



# CONECTADOS EN LA ERA DIGITAL

2008

Reporte de Responsabilidad Social Empresaria



**TELECOM**





## Carta del Presidente



*Presentar el segundo Reporte de Responsabilidad Social Empresaria significa para mí una enorme satisfacción. El contenido de esta nueva publicación otorga testimonio de los avances y aprendizajes logrados en 2008, y da cuenta de nuestro desempeño en el plano económico, social y ambiental.*

*Los resultados de 2008 comunican muy buenas noticias. El Grupo ha continuado la expansión de su base de clientes, con 4,3 millones de líneas de telefonía fija en servicio, 1,1 millones de clientes de Internet y 14,4 millones de usuarios de telefonía móvil. Ello se ha visto reflejado en el aumento de las ventas netas consolidadas, que alcanzaron los \$10.608 millones en 2008, versus \$9.074 millones en 2007.*

*El Grupo Telecom persevera en su objetivo de liderar la innovación de las telecomunicaciones, lanzando diversos servicios y productos basados en tecnología de última generación. Se destacan, en 2008, las nuevas propuestas de videollamada y mensajes cortos en la telefonía fija, la oferta de packs de servicios e Internet móvil, y la diversidad de nuestra oferta en Banda Ancha.*

*Todas estas iniciativas hacen de Telecom una compañía líder, y nos impulsan a continuar este camino responsable, concientes del compromiso asumido y de las metas propuestas para cada una de nuestras acciones.*

*En materia de control interno, merece señalarse la exitosa emisión, por tercer año consecutivo, de la certificación requerida por la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley. A ello se suma el constante compromiso del Grupo de proporcionar información amplia y elaborada con altos estándares de calidad, para facilitar el monitoreo de nuestro desempeño operacional y económico-financiero por parte de organismos de contralor e inversores.*

*Hemos afianzado el diálogo con nuestros grupos de interés y hemos priorizado una gestión de la responsabilidad social empresaria (RSE), que haga partícipe a los distintos representantes de nuestra compañía. A nivel interno, continuamos poniendo énfasis en definir la vida laboral diaria según los valores corporativos, para que sean una herramienta de inspiración en cada comportamiento y en la conducción de todas las actividades de la organización.*

*Nuestra misión es brindar un servicio personalizado, dando a nuestros clientes una calidad acorde a sus expectativas. Trabajamos en un marco de constante dinamismo y evolución, que también nos impulsa a promover acciones sociales en beneficio de nuestra comunidad, haciendo de nuestra empresa un actor comprometido con la comunidad en la que desarrolla sus actividades en forma activa y responsable.*

*La esencia de la responsabilidad social empresaria del Grupo Telecom se traduce en una estrategia construida a partir de los vínculos con nuestros grupos de interés y un compromiso firme que asumimos con cada uno de ellos, para generar valor económico, social y ambiental. Como entidad miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas en Argentina, tenemos claro nuestro compromiso de avance en sus 10 Principios, en pos de los derechos humanos, la calidad laboral, el medioambiente y la transparencia corporativa.*

*Nos enorgullece presentar nuestro segundo Reporte de RSE y dar cuenta de un enorme crecimiento en nuestra gestión responsable, con desafíos por encarar y proyectos por compartir. Confiamos en el trabajo y la dedicación como el camino hacia el éxito de nuestra organización y al bienestar de nuestra gente.*

*Para concluir, hago expreso mi especial agradecimiento a nuestros colaboradores por todos los logros alcanzados y por la calidad profesional demostrada, y un especial reconocimiento a todos los actores que permiten la mejora integral del desempeño de nuestra organización, evidenciando su vocación y compromiso con estos importantes objetivos del Grupo Telecom.*

Atentamente.

  
Enrique Garrido  
Presidente



## Carta del Director de Comunicación y Medios



*Tengo el orgullo de presentarles el segundo Reporte de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) de Telecom Argentina.*

*Tal como afirmamos en nuestra declaración de RSE (sección 3.1), buscamos incorporar la responsabilidad social al planeamiento estratégico del negocio, incentivando a todas las áreas de la organización a actuar acorde a los principios de la gestión responsable, para una evolución favorable en el plano económico, social y medioambiental.*

*El documento que presentamos aquí refleja los compromisos que asumimos en nuestra relación con los distintos grupos de interés, y, en tal sentido, queremos comunicarnos de manera clara y transparente. Este informe registra las prácticas de RSE realizadas en 2008 y brinda testimonio de los programas e iniciativas más destacadas.*

*De cara a la comunidad, la gestión de RSE de Telecom está centrada en promover la inclusión social a través de las tecnologías de la información y la comunicación, disminuyendo la brecha digital y brindando un aporte firme a la educación de nuestro país. Bajo la consigna "Educar para la Era Digital", en 2008 logramos capacitar a más de 10.000 docentes en el uso pedagógico de las tecnologías, y beneficiamos indirectamente a más de 400.000 niños y adolescentes argentinos.*

*Además, iniciamos acciones para fomentar el diálogo con distintos grupos de interés, comprobando que la visión de sustentabilidad requiere de un aprendizaje continuo y un trabajo conjunto. Estamos convencidos de que es necesario escuchar a nuestra red de relaciones, ya que este proceso nos permite conocer las diversas necesidades y perfeccionar la toma de decisiones en las distintas áreas de gestión.*

*Para completar el proceso de elaboración del Reporte, seguimos utilizando, como base, la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative – GRI). El Reporte de RSE es el resultado de una construcción colectiva, lograda a partir del valioso aporte de muchos integrantes del Grupo que participaron en la recolección y el análisis de las prácticas que aquí exponemos. A ellos enviamos un agradecimiento especial por la colaboración brindada.*

*Al final del Reporte, encontrarán una encuesta que invitamos a completar, porque nos interesa contar con sus opiniones sobre este informe. Sus comentarios resultarán indispensables para mejorar y perfeccionar año a año este documento.*

*Seguiremos en la labor de consolidar vínculos y construir una gestión cada vez más sustentable, que fomente una mejor calidad de vida, que preserve nuestro entorno, con miras a un mejor desempeño integral de la empresa y del país.*

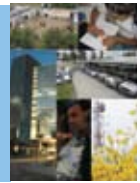
*Cordialmente.*

  
**Mariano Cornejo**  
Director de Comunicación y Medios

INTRODUCCIÓN AL  
REPORTE DE RSE

1

PÁG. 8



PERFIL DE LA  
EMPRESA

2

PÁG. 12



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA PARA EL  
GRUPO TELECOM

3

PÁG. 22



RESULTADOS 2008  
Y DESAFIOS 2009

4

PÁG. 28



EMPLEADOS

5

PÁG. 32



INVERSORES

6

PÁG. 50

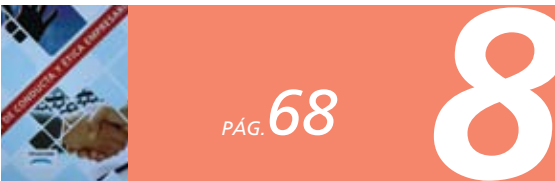




PÁG. 54

7

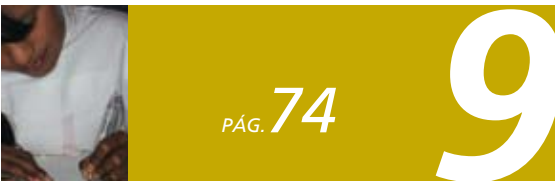
CLIENTES



PÁG. 68

8

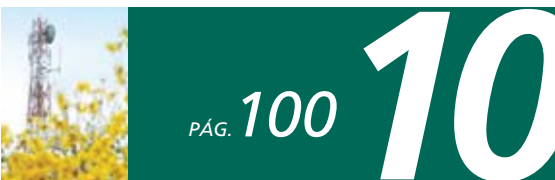
PROVEEDORES



PÁG. 74

9

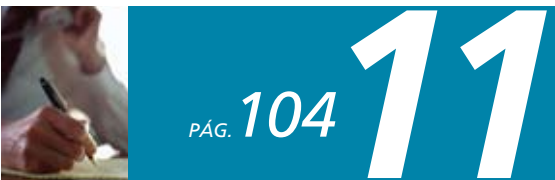
COMUNIDAD



PÁG. 100

10

MEDIO AMBIENTE



PÁG. 104

11

INDICADORES GRI Y COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO DEL  
PACTO MUNDIAL  
DE NACIONES UNIDAS





# INTRODUCCIÓN AL REPORTE DE RSE



- 1.1. Acerca del Reporte.....9
- 1.2. Proceso del Reporte: selección de contenidos a comunicar.....9
- 1.3. Proceso del Reporte: etapas de elaboración..... 11

## 1. Introducción al Reporte de RSE

### 1.1. Acerca del Reporte

En el presente Reporte de Responsabilidad Social Empresaria (en adelante el Reporte), queremos comunicar a nuestros grupos de interés – empleados, clientes, inversores, proveedores, comunidad, sector público y la sociedad en su conjunto – las acciones desarrolladas en el ámbito económico, social y ambiental.

El Reporte abarca los programas, actividades e iniciativas de RSE realizadas por el Grupo Telecom durante 2008. Incluimos datos cuantitativos de los resultados de 2007 para mostrar la evolución en el tiempo.

Con esta publicación, damos también cuenta del cumplimiento de los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en concepto de Comunicación para el Progreso (COP) 2008.

### 1.2. Proceso del Reporte: selección de contenidos a comunicar

El Proceso de elaboración del segundo Reporte de Responsabilidad Social Empresaria del Grupo Telecom fue realizado en base a la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (*Global Reporting Initiative - GRI*), adaptando los indicadores y protocolos a la realidad de la empresa y de la región.

Con la coordinación de la Gerencia de RSE, este proceso incluyó un nuevo análisis de materialidad<sup>1</sup> que ayudó a seleccionar los contenidos más relevantes para cada grupo de interés.

Para mejorar los contenidos de esta publicación, realizamos dos jornadas de diálogo para escuchar las opiniones y sugerencias respecto de nuestro primer Reporte de RSE y comprender más profundamente las expectativas de nuestros públicos. La primera jornada se realizó el 21 de mayo de 2009 en la que participaron 17 empleados y la segunda fue el 2 de junio de 2009 con 14 representantes vinculados a la RSE en la Argentina.

El diálogo se realizó siguiendo los principios del estándar *AA1000 Stakeholder Engagement Standard (2007, AccountAbility, UK)*<sup>2</sup>, y sus resultados son presentados a continuación.

### De la “Responsabilidad Corporativa” a la “Responsabilidad Social Empresaria”

Desde fines de 2007, comenzamos a formalizar y redefinir las actividades que veníamos implementando en el ámbito de la RSE. Luego de un período de diagnóstico y autoevaluación, durante 2008 creamos, con la participación de todas las áreas de la empresa, la política y la estrategia que guían la gestión responsable del negocio de Telecom Argentina, para llevar adelante prácticas que respondan a las expectativas de los distintos públicos con los que nos relacionamos.

En esta etapa, decidimos denominar “Responsabilidad Social Empresaria” a todas aquellas prácticas de gestión responsable del Grupo Telecom, como sinónimo de “Responsabilidad Corporativa”, o “Desarrollo Sustentable”. De esta manera, este año, nuestro Reporte se denomina “Reporte de Responsabilidad Social Empresaria”.



<sup>1</sup> Principio de Materialidad de la Guía 2006 de la Iniciativa de Reporte Global: La información contenida en el Informe deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

<sup>2</sup> El estándar de Relación con Grupos de Interés AA1000SES forma parte de la Serie AA1000 de *Accountability (Institute for Social and Ethical Accountability, UK)*. Esta provee pautas para la relación con *stakeholders*, para tratar temas relevantes para las empresas y sus respectivos grupos de interés y para alinear la relación con ellos a la estrategia principal de una organización.

		RESPUESTAS DE TELECOM ARGENTINA	
Tema	Expectativas de nuestros grupos de interés	Se comunica en este Reporte	A evaluar para futuros Reportes de RSE
<b>Extensión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluir un resumen en cada capítulo, con información cuantitativa y cualitativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluimos una sección de destacados de 2008 que contiene las principales actividades realizadas con cada grupo de interés. A su vez al comienzo de los capítulos de los grupos de interés incluimos una tabla resumen con sus principales datos cuantitativos.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluir información más vinculada a la gestión de RSE.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizamos un trabajo con las áreas de la empresa para evaluar cada acción en el marco de los lineamientos estratégicos de RSE de Telecom.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguiremos realizando jornadas de diálogo para profundizar la gestión de RSE y su comunicación.</li> </ul>
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluir más información sobre:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Temas sensibles de Telecom y la industria.</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>En los futuros Reportes, evaluaremos la posibilidad de incluir contenidos específicos sobre las cuestiones relativas al sector de las telecomunicaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Satisfacción de Clientes y medición.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comenzamos a incluir información en el capítulo pertinente.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Antenas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementamos, en el capítulo de medio ambiente, información sobre las antenas y salud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profundizaremos la información sobre las antenas e impactos sociales y ambientales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicidad y <i>marketing</i> responsable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver entre otros, la sección sobre estrategias de comunicación responsable y la sección de Conciencia Celular.</li> <li>Incluimos información sobre nuestros servicios en situaciones de emergencia y apoyo de catástrofes.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mecanismo y procedimiento de denuncias de incumplimiento del código de ética, incorporando resultados medibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extendimos la sección de Líneas de Denuncias incluyendo el proceso.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro del procedimiento de recolección de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incorporamos la sección sobre el Proceso del Reporte.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Testimonios de los participantes de los programas de RSE realizados por Telecom.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agregamos testimonios de los protagonistas de los programas.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asociaciones de consumidores.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizaremos la posibilidad de incorporar información sobre consumo responsable en futuros Reportes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecnología para la base de la pirámide.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveemos información sobre teléfonos públicos, semi-públicos y móviles en zonas rurales y en toda la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En 2009 haremos una investigación interna sobre negocios inclusivos en la industria.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El grupo de interés Inversores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicamos la existencia de un sitio web donde se brinda mayor información sobre el tema.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidad de reclamos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluimos información sobre satisfacción del cliente y proceso de atención de quejas y reclamos.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Datos de discapacidad y diversidad, rotación.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluaremos la posibilidad de incluir datos cuantitativos sobre la rotación de personal y sobre personal con discapacidad.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluir la información de los negocios (celular, voz, datos e Internet) cuando sea posible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reportamos información agregada o desagregada cuando corresponde.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aclarar y unificar el concepto de RSE/ RC/Sustentabilidad y el de Comunidad/ Sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unificamos el concepto de gestión responsable de Telecom bajo el nombre Responsabilidad Social Empresaria.</li> <li>Utilizamos el concepto de Comunidad para reportar la acción social de la empresa.</li> </ul>	

Tema	Expectativas de nuestros grupos de interés	RESPUESTAS DE TELECOM ARGENTINA	
		Se comunica en este Reporte	A evaluar para futuros Reportes de RSE
<b>Credibilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Agregar más indicadores cuantitativos en recuadros y tablas, con comparativo del año anterior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ El Reporte cuenta con más información cuantitativa y de resultados.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mejorar la cantidad de indicadores GRI reportados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Respondimos una mayor cantidad de indicadores GRI.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Evaluar posibilidad de verificar externamente el Reporte con algún grupo de interés.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Evaluaremos las diferentes opciones que existen para la realización de verificación externa, y la relevancia de la implementación en nuestro Reporte a futuro.</li> </ul>
<b>Diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Incluir fotos representativas de Telecom.</li> <li>■ Hay un desequilibrio entre fotos y espacios en blanco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Incorporamos fotos inéditas de la empresa y buscamos un mayor equilibrio en el diseño.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Encontrar alternativas de impresión económicas del Reporte, para aumentar el alcance y distribución a los empleados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Reducimos el gramaje de papel para aumentar su alcance y distribución.</li> </ul>	
<b>Formato y distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ El Reporte debería ser un resumen ejecutivo para mostrar cómo se comunicó la empresa con cada grupo de interés.</li> <li>■ Hacer un Reporte para cada grupo de interés, y luego uno digital con toda la información completa, con la opción de la versión interactiva <i>online</i>.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Analizaremos la posibilidad de realizar un resumen impreso y comunicar el Reporte completo en formato digital.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Distribuir el Reporte en formato de CD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Existe la distribución en correo electrónico con el acceso al documento en nuestro sitio web.</li> <li>■ Nuestro Reporte se publica en el sitio web del Pacto Mundial de Naciones Unidas.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Enviar un e-mail a los empleados con el link al Reporte.</li> <li>■ Comunicar el Reporte a través de la revista interna de Telecom.</li> <li>■ Usar todos los canales de comunicación para hacer conocer el Reporte.</li> <li>■ Tener en cuenta la difusión del Reporte en el interior del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Trabajamos en la comunicación del Reporte en todo el país, buscando llegar a la mayor cantidad de personas interesadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Estaremos evaluando presentaciones del Reporte en las distintas provincias del país donde opera Telecom.</li> </ul>

### 1.3. Proceso del Reporte: etapas de elaboración

Este año el Reporte fue elaborado involucrando a todas las áreas de la empresa, trabajando transversalmente en la recolección de información para comunicar a nuestros grupos de interés.

En diciembre de 2008, se conformó el Comité Operativo de RSE. Para ello, realizamos una reunión inicial en la cual participaron todas las gerencias del Grupo Telecom, con la coordinación interna de la Gerencia de RSE y asesoramiento externo. Este comité está compuesto por integrantes de distintas áreas de la Empresa, que se dedican al análisis de las mejores prácticas de gestión responsable, y a su relevamiento y recopilación.

# 2

## PERFIL DE LA EMPRESA

2.1. El Grupo Telecom .....	13
2.2. Segmentos del negocio y empresas del Grupo Telecom .....	15
2.3. Principales indicadores económicos, sociales y ambientales del Grupo Telecom ...	16
2.4. Nuestros Valores.....	17
2.5. Gobierno Corporativo .....	18
2.5.1 Comité de Auditoría .....	19
2.6. Organización del Grupo Telecom.....	21

## 2. Perfil de la Empresa

*En un mundo cada vez más demandante de servicios de telecomunicaciones, en el Grupo Telecom trabajamos día a día para mejorar nuestros servicios y que la marca Telecom sea la garantía de excelencia tecnológica.*

### 2.1. El Grupo Telecom

En noviembre de 1990 obtuvimos la licencia mediante licitación pública internacional, a través de la cual se nos adjudicó la prestación del servicio público de telecomunicaciones de la región norte de la Argentina. Desde ese momento, trabajamos para ser una empresa líder en todos los segmentos de negocios donde desarrollamos nuestra actividad.

Actualmente, con más de 15.000 empleados, prestamos servicios de telefonía fija (voz, datos e Internet) y de telefonía móvil en la Argentina y Paraguay para clientes residenciales, empresas y sector público.

El dinamismo del mundo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), donde las fronteras entre el negocio de las telecomunicaciones, la informática y los medios de comunicación son cada vez más difusas, nos lleva a adaptarnos permanentemente a los avances tecnológicos, buscando mejorar las sinergias en nuestras líneas de negocio para lograr una gestión más adecuada a las necesidades de nuestros grupos de interés.

Durante 2008, crecimos principalmente en los negocios asociados a la Banda Ancha y los servicios móviles, a través del aumento en la velocidad de acceso y la incorporación de nuevas prestaciones que constituyan opciones atractivas e innovadoras. Este año incrementamos 33% nuestra base de clientes en el segmento de Banda Ancha y 17% en Telefonía Celular, alcanzando 1,1 millones de clientes de Internet con la marca Arnet y 14,4 millones de suscriptores celulares.

