B+".

■ Norma Internacional de Responsabilidad Social ISO 26000:2010.

■ AccountAbility 1000: AA1000SES (Stakeholder Engagement Standard).

■ Pacto Mundial de Naciones Unidas. Este Reporte presenta la Comunicación para el Progreso (COP) 2013.

Verificación externa: Este Reporte está verificado externamente por PwC.

Análisis de materialidad: En el Grupo Telecom aplicamos el Principio de Materialidad en el proceso de elaboración del Reporte de RSE, de acuerdo con la definición del Protocolo Técnico elaborado por la Iniciativa de Reporte Global

(GRI) en el marco de la Guía G3.1, y de la versión final del estándar AA1000SES. Esto tiene como objetivo incluir en esta publicación todos los contenidos relevantes tanto para los grupos de interés como para su negocio, adaptando el Reporte al contexto local y sectorial.

Este ejercicio incluyó las siguientes actividades:

- Consideramos una serie de documentos e informes como insumos para la identificación de temas que debían reportarse: "*The Contribution the ICT Industry Can Make to Sustainable Development - A Materiality Assessment by the Global Sustainability Initiative*", elaborado por la organización **Global e-Sustainability Initiative (GeSI)**, de abril de 2008; **el análisis de materialidad de Telecom Italia** para su Balance de Sostenibilidad 2012; y el proceso de relevamiento de información a cargo del **Grupo Operativo**, entre otros.

- Realizamos una **identificación de los factores internos y externos** por comunicar en función de los intereses de los públicos clave de la empresa y de Telecom.

- Se conformó un **listado de 19 temas relevantes** para la Compañía de acuerdo con los *inputs* mencionados anteriormente:

- Brecha digital y acceso a las telecomunicaciones
- Uso de materiales y residuos
- Servicios de telecomunicaciones relacionados con la lucha contra el cambio climático
- Relaciones con inversores y accionistas
- Relaciones con el sector público
- Relaciones con la comunidad
- Desarrollo económico
- Mejora de la calidad de vida de los empleados

- Relaciones con proveedores e impactos en la cadena de valor
- Privacidad y seguridad de la información
- Atención y satisfacción del cliente
- Impacto por el uso de los productos y servicios
- Alianzas con organizaciones e instituciones
- Relaciones con los medios de comunicación
- Libertad de expresión
- Relaciones con la competencia
- Protección a menores y uso responsable de las tecnologías
- Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero
- Gestión de impactos sobre los Derechos Humanos

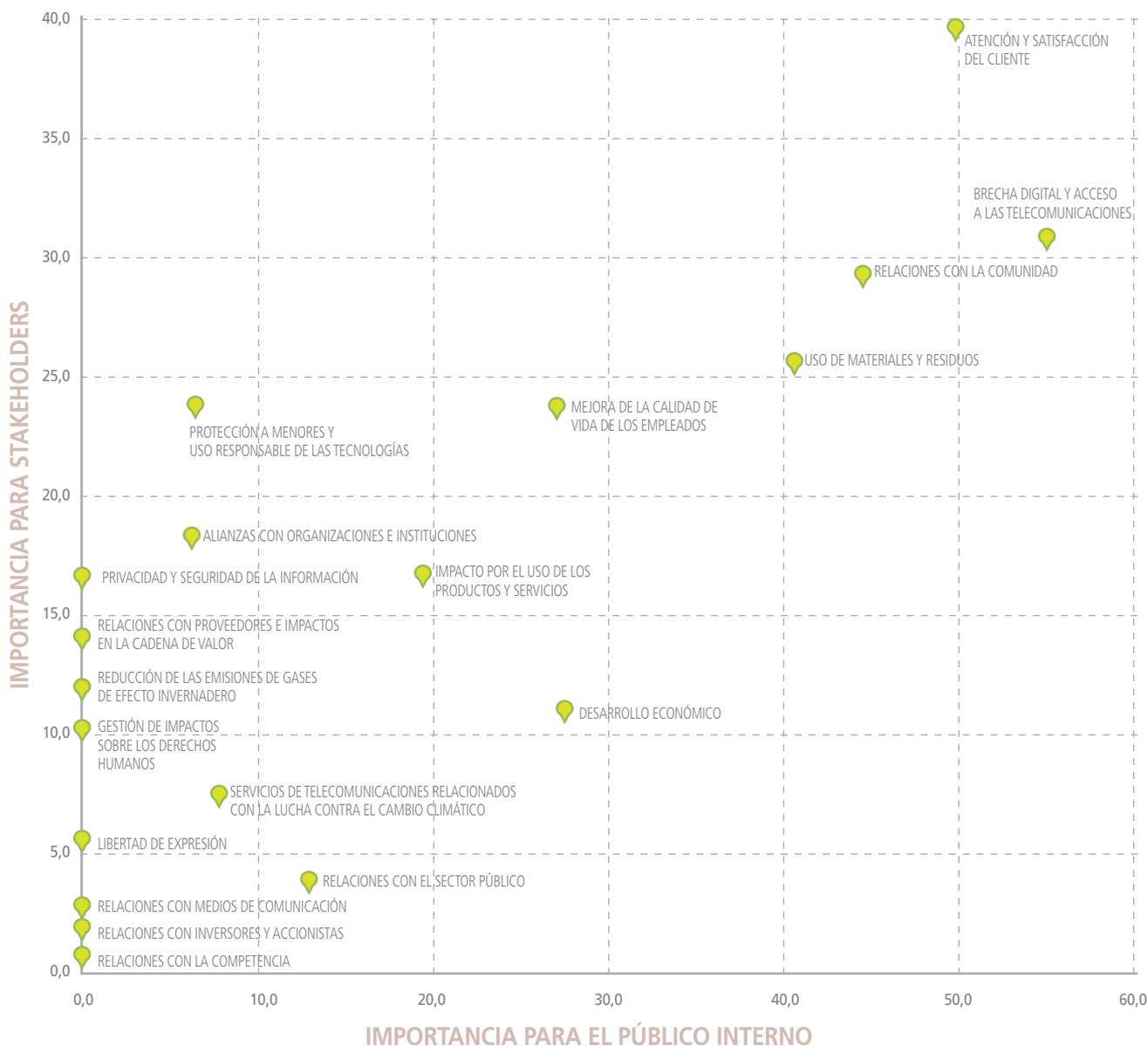
- Realizamos una **encuesta online** por muestreo, a cargo de un proveedor externo, dirigida a los siguientes grupos de interés: clientes (Telecom, Personal, Arnet); instituciones, referentes de RSE y académicos, proveedores, empleados y Directores de Telecom. La muestra fue de **1.576 casos**.

Realizando un cruce entre las opiniones de la empresa (incluye a Directores de Telecom y a los miembros del Grupo Operativo) y los grupos de interés, obtuvimos una matriz de materialidad, que se presenta a continuación.

Los cinco temas seleccionados como de mayor relevancia, tanto por su impacto para la Compañía como por su influencia sobre los grupos de interés, fueron:

1. Atención y satisfacción del cliente
2. Brecha digital y acceso a las telecomunicaciones
3. Relaciones con la comunidad
4. Uso de materiales y residuos
5. Mejora de la calidad de vida de los empleados

Matriz de materialidad 2013



Los encuestados también opinaron acerca del Reporte de RSE 2012 del Grupo Telecom:

■ **7,0 (sobre 10) calificación del Reporte de RSE.**

■ **Temáticas más interesantes:** Medioambiente, Comunidad, y Telecom y el Desarrollo Sostenible.

■ **Temáticas a desarrollar:** Medioambiente, Comunidad, y Clientes y Consumidores.

El diálogo con los grupos de interés nos permite profundizar la selección, la priorización y análisis de los contenidos clave que se incluirán en el Reporte de RSE, para que este constituya una verdadera rendición de cuentas del desempeño de la Compañía. Asimismo, este análisis de materialidad nos sirve como *feedback* para continuar mejorando la gestión de la RSE a nivel transversal.

11.

Tabla de indicadores de desempeño



La siguiente tabla informa las páginas donde se presenta la información para el cumplimiento de los requisitos establecidos por los lineamientos de la Guía G3.1 de la Iniciativa de Reporte Global (*GRI*), su relación con las cláusulas de la Norma ISO 26000:2010 de Responsabilidad Social y con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, a modo de Comunicación para el Progreso. Este Reporte alcanzó el Nivel de Aplicación “B+” de *GRI*.

Aclaraciones

N/D: Significa no disponible durante el período de elaboración de este Reporte de RSE. Se pondrán en marcha los mecanismos necesarios para que esta información aparezca reflejada en próximos reportes.