### Nuestra estrategia a la vanguardia de la tecnología

- Profundizar las acciones tendientes a optimizar nuestro desempeño.
- Preservar los clientes y el tráfico sobre las redes fijas a través de ofertas paquetizadas.
- Ampliar el *portfolio* ofreciendo terminales innovadores que se potencian con los servicios adicionales que los acompañan en la oferta. Estos poseen funcionalidades que permiten trasladar la experiencia de uso de la telefonía móvil a la fija; ejemplo de esto es que permiten envío y recepción de SMS.
- Incrementar la penetración y el despliegue de la Banda Ancha.
- Continuar con tendido de fibra óptica, para mejorar la capacidad de transmisión y la velocidad de los accesos.
- Aumentar la cobertura del servicio móvil con una estrategia diferenciada por región y continuar con el despliegue de tecnología de Tercera Generación (3G) que permite el desarrollo de Banda Ancha móvil.
- Explorar las nuevas tecnologías como IMS (subsistema multimedia IP), *Home Networking* (conjunto de elementos que procesan, transportan y almacenan información posibilitando la conexión de múltiples dispositivos en el hogar) y los servicios interactivos multimediales fijos y móviles.

## Premios y Reconocimientos obtenidos por el Grupo TELECOM en 2008

- **Líderes de las Comunicaciones 2008 - Grupo Convergencia**  
Categoría 4. Director o gerente financiero – Valerio Cavallo – Telecom
  - **Premio Madre Teresa de Calcuta a la Solidaridad - Foro del Sector Social**  
Concurso de proyectos solidarios.  
Reconocimiento al Compromiso en RSE – Alianza: APAER – Telecom.
  - **Talentos para la Vida**  
Miembro de Honor del programa *Talentos para la Vida* en reconocimiento al valor agregado que Telecom brinda a la comunidad con los programas de RSE.
  - **Cimientos – Fundación para la igualdad de oportunidades educativas**  
Reconocimiento a Telecom por su compromiso con la educación de los niños y jóvenes de la Argentina.
  - **Fundación Padre Ernesto Martearena**  
Reconocimiento a Telecom por el apoyo brindado durante 2008
  - **Premios 2008 Publicidad Telecom Personal S.A.**
  - **FIAP. Festival Iberoamericano de la Publicidad**
    - Premio ORO en la categoría Música Adaptada por el comercial *Foto Foto*
    - Premio PLATA en la categoría Música Original por el comercial *Soda Stereo Tributo*
    - Premio BRONCE en la categoría TV por el comercial *Soda Stereo Tributo*
  - **OJO. El Ojo de Iberoamérica**
    - Premio PLATA en la categoría TV Telefonía y Comunicación por el comercial *Portuñol*
    - Premio PLATA en la categoría TV Telefonía y Comunicación por el comercial *Technotronic*
    - Premio BRONCE en la categoría TV Institucional e Imagen Corporativa por el comercial *Soda Stereo Tributo*
    - Premio PLATA en la categoría TV Campañas de Servicios por el comercial *Temas*
  - **EL DIENTE. Festival del Círculo de Creativos de Argentina**
    - Premio BRONCE en la categoría TV por el comercial *Recital Día del Padre*
    - Premio BRONCE en la categoría TV por el comercial *Technotronic*
    - Premio BRONCE en la categoría TV por el comercial *Temas*
- Premios 2008 Publicidad Telecom Argentina S.A.**
- **EL SOL**
    - Premio ORO en la categoría telefonía y comunicación por el comercial "1 Millón de Clientes".
  - **GRANDES ANUNCIOS**
    - Premio PLATA en TV por el comercial "Pandas".
  - **LAPIZ**
    - Premio ORO en TV Noviembre por el comercial "1 Millón de Clientes".



## Presencia Institucional 2008

- Participamos en congresos, seminarios, ferias, exposiciones, foros y eventos. Algunos de ellos fueron: Coloquio anual de IDEA, Aniversario Fundación Mediterránea, Aniversario de la Cámara Argentina de Comercio (CAC), Usuaría, Conferencia de la Unión Industrial Argentina (UIA); Congreso Anual de la Asociación de Recursos Humanos de la Argentina (ADRHA), Jornadas Tributarias, Seminario de Implementación de IFRS en Argentina de la Cámara de Sociedades Anónimas, Expocomm, Expoagro, Agroactiva y Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional.
- Integramos grupos de organizaciones y empresas que trabajan en torno a la RSE y a las Organizaciones de la Sociedad Civil: ADRHA, CAC, CIPPEC, Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad de la Argentina, Fundación Capital, Fundación Foro 14.000, Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE), IARSE, IDEA y la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil (CONAETI).
- Realizamos aportes al fondo de becas de cursos y postgrados, como: la Maestría en Periodismo organizada en conjunto por Grupo Clarín y la Universidad de San Andrés, el Master en Periodismo que organizan el diario La Nación y la Universidad Torcuato Di Tella, el curso de Economía para Periodistas que lleva a cabo la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL); el Postgrado en Organizaciones sin fines de Lucro, de la Universidad de San Andrés, Di Tella y CEDES; el Postgrado en Gestión de Organizaciones con Fines Sociales de la Universidad del Salvador.
- Participamos en diversas conferencias sobre telecomunicaciones, RSE y Nuevas Tecnologías en diferentes congresos y exposiciones, brindadas en universidades y centros tecnológicos entre ellos: UTN, UdeSA, UBA, UCES, FAECC, IRAM, Asociación ORT Argentina y la Asociación del Derecho de las Telecomunicaciones (AADT).

## 2.2. Segmentos del negocio y empresas del Grupo Telecom

Ofrecemos a nuestros clientes una variedad amplia de servicios de telecomunicaciones a través de diferentes líneas de negocio distribuidas en diferentes sociedades. Cada sociedad integra distintos segmentos de negocio: Voz, Datos e Internet; y Telefonía Celular.

Nuestra licencia para la prestación del servicio de telefonía fija es de plazo indeterminado, e incluye los servicios de telefonía urbana y los de larga distancia nacional e internacional. También contamos con licencias para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones tales como transmisión de datos, acceso a Internet y telefonía pública.

Por su parte, a través de nuestra controlada Telecom Argentina USA Inc. ofrecemos servicios de soluciones TIC y servicios de interconexión a operadores de larga distancia, operadores móviles, operadores locales y cooperativas telefónicas, principalmente en los Estados Unidos.

Por último, nuestra controlada Telecom Personal S.A., empresa que también controla a Núcleo S.A. de Paraguay, presta servicios de Telefonía Móvil siendo uno de los operadores más importantes de la Argentina.

## La RSE de Telecom en los medios

Durante 2008, varias de las acciones de RSE de Telecom Argentina, se dieron a conocer en los medios de comunicación, permitiendo una mayor difusión de los programas en todo el país y dando testimonio del trabajo realizado a lo largo del año.

Entre artículos periodísticos y entrevistas, la cantidad de apariciones en medios masivos ha sido:

- Agencias de noticias: 10
- Medios gráficos: 52
- Sitios en Internet y Newsletters: 81
- Programas de radio: 64
- Programas de TV: 3



Segmento del negocio	Principales productos y servicios	Sociedad del Grupo Telecom
<b>Voz, Datos e Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ telefonía fija urbana</li> <li>■ telefonía fija de larga distancia nacional e internacional</li> <li>■ servicios suplementarios (llamada en espera, facturación detallada y contestador automático de llamadas, entre otros)</li> <li>■ interconexión a otros operadores</li> <li>■ transmisión de datos (redes privadas, tránsito dedicado, transporte de señal de radio y TV)</li> <li>■ servicios de Internet (<i>dial-up</i> y abonos de alta velocidad- Banda Ancha)</li> <li>■ servicios de tercerización de soluciones informáticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Telecom Argentina S.A.</li> <li>■ Telecom Argentina USA, Inc.</li> <li>■ Cubecorp Argentina S.A. (1)</li> <li>■ Micro Sistemas S.A. (2)</li> </ul>
<b>Telefonía Celular</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ comunicaciones urbanas</li> <li>■ comunicaciones interurbanas e internacionales</li> <li>■ transmisión de datos</li> <li>■ servicios de valor agregado: contestador automático de llamadas, envío de mensajes de texto (SMS), multimedia y acceso a Internet, entre otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Telecom Personal S.A.</li> <li>■ Nucleo S.A. – Paraguay</li> </ul>

(1) Fusionada con Telecom Argentina a partir del 1° de enero de 2009.

(2) Sociedad sin operaciones.

### 2.3. Principales indicadores económicos, sociales y ambientales del Grupo Telecom

PRINCIPALES INDICADORES DEL GRUPO TELECOM	2007	2008
<b>MAGNITUDES DE LA EMPRESA</b>		
Líneas en Servicio – Telefonía fija	4.208.000	4.299.000
Clientes de Internet	866.000	1.122.000
Clientes en Telefonía Celular	12.285.000	14.375.000
Total de Empleados	15.392	15.361
Total de Proveedores	2.374	2.323 <sup>(3)</sup>
Cantidad de líneas fijas por empleado	367	384
Clientes de telefonía móvil por empleado	3.135	3.498
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO CONSOLIDADO</b> (en millones de pesos) <sup>(4)</sup>		
Ventas Netas	9.074	10.608
Costos Operativos (sin amortizaciones)	(6.022)	(7.278)
<b>Utilidad de la explotación antes de las amortizaciones</b>	<b>3.052</b>	<b>3.330</b>
Amortizaciones bienes de uso e intangibles	(1.416)	(1.289)
<b>Utilidad de la explotación</b>	<b>1.636</b>	<b>2.041</b>
Resultados financieros y por tenencia	(441)	(265)
Utilidad de las operaciones que continúan	782	961
Utilidad de las operaciones en discontinuación	102	-
<b>Utilidad Neta</b>	<b>884</b>	<b>961</b>
Utilidad neta por acción	0,90	0,98

(3) El número corresponde a los proveedores con orden de compra vigente.

(4) Para más información remitirse a la Memoria y Estados Contables 2008.

PRINCIPALES INDICADORES DEL GRUPO TELECOM	2007	2008
<b>Índices de rentabilidad (%)</b>		
Utilidad neta sobre ventas netas	9,7	9,1
Rentabilidad operativa sobre activos al inicio (ROA)	18,8	22,2
Rentabilidad sobre patrimonio neto al inicio (ROE)	41,5	31,7
<b>Cargas fiscales</b> (en millones de pesos)		
<b>Total Impuestos a las Ganancias, Ingresos Brutos y otros</b>	<b>952</b>	<b>1.360</b>
Impuesto a las Ganancias	292	535
Impuesto sobre los Ingresos Brutos	370	435
Otros impuestos, tasas y contribuciones	290	390
<b>Inversiones en bienes de uso e intangibles</b> (en millones de pesos)		
Inversiones totales en bienes de uso y activos intangibles	1.441	1.687
<b>Patrimonio neto</b> (en millones de pesos)		
Patrimonio neto	3.030	4.020
<b>DESEMPEÑO SOCIAL</b>		
% de mujeres en la plantilla de empleados	36%	36%
Sueldos y Cargas Sociales (en millones de pesos) (5)	960	1.217
% de proveedores nacionales	88,6%	88,8%
Cantidad de requerimientos recibidos para participar en proyectos sociales (6)	-	374
<b>DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>		
Reciclado de Papel (en kilos)	61.755	94.358

(5) Netas de recuperos y activaciones por \$30 y \$27 millones al 31 de diciembre de 2007 y 31 de diciembre de 2008, respectivamente.

(6) Este indicador se sistematizó en 2008.

## 2.4. Nuestros Valores

Nuestra gestión se centra en ocho valores corporativos que deben acompañar nuestras labores cotidianas. Ellos nos inspiran y orientan a trabajar de forma responsable, mejorando la relación con todos nuestros grupos de interés y logrando un vínculo de largo plazo para beneficio mutuo.



- Foco en el cliente
- Proactividad
- Innovación
- Dinamismo
- Excelencia profesional
  - Integración
  - Transparencia
  - Responsabilidad

## 2.5. Gobierno Corporativo

En el Grupo Telecom, entendemos que las buenas prácticas de gobierno corporativo son fundamentales para el éxito de una gestión responsable del negocio. Regido por nuestros Valores Corporativos y Código de Ética, respalda su accionar en una adecuada interacción y coordinación entre las distintas instituciones internas y externas previstas en las regulaciones vigentes, en los estatutos sociales y nuestros procedimientos internos: el Directorio, el Consejo de Dirección (vigente durante el año 2008), el Comité de Auditoría, la Comisión Fiscalizadora, la Comisión de Información y la Auditoría Externa.

**El Gobierno de la sociedad: la Asamblea.** El órgano de gobierno de Telecom Argentina es la Asamblea de Accionistas, en la que cada acción ordinaria confiere derecho a un voto. El quórum y las mayorías en las Asam-

bleas se rigen por los Artículos 243 y 244 de la Ley de Sociedades Comerciales.

**El Directorio.** Está a cargo de la dirección y administración de Telecom Argentina. Está compuesto por un número de miembros que fija la Asamblea Ordinaria entre un mínimo de tres y un máximo de nueve, con mandato por un año, siendo los mismos reelegibles. En 2008 estuvo compuesto por seis Directores Titulares y seis Suplentes, de los cuales dos Directores Titulares y un Director Suplente son independientes frente a las normas de la Comisión Nacional de Valores. De acuerdo con el Estatuto, el Directorio tiene todas las facultades para administrar la empresa, incluso aquellas para las cuales la ley requiere poderes especiales. El Directorio funciona con la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros y resuelve por mayoría de votos presentes. El Presidente tiene doble voto en caso de empate.

### Directorio del Grupo Telecom al 31 de diciembre de 2008\*

<b>Presidente</b>	Enrique Garrido (a) (b)
<b>Vicepresidente</b>	Gerardo Werthein (c)
<b>Directores Titulares</b>	Jorge Alberto Firpo (c) Jorge Luis Pérez Alati Esteban Gabriel Macek (b) (d) Domingo Jorge Messuti (b) (d)
<b>Directores Suplentes</b>	Eduardo Federico Bauer Francesco Armato (c) Gustavo Enrique Garrido (a) Esteban Pedro Villar (d) Luis Miguel Incera Adrián Werthein (c)

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

(b) Miembro del Comité de Auditoría.

(c) Integrante del Consejo de Dirección durante 2008.

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

\* Cabe mencionar que los miembros del Directorio no cumplen funciones ejecutivas en la Sociedad.

**El Consejo de Dirección.** Estuvo integrado en 2008 por cuatro Directores (dos deben ser Titulares y dos pueden ser Titulares o Suplentes). Funcionaba como un órgano interno del Directorio con el objeto de brindarle consejo y apoyo en las relaciones con la Alta Gerencia e intervenir en el proceso interno de evaluación de operaciones significativas.

**Comisión Fiscalizadora.** La fiscalización interna de la Sociedad está a cargo de una Comisión Fiscalizadora compuesta por tres o cinco Síndicos Titulares y tres o cinco Suplentes, elegidos por la Asamblea General Ordinaria por el término de un ejercicio. La Comisión Fiscalizadora tiene la facultad de convocar Asambleas de Accionistas, requerir la inclusión de temas en el orden del día, y, en general, supervisar todos los asuntos de la Sociedad y el cumplimiento de la Ley y del Estatuto Social.

Comisión Fiscalizadora al 31 de diciembre de 2008	
<b>Síndicos Titulares</b>	Diego Serrano Redonnet (Presidente) Jacqueline Berzon Gerardo Prieto
<b>Síndicos Suplentes</b>	Guillermo Eduardo Quiñoa Guillermo Feldberg

### 2.5.1. Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría constituye un pilar fundamental en el modelo de Gobierno Corporativo adoptado por la Sociedad. Está integrado por tres miembros del Directorio que revisten calidad de independientes frente a las normas de la *Securities and Exchange Commission* y *New York Stock Exchange* revistiendo dos de ellos el mismo carácter para las normas de la Comisión Nacional de Valores.

Entre sus principales responsabilidades se destacan las siguientes:

**Relativas a la Auditoría Externa:** es responsable de evaluar los servicios que los Auditores Externos presten a la Sociedad y a sus sociedades controladas y supervisar que el alcance y la forma de prestación de esos servicios no afecten la debida independencia de dichos auditores. Asimismo, emite una opinión con respecto a la propuesta del Directorio para su designación.

**Relativas a la Auditoría Interna:** es responsable de supervisar y evaluar el desempeño de la Auditoría Interna. A tal fin, entre otras, aprueba el plan anual de auditorías, dispone la realización de auditorías ad hoc y evalúa la estructura de los recursos con que cuenta el área de Auditoría Interna.

**Relativas a los sistemas internos y gestión de riesgos:** supervisa el funcionamiento de los sistemas de control interno, la fiabilidad del sistema administrativo-contable y de la información cursada a los mercados, y la aplicación de políticas vinculadas con la gestión y administración de riesgos. Como parte de estas responsabilidades, opina sobre operaciones con partes relacionadas de acuerdo a lo requerido por las regulaciones vigentes.

**Relativas a las normas de conducta:** verifica el cumplimiento de las normas de conducta aplicables en la empresa, en particular el Código de Conducta y Ética Empresarial del Grupo Telecom. Dicho código establece un canal

web destinado a la recepción de denuncias por actos que violen de manera actual o potencial las leyes, normas o reglamentaciones vigentes o las disposiciones del código, así como también todo cuestionamiento sobre temas contables, de control interno contable o de auditoría.

El Comité de Auditoría trata todas las denuncias o cuestionamientos que involucren cuestiones contables, de control interno contable o de auditoría, con facultades exclusivas para investigar y adoptar todas las resoluciones que estime necesarias con respecto a las denuncias y cuestionamientos recibidos sobre estos temas.



## Código de Conducta y Ética Empresaria

Nuestro Código de Conducta y Ética Empresaria establece los principios éticos a los que debe ajustarse el manejo de los negocios: transparencia, rectitud, equidad y no discriminación, enfatizando el compromiso de observar y hacer observar las normas vigentes. Su objetivo es fijar las pautas de conducta en el cumplimiento de las tareas, para asegurar que las normas éticas guíen las relaciones internas del negocio y con la comunidad en general.

El Código prevé, entre otras cuestiones, la conducta a seguir para evitar los conflictos de intereses, para brindar apoyo a las iniciativas sociales y la valorización de los recursos humanos en un contexto de equidad y confianza mutua, y para respetar el medio ambiente y los derechos de las generaciones futuras.

El Código es aplicable a todos los miembros del Directorio, de la Comisión Fiscalizadora y a todos los empleados del Grupo Telecom. También se hace extensivo a proveedores, contratistas, asesores y consultores de la empresa, quienes reciben una copia.

Se encuentra disponible para su consulta en la Intranet del Grupo y en la página web corporativa, [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar), y se puede obtener la versión impresa en forma gratuita en Av. Alicia Moreau de Justo 50, piso 13°, Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1107), Argentina.

## Código de Gobierno Societario

Por disposición de la Resolución General N° 516/07 de la Comisión Nacional de Valores (CNV), la que aplica para los ejercicios sociales iniciados a partir del 1 de enero de 2008, el Directorio de Telecom Argentina presentó a la CNV un informe en el que se detallan las prácticas de gobierno corporativo y las razones por las que dichas prácticas pueden diferir de las recomendaciones sobre Gobierno Corporativo formuladas por la CNV para las empresas que se encuentran dentro del régimen de la oferta pública de acciones. El primer informe sobre las prácticas de gobierno corporativo, en virtud de dicha Resolución, fue presentado a mediados de 2009. Dicha publicación puede ser consultada a través de la página web de la CNV, [www.cnv.gov.ar](http://www.cnv.gov.ar)

Por otro lado, un resumen de las diferencias más significativas entre las prácticas de gobierno corporativo de Telecom Argentina y las normas establecidas por la New York Stock Exchange (NYSE) para las sociedades estadounidenses, puede ser consultado en castellano y en inglés en la página web de la Sociedad ([www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)). A su vez, dicho resumen se encuentra a disposición de los accionistas e interesados en la sede social de Telecom Argentina, sita en avenida Alicia Moreau de Justo 50, piso 13, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

## Sitio web de denuncias

Promovemos que se denuncie de inmediato cualquier violación efectiva o potencial de las leyes, normas o reglamentaciones vigentes o de las disposiciones del Código de Conducta y Ética Empresaria.

Para ello, contamos con un canal de denuncias al que puede acceder cualquier persona (sea o no empleado del Grupo) a través del sitio [www.telecom-denuncias.com.ar](http://www.telecom-denuncias.com.ar) que garantiza la confidencialidad de la información recibida. A su vez, todos los integrantes del Comité de Auditoría pueden recibir denuncias de forma personal o por escrito.

El área de Auditoría Interna evalúa cada denuncia recibida y eleva un informe con un resumen al Comité de Auditoría para su consideración.

En caso que las denuncias involucren al Comité de Auditoría en su conjunto o a algún miembro de éste, serán tratadas por la Comisión Fiscalizadora de la empresa, que evaluará la situación y, si el caso lo requiere, lo elevará al Directorio para que éste resuelva.

Para mayor información sobre el Comité de Auditoría consultar la sección de Gobierno Corporativo en nuestra página Web: <http://www.telecom.com.ar/inversores/gobierno/index.html>

## Certificación de la sección 404 de la Ley Sarbanes Oxley

Por tercer año consecutivo, obtuvimos la certificación de la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley, basada en el trabajo realizado y documentado por el área de Reporte Contable y Cumplimiento SOX con la asistencia de Auditoría Interna, por la que certificamos la efectividad del sistema de control interno para generar información contable confiable, destinada a su publicación, con respecto a nuestros estados contables al 31 de diciembre de 2008.

Este año mantuvimos una orientación *top down*, focalizando en las áreas de mayor riesgo y disminuyendo sensiblemente la cantidad de controles clave a ser probados, sin reducir el alcance de la certificación. Seguiremos aplicando este enfoque en pos de hacer más eficiente el proceso de certificación de los próximos años.

## 2.6. Organización del Grupo Telecom

Telecom desarrolla una intensa actividad como operador integral de servicios de telecomunicaciones mediante sus propias operaciones y la de sus sociedades controladas. Las estrategias y políticas de las distintas sociedades del Grupo están alineadas de manera de generar sinergias comerciales, tecnológicas y de funciones soporte (tales como Administración y Finanzas, Recursos Humanos, Abastecimiento y Logística, Asesoramiento Legal, Auditoría Interna, etc.).

El factor más relevante de 2008, en lo que respecta a la estructura organizativa del Grupo Telecom, fue la continuidad del proceso de implementación de un nuevo modelo iniciado durante 2007, en el que destacamos la unificación de la Dirección Políticas de Personal, que reportaba a la Dirección General Corporativa y la Dirección Servicios al Personal, que reportaba a la Dirección General Operativa, integrándose en la Dirección Capital Humano, con el objeto de implementar un modelo de gestión integral de los recursos humanos para todo el Grupo.

A su vez, a mediados de 2008, integramos en la Dirección Comunicación y Medios la función "Relaciones Ins-

titucionales", antes con dependencia directa de Presidencia. Otros cambios significativos están relacionados con la creación de la Dirección Real Estate dentro del ámbito de la Dirección General Corporativa, responsable de liderar la estrategia del Grupo Telecom para la operación de la totalidad de sus activos inmobiliarios y definir las mejores pautas para la provisión al cliente interno de las herramientas necesarias para la gestión (automotores, puestos de trabajo, equipos celulares, cocheras, etc.).

Por otra parte, desarrollamos la integración de las funciones comerciales del segmento Grandes Clientes para la telefonía fija y móvil en la Unidad Grandes Clientes y *Wholesale* dentro del ámbito de la Dirección General Operativa.



### Primera línea gerencial al 31 de diciembre de 2008

#### Dirección General Operativa

**Director General:** Franco Bertone

**Directores de:**

Marco Regulatorio: Edmundo S. Poggio

Abastecimiento: José M. Peña Fernández

Comunicación y Medios: Mariano Cornejo

Telefonía Móvil: Federico Rossi

Red: Mario F. Capalbo

Grandes Clientes y Wholesale: Alberto M. De Carli

Telefonía Fija Residencial y Pymes: Simone Battiferri

#### Dirección General Corporativa

**Director General:** Guillermo P. Gully

**Directores de:**

Administración, Finanzas y Control: Valerio Cavallo

Servicios Informáticos: Guillermo P. Desimoni

Capital Humano: Marcelo E. Villegas

Asuntos Jurídicos: Carlos A. Zubiaur

Real Estate: María P. Levati

#### Dependiendo de la Presidencia

Auditoría: Ricardo D. Luttini

Secretaría General: María D. Carrera Sala

# 3

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA PARA EL GRUPO TELECOM

3.1. Declaración de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom Argentina .....	23
3.2. Lineamientos estratégicos de RSE .....	24
3.3. Aporte del Grupo Telecom al desarrollo del país .....	25
3.4. Alianzas estratégicas en nuestra gestión de RSE .....	26

Muchas gracias!

SIGAMOS  
COMUNICADOS

rse@ta.telecom.com.ar

Logo: grupo  
Password: telecom07

TELECOM

## 3. Responsabilidad Social Empresaria para el Grupo Telecom

### 3.1. Declaración de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom Argentina

Como parte del proceso de mejora de nuestra gestión, orientado al desarrollo de la persona, a la calidad de vida de la población y a la sustentabilidad, en 2008 realizamos la Declaración de RSE de Telecom Argentina, con el fin de presentar un enfoque único desde donde desarrollar todas nuestras actividades.

Esta Declaración resume nuestra visión sobre la RSE y nos brinda la política y el marco de referencia para alinear nuestras acciones en pos de una gestión sustentable.



### Declaración de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) de Telecom Argentina

La industria de las telecomunicaciones opera en un marco de gran dinamismo y evolución. Vivimos en la era digital, el acceso al conocimiento es cada vez mayor gracias al avance de la tecnología, que transforma la cultura de las sociedades actuales y futuras.

Somos conscientes del potencial que tiene y tendrá esta evolución en el desarrollo personal y profesional de la población. Somos un agente de transformación de nuestra sociedad y trabajamos para construir mayor capital humano y social, minimizando los impactos negativos y maximizando los positivos de nuestra industria.

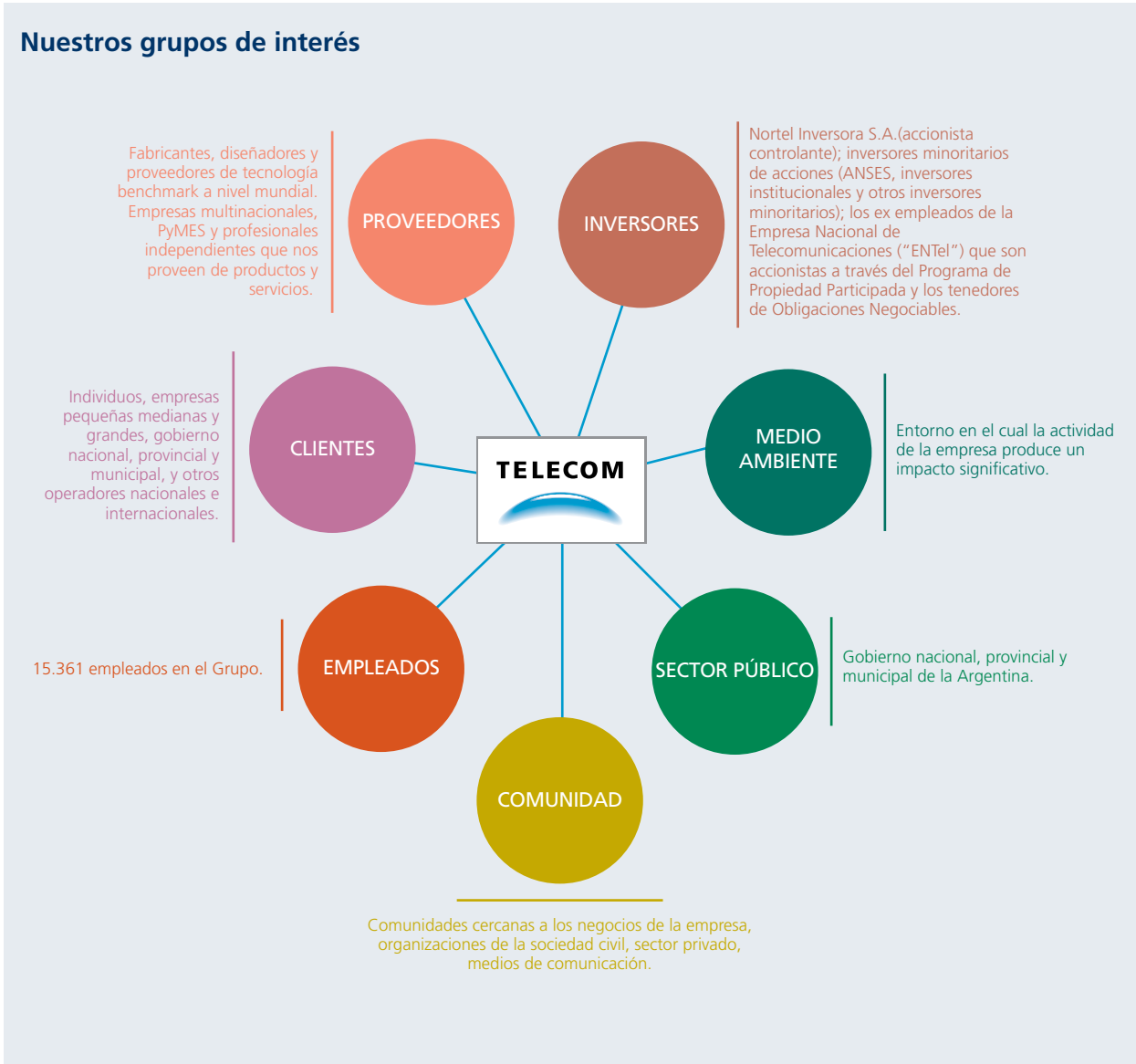
Basándonos en nuestros valores, entendemos la RSE como el desarrollo de una estrategia integral al negocio, que construye un concepto de marca que convoca a todos nuestros públicos para:

- conectarlos en la era digital,
- disponer el acceso al conocimiento para todos,
- brindar soluciones innovadoras para futuras generaciones, y
- generar conciencia del uso responsable de la tecnología

Proponemos la Responsabilidad Social Empresaria como un modelo de gestión transversal a todas las áreas de la empresa, incorporando las oportunidades de mejora detectadas a través del diálogo con los grupos de interés en beneficio de un mejor desempeño económico, social y ambiental, contribuyendo al desarrollo sustentable de la empresa y del país.



### 3.2. Lineamientos Estratégicos de RSE



Como complemento de la Declaración de RSE, elaboramos Lineamientos Estratégicos que expresan nuestro compromiso de acción con cada uno de nuestros grupos de interés y tienen como objetivo afianzar el vínculo con ellos, trabajando en el diálogo y en actividades que generen mutuo beneficio en el largo plazo.

A través de estos lineamientos, nuestra estrategia de RSE incorpora sistemáticamente a todas las áreas del negocio trabajando transversalmente para el desarrollo sustentable del Grupo Telecom. Ellos son:

#### Nuestros empleados

- Garantizar la seguridad en el entorno laboral, ofreciendo un ámbito de trabajo que brinde a todos los empleados las herramientas para su desarrollo personal y profesional.
- Fomentar la igualdad de género, la diversidad y el equilibrio entre la vida laboral y personal.
- Mejorar la comunicación interna, a través del diálogo con los empleados, la capacitación constante y la concientización en temas vinculados a nuestros valores y al enfoque de la RSE en la empresa.

### Nuestros inversores

- Ser transparentes y confiables en nuestra gestión cotidiana, promoviendo la sustentabilidad del negocio.
- Rendir cuentas claras a nuestros inversores sobre el desempeño económico-financiero, social y medioambiental y generar un vínculo directo para recibir comentarios e informarlos sobre la estrategia de nuestras actividades.
- Honrar nuestras obligaciones financieras y satisfacer las expectativas de rentabilidad.

### Nuestros clientes

- Trabajar en el servicio personalizado al cliente, focalizándonos en la calidad, su satisfacción y expectativas.
- Afianzar los canales de diálogo para escuchar sus opiniones y sugerencias, e informarles las novedades corporativas.
- Estar siempre a la vanguardia en los avances tecnológicos, en productos y servicios.

### Nuestros proveedores

- Mejorar en forma continua los procesos de abastecimiento, como factor relevante para el desempeño de los proveedores.
- Afianzar el proceso de comunicación con los proveedores, de manera transparente y ética, generando relaciones de largo plazo para beneficio mutuo.
- Difundir nuestro enfoque y valores asociados a la RSE, con la finalidad de facilitar la generación de planes de acción que reflejen el mismo "hilo conductor" en la cadena de valor.

### Nuestra comunidad

- Establecer alianzas y diálogo con los diferentes actores sociales para entender sus expectativas, optimizar nuestra inversión social y definir nuevas iniciativas para el desarrollo.
- Facilitar herramientas para alentar la educación y la capacitación técnica, con el fin de contribuir a la inclusión social y digital.
- Concientizar sobre la era digital, su dinámica y el uso responsable de la tecnología.

### El medio ambiente

- Concientizar a nuestros grupos de interés sobre la importancia de la protección del medio ambiente.
- Identificar y minimizar los impactos ambientales del Grupo, para incorporar prácticas sustentables en la gestión del negocio.
- Aplicar sistemas de gestión ambiental, sistematizando los procesos de medición, implementación y alcance de resultados.

De este modo, la RSE en Telecom se manifiesta como un proceso de mejora continua de la organización, y propone un modelo en el que cada área interna observa la relación con sus públicos a partir de la triple mirada: económica, social y ambiental.

### 3.3. Aporte del Grupo Telecom al desarrollo del país

Con el continuo avance del sector de las telecomunicaciones y la tecnología, en Telecom estamos siempre impulsando inversiones sustentables para el negocio y el desarrollo de nuestro país, mejorando las comunicaciones y el acceso a la información de la sociedad en su conjunto.

- Incrementamos nuestras inversiones 17% con respecto a 2007, alcanzando un monto total de \$1.687 millones, equivalentes al 16% de las ventas netas.
- Empleamos a más de 15.000 personas.
- Nuestra red de proveedores asciende a 2.323\*.
- Desplegamos las redes de 3G para brindar mayor capacidad de acceso a Internet móvil.
- Ampliamos la red de comunicación con la prestación del servicio de telefonía fija mediante infraestructura de telefonía móvil en zonas suburbanas y rurales.
- Apoyamos a las comunidades de todo el país con foco en la educación y la reducción de la brecha digital.



\* El número corresponde a los proveedores con orden de compra vigente.

### 3.4. Alianzas estratégicas en nuestra gestión de RSE

Establecemos alianzas con organizaciones especializadas en los temas que queremos abordar, y con fundaciones empresarias y empresas con las que trabajamos en conjunto. Además, estamos en diálogo con representantes de todos los sectores, para conocer las necesidades y optimizar la gestión.

#### Pacto Mundial de Naciones Unidas



Desde 2004, estamos adheridos a esta iniciativa de Naciones Unidas y comprometidos al desarrollo de acciones vinculadas al respeto por los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

#### Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil



Continuamos trabajando junto a la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil en el marco institucional de la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. El objetivo de la Red es promover y apoyar programas contra el trabajo infantil, problemática que afecta a menores de 18 años, a través del apoyo de más de 60 empresas y con el asesoramiento de la OIT y de UNICEF.

Como miembro de la Red participamos activamente en la Subcomisión de Sensibilización y Difusión. Durante 2008, la Red realizó dos campañas en torno al trabajo infantil: una dirigida al público interno en el día mundial contra el trabajo infantil, y otra en la segunda mitad del año a toda la población.

#### Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad



El Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad (CEC) se inició en 2004, respondiendo a una convocatoria realizada desde el Ministerio de Trabajo de la Nación, con el objetivo de incentivar la inserción laboral de personas con discapacidad. Participamos mensualmente de las reuniones del CEC e integramos la Comisión de Comunicación que tiene como objetivo difundir la actividad que realiza el club para que más empresas se sumen a la iniciativa.



## Relaciones con el Medio Empresario

Participamos activamente en las cámaras empresarias, tanto en sus comisiones de trabajo, como en los cuerpos directivos. Algunas de ellas son: Asociación Argentina del Derecho de las Telecomunicaciones, Asociación de Recursos Humanos de la Argentina, Asociación Electrotécnica Argentina, Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina (AmCham), Cámara Argentina de Anunciantes (CAA), Cámara Argentina

de Comercio, Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina, Consultores de Comercio Internacional, Cámara de Sociedades Anónimas, GSM Association, IDEA, Fundación Mediterránea, Unión Industrial Argentina, entre otras. A esto se suma una importante presencia en federaciones, cámaras y fundaciones de todo el interior del país, que representan los intereses provinciales y municipales.





# 4

## RESULTADOS 2008 Y DESAFÍOS 2009

Grupo de Interés	DESAFÍOS 2008	ESTADO DE CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2009
Clientes	Posicionar la marca Telecom Grandes Clientes dentro de sus segmentos verticales (industrias, servicios y gobiernos).	Consolidación del posicionamiento de Telecom Grandes Clientes como proveedor integral líder de soluciones ICT convergentes.	Ampliar la oferta de servicios residenciales, ofreciendo terminales que se potencian con funcionalidades que permiten trasladar la experiencia de uso de la telefonía móvil a la fija.
	Mejorar la experiencia del usuario a través de una estrategia proactiva de educación y facilidad de acceso a los nuevos servicios.	Contribución a la mejora de la calidad de vida de los usuarios a través de la prestación de soluciones innovadoras	Implementar el servicio "Cuenta Online" de detalle de factura electrónica para grandes clientes.
			Consolidar la cobertura de la red 3G de Personal y producir un importante crecimiento en la velocidad de transmisión de datos.
			Mejorar la experiencia del cliente como generador de sus propios contenidos para el mundo <i>Mobile 2.0</i> *.
			Afianzar la cartera de soluciones de seguridad, flexibles y escalables, concebidas por segmento de mercado, en función de las necesidades específicas de cada Grande Cliente.
			Continuar a la vanguardia de las soluciones TIC convergentes, reafirmando y fortaleciendo alianzas estratégicas con organizaciones en tecnología mundial.
Inversores	Mantener el liderazgo en innovación tecnológica en el mercado argentino en Banda Ancha y telefonía móvil.	Durante 2008 expandimos nuestros negocios con una estrategia de diferenciación de marcas, siendo líderes en innovación tecnológica de productos y calidad de servicio.	Seguir siendo transparentes y confiables en nuestra gestión cotidiana, promoviendo la sustentabilidad del negocio.
	Mantener el buen desempeño de la compañía.	Las Ventas Netas se incrementaron un 17%. La utilidad de la explotación se incrementó un 25%, en tanto que la utilidad neta creció 9% interanual. Por primera vez desde 2002, la Sociedad presentó resultados acumulados positivos. La mejora también se ha reflejado a nivel financiero, con la continua reducción de la deuda financiera neta que al 31 de diciembre de 2008, ascendía a \$903 millones, lo que representa apenas un ratio de 0,3 veces la utilidad de explotación antes de amortizaciones. Asimismo, continuó la expansión de la base de clientes: los clientes celulares crecieron un 17%, y los de Internet un 29% interanual.	Rendir cuentas claras a nuestros inversores sobre el desempeño económico-financiero, social y medioambiental y generar un vínculo directo para recibir comentarios e informarlos sobre nuestras actividades.