-  Indicador no disponible
-  Indicador respondido parcialmente
-  Indicador respondido de manera completa.

 Indicadores que responden a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

F: Indicador Fundamental

A: Indicador Adicional

| GRI | Indicador | Reporte de RSE 2013 (páginas/ notas) | Grado de Cumplimiento 2013 | Cláusulas ISO 26000 |
|--|---|--|----------------------------|---------------------|
| PERFIL | | | | |
| Estrategia y análisis | | | | |
| 1.1 | Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. | 4-7. | | 6.2 |
| 1.2 | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. | 23-25, 31-35, 82-83, 95, 131-132, 153, 187, 206-207, 209-211. | | 6.2 |
| Perfil de la organización | | | | |
| 2.1 | Nombre de la organización. | 4-7, 10. | | |
| 2.2 | Principales marcas, productos y/o servicios. | 10, 98, 103. | | |
| 2.3 | Estructura operativa de la organización. | 10, 87-90. | | 6.2 |
| 2.4 | Localización de la sede principal de la organización. | Buenos Aires, Argentina. | | |
| 2.5 | Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en el Reporte. | 10. | | |
| 2.6 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | 10. | | |
| 2.7 | Mercados servidos. | 10, 98. | | |
| 2.8 | Dimensiones de la organización informante. | 10-11. | | |
| 2.9 | Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización. | 88. | | |
| 2.10 | Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. | 45. | | |
| Parámetros del Reporte | | | | |
| Perfil del Reporte | | | | |
| 3.1 | Periodo cubierto por la información contenida en el Reporte. | 209. | | |
| 3.2 | Fecha del Reporte anterior más reciente. | El Reporte anterior fue publicado sobre el desempeño de 2012. | | |
| 3.3 | Ciclo de presentación de Reportes. | 209. | | |
| 3.4 | Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido. | 235. | | |
| Alcance y cobertura del Reporte | | | | |
| 3.5 | Proceso de definición del contenido del Reporte. | 38-40, 209-211. | | |
| 3.6 | Cobertura del Reporte. | 209-211. | | |
| 3.7 | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Reporte. | No existen limitaciones significativas en la información reportada. Las limitaciones en el alcance de la información publicada fueron referenciadas explícitamente a lo largo del Reporte. | | |
| 3.8 | Aspectos que puedan afectar la comparación informativa, tal como joint ventures, filiales, instalaciones arrendadas y actividades subcontratadas. | No se produjeron cambios significativos en Telecom Argentina durante 2013 que puedan afectar la comparabilidad de la información. | | |
| 3.9 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes. | 209-211. Las técnicas y bases para la medición de los datos, así como los cambios significativos relativos a períodos anteriores se encuentran informados a lo largo del Reporte en el caso que corresponda. | | |
| 3.10 | Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a Reportes anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión. | En caso de reexpresión de información de Reportes anteriores, se referencia explícitamente en el Reporte. | | |
| 3.11 | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Reporte. | 209-211. Las técnicas y bases para la medición de los datos, así como los cambios significativos relativos a períodos anteriores se encuentran informados a lo largo del Reporte en el caso que corresponda. | | |
| Índice del contenido GRI | | | | |
| 3.12 | Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el Reporte. | 213-221. | | |
| Verificación | | | | |
| 3.13 | Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del Reporte. | 209, 223-225. | | 7.5.3 |

| Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés | | | | |
|---|---|---|--|--------------------------|
| Gobierno | | | | |
| 4.1 | La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. | 15-17. | | 6.2 |
| 4.2 | Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo. | 16. | | 6.2 |
| 4.3 | Indicar el número y género de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. | 16. | | 6.2 |
| 4.4 | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. | 19, 76-77, 92-93. | | 6.2 |
| 4.5 | Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización, incluido su desempeño social y ambiental. | 19. | | 6.2 |
| 4.6 | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. | 20-21. | | 6.2 |
| 4.7 | Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el género y otros indicadores de diversidad. | 16, 18-19. El Acuerdo de Accionistas celebrado entre W de Argentina-Inversiones SL, Telecom Italia International N.V y Telecom Italia S.p.A., accionistas indirectos de la Sociedad, establece el número de Directores que propondrá cada socio en la Sociedad. | | 6.2 |
| 4.8 | Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación. | 10, 18, 20-22, 31-32. | | 6.2 |
| 4.9 | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social. | 18-19, 33-35. | | 6.2 |
| 4.10 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. | 19. | | 6.2 |
| Compromisos con iniciativas externas | | | | |
| 4.11 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planeamiento o principio de precaución. | 18, 20-25, 31-32, 54-56, 78-80, 141-142, 190-192. | | 6.2 |
| 4.12 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe. | 99-103, 155-185, 197-198, 200-201. | | 6.2 |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. | 41-44, 179-182. | | 6.2 |
| Participación de los grupos de interés | | | | |
| 4.14 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. | 39. | | 6.2 |
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. | 38-39. Dentro del Proceso de elaboración del Reporte realizamos junto al Grupo Operativo de RSE el ejercicio de identificación y definición de los grupos de interés de la empresa que aparecen en esta publicación. | | 6.2 |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. | 19, 38-40, 76-77, 92-93, 104-106, 108, 111-113, 115, 119-120, 123, 125-129, 137, 145-148, 158. | | 6.2 |
| 4.17 | Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración del Reporte. | 38-40, 76-77, 105-106, 119-120, 125, 127-129, 145-146, 211. | | 6.2 |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | | | | |
| ENFOQUE DE GESTIÓN | | 11-13, 99-103, 136-137. | | 6.2, 6.8 |
| Desempeño económico | | | | |
| EC1 F | Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | 11. | | 6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9 |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| EC2 F | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. | 23-25. Considerando que el cambio climático no tiene impacto directo en las actividades relacionadas con las telecomunicaciones, Telecom Argentina no analiza las posibles consecuencias financieras, riesgos y oportunidades que pueda tener la empresa relacionada estrictamente con esta materia. El Comité de Riesgos no lo ha identificado como un riesgo que pueda afectar los objetivos estratégicos del Plan Trienal. | | 6.5.5 |
| EC3 F | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | Actualmente, la empresa no cuenta con programas de beneficios sociales que excedan al sistema de jubilaciones conforme a la Ley 24.241 y sus normas modificatorias o complementarias; o a los previstos en las convenciones colectivas de trabajo firmadas con las organizaciones sindicales. En ningún caso, una vez egresado el empleado de la compañía, la misma está obligada a brindar alguna contraprestación al respecto. | | |
| EC4 F | Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. | No recibimos ayudas significativas de gobiernos. | | |
| Presencia en el mercado | | | | |
| EC5 A | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por género y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 74. No existe diferenciación entre el salario del personal masculino y femenino, ya que el mismo se rige por el convenio colectivo de trabajo. | | 6.4.4, 6.8 |
| EC6 F | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 136-137. | | 6.6.6, 6.8, 6.8.5, 6.8.7 |
| EC7 F | Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 17. Tanto la Política de Capital Humano como el procedimiento de selección e incorporación de personal no hacen referencia a la preferencia de residentes locales ya que no se hará discriminación en cuanto a origen, género, raza, etc. Las personas que no sean de nacionalidad argentina deberán cumplir con las regulaciones que fija la ley de nuestro país en materia laboral y migratoria. Para la selección del miembros del Directorio no se tiene en cuenta la nacionalidad de las personas. No obstante, el Acuerdo de Accionistas de Sofora Telecomunicaciones S.A. establece que "El Presidente de Telecom Argentina deberá ser un profesional argentino de reconocida trayectoria". | | 6.8, 6.8.5, 6.8.7 |
| Impactos económicos indirectos | | | | |
| EC8 F | Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie. | 101-103, 106-107, 120-121, 156-157, 163-164, 167. | | 6.3.9, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9 |
| EC9 A | Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos. | 11-13, 99-103, 136-137, 151, 159-167. | | 6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | | | |
| PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE | | | | |
| ENFOQUE DE GESTIÓN | | 54-64, 71-72, 78-80. | | 6.2, 6.3.10, 6.4 |
| Empleo | | | | |
| LA1 F | Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región, desglosados por género. | 49, 52. | | 6.4, 6.4.3 |
| LA2 F | Número total de empleados y rotación media de empleados, y nuevos empleados contratados, desglosados por grupo de edad, género y región. | 49, 51, 53. | | 6.4, 6.4.3 |
| LA3 A | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por lugares significativos de las operaciones. | 58-59, 75. No existen diferencias en los beneficios para empleados según su ubicación geográfica. | | 6.4, 6.4.3, 6.4.4 |
| LA15 F | Cantidad de personas que permanecen trabajando en la empresa luego de la licencia por maternidad o paternidad, por género. | 57. | | |
| Relaciones empresa/trabajadores | | | | |
| LA4 F | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. | 64. | | 6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.3.10 |

| | | | | |
|--|--|---|--|--------------------------------------|
| LA5 F | Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | El mínimo de semanas en donde se comunican cambios organizativos a los empleados es de 2 semanas. Los cambios relacionados con modificaciones en la estructura organizativa de la empresa no son comunicados con antelación al personal. En los convenios colectivos del personal de base se establece que, ante innovaciones tecnológicas que puedan impactar en la dotación de la empresa, ésta adoptará las medidas para disponer de las vacantes y cursos de capacitación necesarios que permitan efectuar reubicaciones y/o traslados, debiéndose notificar a la entidad gremial con cuatro meses de anticipación. | | 6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5 |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | | |
| LA6 A | Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo. | 78-79. Telecom no cuenta con comités de salud y seguridad con representación conjunta con miembros de la gerencia y miembros de la fuerza laboral. Sin embargo, existen comités siniestralistas para tratar en conjunto los accidentes ocurridos, y el comité mixto conformado entre la empresa y el Sindicato Rosario. | | 6.4, 6.4.6 |
| LA7 F | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género. | 80. El número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo para 2013 fue uno. | | 6.4, 6.4.6 |
| LA8 F | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. | 78-80. | | 6.4, 6.4.6, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.8 |
| LA9 A | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. | 64. | | 6.4, 6.4.6 |
| Formación y educación | | | | |
| LA10 F | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado. | 70. | | 6.4, 6.4.7 |
| LA11 A | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. | 54-56, 65-70. | | 6.4, 6.4.7, 6.8.5 |
| LA12 A | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por género. | 72. | | 6.4, 6.4.7 |
| Diversidad e igualdad de oportunidad | | | | |
| LA13 F | Órganos de gobierno corporativo y plantilla por categoría de empleado, desglosado por género, grupo de edad y pertenencia a minorías. | 17, 49-50. No existen minorías para destacar entre los empleados. | | 6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3 |
| LA14 F | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicación de operaciones significativas. | 74. No existen diferencias según la ubicación geográfica de los empleados. | | 6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3, 6.4.4 |
| DERECHOS HUMANOS | | | | |
| ENFOQUE DE GESTIÓN | | 141-142, 156-157. | | 6.2, 6.3 |
| Prácticas de inversión y abastecimiento | | | | |
| HR1 F | Porcentaje y número total de acuerdos y contratos de inversión significativos que incluyan cláusulas incorporando preocupaciones de los derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | 141-142, 145-146. Todas las operaciones de Telecom son evaluadas en el marco del Código de Conducta y Ética Empresarial. El 100% de los proveedores debe aplicar y hacer aplicar este Código, que contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos, según lo establecido en las condiciones generales de compra. | | 6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.6.6 |
| HR2 F | Porcentaje de los principales distribuidores, contratistas y otros socios comerciales que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia. | 141-142, 145-146. | | 6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6 |
| HR3 A | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | 55, 67. | | 6.3, 6.3.5 |
| No discriminación | | | | |
| HR4 F | Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas. | 54-57. No hubo incidentes de discriminación que redundaran en una multa significativa. Además hemos generado políticas y prácticas de sensibilización e integración de la diversidad. | | 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3 |

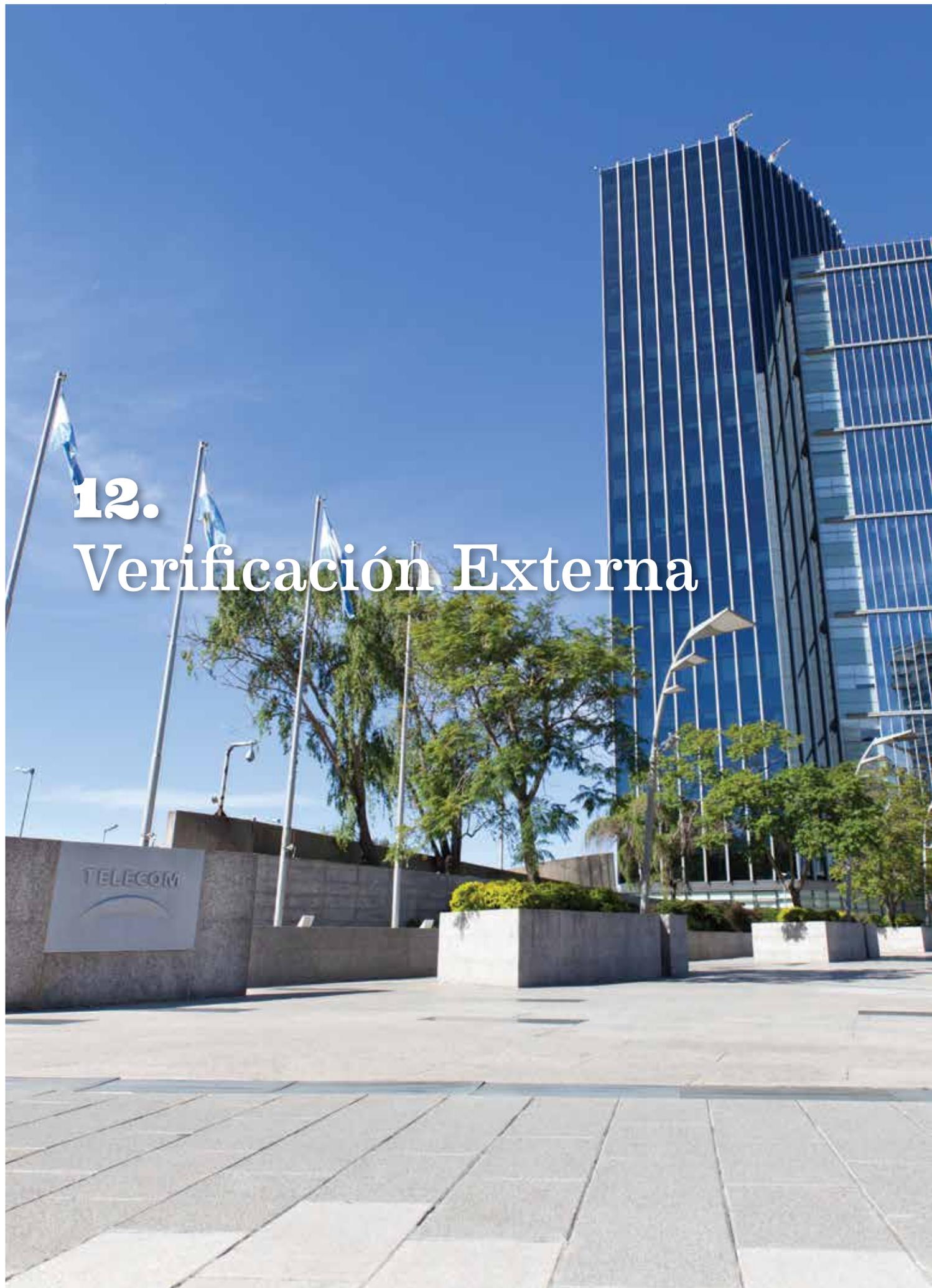
| Libertad de asociación y convenios colectivos | | | | |
|---|--|--|--|---|
| HR5 F | Actividades y principales proveedores de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. | 63-64, 141-142, 145-146. No hay actividades en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos. Respetamos el derecho fundamental de libre participación de los empleados en las actividades gremiales y promovemos el diálogo directo con las organizaciones gremiales. El 100% de los proveedores debe aplicar y hacer aplicar el Código de Conducta y Ética Empresarial, que contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos, según lo establecido en las condiciones generales de compra. | | 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.5 |
| Trabajo infantil | | | | |
| HR6 F | Actividades identificadas y principales proveedores que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | 141-142, 145-146. No hay actividades que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Nuestro procedimiento de contratación incluye la obligatoriedad de que los empleados sean mayores de edad. Además, somos miembros de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil (CONAETI). El 100% de los proveedores debe aplicar y hacer aplicar el Código de Conducta y Ética Empresarial, que contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos, según lo establecido en las condiciones generales de compra. | | 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10 |
| Trabajos forzados | | | | |
| HR7 F | Operaciones identificadas y principales proveedores como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | 58-62, 141-142, 145-146. Trabajamos activamente para promover el equilibrio entre la vida laboral y personal de nuestros empleados, mediante el Programa "Equilibrio en Acción". En tal sentido, no hay operaciones con riesgo de ser origen de trabajo forzado o no consentido. El 100% de los proveedores debe aplicar y hacer aplicar el Código de Conducta y Ética Empresarial, que contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos, según lo establecido en las condiciones generales de compra. | | 6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10 |
| Prácticas de seguridad | | | | |
| HR8 A | Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. | N/D. | | 6.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6 |
| Derechos de los indígenas | | | | |
| HR9 A | Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. | No hubo incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas. | | 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7 |
| Evaluación | | | | |
| HR10 F | Porcentaje y número total de operaciones que han sido sujetos a revisiones y/o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos. | El 100% de las operaciones son evaluadas en impacto sobre los derechos humanos. | | |
| Remediación | | | | |
| HR11 F | Número de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, abordadas y resueltas a través de los mecanismos de queja formal. | 21. En 2013 ingresaron, a través del sitio web de denuncias, un total de 40 casos relacionados a Derechos Humanos. De las mismas, 22 casos fueron resueltos y 18 desestimados por no haberse comprobado los hechos denunciados o resultar insuficiente la información suministrada por el denunciante. Las denuncias no revisten gravedad, toda vez que se trataron de temas menores no sensitivo. El tratamiento de las denuncias son realizadas por la Dirección de Auditoría conjuntamente con la Dirección de Capital Humano y la Dirección involucrada en la denuncia. | | |
| SOCIEDAD | | | | |
| ENFOQUE DE GESTIÓN | | 156-158. | | 6.2, 6.6, 6.8 |
| Comunidad | | | | |
| SO1 F | Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa. | 159-177. | | 6.3.9, 6.8, 6.8.5, 6.6.7 |