\* Mobile 2.0: integración de los servicios web 2.0 en el mundo móvil. Estos servicios aparecen en los dispositivos inalámbricos, como teléfonos inteligentes y teléfonos de características de multimedia que son capaces de desplegar aplicaciones interactivas.

Grupo de Interés	DESAFÍOS 2008	ESTADO DE CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2009
	Lanzamiento de nuevos productos y servicios.	Basado en una comunicación efectiva, una oferta diferenciada para cada segmento y con precios altamente competitivos, seguimos desarrollando nuevos productos y servicios en todas nuestras líneas de negocio.	
Empleados	Realizar una campaña interna de seguridad, higiene y mejora de la calidad de vida.	Realizamos una campaña a nivel nacional de Seguridad e Higiene del trabajo a través de la confección de un video testimonial y reflexivo sobre buenas prácticas que ayudan a la prevención. Esta se complementó con la generación de un manual de riesgos del trabajo, confección de carteles, publicación de banners, notas en la revista y en el Neportal, y capacitación a nuestra gente.	Trabajar en un programa que contribuya a la mejora del equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestros colaboradores.
	Realizar dos encuestas salariales, poniendo foco en la identificación de puestos claves y de alta criticidad para el negocio.	Se realizaron las encuestas y se comunicaron los resultados.	Trabajar en acciones de mejora a partir de las sugerencias y comentarios obtenidos en los <i>focus groups</i> con colaboradores de la empresa.
	Lanzar espacios específicos de RSE dentro de la radio interna de la empresa.	Estamos trabajando en el modelo de desarrollo de micros informativos adaptados al Neportal.	Ampliar teletrabajo a mayor cantidad de empleados.
	Lanzar el sitio interno de RSE dentro de la Intranet con actualización constante de novedades.	Lanzamos el sitio a mediados de 2008 que cuenta con actualización periódica de contenidos.	Continuar trabajando en la actualización de los líderes de nuestra Compañía extendiendo el alcance de los programas a Directores y a sus Gerentes de reporte directo.
Proveedores	Implementar prueba piloto de la nueva herramienta de Evaluación de Proveedores ( <i>Vendor Rate</i> ). Definir ajustes en la herramienta. Realizar inducción a las áreas participantes.	Realizamos en forma exitosa la implementación de la prueba piloto con la participación de direcciones clave, teniendo en cuenta la metodología de la práctica de gestión del cambio: fidelizar, comunicar y capacitar.	Aumentar la cantidad de proveedores evaluados a través del <i>Vendor Rate</i> en los aspectos sociales, derechos humanos y condiciones laborales.
	Realizar la versión definitiva con la incorporación de un nuevo cluster: RSE (social y ambiental) y la aparición de la Dirección Capital Humano como evaluador, con las Gerencias Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente y Control de Prestadores.	La Dirección Capital Humano se integró a la herramienta, alineando los indicadores clave de desempeño ( <i>KPI – Key Performance Indicator</i> ) a evaluar con los compromisos asumidos por Telecom, por ejemplo con el Pacto Mundial.	Potenciar el proceso de fidelización con los proveedores, generando relaciones de largo plazo para beneficio mutuo.  Difundir la herramienta con la finalidad de facilitar la generación de planes de acción que reflejen nuestro mismo enfoque y valores de RSE en la cadena de valor.
	Implementar <i>e-Procurement</i> con el objetivo de reflejar los procesos internos/externos asociados a proveedores, que potenciarán la comunicación y la gestión de compras.	Implementamos en forma exitosa la fase 1 de la herramienta SRM ( <i>Supplier Relationship Management</i> ). Abastecimiento participó en el proceso de selección de los proveedores de la prueba piloto y en la comunicación con ellos.	Diseñar e implementar prueba piloto de Programa de inducción a RSE con la cadena de valor.

Grupo de Interés	DESAFÍOS 2008	ESTADO DE CUMPLIMIENTO	DESAFÍOS 2009
<b>Comunidad</b>	Trabajar activamente con la comunidad, poniendo foco en crear puentes hacia la era digital.	Implementamos un plan integral basado en "Educar para la Era Digital", capacitando a más de 10.000 docentes en uso pedagógico de las tecnologías, en todo el país.	Consolidar el plan de Educar para la Era Digital, expandiendo Telecom- Profesores para el Futuro y Senti2 Conecta2.  Favorecer la publicación de un estudio acerca de prácticas de aplicación de uso pedagógico de las tecnologías, con opciones para diseñar una política pública.
	Enfocar la educación para la era digital en el segmento de niños y jóvenes de 10 a 18 años.	Los programas de Telecom-Profesores para el Futuro y Senti2 Conecta2 estuvieron enfocados al aprendizaje en últimos años de primaria, escuela media e incluso universidad.	Expandir el uso pedagógico de tecnologías a todos los niveles educativos.
	Integrar social y laboralmente a través de la educación y la tecnología.	Abrimos 3 Centros Pescar, dedicados a mejorar la empleabilidad de estudiantes de escuela pública secundaria de zonas más desfavorecidas.  Realizamos la primera capacitación en informática e Internet para jóvenes en situación de riesgo social.	Diseñar el proyecto de Telecom-Tecnología para Todos, espacios de contención social e inclusión digital.
	Conectar a las escuelas a través de diversas herramientas del conocimiento.	Somos socios activos de los programas Arte en las Escuelas y del Proyecto Escuelas del Bicentenario.	Continuar nuestro aporte en los programas que proveen una mejora educativa integral (calidad académica, mejora de la escuela como institución y desarrollo de capacidades que queden instaladas en cada lugar).
	Dar respuesta a todas las inquietudes y pedidos de todos los sectores.	Establecimos un sistema de recepción y evaluación de los pedidos y propuestas que llegan a Telecom por los distintos canales de contacto, internos y externos. En 2008, se registraron 374 pedidos, que fueron respondidos en su totalidad, con un 26% de colaboración.	Sistematizar los criterios de evaluación, a través de una matriz que perfeccione los criterios de homogeneidad en las respuestas que damos a la comunidad.  Generar diálogos formales con la comunidad para relevar expectativas y dar respuesta.
<b>Medio Ambiente</b>	Certificar nuevos edificios como "libres de humo" en el interior del país y obtener la recertificación de los edificios que ya la poseen.	Desarrollamos tareas en los edificios centrales y en el interior del país, pero no se han certificado en el Ministerio de Salud. Recertificamos las actividades en Buenos Aires.	Realizar una campaña de sensibilización interna en medioambiente entre los empleados de Telecom.  Implementar la factura digital por parte de Telecom Personal  Lograr la aprobación del primer proyecto de construcción de un edificio del Grupo Telecom, bajo la certificación <i>Leed</i> , como <i>Green Building</i> .  Planear proyectos de inversión en adecuaciones edilicias para producir ahorros medibles en el consumo de agua y energía.



# 5

## EMPLEADOS

5.1. Bienvenidos al Grupo Telecom .....	38
5.2. Proceso de selección.....	38
5.3. Desarrollo profesional .....	39
5.4. Gestión del desempeño .....	41
5.5. Desempeño 360° .....	42
5.6. Formación de nuestra gente .....	42
5.7. Beneficios para nuestra gente.....	43
5.8. Compensaciones.....	45
5.9. Relaciones laborales.....	45
5.10. Salud y seguridad .....	46
5.11. Encuesta de Clima Laboral: la opinión de todos cuenta.....	48
5.12. Equilibrio entre vida laboral y familiar.....	48
5.13. Encuesta de Género .....	48
5.14. Capital Humano como socios del negocio y de la operación.....	49
5.15. Programa para Líderes de Cliente.....	49

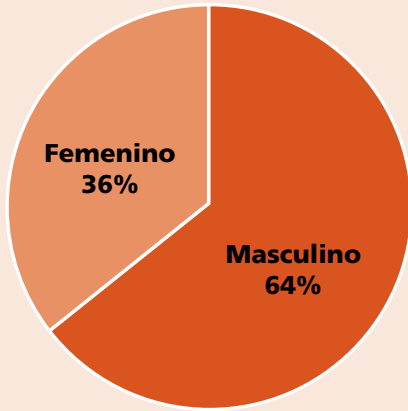
## 5. Empleados

*“Todos hacemos Telecom” es una manera de vivir nuestra compañía, que transmitimos a cada colaborador desde el momento de su incorporación. Buscamos que los más de 15.000 colaboradores se sientan a gusto en el ámbito de trabajo y por eso apelamos al espíritu de equipo, al respeto, al diálogo, la ética, y a que podamos seguir creciendo personal y profesionalmente junto a nuestra empresa.*

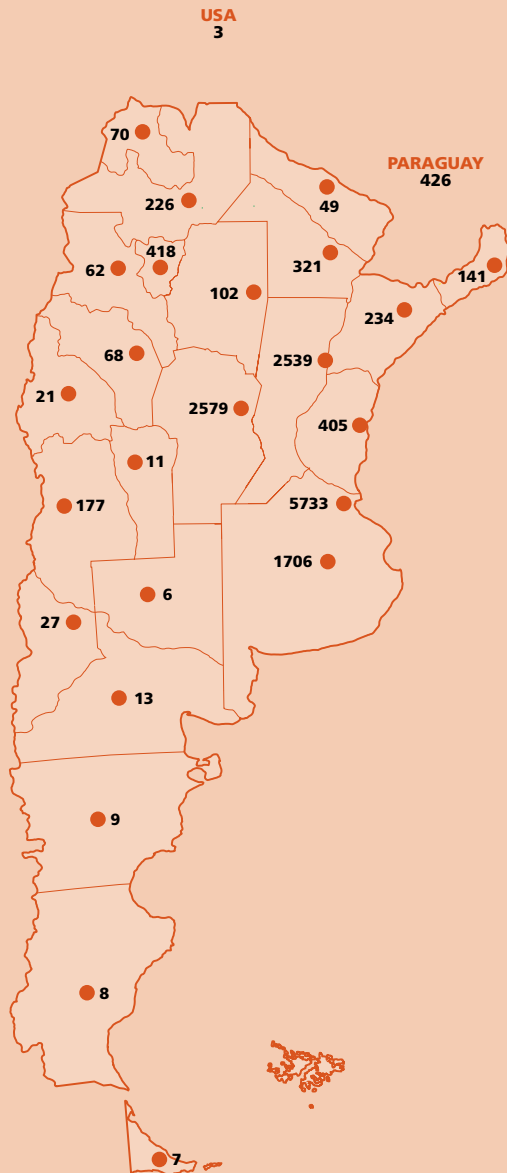
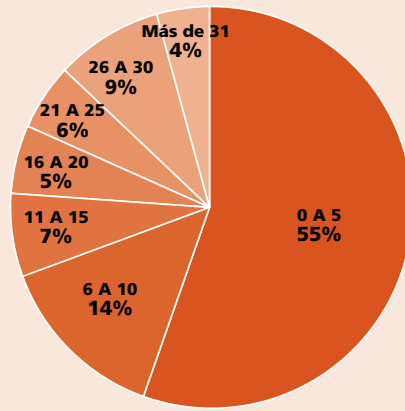
Empleados	2007	2008
<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>15.392</b>	<b>15.361</b>
<b>VOZ, DATOS E INTERNET</b>	<b>11.473</b>	<b>11.252</b>
Telecom Argentina	11.470	11.203
Telecom USA	3	3
Cubercorp Argentina*	-	46
<b>TELEFONÍA CELULAR</b>	<b>3.919</b>	<b>4.109</b>
Personal	3.497	3.683
Nucleo	422	426
<b>POR TIPO DE CONTRATO</b>		
<b>Fuera de Convenio</b>		
Analista	N/D	3.069
Empleado	N/D	948
Especialista	N/D	149
Pasante	N/D	0
Jefe	N/D	37
Responsable	N/D	166
Secretaria	N/D	66
Supervisor	N/D	62
Otros	N/D	201
<b>Macroestructura</b>		
Director	N/D	32
Gerente	N/D	543
<b>Dentro de Convenio</b>	<b>N/D</b>	<b>10.088</b>

\* Fusionada con Telecom Argentina a partir del 1° de enero de 2009.

**Empleados por género**



**Empleados por antigüedad**



Empleados por región	2008
Buenos Aires	1.706
Capital Federal	5.733
Catamarca	62
Chaco	321
Chubut	9
Córdoba	2.579
Corrientes	234
Entre Ríos	405
Formosa	49
Jujuy	70
La Pampa	6
La Rioja	68
Mendoza	177
Misiones	141
Neuquén	27
<b>Paraguay</b>	<b>426</b>
Río Negro	13
Salta	226
San Juan	21
San Luis	11
Santa Cruz	8
Santa Fe	2.539
Santiago del Estero	102
Tierra del Fuego	7
Tucumán	418
<b>USA</b>	<b>3</b>

## Principales actividades desarrolladas en 2008

- Teletrabajo
- Campaña de concientización "Telecom + Salud"
- Planes de acción para mejora de clima laboral
- *Focus groups*\* de beneficios
- Lanzamiento del programa "Más por Vos"
- Planes de salud y seguridad en unidades operativas
- Programa Sistema de Relaciones Laborales
- Definición de un modelo de gestión integral a partir de la definición de valores compartidos
- Acreditación de Saberes Técnicos
- Programa de Actualización Gerencial
- Programa "Descubriendo el Negocio"
- CEO 2020 – 2da Edición
- Digitalización de legajos
- Programa de Mandos Medios
- Conformación del Comité de Diversidad
- El mundial de fútbol a nivel nacional
- Desarrollo de la radio interna

\* *Focus group*: es una técnica de recolección de datos, utilizada a fin de obtener información de un grupo de personas, con el objetivo de conocer sus opiniones y percepciones en torno a una temática particular.



## Canales de diálogo con empleados

### Neoportel (Intranet):

es uno de los medios de comunicación más ágiles para estar en contacto en forma *online*. El Neoportel se ha transformado en uno de los espacios ideales para la fluidez y desarrollo de la comunicación interna. Esta plataforma cuenta con Portales por cada área de negocio de la compañía y tiene módulos de apoyo a las actividades de gestión corporativa internas.

### Eco Imagen y Sonido:

es un canal multimedia de noticias y entretenimiento para todos nuestros colaboradores.



### Telecom en tu Vida:

es nuestra revista interna bimestral. En agosto se realizó una encuesta sobre la revista, de la que participaron 1.520 colaboradores de todo el país. El 92% la calificó positivamente. El 87% lee habitualmente la revista y el 65% la comparte con su familia. Los contenidos mejor posicionados fueron: noticias del negocio, información del interior del país, difusión de proyectos, tecnología, actividades e intereses extralaborales y entrevistas a famosos.

### Carteleros:

a través de las mismas, informamos sobre las actividades que se desarrollan, y se promueven campañas institucionales, proyectos y programas. A fin de mejorar la comunicación de carteleros se generó una Guía para la Gestión Eficaz. En ella detallamos la política de gestión, el esquema y funciones de las carteleros y de los responsables de actualización y mantenimiento.



### Mailing de comunicación interna:

las novedades más destacadas que tienen un impacto directo en nuestros empleados se envían por correo electrónico. Estas comunicaciones son segmentadas acorde al público que requiere esta información.

**¿Pensaste en tu plan de desarrollo?**  
Un posible camino es postularte a nuestras búsquedas internas.

Las búsquedas de la semana son:

<b>TELECOM:</b> Gcía. Desarrollo de canales Analista - Operaciones comerciales	<b>TELECOM:</b> Gcía. Programación Comercial Analista Jr. - Op. Comerciales
<b>TELECOM PERSONAL:</b> Gerencia VAO Empresas Analista - Desarrollo de Productos	<b>TELECOM:</b> Gcía. Telefonía Pública y Tarifas OF. A. AL. C. Y S. - Ventas
<b>TELECOM:</b> Gcía. Coordinación y Desarrollo Empleado SR- Op. Comerciales	<b>TELECOM:</b> Gcía. Internet y Datos An. o Analista Jr. - Des. de Productos

Para saber más detalles, ingresá al sitio de Desarrollo, en la sección Capital Humano del Neoportál.  
Te recordamos que para poder postularte tenés que suscribirte a las búsquedas internas en el Neoportál.



### Flash News de Capital Humano:

generamos un diseño único de comunicado por área de actividad para la Dirección de Capital Humano, con la finalidad de segmentar, por colores, la amplia información que se genera desde esa Dirección hacia nuestros colaboradores.

### Seguridad y Salud Ocupacional:

este sitio contiene información desarrollada por nuestro equipo de Salud Ocupacional y Prevención de Riesgos con información básica y diferentes campañas periódicas para la prevención, y el cuidado del cuerpo y la salud.



### Blogs:

Comenzamos a desarrollar *blogs* corporativos que apuntan a responder necesidades de las Unidades de Negocio de nuestra compañía. El primero fue para el grupo de teletrabajadores, desarrollado a partir de una necesidad de comunicación y acercamiento detectada oportunamente. Actualmente, se encuentra en fase final de desarrollo previo a la implementación y se están comenzando a desarrollar nuevos espacios.

### Servicio 6500:

es un servicio integral que brinda la empresa, que conjuga tres formas de comunicación: teléfono, correo electrónico y página web dentro del Neoportál, donde se escuchan y responden las consultas de nuestros empleados en lo que hace a la gestión del capital humano, estableciendo el vínculo para la realización de pedidos o atención de los requerimientos, brindando y garantizando la prestación de servicios colectivos y/o individuales, gestionando los sistemas de administración de Capital Humano, y administrando integralmente el *payroll* para nuestros empleados y la relación con los organismos de control.

### Programa "Descubriendo el Negocio"

Para sumar una nueva manera de estar en contacto con nuestra gente, en 2008 trabajamos en la creación y puesta en marcha de un ciclo de conferencias orientadas a introducir tendencias y actualidad, con expertos internos y externos, cuyo objetivo es compartir visiones y conocer la evolución en el mercado que impacta en la gestión de nuestro capital humano y en nuestro negocio. Está orientado principalmente al *management* de nuestra compañía.

## 5.1. Bienvenidos al Grupo Telecom

Desde hace 3 años, contamos con un Programa de Inducción al Grupo, que tiene como objetivo proporcionar a los colaboradores que ingresan la información necesaria para acompañar su adaptación y orientación en nuestra compañía. El nuevo colaborador, al momento del ingreso, completa la documentación con el asesoramiento del equipo de Administración de Personal y se le entrega un *kit* de ingreso, que incluye un descriptivo de beneficios y planes empleado, la tarjeta de beneficios Más por Vos, la tarjeta Telecom Global, la de ART, la guía de respuestas a preguntas frecuentes del 6500, información sobre obra social y una guía de teléfonos útiles.

El Programa de Inducción al Grupo se realiza a través de un proceso de socialización que implica inculcar a los nuevos empleados las actitudes, criterios, valores y patrones de comportamiento corporativos, y brindarles información sobre el puesto de trabajo y aspectos administrativos. Durante 2008 hubo más de 1.000 incorporaciones de nuevos empleados al Grupo, incluyendo la integración del personal de Cubecorp, el *datacenter* adquirido por nuestra compañía.

## 5.2. Proceso de selección

**Búsquedas Internas (Job Posting):** esta herramienta es uno de los pilares que contribuye a la cobertura de posiciones vacantes, promoviendo el desarrollo interno de nuestro capital humano. En 2008, cubrimos más de 183 vacantes de personal por este medio y se afianzó el *e-recruiting* como herramienta alternativa.

**Reclutamiento de gerentes y especialistas:** realizamos un proceso de reclutamiento interno, dando la posibilidad a nuestros empleados de desarrollarse vertical u horizontalmente, nutriéndonos de las bases de datos de Desarrollo. Por su parte, el reclutamiento externo se implementa cuando el perfil solicitado no existe en la empresa y cuando los postulantes internos que detectamos no cumplen con el 100% del perfil solicitado.