| | | | | |
|--|--|---|--|-------------------|
| SO9 F | Operaciones con importantes impactos negativos potenciales o reales sobre las comunidades locales. | 23-25. La compañía monitorea periódicamente los principales riesgos de impacto del negocio sobre la comunidad donde opera. Uno de los principales impactos negativos potenciales o reales se relaciona con el corte o interrupción del servicio que ofrecemos. Continuamos invirtiendo en infraestructura de redes para responder de manera adecuada a las demandas del mercado. | | |
| SO10 F | Medidas de prevención y mitigación aplicado en las operaciones con importantes impactos negativos reales o potenciales en las comunidades locales. | 106-107, 112-113, 120-121. La compañía cuenta con distintos planes de acción que procuran mitigar total o parcialmente los riesgos de alto impacto que enfrenta el Grupo Telecom. No obstante, no puede asegurarse que tales planes sean totalmente efectivos o que otros eventos no previstos puedan afectar el desempeño del Grupo Telecom. Una descripción detallada de los factores de riesgos se incluye en el Formulario 20-F, anualmente presentado ante la Securities & Exchange Commission de los Estados Unidos y publicado en la página web del Grupo (http://www.telecom.com.ar/inversores/index.html). | | |
| Corrupción | | | | |
| SO2 F | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | 23-25. Toda la compañía está sujeta a los análisis del Comité de Riesgos, que incluye aspectos relacionados con la corrupción. | | 6.6, 6.6.3 |
| SO3 F | Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización. | 68. Capacitación interna en temas de anticorrupción: Inducción 64 participantes y Derecho Societario y Defensa de la Competencia 529 participantes. | | 6.6, 6.6.3 |
| SO4 F | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. | No hubo incidentes de corrupción. | | 6.6, 6.6.3 |
| Política pública | | | | |
| SO5 F | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". | 21. La empresa se comunica a través de las Cámaras, tanto en lo que respecta a acciones regulatorias como políticas públicas. Adicionalmente la empresa mantiene una posición apartidaria aunque construye y fortalece vínculos con autoridades locales, provinciales y nacionales, participando de los espacios generados por el sector público. En el capítulo 9 del Código de Conducta y Ética se establecen normativas al respecto. | | 6.6, 6.6.4, 6.8.3 |
| SO6 A | Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. | 21. No se han realizado aportes a partidos políticos. En el Capítulo 9 del Código de Conducta y Ética se establece que la Sociedad no realizará aportes ni contribuciones a partidos o agrupaciones políticas. | | 6.6, 6.6.4, 6.8.3 |
| Comportamiento de competencia desleal | | | | |
| SO7 A | Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia. | 21. El único expediente en curso relacionado con Defensa de la Competencia es el cumplimiento de los Compromisos aceptados por Resoluciones N° 148 y 149 de la Secretaría de Política Económica. Este expediente es un Incidente de Cumplimiento dentro de un expediente Principal que involucra a los socios de las compañías. | | 6.6, 6.6.5, 6.6.7 |
| Comportamiento normativo | | | | |
| SO8 F | Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. | 26. No se registraron sanciones significativas derivadas de incumplimientos regulatorios. Cabe mencionar, adicionalmente, que durante 2013 la CNC ha iniciado diversos procesos sancionatorios a Telecom Argentina y a Personal por incidentes de red de diversa índole, incluso algunos originados por causas de caso fortuito o fuerza mayor. Desde el Grupo Telecom hemos opuesto las defensas contra dichos procesos sancionatorios en sede administrativa, exponiendo los argumentos por los que correspondería dejarlos sin efecto. A la fecha, las sanciones no se encuentran firmes. En la Memoria y Estados Contables 2013 se incluye un detalle de los casos de mayor relevancia presentados en este aspecto. | | 6.6, 6.6.7 |

| RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS | | | | |
|--|---|---|--|--|
| ENFOQUE DE GESTIÓN | | 27-28, 99-103, 107, 112-113, 118-119, 197-198. | | 6.2, 6.6, 6.7 |
| Salud y seguridad del cliente | | | | |
| PR1 F | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. | 27-28, 101, 112-113, 121, 197-198, 202-203. | | 6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5 |
| PR2 A | Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No se registraron incidentes significativos derivados de incumplimientos regulatorios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad. | | 6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5 |
| Etiquetado de productos y servicios | | | | |
| PR3 F | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. | 26-28, 107, 112-113, 118, 120-121, 203. | | 6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9 |
| PR4 A | Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No hubo reclamos que redundaran en una multa significativa. | | 6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9 |
| PR5 A | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | 105-106, 118-120, 125, 127-128. | | 6.7, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.8, 6.7.9 |
| Comunicaciones de marketing | | | | |
| PR6 F | Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. | 26, 197-198. Telecom Argentina participa en la Cámara Argentina de Anunciantes y el Interactive Advertising Bureau (IAB). | | 6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9 |
| PR7 A | Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No se registraron incidentes significativos derivados de incumplimientos regulatorios. | | 6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9 |
| Privacidad del cliente | | | | |
| PR8 A | Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. | 27-28. No hubo reclamos que redundaran en una multa significativa. | | 6.7, 6.7.7 |
| Cumplimiento normativo | | | | |
| PR9 F | Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | No se registraron multas significativas derivadas de incumplimientos regulatorios. | | 6.7, 6.7.6 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL | | | | |
| ENFOQUE DE GESTIÓN | | 190-192. | | 6.2, 6.5 |
| Materiales | | | | |
| EN1 F | Materiales utilizados, por peso o volumen. | 199-201. | | 6.5, 6.5.4 |
| EN2 F | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. | 199-201. | | 6.5, 6.5.4 |
| Energía | | | | |
| EN3 F | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | 194. | | 6.5, 6.5.4 |
| EN4 F | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. | 196. | | 6.5, 6.5.4 |
| EN5 A | Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. | 195-196. | | 6.5, 6.5.4 |
| EN6 A | Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. | 100-101, 196. | | 6.5, 6.5.4 |
| EN7 A | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. | 195-196. | | 6.5, 6.5.4 |
| Agua | | | | |
| EN8 F | Captación total de agua por fuentes. | 196. | | 6.5, 6.5.4 |
| EN9 A | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | 196. Telecom Argentina se abastece de agua a través de servicios de suministro públicos, no afectando fuentes de agua de manera significativa; ni recicla o reutiliza este recurso. | | 6.5, 6.5.4 |

| | | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|--------------------------|
| EN10 A | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. | 196. Telecom Argentina se abastece de agua a través de servicios de suministro públicos, no afectando fuentes de agua de manera significativa; ni recicla o reutiliza este recurso. | | 6.5, 6.5.4 |
| Biodiversidad | | | | |
| EN11 F | Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas. | N/D. | | 6.5, 6.5.6 |
| EN12 F | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. | N/D. | | 6.5, 6.5.6 |
| EN13 A | Hábitat protegidos o restaurados. | N/D. | | 6.5, 6.5.6 |
| EN14 A | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. | N/D. | | 6.5, 6.5.6 |
| EN15 A | Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyas hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie. | N/D. | | 6.5, 6.5.6 |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | | | | |
| EN16 F | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. | 194. | | 6.5, 6.5.5 |
| EN17 F | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | 194. | | 6.5, 6.5.5 |
| EN18 A | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. | 193-196. | | 6.5, 6.5.5 |
| EN19 F | Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso. | N/D. | | 6.5, 6.5.3 |
| EN20 F | NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. | N/D. | | 6.5 |
| EN21 F | Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. | N/D. | | 6.5 |
| EN22 F | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. | 201. | | 6.5 |
| EN23 F | Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. | Se produjo un derrame de sustancias químicas, de un tamaño de 0,5 litros. Por otra parte, se produjeron 2 derrames de combustibles, correspondientes a 70 litros. En ambos casos se tomaron las medidas correspondientes. | | 6.5 |
| EN24 A | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | N/D. | | 6.5 |
| EN25 A | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante. | Las actividades de Telecom Argentina no generan un impacto directo en recursos hídricos y hábitats relacionados, por lo que este indicador no aplica a la empresa. | | 6.5, 6.5.4, 6.5.6 |
| Productos y servicios | | | | |
| EN26 F | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. | 99-101, 112-113, 196-198, 202-203. | | 6.5, 6.5.4, 6.6.6, 6.7.5 |
| EN27 F | Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son reclamados al final de su vida útil, por categorías de productos. | 101, 197-198. | | 6.5, 6.5.4, 6.7.5 |
| Cumplimiento normativo | | | | |
| EN28 F | Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. | No se registraron multas significativas durante el ejercicio. | | 6.5 |
| Transporte | | | | |
| EN29 A | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal. | 193-194. | | 6.5, 6.5.4, 6.6.6 |
| General | | | | |
| EN30 A | Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. | N/D. | | 6.5 |

12. Verificación Externa





Informe De Seguridad Independiente

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

Introducción

Hemos sido contratados por los directores de Telecom Argentina S.A. para realizar un encargo de seguridad limitada sobre cierta información contenida en el "Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2013" (en adelante el "Reporte de Responsabilidad Social Empresaria") por el ejercicio finalizado el 31 de Diciembre de 2013. La preparación del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria es responsabilidad del Directorio de la Sociedad. Nuestra responsabilidad consiste en emitir un informe de seguridad limitada e independiente sobre el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria con el alcance detallado en el presente informe.

Información sujeta a análisis

Nuestro trabajo de seguridad limitada consistió en la revisión de la siguiente información contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria:

- indicadores claves detallados en el anexo adjunto;
- la autodeclaración realizada por Telecom Argentina S.A. respecto a que se ha cumplido con los contenidos básicos recomendados en la Guía para la elaboración de reportes de sustentabilidad del "Global Reporting Initiative", versión G3.1 (en adelante "GRI G3.1") para un nivel de aplicación B+;

Responsabilidad del Directorio

El Directorio de Telecom Argentina S.A. es responsable por:

- el contenido del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria;
- haber establecido como criterio para el reporte los lineamientos del GRI G3.1 y los indicados en el Anexo adjunto;
- realizar la medición del desempeño basados en la guía GRI G3.1;
- el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos para que la preparación de la información sujeta a análisis esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error; y
- mantener registros adecuados para respaldar el proceso de información.

Responsabilidad del profesional interviniente

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión independiente, con base en nuestros procedimientos de seguridad limitada, acerca de la existencia de algún tema que nos haya llamado la atención para indicar que la información de sustentabilidad, identificada en la sección "Información sujeta a análisis", contenida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria no se ha manifestado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con los criterios de presentación de la información.

Llevamos a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Resolución Técnica N° 35 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias

Económicas (FACPCE) en lo que respecta a las Normas Internacionales de Compromisos de Seguridad 3000 (ISAE 3000 por sus siglas en inglés) "Compromisos de aseguramiento diferentes de auditoría o revisión de información financiera histórica". Esta norma requiere que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo para obtener un grado de seguridad limitado sobre la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe.

Resumen del trabajo realizado

Nuestros procedimientos incluyen el examen, en función de pruebas sobre bases selectivas, de la evidencia relacionada con la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe. También se incluye una evaluación de las estimaciones o juicios significativos realizados por el Directorio para preparar esa información. Los procedimientos para obtener información fueron más limitados en comparación con una auditoría y, por ello, el nivel de seguridad es menor que el que se habría obtenido en un trabajo de auditoría o de seguridad razonable.

Nuestro trabajo consistió, entre otros procedimientos, en:

- evaluar el diseño de los procesos claves y controles para monitorear, registrar y reportar la información seleccionada. Nuestro trabajo no incluye el testeado de la efectividad de los controles operativos para el período bajo análisis;
- realizar pruebas, sobre bases selectivas, para verificar la exactitud de la información presentada;
- realizar entrevistas con la gerencia y altos directivos para evaluar la aplicación de los lineamientos GRI G3.1;
- inspeccionar, sobre bases selectivas, la documentación para corroborar las manifestaciones de la gerencia y altos directivos en nuestras entrevistas;
- revisar la tabla resumen de GRI para considerar la afirmación de la gerencia en relación con la aplicación de los lineamientos del GRI G3.1.

Creemos que la evidencia que obtuvimos es suficiente y adecuada para brindarnos una base para nuestra conclusión de seguridad limitada.

La información no financiera está sujeta a limitaciones propias distintas que la información financiera, dada su naturaleza y los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar valores. Las interpretaciones cualitativas de relevancia, materialidad y exactitud de los datos están sujetas a suposiciones y criterios individuales.

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

Conclusión

Sobre la base del trabajo descrito en el presente informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que la información sujeta a análisis, incluida en el Reporte de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom Argentina S.A., referente al ejercicio finalizado el 31 de Diciembre de 2013, no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos GRI G3.1 y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 11 de abril de 2014

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


(Socio)
C.P.C.E.C.A.B.C. T° 1 F° 18
Dr. Norberto N. Rodríguez
Contador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 209 F° 33

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., Boucharde 557, piso 8°, C1106ABG - Ciudad de Buenos Aires, T: +(54.11) 4850.6000, F: +(54.11) 4850.6100, www.pwc.com/ar

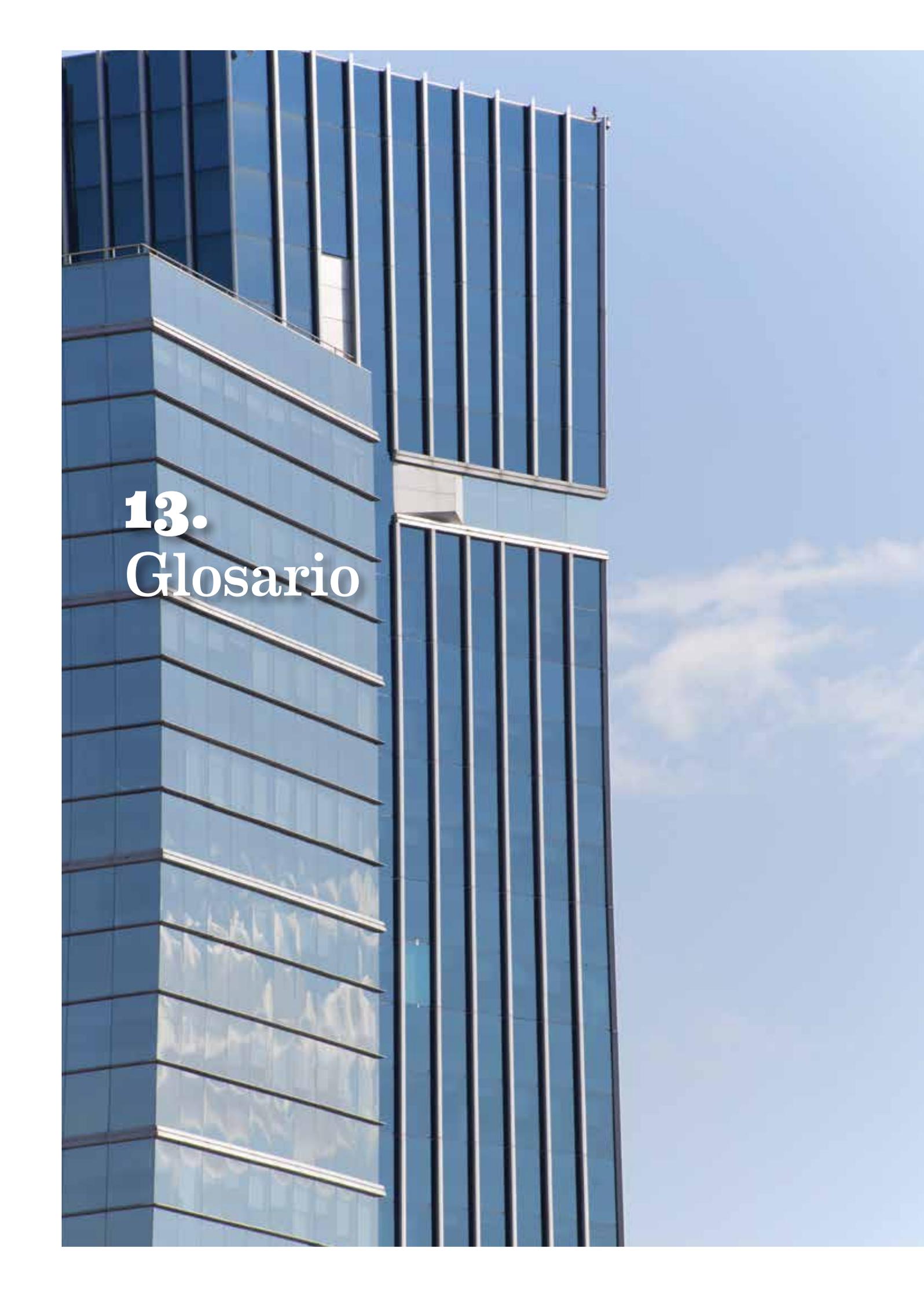
En Argentina, las firmas miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. y PwC Legal S.R.L., que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina

ANEXO - Indicadores objeto de la revisión

| Indicador | Denominación | Criterios adicionales a la Guía GRI G3.1 definidos por Telecom Argentina S.A. |
|-----------|---|---|
| EC1 | Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | |
| EC5 | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | Operaciones significativas: mercado geográfico en donde se realizan la mayor cantidad de transacciones, Argentina. |
| EC6 | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | Operaciones significativas: mercado geográfico en donde se realizan la mayor cantidad de transacciones, Argentina. Local: País en donde se desarrollan las operaciones significativas. |
| LA1 | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. | |
| LA2 | Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. | |
| LA4 | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. | |
| LA7 | Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. | Alcance Argentina. |
| LA8 | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. | Programas asistenciales: entendiéndose como tales los de Educación formación y prevención (exámenes médicos) aplicados a los trabajadores. Alcance Argentina |
| LA10 | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. | |
| LA12 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. | |
| LA13 | Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | Alta dirección: miembros del directorio y directores de primera y segunda dependencia. |
| LA14 | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. | |
| HR3 | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | Formación en aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades: se contempla la formación en temas de RSE y Sustentabilidad y diversidad e inclusión. |
| SO1 | Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa. | Se contemplan los programas para mitigar los impactos de la organización: Espacios Inclusivos, Espacios Educativos, Espacios Colaborativos y otras acciones con la comunidad. |
| SO3 | Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización. | Formación en políticas y procedimientos anticorrupción: se contempla la formación sobre Derechos Societario y Defensa de la compañía y Código de Ética y conducta empresarial. |

ANEXO – Indicadores objeto de la revisión

| | | |
|------|--|---|
| PR5 | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | Encuestas de satisfacción de clientes de servicios fijos y clientes de segmentos: Grandes Clientes, Wholesale Nacional y Whosale Internacional. |
| EN1 | Materiales utilizados, por peso o volumen. | |
| EN3 | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | |
| EN4 | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. | |
| EN8 | Captación total de agua por fuentes. | |
| EN16 | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. | |
| EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | |



13. Glosario

Las siguientes definiciones no tienen la intención de ser definiciones técnicas, sino de ayudar al lector a comprender algunos términos utilizados en el Reporte.

2G: Se conoce como telefonía móvil 2G la segunda generación de telefonía móvil.

3G: Es la abreviación de tercera generación de transmisión de voz y datos a través de telefonía móvil, incluyendo UMTS (Universal Mobile Telecommunications System o Servicio Universal de Telecomunicaciones Móviles).

AA1000SES: Esta norma proporciona un marco normativo para ayudar a las organizaciones a asegurarse del compromiso y cumplimiento de sus grupos de interés. Los principios de esta norma son el involucramiento e integración de los grupos de interés.

AccountAbility: Es una organización global que ofrece soluciones innovadoras en materia de responsabilidad corporativa y del desarrollo sostenible. Más información en www.accountability.org.

ADR: American Deposit Receipt. Es un instrumento financiero negociable en los mercados bursátiles de Estados Unidos, que representa una cantidad determinada de acciones de sociedades constituidas fuera de dicho país. De esta forma, se permite a empresas extranjeras emitir acciones directamente en el mercado estadounidense.

ADSL: Asymmetric Digital Subscriber Line (Línea de

Abonado Digital Asimétrica). Es una tecnología de acceso a Internet de banda ancha.

AMBA (Área Múltiple Buenos Aires): Área que comprende la ciudad de Buenos Aires y gran parte de los partidos del conurbano bonaerense (suburbios de la ciudad de Buenos Aires). A los fines del servicio telefónico es un área local.

Android: Es un sistema operativo diseñado principalmente para móviles con pantalla táctil como teléfonos inteligentes o tablets, inicialmente desarrollados por Android Inc. (comprada por Google en 2005).

Aplicación: Una aplicación móvil es un programa que se puede descargar y al que se accede directamente desde un teléfono celular o desde algún otro aparato móvil, como una tablet. Para descargar y usar una aplicación, se necesita tener un aparato móvil con acceso a Internet. También suelen denominarse "app".

ARSAT: Empresa Argentina de Soluciones Satelitales S.A. Más información en www.arsat.com.ar.

Baby boomers: Se refiere a las personas que nacieron durante el Baby Boom (explosión de natalidad), que sucedió en algunos países anglosajones en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y 1960.

Banda ancha: Este término normalmente se refiere al acceso de alta velocidad a Internet.

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

Carrier: Son empresas que interconectan distintos operadores localizados en lugares distantes o redes locales de un mismo operador separadas por largas distancias con enlaces inalámbricos (microondas, satélite, etc.) y/o terrestres (cable multipar, coaxil, fibra óptica, etc.); en general, no dan servicio a usuarios finales de servicios de telecomunicaciones.

CDN: Content Delivery Network (Red de Entrega de Contenidos). Es un conjunto de servidores que contienen copias de una misma serie de contenidos y que están ubicados en puntos diversos de una red, para poder servir los contenidos de manera más eficiente a los clientes.

CEPETEL: Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicaciones. Más información en www.cepotel.org.ar.

CITEDEF: Instituto de Investigaciones Científicas y Técnicas para la Defensa. Más información en www.citedef.gob.ar.

Cloud: Es un nuevo paradigma en el que la información se almacena de manera permanente en servidores de Internet, de modo que los usuarios puedan acceder a los servicios disponibles en la Nube de Internet.

CNC: Comisión Nacional de Comunicaciones. Es un organismo descentralizado que funciona en el ámbito de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, cuya misión y funciones son la regulación, contralor, fiscalización y verificación de los aspectos vinculados a la prestación de los servicios de telecomunicaciones, postales y de uso del Espectro Radioeléctrico. Más información en www.cnc.gov.ar.

CNV: Comisión Nacional de Valores. Fue creada por la Ley de Oferta Pública N.º 17.811, y su objetivo es autorizar la oferta pública de títulos valores velando por la transparencia de los mercados de valores y la correcta formación de precios en estos, así como también la protección de los inversores. Más información en www.cnv.gob.ar.

CO₂: Dióxido de carbono. Es un gas cuyas moléculas están compuestas por dos átomos de oxígeno y uno de carbono. El CO₂ es uno de los gases de efecto in-

vernadero que contribuyen a que la Tierra tenga una temperatura tolerable para la biomasa. Un exceso de CO₂ provoca un mayor calentamiento del planeta.

Comunidad: La comunidad se compone de las personas que viven alrededor del lugar donde opera la Compañía o donde ofrece servicios. Las acciones que implementamos y las decisiones que tomamos impactan en su vida cotidiana. Sus acciones pueden afectar la reputación de la Compañía y pueden generar lazos de alianza y colaboración mutua.

CONAETI: Comisión Nacional de Erradicación del Trabajo Infantil, dependiente del Ministerio de Trabajo de la Nación. Su función es coordinar, evaluar y dar seguimiento a los esfuerzos en favor de la prevención y erradicación real y efectiva del trabajo infantil.

CONATEL: Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Paraguay. Más información en www.conatel.gov.py.