**Programa de profesionales *trainees*:** dado el contexto actual de escasez de perfiles técnico-comerciales, buscamos asegurar que nuestra organización cuente con la cantidad y calidad de talentos para hacer posible un crecimiento sostenible. Para ello, este programa tiene el objetivo de formar graduados recientes o próximos a recibirse en áreas claves del negocio, incrementando sus conocimientos técnicos y habilidades de gestión para que alcancen el máximo nivel de desempeño.





### 5.3. Desarrollo profesional

En Telecom estamos comprometidos con el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores. Como parte de nuestra gestión, utilizamos distintos medios que nos permiten llegar a las necesidades de la población target a través de herramientas como:

**Management Review (MR):** Esta herramienta permite:

- Analizar y evaluar el desempeño cualitativo y el potencial de desarrollo, obteniendo fortalezas y aspectos a desarrollar.
- Detectar y construir los planes de sucesión y/o posibilidades de rotación de nuestros gerentes.
- Identificar potenciales reemplazantes para las posiciones de macroestructura.
- Obtener la matriz de talentos, *high performer* y *high potential* por Dirección.

#### Alcance del MR

Se aplica a la población de gerentes del Grupo Telecom.

Durante 2008, se actualizaron los MR y las Matrices de Potencial de cada una de las Direcciones de acuerdo con los movimientos producidos en la macroestructura.







**Knowledge Review (KR):**

El objetivo general de esta herramienta es determinar el potencial de nuestros colaboradores, analizando los conocimientos técnicos en su función, la gestión de esos conocimientos, el nivel de desempeño y el potencial de crecimiento. La misma nos permite contar con información para el diseño e implementación de programas de desarrollo y capacitación que contribuyan al fortalecimiento de las competencias requeridas en la compañía. Asimismo, brinda información para el análisis de pedidos de nombramientos de estructura, promociones de empleados y analistas, y acciones de crecimiento vertical u horizontal.

**Alcance del Knowledge Review (KR)**

Se aplica a la población de especialistas y analistas que se ajustan a los requisitos definidos corporativamente.

**Pool de Talentos:**

En 2008, comenzamos un proceso de identificación de aquellos colaboradores críticos por su contribución al negocio y/o por la vulnerabilidad de su puesto en el mercado. El objetivo del programa es establecer el Pool de Talentos del Grupo Telecom, que permita acompañar la estrategia y los planes de negocio de la compañía.

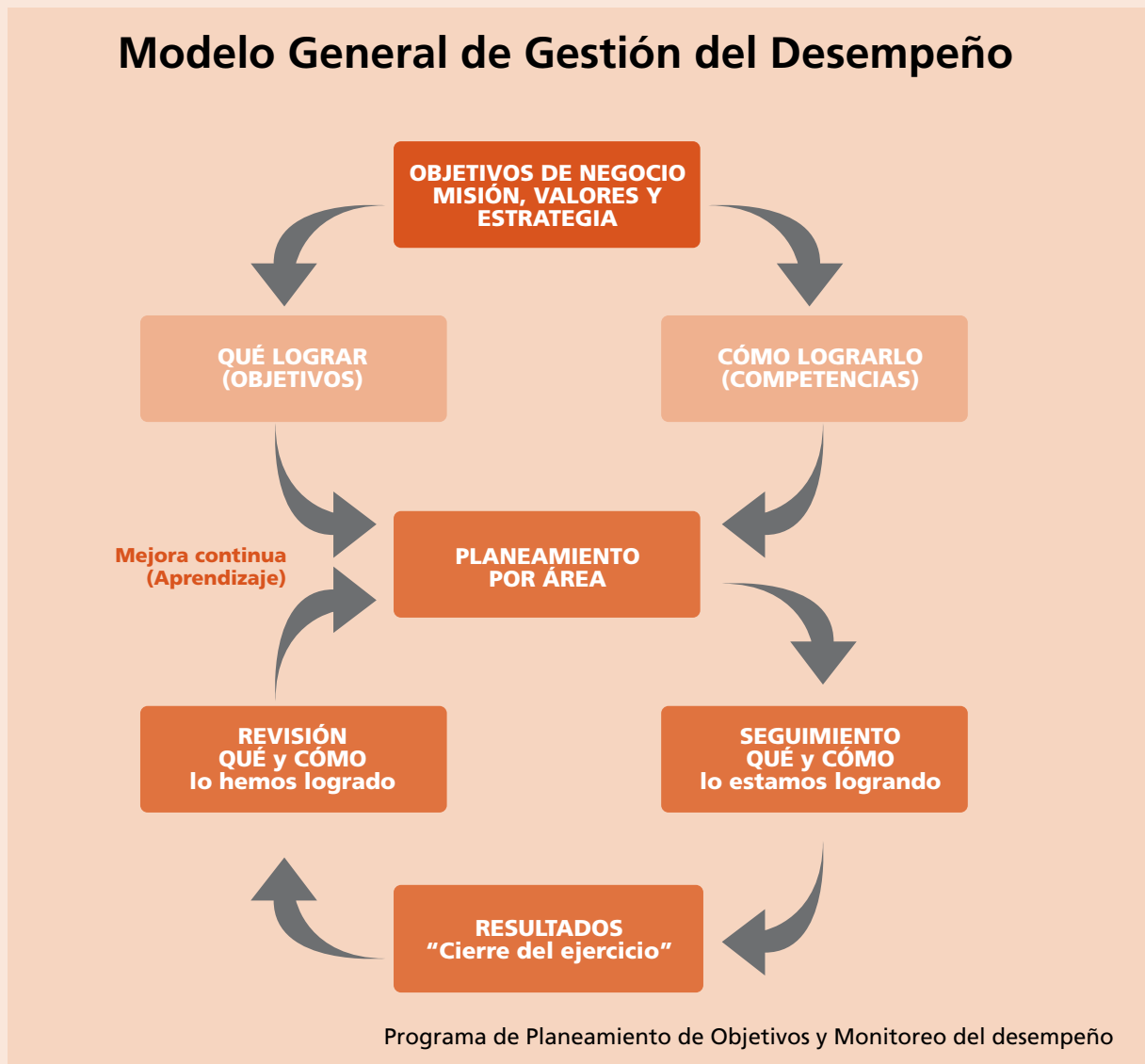
En función de las particularidades de la población relevada, se diseñaron acciones diferenciadas de entrenamiento, experiencia, desarrollo personal y profesional para construir el mapa de talentos y garantizar los cuadros de sucesión, la continuidad de los proyectos estratégicos e impactar en el grado de satisfacción y compromiso de nuestros empleados.

## 5.4. Gestión del Desempeño

En 2008, mejoramos nuestro modelo de desempeño, evolucionando de una práctica de "Análisis del desempeño", realizada únicamente hacia el final del ejercicio; hacia un modelo de "Gestión del desempeño", a lo largo del año, orientado a maximizar la contribución del empleado en el negocio y a sostener la búsqueda de la mejora continua.

Para facilitar el proceso de cambio hacia este nuevo modelo, realizamos diversas acciones de comunicación y capacitación:

- Reuniones de lanzamiento en Buenos Aires y en el interior del país para directores y gerentes.
- Talleres de entrenamiento para evaluadores, por el que pasaron más de 300 evaluadores.
- Elaboración de un instructivo para concientizar a evaluadores y colaboradores en este nuevo modelo, y una guía para una entrevista de devolución y recepción de *feedback* sobre el desempeño; se distribuyeron a toda nuestra población.



## 5.5. Desempeño 360°

Como complemento y apoyo a los líderes asignados a la implementación de los proyectos estratégicos de Telecom Personal, incorporamos una herramienta de encuesta o evaluación 360° que permite contar con una visión integral del desempeño en la gestión de proyectos.

Para ello, se realiza una comparación entre la autoevaluación, la evaluación del jefe, pares y colaboradores en relación al perfil de competencias esperadas.

Esta iniciativa ayudó a reflexionar sobre las conductas apropiadas para ser efectivo como líder de proyecto o gerente, haciendo eje en la percepción de los otros. Cada líder recibió una devolución de su entorno, lo que le permitió disponer de una apreciación detallada de las fortalezas y oportunidades de mejora en ese rol para diseñar sus planes de acción y prepararse para proyectos de mayor desafío.

Durante 2008, se evaluó a 15 líderes de proyecto con la participación de 200 personas como evaluadores, entre pares, colaboradores y superiores.

## 5.6. Formación de nuestra gente

Las acciones de formación desarrolladas durante el ejercicio 2008 se enmarcaron dentro de las prioridades estratégicas del negocio. Durante 2008, incrementamos las horas/alumno en un 47% con respecto al año anterior.

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN	2007	2008
Empleados capacitados	19.919	18.336
Horas/alumno	146.517	215.406

Algunos de los programas realizados son:

### Programa Inteligencia del Negocio

se actualizaron los conocimientos de los referentes de inteligencia de negocio, con una mezcla entre los fundamentos y el conocimiento práctico de los principales conceptos de *Business Intelligence*; se potenció a los participantes para desarrollar proyectos mediante los cuales se puedan utilizar los datos que posee la organización, para transformarlos en información valiosa que ayude a resolver problemas de negocio y a acompañar la toma de decisiones de los directivos.



### Programa de Mandos Medios (PMM)

A mediados de 2008 se comenzó a implementar el PMM, cuyo objetivo principal radica en capacitar, desarrollar y actualizar las habilidades de conducción de los mandos medios de la compañía. El programa contiene cuatro módulos cuyo abordaje temático radica en las nuevas problemáticas inherentes a la labor del líder (liderazgo; motivación y desarrollo; delegación y *coaching*; cooperación e integración). En estos talleres se trata de generar un espacio de reflexión y análisis de un líder. Del primer módulo ya han participado 1.145 personas.

### Programas Cross

- 1- Herramientas para la gestión diaria (contabilidad, finanzas, conversaciones difíciles, ontología del lenguaje, reuniones efectivas, redacción, toma de decisiones, oratoria, negociación)
- 2- Formación de Formadores
- 3- Gestión por Proyectos
- 4- Laboratorio de Ingenio

Índices de Satisfacción	
Total General - Evaluación Nivel I / Total Ejercicio	4,14
Ítem Aplicabilidad / Total Ejercicio	3,97
Ítem Aprendizaje / Total Ejercicio	3,91

## CEO2020

Con el fin de reforzar, a través de un simulador de negocios, el vínculo entre el mundo académico y el mundo de los negocios, el proyecto CEO2020 propone el uso de una herramienta que permite a los participantes vivir la experiencia de gestionar en forma virtual una empresa en condiciones reales de mercado.

Es una oportunidad de reclutar perfiles críticos de las universidades de todo el país con la posibilidad de incorporarlos al Grupo. Para los empleados participantes por Telecom, representa una herramienta que permite identificar fortalezas y aspectos a desarrollar.



En esta edición, compitieron 260 participantes agrupados en 36 equipos conformados por estudiantes de las carreras de tecnología de la Universidad Austral y del Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), de la Universidad Tecnológica Nacional (Regional Rosario), de la Universidad Nacional de Córdoba, de la Universidad Católica de Córdoba y de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), junto con empleados del Grupo de similar formación académica y alto desempeño.

El grupo ganador por parte de las universidades estuvo conformado por alumnos del ITBA y fue premiado con un viaje de estudios organizado en conjunto con esa casa de estudios.

En cuanto al equipo vencedor de Telecom, se le asignó a un proyecto especial en el que, a través de un trabajo de campo, se relevaron variables de un proceso para presentar una propuesta de mejora ante el Directorio de la compañía.

## 5.7. Beneficios para nuestra gente

**Seguro de Vida:** para cada empleado, la compañía contrata un seguro de vida adicional al obligatorio por un total de 16 sueldos, como protección de sus familias.

**Licencia por paternidad:** el empleado cuenta con una licencia de 15 días corridos posterior al nacimiento de un hijo, adicionales a los 2 días que establece la ley, solamente para empleados fuera de convenio y Convenio de Comercio.

**Guardería:** se reconoce los gastos por guardería para los hijos de las empleadas mujeres entre 45 días y 6 años.

**Ayuda económica al hijo con discapacidad:** brindamos ayuda económica a los empleados que tengan hijos con discapacidad, en aquellos aspectos que no están cubiertos por la obra social.

**Asesoramiento previsional y carpeta de jubilación:** para todos los empleados y sus familiares la consultora contratada brinda asesoramiento previsional y realiza los trámites jubilatorios.

**Planes empleados Grupo Telecom:** se pusieron al alcance de los empleados una variedad de planes especiales para todos los servicios que comercializan las empresas del grupo (Telefonía Fija, Telefonía móvil e Internet).

**Kit de útiles escolares:** se entrega el *kit* de útiles escolares para los hijos de los empleados en edad escolar (6 a 17 años). La cantidad de *kits* entregados fue de 7.304 en todo el país.

**Día del niño:** en las ciudades con mayor cantidad de personal se realiza un show para los hijos de empleados, y en las demás se les otorga un obsequio. En 2008, 3.927 chicos asistieron a los shows en todo el país, y se enviaron 4.000 obsequios.

**Día de la Mujer:** se entrega un obsequio a todas las empleadas mujeres y además se realizan charlas alegóricas con personalidades en todo el país. En esta ocasión, se compraron 5.900 obsequios.

**Día de la Secretaria:** se entrega un obsequio a todas las secretarías de la compañía, y se realiza un ágape para todas las asistentes. Se compraron 160 obsequios para entregarles en su día.



**Mundial de Fútbol:** organizamos un torneo a nivel nacional en todas las provincias y clasifican para una gran final nacional que se disputa en Buenos Aires. En 2008 participaron 2.000 empleados.

**Programa de descuentos:** se lanzó el programa “Más por Vos” que permite a los empleados acceder a valiosos descuentos en más de 1.000 comercios en todo el país. Además, se desarrolló un sitio web donde se brinda el detalle completo de cada beneficio.

**Medicina prepaga:** para todos los empleados fuera de convenio del Grupo Telecom se brinda el servicio de medicina prepaga a cargo de la compañía.

**Feriado Flexible:** para todos los empleados fuera de convenio se otorgan dos días libres al año, que el empleado puede tomarse a elección.

**Vestimenta informal:** todos los viernes del año se puede concurrir a la oficina con vestimenta informal. En verano, o hasta la persistencia de altas temperaturas, la medida puede ponerse en práctica todos los días.

**Focus Groups:** en el transcurso del 2008 se realizaron 30 *focus groups* con empleados tomados aleatoriamente, para conocer cuánto saben acerca de los beneficios que tienen por ser empleados de la compañía. A raíz de los resultados conseguidos con esta actividad, se tomaron varias medidas para comunicar a todo el personal los beneficios que poseen y no conocen.



**Colonia de vacaciones:** durante enero y febrero, se realiza la colonia estival para todos los hijos de los empleados que tengan entre 6 y 13 años. Se les brinda el transporte, el almuerzo, la merienda, y la actividad es coordinada por profesores durante todo el día. La colonia se organiza en las ciudades de mayor concentración de personal, y para los demás lugares se gestiona por reintegro. De esta actividad participaron 2.063 chicos en todo el país.



## 5.8. Compensaciones

En enero de 2008, unificamos las escalas salariales de Buenos Aires e Interior del personal no convenionado, teniendo en cuenta que ha dejado de existir una diferencia considerable en el costo de vida entre Buenos Aires y el interior del país. A su vez, ese mes otorgamos la primera pauta de ajuste para el personal fuera de convenio que consistió en un 12% promedio de la masa salarial involucrada.

En función de los resultados obtenidos en la encuesta de salarios de mayo de 2008, decidimos mantener la estrategia de posicionamiento del Grupo en la mediana de mercado, para lo cual adaptamos todas las escalas salariales del personal no convenionado en junio. Dada la dinámica del mercado laboral, se realizó una segunda encuesta de compensaciones obteniendo los resultados de la misma en diciembre de 2008, lo que permitió un nuevo ajuste en la escala salarial durante 2009.

## 5.9. Relaciones laborales

A nivel negociaciones colectivas, entre abril y junio de 2008, se procedió a firmar acuerdos salariales por un total de 19,5% (salarios básicos), con las siguientes organizaciones gremiales: los sindicatos alineados en la FATEL (Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Chaco, Luján y Tucumán), FOEESITRA, FOPSTTA (personal de supervisión), y UPJET (personal jerárquico). Estos aumentos se acordaron tanto para los Convenios Colectivos de la actividad básica como para los de *Call Center*. La aplicación de los acuerdos, con mejoras remunerativas y no remunerativas, fue gradual.

En el ámbito de la telefonía móvil, los acuerdos alcanzados entre la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (F.A.E.C.y.S.), y el Sector Empresario tuvieron un impacto en más de 1.700 empleados de Telecom Personal. En abril de 2008, se acordó un incremento salarial del 20% escalonado y no acumulativo. El incremento otorgado fue concebido como no remunerativo, con carga de realizar aportes y contribuciones a la Seguridad Social.



La conformación de la dotación de Telecom Argentina S.A. y Telecom Personal con sus afiliadas al 31 de diciembre de 2008, abierta de acuerdo a la situación de sus empleados (si están convencionados o no), se expresa en el siguiente cuadro:



Compañía	Tipo de contrato	Cantidad de empleados	% por tipo de contrato
Telecom Argentina SA	Fuera de convenio	2.989	27%
	Dentro de convenio	8.215	73%
Telecom USA	Fuera de convenio	3	100%
Telecom CUBERCORP	Fuera de convenio	46	100%
Telecom Personal	Fuera de convenio	1.810	49%
	Dentro de convenio	1.873	51%
Nucleo	No aplica	426	100%

### 5.10. Salud y seguridad

En Telecom, contamos con un programa de Salud Ocupacional que ofrece a nuestros empleados un servicio de salud con consultorios internos en edificios propios. A través de este programa buscamos promover la prevención y promoción de la salud de todos los que trabajamos en la empresa.

#### Salud interactiva

Dentro de la Intranet contamos con un espacio exclusivo para el desarrollo de temas de salud, que difunde información valiosa para que nuestros empleados y sus familias logren un estilo de vida saludable. El portal contiene información sobre accidentes, alergias, colesterol, tensión arterial, gripe, estrés, entre otros.

#### Prevención de la salud

Realizamos campañas de vigilancia y promoción de la salud en diversas temáticas, como por ejemplo estudios a personas mayores de 40 años o afectadas por alguno de los factores de riesgo cardiovascular, prevención de cáncer de colon y pulmón, examen preventivo de enfermedades ginecológicas a mujeres de más de 35 años, y campañas para la concientización sobre el cáncer de próstata, tabaquismo y vacunaciones.

#### Programa de Recuperación de la Salud (PROSAT)

Este año, 308 empleados participaron del programa: 14 se recuperaron en forma completa (retomaron su actividad normal) y otras 55 mejoraron sus parámetros pero no en su totalidad.

Durante 2008, realizamos 1.256 exámenes de condición física. A su vez, cambiamos la norma de restricciones,

dando mayor agilidad al proceso, e implementamos un plan de recuperación de la persona con restricción, que actualmente cuenta con seguimiento de 95 casos.

### Campaña de concientización en Salud TELECOM + SALUD

#### PROGRAMA TELECOM + SALUD

Realizamos 4 fascículos cuya temática estuvo dirigida al desarrollo de temas centrales detectados en nuestros consultorios médicos en todo el país, como por ejemplo la realización de exámenes médicos según edad, cuidado cardiovascular y alimentación sana. Adicionalmente, implementamos una consultoría externa vía teléfono y/o correo electrónico para nuestros empleados. Todos los temas abordados por Telecom + Salud fueron acompañados con folletos y pósters, además de estar disponibles en la Intranet.

### Indicadores de Salud Ocupacional

- 4.354 exámenes periódicos, 1.389 exámenes pre-ocupacionales y 263 exámenes de egreso
- 300 personas (incluidos algunos familiares directos) vacunados
- 4.850 empleados participaron mensualmente del programa de *stretching* en *call centers*
- 1.150 empleados capacitados en temas de salud: stress, resucitación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios, mal de altura, etc

### Comité de Seguridad

Durante 2008, continuamos con el trabajo del Comité de Seguridad integrado por autoridades de la Unidad Red, Abastecimiento, Real Estate y Capital Humano, poniendo foco en las problemáticas y realizando seguimiento sobre el tema.

Durante 2008 se realizaron 10 reuniones del Comité de Seguridad, donde se trataron los siguientes temas: avance del Plan Marco, análisis de los accidentes NIVEL 1 de personal propio y contratistas, mejoras a los contratos, entre otros.

### Plan de Riesgos de Trabajo

Durante 2008, analizamos los niveles de accidentología, realizamos 2.661 inspecciones al personal, desarrollamos cursos de prevención en el tránsito, prevención de accidentes, riesgo eléctrico, trabajo en altura y primeros auxilios, entre otros.

**Campaña interna de Seguridad Vial:** Se dictaron 217 cursos para 2.694 empleados. Como complemento de los talleres, en alianza con el Centro de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI), realizamos 9 pericias de siniestros vehiculares, que nos permitieron obtener información para prevenir accidentes, mejorar las condiciones de los vehículos y concientizar al personal que conduce las unidades operativas.

A su vez, efectuamos 6 relevamientos integrales de los elementos de protección personal de los empleados, buscando detectar posibles herramientas de seguridad faltantes o en mal estado. Actualmente, todo el personal posee los elementos de seguridad necesarios para su función y con sistema de autocontrol por parte de los técnicos.



### Cifras de Seguridad

- 132 choferes de hidroelevadores certificados en sus competencias
- 57 hidroelevadores certificados, cumpliendo con la norma IRAM 3926
- 82 simulacros de evacuación e incendio realizados en todo el país
- 650 auditorías de condiciones ambientales en cada lugar de trabajo
- 1.150 inspecciones de instalaciones, luminaria, matafuegos, carteles de salida, etc. en oficinas corporativas
- 2.836 inspecciones de nuestro personal y 1.148 inspecciones a nuestro personal contratista, para monitorear el cumplimiento de procedimientos de trabajo
- 7.939 personas entrenadas en riesgos específicos



### 5.11. Encuesta de Clima Laboral: la opinión de todos cuenta

Realizamos la Encuesta de Clima Laboral con el objetivo de conocer las opiniones y sugerencias de todos los colaboradores. Se trata de una herramienta clave de gestión para definir acciones de mejora, y una oportunidad para canalizar las percepciones de todos los empleados.

La encuesta se realizó entre el 31 de marzo y el 11 de abril de 2008, abarcando a todo el Grupo Telecom, con la convocatoria a 15.268 empleados (14.830 de la Argentina y 438 de Paraguay). De ellos, 9.776 fueron consultados en modalidad electrónica y 5.492, en versión papel.

Una vez procesada la información, realizamos una presentación de los resultados generales con posterior publicación en la Intranet y presentamos los resultados particulares de las áreas a sus respectivos directores y *staff*.

Con el objetivo de trabajar sobre las oportunidades de mejora detectadas y sostener los puntos fuertes, llevamos a cabo talleres de elaboración de planes de acción por Unidad de Negocio, Dirección y Gerencia. En estos talleres, los directores y gerentes propusieron un máximo de 3 focos de acción por área, y logramos su compromiso para trabajar en la mejora del clima laboral.

Como cierre del año, invitamos a los gerentes que obtuvieron un alto porcentaje favorable en las preguntas asociadas al liderazgo a compartir sus mejores prácticas ante directores y gerentes de toda la compañía.

La encuesta es administrada por Capital Humano, pero participan todos los empleados.

### 5.12. Equilibrio entre vida laboral y familiar

Iniciamos un proceso de gestión cuyo principal objetivo es la mejora del equilibrio de vida personal y laboral de nuestros colaboradores:

#### Teletrabajo en marcha

En noviembre de 2008, comenzamos a implementar el Proyecto de Teletrabajo en Telecom. La primera etapa incluyó a 50 empleados de las ciudades de Buenos Aires, Campana, Córdoba, La Rioja, Mendoza, Paraná, Posadas, Rafaela, Rosario y Salta, de todos los grupos étnicos y con igual



participación de mujeres y hombres, bajo la supervisión del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social a través de su Coordinación de Teletrabajo.

Los resultados arrojaron un alto nivel de satisfacción de los empleados con este proyecto, mayor compromiso con la empresa y mejores niveles de productividad.

En 2009, conjuntamente con el Ministerio de Trabajo, Telecom renueva el convenio de Teletrabajo para, a partir de junio, incrementar a 100 el número de empleados del Grupo.

### 5.13. Encuesta de Género

Mirar la organización desde la perspectiva de género es tener en cuenta y enriquecerse de las especificidades de mujeres y varones en el ámbito laboral, así como las características que toman las interacciones entre unas y otros.

En este contexto, durante 2008 realizamos un relevamiento a empleados con personal a cargo sobre la situación en Telecom respecto de la "igualdad de oportunidades en el ámbito laboral con perspectiva de género", enmarcado en la noción de transversalidad de género que busca alcanzar una situación de equidad en la empresa. El relevamiento fue realizado en el marco más amplio referido a las complejidades de la diversidad y su impacto en la cultura de la empresa, la gestión, las estrategias y acciones, el clima laboral y las relaciones interpersonales.

El objetivo fue conocer las opiniones y expectativas de nuestros empleados, identificar eventuales situaciones de desigualdad, relevar información para definir planes de acción, y concientizar sobre la capitalización de las diferencias para potenciarlas.



## Comité de Diversidad

En 2008 creamos un Comité de Diversidad itinerante e interdisciplinario con el objetivo de incentivar la instalación del concepto de diversidad como un valor de nuestra empresa.

El Comité de Diversidad es responsable de:

- Centralizar y unificar acciones tendientes a iniciar un proceso que se prolongue en el tiempo y permita virar el foco hacia los distintos grupos que conforman nuestra población
- Visualizar los impactos diferenciales de políticas y prácticas en mujeres y varones, sin privilegiar a unos sobre otros
- Lograr que estas acciones contribuyan a que vivamos Telecom como una empresa familiarmente responsable, ya que en la familia impactarán las acciones que se determinen
- Auspiciar campañas internas vinculadas a la reflexión sobre el concepto de diversidad

En este marco, estamos trabajando en el desarrollo de un sitio de Diversidad dentro de la Intranet, con el objetivo de sensibilizar, comunicar y capacitar en gestión de la diversidad.

## 5.14. Capital Humano como socios del negocio y de la operación

En la Dirección Capital Humano, a través de su Gerencia Operaciones, trabajamos comprometidos en alinear la gestión de implementación de políticas, procesos y prácticas desarrolladas conjuntamente con nuestras áreas *staff*. El desafío es lograr que nuestras acciones lleguen a todos los segmentos de negocio, mediante las áreas Corporativas, Telefonía Fija, Grandes Clientes y *Wholesale*, Red, Móvil e Interior, siempre teniendo presente la diversidad y dispersión geográfica, y garantizando el soporte que necesita el negocio para el desarrollo de los objetivos organizacionales. Para ello contamos con un equipo de líderes de cliente (profesionales de Capital Humano dedicados a la atención personalizada de nuestros clientes internos).

## 5.15. Programa para Líderes de Cliente

Un total de 66 líderes de cliente de todo el país, divididos en tres grupos, participaron del programa que comenzó el 15 de octubre y finalizó el 5 de diciembre del 2008.

El objetivo fue proveer herramientas de gestión modernas respecto de las exigencias del negocio, homogeneizar el estilo de gestión y favorecer una identidad única.

La estructura del programa constó de tres pilares:

- Administración de la herramienta de diagnóstico, que permitió definir el perfil de cada uno de los líderes, con el objetivo de desarrollar las habilidades más apropiadas para la gestión diaria
- Desarrollo de habilidades gestionales: comunicación, planificación y administración del tiempo, trabajo en equipo, y habilidades interpersonales
- Actualización de contenidos funcionales: fueron impartidos por especialistas internos de gerencias de la Dirección Capital Humano, y los temas abordados fueron: Gestión del Talento, Desarrollo, Empleos, Capacitación, Relaciones del Trabajo, Compensaciones, Beneficios, Procesos, Organización e Inteligencia de Gestión

Este programa favoreció que líderes de cliente de todo el país tuvieran además la oportunidad de conocerse e intercambiar experiencias y prácticas. Sin duda enriqueció los contenidos aprendidos y brindó un valor agregado que potencia al equipo y amplía el alcance de sus resultados.

Durante 2009, vamos a seguir trabajando en esta dirección, contando con el apoyo de todas las áreas *staff* de la Dirección Capital Humano y de los clientes de la línea, que fueron los primeros en plantearnos sus necesidades y expectativas para la mejora continua de nuestra gestión.



# 6

## INVERSORES

6.1. Comunicación con nuestros inversores..53



## 6. Inversores

El capital accionario de Telecom Argentina, al 31 de diciembre de 2008, estaba compuesto por las siguientes clases de acciones:

Clase	Cantidad de Acciones	%
Acciones Clase "A"	502.034.299	51,00
Acciones Clase "B"	440.910.912	44,79
Acciones Clase "C"	41.435.767	4,21
Total de Acciones	984.380.978	100,00

■ Nortel Inversora S.A. es el accionista controlante, titular del **54,74%** de las acciones y de los votos posibles en las Asambleas Ordinarias de Accionistas de Telecom Argentina (51% en acciones Clase "A" y 3,74% en acciones Clase "B").

■ El **41,05%** de las acciones (todas Clase "B") cotiza y se negocia en el panel de líderes de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE: *New York Stock Exchange*) y en la Bolsa Mexicana de Valores.

Las tenencias aproximadas de las acciones en poder de accionistas minoritarios, por tipo de inversor al 31 de diciembre de 2008 eran las siguientes:

Tipo de Inversor	%
Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES)	22,97%
Otros inversores institucionales	11,03%
Otros inversores minoritarios	7,05%
<b>Total Oferta Pública</b>	<b>41,05%</b>

■ El **4,21%** de las acciones (todas Clase "C") se encuentra afectado al Programa de Propiedad Participada (P.P.P.) creado por la ley N° 23.696.

La capitalización del mercado del Grupo Telecom ascendía a 1.500 millones de dólares al 31 de diciembre de 2008, mientras que el valor de la empresa asignada por el mercado alcanzaba los 1.700 millones de dólares a la misma fecha.

Para más información ver la Memoria y Estados Contables al 31 de diciembre de 2008 en nuestro sitio web: [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)



## Principales actividades desarrolladas en 2008

Durante 2008, continuamos con las actividades orientadas a brindar a la comunidad financiera nacional e internacional y a las personas interesadas, toda la información de carácter público de la empresa, así como los elementos necesarios para facilitar la toma de sus decisiones de inversión.

En este sentido participamos de encuentros con inversores actuales y potenciales organizados por reconocidas instituciones financieras a nivel mundial. Es importante destacar que estos eventos brindan la oportunidad de presentar a la compañía y hacer conocer la evolución del negocio y sus actividades a inversores de distintas partes del mundo.

Asimismo, seguimos promoviendo el diálogo con los actuales grupos de inversión y con los principales responsables de las entidades que se dedican a analizar las empresas para luego efectuar su recomendación a los grupos de interés correspondientes.

Avanzamos en el desarrollo de distintos canales de comunicación para acercar y poner a disposición de los interesados, toda la información disponible de la empresa y de hechos considerados relevantes, siempre en el marco de transparencia y apertura que caracteriza al Grupo Telecom. También renovamos el sitio web destinado específicamente a los inversores, teniendo en cuenta las recomendaciones de las instituciones especializadas en relaciones con inversores, con el objetivo de facilitar para todos el acceso a los principales datos de la compañía y promover la comunicación con los distintos grupos interesados.



## 6.1. Comunicación con nuestros inversores

La Gerencia Relaciones con Inversores tiene, entre sus funciones, la responsabilidad de informar sobre la empresa y evolución del negocio a distintos grupos de interés tales como inversores institucionales, accionistas minoritarios, analistas de bancos de inversión, calificadoras de riesgo y potenciales inversores.

Se encarga, asimismo, de la preparación y distribución de los comunicados de prensa acerca de los hechos económicos relevantes para el mercado. Periódicamente se presentan los resultados económico-financieros trimestrales y anuales. Al respecto se ocupa de la preparación y organi-

zación de los *Conference Call* donde se analizan los mismos, con la participación del *Senior Management*.

Promovemos la asistencia y participación de los accionistas minoritarios en las asambleas de accionistas anuales, asesorando a los accionistas sobre los recaudos formales a cumplir para registrarse y participar de las Asambleas. También interactuamos con sus depositarios en los temas a considerar por las Asambleas y los asistimos para que den instrucciones de voto al Depositario para que los represente.

Por otra parte, la gerencia se encarga del envío y difusión al mercado financiero de toda información relevante y de mantener actualizada la sección de Inversores del sitio web corporativo.

### Canales de diálogo con inversores

#### ■ Gerencia Relaciones con Inversores.

La gerencia se encuentra en la Sede Central de la empresa y todos los inversores pueden dirigirse personalmente o por correo electrónico a [relinver@ta.telecom.com.ar](mailto:relinver@ta.telecom.com.ar), o pueden llamar a +54 11 4968 3628.

#### ■ Cobertura de Analistas y Calificadoras de Riesgo. Los inversores cuentan con la posibilidad de obtener las visiones de distintos analistas calificados, los cuales realizan periódicos informes acerca de la evolución y estado financiero del Grupo. Estos analistas provienen de los principales bancos de inversión a nivel internacional y local.

#### ■ Página web para inversores. Contamos con un sitio especial en nuestra página web corporativa ([www.telecom.com.ar/inversores](http://www.telecom.com.ar/inversores)) – versiones tanto en español como en inglés – que contiene:

- Comunicados e Informes de resultados de la empresa actualizados trimestralmente
- Estados Contables Trimestrales y anuales de Telecom Argentina y sus subsidiarias
- Información sobre las Reuniones de la Asamblea de Accionistas
- Información sobre pago de dividendos
- Información acerca de Gobierno Corporativo

- Comunicados sobre Obligaciones Negociables
- Acceso directo a las páginas web de los Organismos Reguladores

#### ■ Comunicaciones periódicas sobre hechos relevantes a la **Comisión Nacional de Valores y Securities Exchange Commission (SEC)**.

Al momento de la publicación se deja una copia impresa en la sede social para que los inversores puedan tener pleno acceso.

#### ■ Conferencias organizadas localmente y en el exterior de manera de tener contacto periódico con los inversores existentes y potenciales.

#### ■ Memoria y Estados Contables. Esta publicación del Grupo Telecom es la fuente principal de información que ofrecemos a los inversores. Contiene información operacional, financiera y económica de la empresa así como también los informes de los auditores externos sobre los estados contables, y el informe de la Comisión Fiscalizadora. Disponibles en la página web.

#### ■ Formulario 20-F. Este documento es presentado por Telecom a la SEC en forma anual. Cumple estándares de la SEC y proporciona información económico-financiera, operacional y contable del Grupo. Disponible en la página web.

TELECOM GRANDES CLIENTES  
**Juntos**  
hacemos crecer su NEGOCIO



**TELECOM**

GRANDES CLIENTES

TELECOM GRANDES CLIENTES  
**Juntos**  
hacemos crecer su NEGOCIO



# CLIENTES

7.1. Telefonía Fija, Residencial y Pymes .....	57
7.2. Telefonía Móvil - Personal .....	59
7.3. Internet - Arnet .....	63
7.4. Solución Grandes Clientes .....	64

## 7. Clientes

### Principales actividades desarrolladas en 2008

- Focalizados en la satisfacción de nuestros clientes a través de la calidad en los servicios de telecomunicaciones, en 2008 trabajamos para incrementar líneas de nueva generación, tanto en reemplazo de la tecnología tradicional como para el desarrollo de nuevas áreas, y en la extensión del tendido de fibra óptica en la red interurbana para mejorar la capacidad de transmisión y la velocidad de acceso.
- En telefonía fija, se destaca el nuevo servicio de videollamadas, mensajes de texto desde teléfonos fijos y las ofertas de paquetes de servicios de voz de valor agregado.
- En relación a clientes de Internet, continuamos liderando el proceso de masificación de la Banda Ancha con acciones innovadoras orientadas a facilitar el acceso al mercado de ADSL para los distintos segmentos de clientes.
- En Personal, triplicamos la capacidad de la red 3G, alcanzando a 20 provincias y cubriendo el 80% del volumen de tráfico actual de la compañía, y poniendo especial foco en optimizar la calidad de los servicios, educamos a los clientes para un uso adecuado de las prestaciones y ampliamos los canales de venta. A su vez, brindamos mayor cobertura, dispositivos de acceso más diversos y sofisticados, y crecientes velocidades en Banda Ancha móvil.
- En el mercado de grandes clientes, en 2008 nos consolidamos como proveedor integral de soluciones en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) convergentes, comenzando a integrar servicios fijos y móviles.

NUESTROS USUARIOS (en miles)	2007	2008
<b>TELEFONÍA FIJA</b>		
Líneas instaladas	4.239	4.443
Líneas de clientes	3.849	3.937
Líneas en servicio	4.208	4.299
<b>INTERNET</b>		
Clientes Dial Up	76	65
Clientes ADSL - Banda Ancha	783	1.042
<b>TELEFONÍA CELULAR</b>		
Clientes totales	12.292	14.390
Clientes Telecom Personal	10.666	12.564
Clientes Nucleo (Paraguay)	1.626	1.826



## Canales de diálogo con clientes

En Telecom, priorizamos el contacto con nuestros clientes a través del teléfono en forma primaria:

- **Línea 112.** Para clientes individuos y Pymes. Permite conocer el estado de sus cuentas, efectuar gestiones de pagos, subscribirse a promociones, informarse de nuevos productos y servicios y realizar otras gestiones de línea telefónica, Arnet u otro servicio.
- **0800-555-7247 (PAIS).** Para Grandes Clientes. Permite consultar sobre todos los servicios de la empresa. También por correo electrónico a la dirección [0800555pais@ta.telecom.com.ar](mailto:0800555pais@ta.telecom.com.ar).
- **0800-888-7888.** Centro de Asistencia Posventa Técnica dedicado al segmento de Grandes Clientes y Gobierno para la atención de consultas y reclamos técnicos.
- **Internet.** Para todos los clientes. A través de nuestra página [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar) y [www.personal.com.ar](http://www.personal.com.ar) brindamos información sobre la empresa, un espacio para realizar trámites online, la posibilidad de realizar reclamos sobre el servicio, información sobre modalidades de pagos, novedades y teléfonos útiles entre otras cosas.
- **0800-555-OPER.** Para *Wholesale* Nacional/Internacional. Permite gestionar consultas y reclamos correspondientes a los servicios ofrecidos. Tiene una alternativa de contacto, [cao\\_telecom@ta.telecom.com.ar](mailto:cao_telecom@ta.telecom.com.ar).
- **\*111 y 0800-444-0800.** Para clientes de Telecom Personal. Permite conocer el estado de cuenta, efectuar gestiones de pagos y realizar otras gestiones.

### Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y apoyo de catástrofes

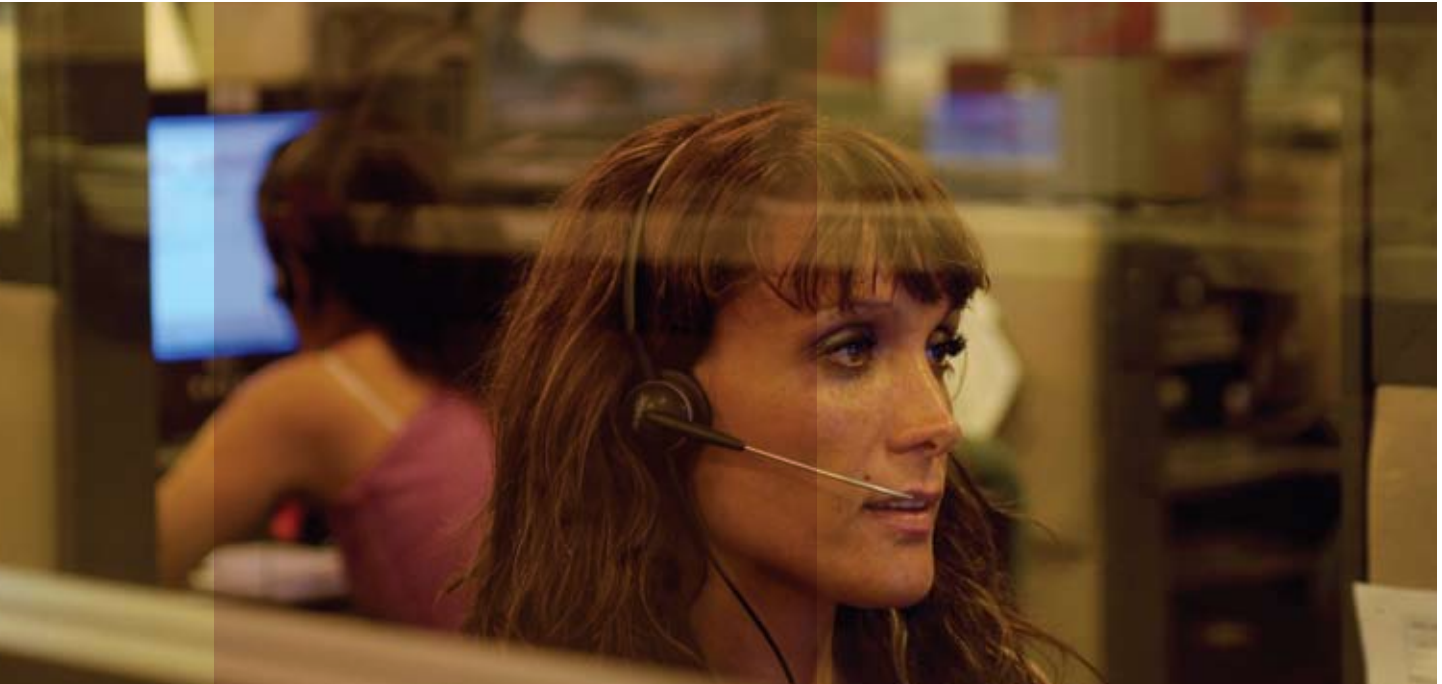
Llevamos adelante acciones concretas tendientes a garantizar la continuidad del servicio ante una eventual situación de emergencia o catástrofe.

Con soluciones concebidas con el objeto de coadyuvar en la gestión de emergencias de gobierno, dentro del *portfolio* de soluciones ICT de Telecom, se encuentra el Sistema de Gestión Integral de Emergencias 911 que ofrece una rápida y eficaz respuesta a emergencias en todas sus variantes (policía, servicio médico, bomberos, defensa civil, etc), que contribuye a que las autoridades correspondientes respondan en tiempo y forma ante una emergencia y, por ende, se mejore la calidad de vida de los ciudadanos.

A su vez, contamos con una estructura *data center* multi-sitio, el único *data center* Tier IV del país ubicado en Pa-

checo (provincia de Buenos Aires), que garantiza la continuidad del negocio sin interrupciones en el servicio y un *disaster recovery center* (centro de apoyo de catástrofes) que, ante cualquier contingencia, asegura la continuidad del negocio de sus grandes clientes, entre los que se encuentran algunas de las más importantes entidades financieras, públicas y privadas del país.

Esta estructura permite operar sin interrupción, aún ante un evento crítico no planeado. Un *data center* Tier IV posee un nivel de exposición a fallas, que se activa, por ejemplo, ante el inicio de una alarma de incendio o bien ante un procedimiento de apagado de emergencia (EPO).



## 7.1. Telefonía Fija, Residencial y Pymes

### Atención al cliente

Durante 2008, llevamos a cabo la implementación de un plan de Calidad de Servicio, denominado *Simple* con el objetivo de dar un nuevo enfoque a la relación con el cliente, entendiendo y desarrollando sus principales satisfacciones, a los efectos de maximizar su lealtad.

En los procesos de atención técnica, este año se automatizaron los sistemas de gestión, que aseguran el correcto diagnóstico de posibles fallas en el servicio. Esta innovación permite aumentar la resolución *online* de reclamos de voz y datos, reducir los tiempos de entrenamiento y facilitar la adquisición de habilidades de atención. Este nuevo proceso de gestión de la atención al cliente, dio como resultado un 84% de resolución en el primer contacto durante 2008 y para los niveles de servicios en los segmentos de alto valor logramos una mejora del 12% respecto del año 2007.

Asimismo, comenzamos el pasaje de nuestro *Call Center* a *Contact Center IP*, posicionándolo como un centro de contacto de última generación a nivel latinoamericano.

**Esta nueva tecnología permite ampliar las posibilidades en soluciones de atención a clientes, mejorando su experiencia en cada contacto.**

La calidad de atención fue desarrollada mediante planes de rotación y entrenamiento, procesos de atención

y mejora de habilidades para la relación con el cliente. Se logró la formación de coordinadores registrados y personal altamente capacitado en la calidad de atención al cliente.

**Comparando 2008 con respecto a 2007, se logró una mejora del 34% en el índice de satisfacción de clientes en el proceso de atención comercial.**

A su vez, trabajamos en la implementación de la nueva legislación referida a Defensa del Consumidor, estableciendo procesos más ágiles y preventivos de posibles reclamos del organismo, y se mejoró la velocidad de respuesta en un 28% en el período agosto-diciembre 2008.

### Capacitación a nuestros empleados para una mejor atención

Durante 2008, renovamos nuestras herramientas de gestión en la Intranet donde, a partir de la nueva Base de Conocimiento, incorporamos más de 600 documentos con información sobre estructura, atención a nivel de procesos, condiciones comerciales, entrenamiento y comunicaciones propias de la calidad en atención al cliente.

## Servicio de Telefonía con Alto Valor Social

Durante 2008, el negocio de Telefonía Pública mostró un decrecimiento a raíz del fuerte desarrollo de la Telefonía Móvil. Para contrarrestar el impacto negativo, continuamos trabajando en la adecuación de la red de agentes mediante la implementación de una migración proactiva entre canales, principalmente de Telecentros a Telecabinas, y la adecuación y reubicación de teléfonos públicos de acuerdo a las necesidades de mercado y a las metas regulatorias. Como consecuencia de esto, el parque de líneas decreció un 18% a lo largo del año.

Por su parte, a diciembre de 2008 el Servicio Semipúblico de Larga Distancia (SSPLD) se encontraba activo en 1.357 localidades de todo el país. La importancia de este servicio es brindar a pequeñas localidades la posibilidad de vincularse a la central más próxima, con modalidad similar a Telecentros (cabina pública), y así estar conectadas.

Por su parte, las Redes en zonas rurales, Radio Telefonía Rural de Acceso Múltiple (RTRAM) permiten brindar servicio de voz a clientes rurales en áreas donde se registra una densidad de usuarios mayor que cuando se utiliza el monocanal. A través de 75 centros RTRAM brindamos servicio a 1.110 clientes en 2008.

Por último, otro de los servicios trascendentes en cuanto al valor social por su contribución a mejorar el acceso a las telecomunicaciones, es el GSM fijo. Utilizando la tecnología de acceso móvil de Telecom Personal, ofrecemos Servicio Básico Telefónico (voz) a clientes que así lo requieran en zonas rurales o suburbanas, donde no se dispone del tendido de red de cobre. Telecom tiene habilitadas 838 zonas con este servicio.





## 7.2. Telefonía Móvil - Personal

# Personal



Durante 2008, decidimos focalizarnos en la educación del cliente y profundizar su conocimiento a través de nuevas técnicas de *clustering*, tecnología que provee a nuestros sistemas de una alta velocidad, alto rendimiento, gran potencia y más eficiencia; y *scoring*, técnica de medición de resultados en función de las exigencias y cualidades requeridas. Esto nos permitió definir acciones destinadas a brindar un servicio personalizado a los clientes para desarrollar su consumo y aumentar su valor mediante la innovación en productos, promociones y beneficios.

Las temáticas de las promociones se basaron en dos ejes principales: entretenimiento (principalmente música y deporte) y promociones de servicio de valor agregado y contenidos. Para ello, tanto en el segmento individuos como en el segmento corporativo profundizamos las ofertas de los programas de beneficios: Club Personal y Club Empresas.

Con la misión de innovar en materia de tecnología, a través de los avances en la cobertura y capacidad de la red 3G, en 2008 impulsamos mejores servicios de información, comunicación y entretenimiento para nuestros clientes. De esta forma, sumamos valor promoviendo la educación en el uso de estos nuevos servicios, contribuyendo a achicar la brecha digital, e integrando a mayor cantidad de personas en la evolución de la tecnología.

### Club Personal

Club Personal es el programa de beneficios para todos los clientes de Personal, que premia a los socios por comunicarse. Cada vez que realizan llamados, cargan crédito o contratan un servicio adicional, automáticamente suman puntos que pueden canjear por importantes premios.

Este programa de fidelización fue presentado en noviembre de 2003 y actualmente posee más de 3.000.000 de socios y una red de 300 comercios con descuentos.

En Club Personal las acciones se desarrollaron bajo los siguientes tres ejes:

- **Campañas de adhesión:** incentivaron la adhesión de los clientes al programa para que comiencen a ser premiados con la acumulación de puntos por sus consumos, logrando en 2008 que 3.000.000 de clientes fueran parte de Club Personal.

■ **Campañas de Canje:** permitió a nuestros clientes canjear sus puntos acumulados por importantes premios, entre ellos, equipos, crédito, *packs* y otras categorías de productos relacionadas con el eje entretenimiento, como ser tiempo libre, tecnología, juegos, música etc., logrando mantener un promedio de canje mensual de 37.000 socios, haciendo tangibles los beneficios del programa.

■ **Campañas de Beneficios:** continuamos con el desarrollo de una red de beneficios a nivel nacional, que incluyó todo tipo de espectáculos, lugares de esparcimiento, tanto turísticos como gastronómicos. El principal canal utilizado para comunicar estos beneficios a la base de socios fue el SMS y el *e-mailing* y profundizamos la comunicación a través de otros medios en las campañas de verano e invierno.

Uno de los hitos más importantes de Club Personal en este año fue la participación del programa en todas las acciones de posicionamiento y oferta, que nos permitieron lograr un mayor acercamiento al cliente.

**Estrategia responsable de comunicación:  
Conocer a nuestros clientes**

Durante 2008, realizamos investigaciones de mercado para conocer en profundidad a nuestros actuales y potenciales clientes. Nos preocupamos por entender las necesidades de comunicación y formas de expresión de los jóvenes y, en función de ello, desarrollamos una estrategia de comunicación acorde a sus expectativas. Además, nos

encargamos de promover la difusión de dos grandes ejes que movilizan a este segmento: el deporte y la música.

Nos comunicamos con un lenguaje claro y unívoco, a través de: *newsletters*, *broadcasts*, *Interactive Voice Response (IVRs)* en los tiempos de espera, correo electrónico, materiales de *marketing* directo y mensajes en las facturas. De esta forma, desarrollamos un contacto cada vez más cercano y adaptado a las necesidades de nuestros clientes.

Ponemos a disposición nuestro sitio [www.personal.com.ar](http://www.personal.com.ar) para brindar una explicación fácil y detallada de la utilización y contratación de nuestros servicios.

Las campañas de comunicación hicieron hincapié en educar a nuestros clientes para integrarlos en la evolución tecnológica y mejorar sus comunicaciones. Lo hacemos con un tono simple y didáctico, tanto en las comunicaciones masivas como en las promociones y eventos, a través de personas que explican cara a cara las cualidades del servicio o producto promocionado.

Por otro lado, ante la gran cantidad de estímulos comunicacionales generados por la industria sobre los diferentes servicios, planes y tarifas disponibles, hemos desarrollado una campaña orientada a la conveniencia de nuestros clientes. El concepto "Personal te conviene" surge a partir de una minuciosa observación del comportamiento del mercado ante la que concluimos que cada





usuario tiene un consumo diferente acorde a su estilo de vida. Por esta razón, construimos un mensaje que denota nuestro interés por adaptarnos al estilo particular de cada usuario y ofrecerle en cada caso una opción acorde a sus necesidades.

### Infraestructura de redes

Como pilar del servicio que brindamos a la sociedad, es misión de Personal fortalecer la infraestructura de nuestras redes, ampliando su capacidad y cobertura para alcanzar la prestación de un servicio de máxima calidad.

Durante 2008, implementamos planes destinados a aumentar la cobertura tanto de la Red 2G (GSM) como 3G (tercera generación). En el caso de la Red 2G se implementaron 138 nuevos sitios en la Región Norte, 41 nuevos sitios en el Área Metropolitana Buenos Aires (AMBA) y 190 nuevos sitios en la Región Sur. En el Norte, 86 de los sitios permitieron brindar cobertura a nuevas localidades o asentamientos urbanos. Los restantes permiten optimizar el funcionamiento y brindar mayor calidad de servicio en localidades donde ya disponíamos de cobertura. En algunos casos, estas mejoras permitieron brindar servicio a comunidades de muy pocos habitantes.

En algunas de ellas, la Telefonía Móvil es el único medio para poder comunicarse con familiares y amigos. Tal es el caso de la localidad Comandancia Frías, por ejemplo, que brinda servicio a una comunidad indígena en la ciudad de Chaco.

Respecto al despliegue de la Red 3G, se instalaron 230 nuevos sitios en el Norte, 325 en AMBA y 89 en el Sur. Esto permitió tener cobertura en las principales localidades del país.

En simultáneo con la instalación de nuevos sitios, realizamos ampliaciones de capacidad para mantener la calidad de servicio en un contexto de tráfico creciente. Se debe tener en cuenta que el tráfico en minutos mensuales pasó de 1.266 millones a fines de 2007 a 1.672 millones a fines de 2008 (32% de incremento); y que los SMS traficados por mes pasaron de 2.295 millones a fines de 2007 a 5.046 millones a fines de 2008 (220% de incremento).

### Atención al cliente

A diciembre de 2008, Personal continuó liderando, por más de 30 meses consecutivos, las encuestas de satisfacción realizadas por la consultora local CEOP sobre atención al cliente.

Con el fin de optimizar los tiempos de atención y niveles de servicios de nuestros clientes, en el segundo trimestre de 2008 incorporamos un nuevo proveedor que abarcó 450 posiciones de atención y 1.000 operadores telefónicos.

De esta forma, finalizamos el año con un nivel de respuesta en la atención a clientes del canal telefónico (*Contact Centers*) superior al 90%. Dicho nivel de respuesta, sumado a los resultados de las encuestas de satisfacción, evidenciaron los altos niveles que Personal tiene en relación con la calidad de atención del cliente.

Del mismo modo, continuamos trabajando en la mejora de los procesos que requieren atención telefónica especializada, destacando el cambio de modalidad de atención del segmento Pymes de mayor valor y *Soho*, que migraron hacia un modelo de atención por cartera de clientes.

### Satisfacción del cliente

En una industria de alta competitividad, el mayor desafío es la satisfacción de nuestros clientes, que es medida constantemente para conocer su percepción acerca del servicio y, en función de ello, tomar las medidas necesarias para seguir progresando y cumpliendo con sus expectativas. Entre las herramientas de seguimiento, podemos destacar:

**Estudios de Calidad Percibida:** realizamos encuestas telefónicas a clientes que visitaron las Oficinas Comerciales para medir la satisfacción de nuestra atención personalizada.

**Estudio de Satisfacción del Cliente (*Customer Satisfaction*):** contactamos a las salidas de las oficinas a los clientes que visitan nuestras sucursales, para conocer su percepción acerca del servicio recibido.

**Focus Groups con Clientes:** realizamos encuentros con nuestros clientes para conocer a fondo sus necesidades y percepciones del servicio, y darle un nivel de atención personalizada que cubra con sus expectativas.

**Procesos orientados a la Satisfacción de Clientes, Tratamiento de Quejas / Reclamos:** disponemos de un área específica dedicada a optimizar los procesos de atención al cliente tanto para la venta como para la posventa, así como la implementación de proyectos especiales que contribuyen directamente a la mejora de la gestión de nuestros representantes de atención.

### Aperturas, reubicaciones y reformas de Oficinas Comerciales

Con el objetivo de estar más cerca de nuestros clientes y brindarles una mejor calidad de atención, implementamos durante 2008 el Plan de Despliegue de Oficinas Comerciales, que contempló la apertura de nuevas oficinas en puntos estratégicos y la reforma y reubicación de las ya existentes. Contamos con 11.848 puntos de venta disponibles en todo el país, para realizar gestiones de venta y de posventa.

Como resultado de las consultas realizadas durante el año, desarrollamos diferentes proyectos de mejora, entre ellos:

**Siebel:** Terminamos con la implementación de un nuevo sistema de gestión (CRM) para el manejo de la relación con nuestros clientes, el primero en su tipo en el país y uno de las mayores en América Latina. Este sistema logró una reducción de los procesos de posventa, incorporando gran cantidad de validaciones automáticas, de manera tal que la atención al cliente se viera agilizada, y aportó mayor eficiencia en la atención.

**Satisfacción y Resolución:** identificamos operatorias clave de reclamos y consultas, con miras a brindar un mayor nivel de resolución. Para ello, adecuamos esquemas de mayor autonomía a nuestro frente de atención, y, continuamos con el seguimiento diario, semanal y mensual de las causas por las que nos contactan, con especial atención a las quejas y reclamos, a fin de atenderlos en forma inmediata, según su nivel de criticidad.

**Segmento Pymes:** definimos un modelo de atención propio para satisfacer sus necesidades, ajustando nuestras funciones de venta y posventa, a fin de atender los circuitos propios de este *cluster*. Definimos procesos de integración entre la fuerza de venta y la de posventa telefónica, con miras a tener una alineación y cohesión en la resolución de pedidos y consultas. A su vez, implementamos nuevas herramientas y procesos de aprobación de nuevos clientes, a fin de reducir hasta un 70% los plazos de autorizaciones de venta.

**Inteligencia en la logística:** implementamos nuevos desarrollos y procesos de distribución de nuestro *stock* a cada punto de venta, junto a un tablero de control de indicadores, a fin de monitorear la efectividad, eficacia y eficiencia del proceso completo de la cadena de valor. Con estas mejoras, llegamos a reducir hasta un 50% los plazos de distribución, además de un nivel considerable en cuanto a la eficiencia de asignación y manejo de los *stocks*.

**Nuevas gestiones en más puntos de venta:** a fin de brindar a nuestros clientes mayores posibilidades de gestionar personalmente operatorias clave como el cambio o la restitución de terminales, habilitamos a nuestra red de distribuidores y grandes tiendas esta posibilidad.

### La voz del cliente

Durante 2008, desarrollamos un Programa Integral de Mejora en la Satisfacción, denominado "La voz del cliente".

## Calidad y Entrenamiento Comercial

Contamos con áreas específicas que se encargan de asegurar la calidad de atención brindada en nuestras Oficinas Comerciales y en nuestros *Contact Centers* (centros de atención telefónica), realizando visitas a las oficinas y monitoreos de calidad telefónica online, calificando aquellos aspectos que impactan directamente en la satisfacción de los clientes, tales como: calidad de atención, tiempo de espera, nivel de servicio, tiempo de gestión e imagen de las oficinas, entre otros. A su vez, capacitamos a los integrantes de estas áreas, con el fin de brindarles las herramientas necesarias para contribuir al logro de los objetivos fijados, tanto en la venta como en la posventa.

te" a través del que fomentamos el trabajo interáreas para aplicar y definir prácticas innovadoras que permitan medir la percepción de nuestros clientes e implementar mejoras y ofrecerles mayor satisfacción en la atención y el servicio que reciben.