CoP: Comunicación de Progreso. Consiste en comunicar a las partes interesadas —consumidores, sindicatos, accionistas, medios de comunicación, Gobiernos, etc.— los avances que una empresa ha logrado en la aplicación de los 10 Principios del Pacto Mundial en sus actividades.

COPITEC: Consejo Profesional de Ingeniería de Telecomunicaciones, Electrónica y Computación. Más información en www.copitec.org.ar.

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

Cyberbullying: Es el uso de medios de comunicación (mail, redes sociales, blogs, mensajes de texto y sitios web) para acosar a un individuo o grupo, mediante ataques personales u otros medios. Puede constituir un delito penal.

DAIA: Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas. Más información en www.daia.org.ar.

Dial-Up: Conexión por línea conmutada. Es una forma económica de acceso a Internet en la que el cliente utiliza un módem para establecer una conexión con un proveedor de Internet, a través de la red telefónica pública conmutada.

DWDM: Dense Wavelength Division Multiplexing (Multiplexación por división en longitudes de onda

densas). Tecnología que permite multiplexar y transmitir simultáneamente diferentes longitudes de onda por una fibra óptica.

E-Learning: Es la educación a distancia completamente virtualizada a través de los nuevos canales electrónicos, en especial Internet, utilizando para ello herramientas o aplicaciones de hipertexto como soporte de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

ECO-DECT: La tecnología ECO DECT, de Gigaset, es una nueva tecnología que reduce la potencia de consumo y transmisión de los teléfonos. Más información en <http://gigaset.com/ar/es/cms/PageECODECT.html>.

FAECYS: Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios. Más información en www.faecys.org.ar.

FAM: Federación Argentina de Municipios. Es una entidad pública sin fines de lucro, creada por Ley Nacional N.º 24.807, facultada para representar a todos los municipios de nuestro país, mediante su asociación voluntaria. Más información en www.famargentina.org.

FATEL: Federación Argentina de Telecomunicaciones. Más información en www.fatel.org.ar.

FCA: Fibras Celulósicas Alternativas. El papel FCA es aquel que se produce a partir de la fibra de caña de azúcar, lo que favorece la protección del medioambiente.

FCC: Federal Communications Commission. Es una agencia estatal independiente de Estados Unidos, bajo responsabilidad directa del Congreso. Es la encargada de la regulación de telecomunicaciones interestatales e internacionales por radio, televisión, redes inalámbricas, teléfonos, satélite y cable. Más información en www.fcc.gov.

FECOSUR: Federación de Cooperativas Telefónicas de la Zona Sur. Más información en www.fecosur.com.ar.

Fibra óptica: Es un medio de transmisión empleado habitualmente en redes de datos; un hilo muy fino de material transparente, vidrio o materiales plásticos, por el que se envían pulsos de luz que representan los datos a transmitir. Las fibras se utilizan ampliamente en telecomunicaciones, ya que son un medio de transmisión que permite transmitir datos a altas velocidades.

FOEESITRA: Federación de Obreros, Especialistas y Empleados de los Servicios e Industrias de las Telecomunicaciones de la República Argentina. Más información en www.foeesitra.com.ar.

Más información en www.foeesitra.com.ar.

FOETRA: Federación de Obreros y Empleados de Telecomunicaciones. Más información en www.foetra.org.ar.

FOPSTTA: Federación de Organizaciones del Personal de Supervisión y Técnicos Telefónicos Argentinos.

Formulario 20-F: Es un reporte anual exigido por la Securities and Exchange Commission a aquellas sociedades extranjeras cuyas acciones cotizan en el mercado estadounidense. Su objetivo es estandarizar los reportes financieros de las empresas extranjeras que cotizan en el mercado estadounidense para que puedan ser evaluadas junto a las empresas locales.

FSC: Forest Stewardship Council (Consejo de Administración Forestal). Es una organización global dedicada a promover el manejo forestal responsable en todo el mundo. El papel FSC es aquel cuya materia prima, la madera, procede de bosques gestionados de manera sostenible.

FTTH: Fiber to The Home (Fibra hasta el hogar). Es el término utilizado para indicar cualquier arquitectura de red que utiliza cables de fibra óptica en sustitución parcial o total de los tradicionales cables de cobre utilizados en las redes de telecomunicaciones. Las diversas soluciones tecnológicas difieren en el punto de la red de distribución donde se realiza la conexión de fibra, con respecto a la ubicación del cliente.

FUVA: Federación Única de Viajantes de la República Argentina. Más información en www.fuva.org.ar.

Generación X: Incluye desde las personas nacidas a mediados o finales de los años sesenta hasta a aquellos nacidos a principios de los años ochenta.

Generación Y: Incluye a las personas nacidas entre 1981 y 1997.

GPON: Gigabit-Capable Passive Optical Network (Red Óptica Pasiva con Capacidad de Gigabit). Es una tecnología de acceso que permite conectar, con una fibra óptica desde la oficina central, a múltiples clientes. Soporta distintos servicios y velocidades de transferencia de datos.

GRI: Global Reporting Initiative (Iniciativa de Reporte Global). Es una organización holandesa que impulsa la elaboración de Reportes de Sustentabilidad en todo tipo de organizaciones. GRI establece los principios

e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social. Más información en www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx.

GSM: Global System for Mobile (Sistema global para las comunicaciones móviles). Es un sistema estándar de telefonía móvil digital. GSM se considera, por su velocidad de transmisión, un estándar de segunda generación (2G).

Huella de carbono: Es la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto.

Inversión Social Privada: Implica el uso responsable, estratégico y eficiente de recursos privados en pos del bien público. El retorno esperado es el bienestar de la comunidad y su desarrollo en el largo plazo.

IP: Principal protocolo de comunicaciones utilizado en Internet.

ISO 14001: Es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo.

ISO 26000: Es una guía que proporciona orientación sobre cómo poner en práctica e integrar la Responsabilidad Social en cualquier empresa u organización del mundo que desee abrazar esta modalidad de gestión. No tiene propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual.

ISO 9001: Especifica los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, sin importar si el producto o el servicio lo brinda una organización pública o empresa privada, cualquiera sea su tamaño, para su certificación o con fines contractuales.

IVR: Interactive Voice Response (Respuesta de Voz Interactiva). Es un sistema automatizado de respuesta interactiva, capaz de recibir una llamada e interactuar con el humano a través de grabaciones de voz y del reconocimiento de respuestas simples, como "sí", "no", u otras.

LEED: Leadership in Energy and Environmental Design. Es un sistema de certificación de edificios sostenibles, desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos (US Green Building Council). Se basa en la incorporación de aspectos relacionados con la eficiencia energética, el uso de energías alter-

nativas, la mejora de la calidad ambiental interior, la eficiencia del consumo de agua, entre otros.

LED: Light-Emitting Diode (Diodo Emisor de Luz). Las luces led se usan como indicadores en muchos dispositivos y en iluminación.

Loop: Se traduce como "bucle" o "ciclo". Generalmente, un bucle es utilizado para hacer una acción repetida sin tener que escribir varias veces el mismo código, lo que ahorra tiempo, deja el código más claro y facilita su modificación en el futuro.

Neportal: Intranet que utilizan los colaboradores del Grupo Telecom.

MDM: Mobile Device Manager. Es un tipo de software que permite asegurar, monitorear y administrar dispositivos móviles sin importar el operador de telefonía. La mayoría de las MDM permiten hacer instalación de aplicaciones, localización y rastreo de equipos, sincronización de archivos, reportes de datos y acceso a dispositivos, todo esto de manera remota.

NGN: Next Generation Networking (Red de la Próxima Generación). Red basada en la transmisión de paquetes, capaz de proveer servicios integrados en diferentes terminales. Se refiere a la evolución de la actual infraestructura de redes de telecomunicación y acceso telefónico con el objetivo de lograr la convergencia de servicios multimedia (voz, datos, video).

NIIF: Normas Internacionales de Información Financiera. Son normas contables emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB), institución privada con sede en Londres. Constituyen las normas contables aplicadas por el Grupo Telecom.

NYSE: New York Stock Exchange. La Bolsa de Nueva York es el mayor mercado de valores del mundo en volumen monetario y el primero en número de empresas adscritas. Más información en <https://nyse.nyx.com>.

OIT: Organización Internacional del Trabajo. Es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y a las relaciones laborales. Más información en www.ilo.org/spanish.

OLPC: One Laptop per Child (Una computadora por niño). Es un proyecto centrado en la distribución de una PC fabricada con el propósito de proporcionar a cualquier niño del mundo conocimiento y acceso a la

tecnología de la información como formas modernas de educación.

On demand: Es un sistema de televisión que permite al cliente el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada, y ofrece de este modo la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que el telespectador lo desee.

ONUSIDA: Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/sida. Está destinado a coordinar las actividades de los distintos organismos especializados de la ONU en su lucha contra el sida. Más información en www.unaids.org/en/.

OTT: Over The Top. Es la distribución de contenidos de audio y video por Internet, sin el involucramiento de un operador en el control o en la distribución. El proveedor puede estar al tanto de los contenidos de las IP de los paquetes, pero no es responsable de estos, ni es capaz de controlar las capacidades de visualización, derechos de autor y/o redistribución de otra índole del contenido. Servicios como Whatsapp o Skype entran en esta categoría.

PAC: Programa de Asistencia al Colaborador. Este programa del Grupo Telecom tiene como objetivo ayudar a los colaboradores a manejar diferentes situaciones de manera oportuna y eficaz. Es gratuito y completamente confidencial tanto para los colaboradores como para sus familiares directos; brinda asistencia en las áreas de psicología, y temas legales y financiero-contables. Se accede a través de una línea telefónica gratuita y es atendido por profesionales especializados.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas: En 1999, en el Foro Económico Mundial de Davos (Suiza), el Secretario General propuso un "pacto mundial" entre las Naciones Unidas y el mundo de los negocios. El Pacto Mundial pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción, que se concentran en 10 principios de adhesión voluntaria. Más información en www.unglobalcompact.org y en www.pactoglobal.org.ar.

Portabilidad numérica: Es la posibilidad que tiene un cliente de cambiar de una Compañía celular a otra, conservando su número telefónico.

PP&E: Property, Plant and Equipment (Propiedades,

Planta y Equipo). Son aquellos bienes tangibles destinados a ser utilizados en la actividad principal de la Sociedad, y no a la venta habitual, que tengan una vida útil estimada superior a un año. También se consideran dentro de este rubro aquellos que están en construcción.

Radiobase: En una red móvil, las radiobases brindan cobertura celular mediante el espectro disponible, proporcionan y controlan el acceso a los terminales, así como el envío y recepción de información hacia la red.

RAV: Régimen de Autorizaciones Vigente. La Compañía dispone de un régimen de autorizaciones en el que se describen los niveles jerárquicos requeridos para aprobar los diferentes tipos de transacciones. Dicho régimen es actualizado periódicamente y es aprobado por el Directorio. Su cumplimiento constituye uno de los pilares del control interno.

RNI: Radiaciones No Ionizantes. Son aquellas radiaciones del espectro electromagnético que no tienen energía suficiente para ionizar la materia.

Roaming: Es una función que permite a los clientes móviles a utilizar el servicio en las redes de otros operadores distintos de aquel con el que se firmó el contrato inicial. El servicio de roaming está activo cuando un dispositivo móvil se utiliza en un país extranjero.

RSE: Es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica. Definición de ISO 26000, primera edición, 2010.

SAR: Specific Absorption Rate (Índice de Absorción Específica). Es una medida de la potencia máxima con que un campo electromagnético de radiofrecuencia es absorbido por el tejido vivo. Se emplea para frecuencias entre 100 kHz y 100 GHz, es decir, radiación no ionizante, y en particular para teléfonos móviles.

SC: Secretaría de Comunicaciones. Es un organismo cuyo principal objetivo es asistir al Ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios en la elaboración, propuesta y ejecución de las políticas a apli-

car en el ámbito de las comunicaciones, tendientes a lograr la actualización tecnológica de dichos servicios. Más información en www.secom.gov.ar.

SEC: Securities Exchange Commission. Es una agencia del Gobierno de Estados Unidos que tiene como responsabilidad principal regular y hacer cumplir las leyes federales respecto del funcionamiento de mercados de valores estadounidense y velar por los derechos de los inversores. Más información en www.sec.gov.

Smartphone: Es un teléfono móvil inteligente con una mayor capacidad de almacenar datos y de realizar actividades semejantes a las de una minicomputadora y con mayor conectividad que la de un teléfono móvil convencional.

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

Sostenibilidad: Significa "satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades". Esta definición se formalizó por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. La sustentabilidad tiene que ver con mantener el equilibrio que existe en la relación de los seres humanos con el medio, para lograr un desarrollo económico próspero sin dañar la dinámica del medio ambiente y para generar condiciones de vida favorables.

SOX: Sarbanes-Oxley Act. La Ley Sarbanes Oxley nació en Estados Unidos en 2002, con el fin de monitorear las empresas que cotizan en bolsa de valores de Estados Unidos, y evitar que las acciones de aquellas sean alteradas de manera dudosa. Esta ley, más allá del ámbito nacional, involucra todas las empresas que cotizan en NYSE (Bolsa de Valores de Nueva York), así como sus filiales.

Spam: Se llama *spam* o correo basura a los mensajes no solicitados, no deseados o de remitente no conocido (correo anónimo), habitualmente de tipo publicitario, generalmente enviados en grandes cantidades (incluso masivas), que perjudican de alguna o varias maneras al receptor.

Stakeholders: Se refiere a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa. Estos grupos son los públicos interesados, o el entorno inte-

resado, que deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios.

Streaming: Es la distribución de contenido multimedia a través de una red de computadoras de manera que el cliente consume el producto al mismo tiempo que se descarga. El término se aplica habitualmente a la difusión de audio o de video.

Sustentabilidad: Ver definición de "Sostenibilidad".

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación. Es un conjunto de tecnologías aplicadas para proveer información y comunicación a través de medios tecnológicos de última generación.

Transparencia de acciones: Información que se provee al mercado y a los inversores sobre la base de criterios de corrección, claridad y acceso igualitario a la información, conscientes de la importancia que una información correcta acerca de sus propias actividades tiene para el mercado, los inversores y la comunidad en general (Fuente: Código de Ética de la Compañía).

Triple Play: Se define como el empaquetamiento de servicios y contenidos audiovisuales (telefonía, banda ancha y televisión).

UMTS: Universal Mobile Telecommunications System (Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles). Es una de las tecnologías usadas por los móviles de tercera generación.

UPJET: Unión del Personal Jerárquico de Empresas de Telecomunicaciones de la República Argentina. Más información en www.upjet.org.ar.

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

UTN: Universidad Tecnológica Nacional. Más información en www.utn.edu.ar.

Valores: Fundamentos éticos de carácter universal dentro de la vida cotidiana de la organización (Fuente: Código de Ética de la Compañía).

VDSL: Very High Bit-Rate Digital Subscriber Line (DSL de muy alta tasa de transferencia). Se trata de una tecnología de acceso a Internet de Banda Ancha, perteneciente a la familia de tecnologías xDSL que transmiten datos so-

bre pares de cobre. Telecom está introduciendo la nueva tecnología de VDSL en su red, lo que permitirá incrementar la velocidad de bajada y subida de datos hasta 50Mb.

VPN: Virtual Private Network (Red Privada Virtual). Es una tecnología de red que permite una extensión de la red privada sobre una red pública o no controlada como Internet. Permite que la computadora en la red envíe y reciba datos sobre redes compartidas o públicas como si fuera una red privada con toda la funcionalidad, seguridad y políticas de gestión de una red privada.

WAP: Wireless Application Protocol (Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas). Es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, por ejemplo, acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.

Wholesale: Negocio mayorista. Todos los negocios mayoristas de la empresa (Nacional, Internacional, Móvil) se brindan a través de la Unidad Wholesale.

WiFi: Es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica. Los dispositivos habilitados con Wi-Fi, tales como una computadora personal, una consola de videojuegos, un smartphone, etc., pueden conectarse a Internet a través de un punto de acceso de red inalámbrica.

WWF: World Wildlife Fund (Fondo Mundial para la Naturaleza). Es la mayor organización conservacionista independiente del mundo. Su misión es detener la degradación del ambiente natural del planeta y construir un futuro en donde los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza. Más información en www.wwf.org.

14. Sigamos comunicados



Nos interesa su opinión

Lo invitamos a que acerque sus comentarios sobre este Reporte, enviando un mail a rse@ta.telecom.com.ar

Elaboración del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria

Publicado en abril de 2014

Coordinación General

Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria
Dirección de Comunicación y Medios
Telecom Argentina
rse@ta.telecom.com.ar
www.telecom.com.ar

Producción General

Gerencia de Medios y Comunicación Institucional
Dirección de Comunicación y Medios

Equipo de elaboración

Grupo Operativo RSE

Facilitadores Externos

ReporteSocial
www.reportesocial.com

Diseño

Be Singular

Impresión

FP Compañía Impresora