Realizamos semanalmente acciones de calidad interna a través de agendas de *coaching* y a través de una nueva Intranet de *Customer Care* para que nuestros representantes cuenten con la información necesaria y adecuada a los requerimientos de los clientes.

Creamos una "*home de entrenamiento*" para que todos los colaboradores puedan acceder a cursos de e-learning, materiales de capacitación y canales de consultas adicionales, posibilitando un acceso unificado y dinámico al material a todos los representantes en los diferentes sitios de atención del país. Esto permite que el cliente siempre reciba un discurso unificado, claro y preciso ante las consultas que realiza. 5.000 personas consultan diariamente el sitio de Intranet y se registran concurrencias de más de 800 usuarios en simultáneo, logrando una sensible mejora en los tiempos de respuesta, por parte de los representantes.

A esta herramienta le sumamos un *Status Center*, que consta de un sistema de semáforo para los eventos de mayor impacto en clientes, lo que facilita la visualización de inconvenientes, así como también un rediseño de formato y contenido de novedades remitidas vía correo electrónico, lo que optimiza la visualización e interpreta-

ción de la información. De esta forma, se optimizaron los tiempos de lectura, se facilitó la operatoria de los representantes y se mejoró la productividad.

## Negocios internacionales

Durante 2008, el foco estratégico estuvo puesto en el lanzamiento de nuevos servicios, calidad y mejora de la cobertura para poder ofrecer a nuestros clientes viajeros una atención eficiente, acorde a sus expectativas, cuando se encuentran fuera del país.

- Firmamos 215 convenios directos de *roaming* de voz y 160 convenios para el servicio de datos (GPRS/EDGE).
- Aumentamos la cobertura de *roaming* 3G a más de 30 operadores en más de 19 países.
- Ampliamos la cobertura del servicio para clientes prepagos, alcanzando un total de 17 acuerdos.
- Logramos mejoras significativas en la estructura tarifaria por zonas (primeros en lanzar al mercado a fines de 2007), e implementamos una herramienta de notificación por SMS, "*SMS Welcome*", donde los clientes de Personal reciben información específica al arribar al país de destino. Así, Personal se posiciona como el operador más conveniente en los principales destinos de los usuarios.

De esta forma, lideramos junto con los principales operadores GSM del mundo el proyecto "*Calidad Total del Roaming*" de la GSMA, siendo el primer operador argentino y regional en implementar una solución de monitoreo remoto de red, garantizando así los más altos estándares de calidad en *roaming* internacional.

## 7.3. Internet - Arnet



Durante 2008, continuamos el proceso de masificación de la Banda Ancha con acciones innovadoras orientadas a facilitar el acceso a Internet a todos los segmentos de clientes.

Fuimos el primer proveedor de Internet en lanzar un producto de Banda Ancha sin cargo fijo mensual, que permite navegar bajo la modalidad prepaga (Arnet Recargable), dando la posibilidad de acceso a una mayor cantidad de personas.



Este año Arnet obtuvo a nivel nacional el *top of mind*, logrando el mejor *awareness* (conocimiento) de marca entre los Proveedores de Servicios de Internet (ISP) con una diferencia promedio de más de 10% con respecto al resto de las marcas.

### Apoyo al arte y la cultura

A través de nuestra marca Arnet, ampliamos nuestra participación en auspicios de eventos musicales y culturales. A su vez, incentivamos la participación de nuestros clientes ofreciendo beneficios vinculados al entretenimiento: cine, teatro, conciertos, entre otros. Este año incrementamos la zona de cobertura de estos beneficios.

A su vez, por la creciente demanda de servicios ADSL, este año trabajamos en la evolución de una herramienta que permitiera a la gestión comercial sustentar dicha demanda, y construimos un proceso de asignación automática de líneas que permitió reducir ampliamente los tiempos de instalación y provisión del servicio.

Con el fin de mejorar nuestro servicio, también implantamos una nueva herramienta de *antispam*, que permitió bajar costos de almacenamiento ya que filtra el 90% de los *mails* entrantes y antivirus, y mejora el entorno de nuestro servicio de correo.

### Portal Arnet

Durante 2008, mantuvimos nuestro foco en el portal de Arnet con el objetivo de mejorar el vínculo y diálogo con nuestros clientes. Ese año, el portal de Arnet se mantuvo en el *top five* de los portales argentinos más visitados, con más de 1.000.000 de visitas únicas mensuales, convirtiéndose en el portal de empresas de telecomunicaciones más visitado de la Argentina.

## 7.4. Solución Grandes Clientes

En este segmento del negocio, brindamos servicios de telecomunicaciones a empresas líderes del mercado argentino, el gobierno nacional, los gobiernos provinciales y las principales municipalidades de la Argentina.

En 2008, nos consolidamos como proveedor integral de soluciones TIC convergentes y comenzamos a materializar la convergencia de sus servicios fijos y móviles.

Con la adquisición del Centro de Datos de Cubecorp en Pacheco, contamos con cuatro centros de datos y más de



7.000 metros cuadrados de capacidad disponible, que nos permiten ofrecer alta confiabilidad y escalabilidad, garantizando los más altos niveles de servicio del mercado.

En cuanto a la calidad de atención al cliente, mantenemos desde 2001 la certificación ISO 9001:2000, que denota un claro compromiso de mejora continua. Dicha certificación abarca tanto a las gerencias específicas como también a todas aquellas áreas involucradas en los procesos de grandes clientes.

En relación a las soluciones provistas para el segmento banca y finanzas, cumplimos con los requisitos de gestión e implementación, y control de los riesgos relacionados con tecnología informática, sistemas de información y recursos asociados para las entidades financieras exigidos por el Banco Central de la República Argentina (BCRA) y estipulados a través de su circular A4609. A tales efectos, certificamos el cumplimiento de dicha circular, para nuestros servicios de *housing* en los *datacenters* de Estomba, Bosque Alegre y Córdoba Oeste, a través de la consultora BDO.



Como parte de la estrategia de cobertura nacional, continuamos con el desarrollo de la región comercial Sur, que implica miles de kilómetros de fibra óptica desplegados hacia la zona sur del país, conectando más de 700 puntos de la provincia de Buenos Aires y de las capitales más importantes. Estos puntos se unen a la red de última generación mediante la cual respondemos a las necesidades de los Grandes Clientes (gobierno y empresas).

Brindamos información sobre los productos y sus aplicaciones, y capacitación a los usuarios finales de cada cliente corporativo y de gobierno, con el fin de que los utilicen de manera autónoma, responsable, eficiente, efectiva y ambientalmente correcta.

#### **Iniciativas para asegurar la claridad de tarifas y facturas**

**Cobranza integrada:** implementada en 2008 en forma conjunta con un importante banco nacional, esta solu-

ción de pago electrónico aporta rapidez y optimiza las gestiones de nuestros grandes clientes. Consiste en un portal utilizado para consultas *online* sobre los estados de cuenta y el pago de facturas en forma electrónica. El sistema brinda numerosas ventajas, entre las que se destaca el costo cero en la realización de la transferencia bancaria, y representa la única boca externa mediante la cual se pueden utilizar las notas de crédito y pagos a cuenta para la cancelación de facturas.

**Cuenta *online*:** es un servicio en tiempo real para grandes clientes de Telecom, que permite obtener en forma rápida y sencilla:

- Acceso securizado a la facturación, una vez que ésta ha sido emitida
- Control y seguimiento de los conceptos facturados
- Reportes y archivos de la cuenta vía web, sin necesidad de aplicaciones especiales



Entre las soluciones desarrolladas en el año 2008 podríamos mencionar:

- Implementación de la red de sucursales para empresa líder de cobranzas
- Solución de telefonía para la sede central de AA2000 y los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque
- Sistema de Gestión Integral de Emergencias 911 para los gobiernos provinciales
- Servicio de *Networking* para un banco líder
- Red de datos para supermercado líder

### Wholesale Nacional

El segmento de *Wholesale* Nacional (WN) comprende a todos los operadores fijos y móviles, prestadores de servicios (Internet, datos, servicios de valor agregado, etc.), cooperativas telefónicas, canales y productoras de radio y TV, licenciatarios de telefonía pública, entre otros, con presencia en la Argentina.

La Dirección *Wholesale* Nacional continuó siendo el proveedor líder de soluciones mayoristas de telecomunicaciones para los diferentes operadores y prestadores del mercado nacional mediante la provisión de servicios de interconexión, facturación por cuenta y orden de terceros, servicios de acceso a Internet dedicado, transporte de audio y video, enlaces dedicados, enlaces de *backhaul* (red de retorno) para operadores móviles, redes Red Privada Virtual (VPN), soluciones de *datacenter*, etc.

Durante 2008, implementamos mejoras en el proceso de tasación y prefacturación de tráfico mayorista mediante la actualización del sistema, tanto en su *hardware* como en el aplicativo. Asimismo, realizamos la unificación de múltiples facturas de tráfico de un mismo operador y la simplificación de la exposición de datos en la factura.

También se consiguió la re-certificación de los procesos involucrados en la facturación de datos e interconexión, otorgada por IRAM en cumplimiento de la norma ISO 9001:2000.

Continuamos realizando eventos con clientes en diferentes localidades del país (Buenos Aires, Córdoba y Corrientes) presentando nuevas tecnologías y productos. Asimismo, con el objeto de comprender las necesidades del cliente en profundidad, se realizó una nueva encuesta de satisfacción a clientes.

La instalación de un Core MPEG (*Moving Picture Experts Group*) de estándares de codificación de audio y video en Buenos Aires, Córdoba y Rosario para transmisiones nacionales a través de nuestro *BackBone* IP (Red IP por la cual se da servicio) y el lanzamiento comercial Línea Directa IP en AMBA, son algunos de los logros que ponen de manifiesto la evolución de los servicios que presta WN año a año.

Por otro lado, *Wholesale* Nacional llevó adelante distintos seminarios comerciales que tuvieron lugar en Córdoba, Corrientes y la ciudad de Buenos Aires, con el objeto de interiorizar a los clientes del área acerca de los beneficios, facilidades y ventajas competitivas que tienen nuestros servicios y soluciones, desde Telecom, para los clientes directos de WN y para los usuarios finales de éstos.

### Wholesale Internacional

El segmento *Wholesale* Internacional está conformado por operadores internacionales de primer nivel, quienes demandan soluciones *carrier-class* en materia de servicios de telefonía, datos e Internet.

Desde julio de 2001 nuestra filial Telecom Argentina USA Inc. está presente en Miami, con el valor estratégico de operar el nodo de datos, el *Backbone* IP para Telecom Argentina, y la posibilidad de desarrollar nuevas interconexiones en un mercado internacional altamente competitivo.

En el marco de nuestro compromiso con los valores de la compañía, continuamos realizando nuestra encuesta anual de satisfacción de los operadores internacionales, respecto al servicio de Telecom Argentina.

La última encuesta realizada, presentó resultados sumamente positivos en temas relevantes tales como opinión general sobre la empresa; conformidad con la relación comercial mantenida con los *carrier managers*; y calidad de servicio brindado, entre otras.

Entre los principales logros comerciales del área durante 2008, se destacan:

- Conectividad a Internet Cliente COPACO S.A. Paraguay
- Consultoría Ciclo de Vida del Producto Cliente ANTEL Uruguay
- Colocación en USA Cliente ANTEL Uruguay
- Desarrollo de nuevas relaciones comerciales mercado Bolivia
- Firma del acuerdo cable submarino Montevideo-Las Toninas
- Lanzamiento Portal Telecom Argentina USA



# 8

## PROVEEDORES

CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EN

8.1. Optimización del proceso de selección y evaluación de proveedores.....	70
8.2. Prueba piloto del modelo de evaluación de proveedores (Vendor Rate) .....	72

TELECOM



## 8. Proveedores

Conscientes de que una variable fundamental del resultado de nuestros productos y servicios comienza con la calidad de nuestra cadena de valor, en Telecom trabajamos para afianzar el vínculo con nuestros proveedores, estableciendo alianzas estratégicas que nos permitan crecer juntos.

PROVEEDORES	2007	2008
<b>Cantidad total de proveedores</b>	<b>2.374</b>	<b>2.323*</b>
<b>Por sociedad</b>		
Telecom Argentina	1.300	1.306
Telecom Personal	1.063	1.017
<b>Por rubro</b>		
Telecomunicaciones	578	670
Edificios	620	498
Suministros y Servicios Generales	226	192
Servicios Especiales	841	833
Tecnología de la información	109	130
<b>Facturación total proveedores (en millones)</b>	<b>4.756,7</b>	<b>4.781,9</b>

### Principales actividades desarrolladas en 2008

- Informe de *Feedback* Estratégico a las direcciones participantes acerca de la evolución del *Vendor Rate* y las oportunidades de mejoras sugeridas para optimizar desempeño/resultados. Dichos informes fueron presentados a los más altos niveles con el objetivo de generar un espacio de reflexión sobre la evaluación anual realizada y proponer próximos pasos con foco en la mejora continua de la herramienta
- Taller de abordaje y entendimiento de la RSE en la Dirección Abastecimiento y su compromiso en la cadena de valor. Éste tuvo un alcance regional, citando en este caso a Nucleo Paraguay. El propósito del taller fue sensibilizar y comunicar dicho enfoque para facilitar su alineación en la empresa del Grupo

\* El número corresponde a los proveedores con orden de compra vigente.

## Canales de diálogo con proveedores

- **Registro de aspirantes a proveedor.** Contamos con una base de aspirantes a proveedor donde las empresas interesadas pueden registrarse y quedar habilitadas para presentar propuestas en los pedidos de cotización del Grupo Telecom.
- **Véndale a Telecom.** Desde la página web corporativa ([www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)), nuestros proveedores tienen un espacio con toda la información necesaria para establecer contacto con la empresa y hacer negocios. Dentro de los servicios que ofrecemos a nuestros proveedores en este sitio web, destacamos los siguientes:
- **Rubros y subrubros.** Informamos sobre todos los rubros y subrubros con los que clasificamos los productos y servicios para nuestro abastecimiento.
- **Proveedores actuales.** Incluimos el listado de todos los proveedores que han recibido al menos una orden de compra o nota de pedido emitida durante los dos últimos años.
- **Pedidos de cotización.** Damos la posibilidad de consultar los productos y servicios que estamos interesados en adquirir en la cartelera de pedidos de cotización.
- Ofrecemos todos los documentos que utilizamos como marco de la relación con nuestros proveedores:
  - Instrucciones generales para la presentación de propuestas
  - Condiciones Generales de Contratación
  - Pliego Unificado de Contratación

## Compre Trabajo Argentino

Conforme a la ley 25.551, nuestra empresa ha configurado sus procesos licitatorios de forma tal de incentivar, priorizar y asegurar la participación de proveedores locales, en caso de que existan, o impulsar el desarrollo local cuando no existiera.

### 8.1. Optimización del proceso de selección y evaluación de proveedores

Siguiendo con la metodología de trabajo en función de una matriz estratégica para la detección y clasificación de proveedores, Matriz de Kraljic, este año la Dirección Abastecimiento trabajó en un nuevo modelo de Evaluación de *Prospects* (Proveedores Potenciales), que cuenta con una normativa específica que refleja el proceso y su implementación.

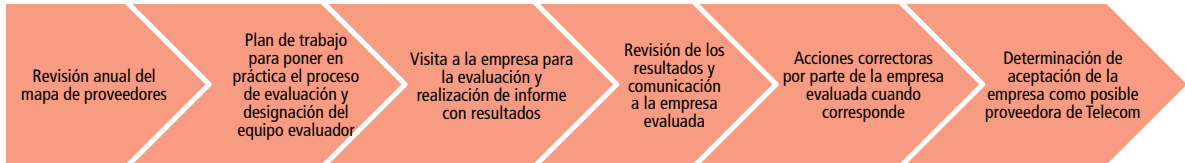
Como parte del desarrollo del modelo, *Strategic Sourcing* coordina el armado del equipo interdisciplinario que formará parte de la visita en sitio, en función del requerimiento. Cada referente analiza desde su idoneidad el nivel de cumplimiento del posible proveedor a los puntos inherentes de la especificación. Dichos referentes emiten un informe con sus calificaciones y observaciones sobre su área de incumbencia. *Strategic Sourcing* coordina el armado del reporte final.

Las visitas se aplican preferentemente ante un nuevo concurso, ya sea con proveedores nuevos o con empresas que ya hayan sido proveedores de Telecom en otras ocasiones.

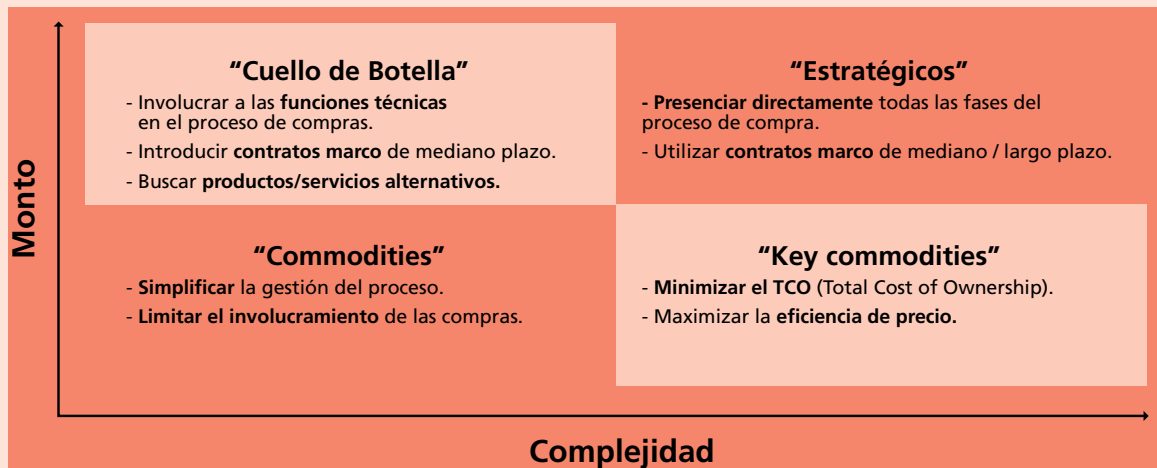
Para la realización de dicha visita, el equipo de representantes de Telecom asiste a la empresa proveedora o potencialmente proveedora con el objetivo de determinar si ésta reúne las condiciones aceptables para ser contratada, realizando luego un informe que lo acompañará. Dentro de los aspectos evaluados, se tienen en cuenta el cumplimiento de las normativas legales vigentes así como también los compromisos y adhesiones que Telecom haya asumido, como por ejemplo el Pacto Mundial, temas sociales, de derechos humanos y condiciones laborales.

En caso que los resultados del informe indiquen aspectos a mejorar por parte del proveedor, se procede a comunicarlos a dicha empresa. Si estos son de pronta resolución, se espera que la empresa los solucione y comuni-

que al equipo de Telecom. En caso que las acciones necesarias para la resolución necesiten de medidas de mediano o largo plazo, la empresa visitada no se habilitará hasta que implemente las medidas tendientes a resolver las falencias detectadas. En ambos casos, los resultados son comunicados personalmente a la empresa visitada.



La matriz estratégica (Matriz de Kraljic) está dividida en dos ejes (Complejidad vs. Volumen de Compras) conformando cuatro cuadrantes (Estratégicos, Cuello de botella, Commodities y Key Commodities) con los que se trabaja con estrategias diferenciadas para cada grupo.



### Control en Salud, Seguridad y Medio Ambiente a proveedores

Bajo la responsabilidad de la Gerencia Riesgos del Trabajo y Medio Ambiente, en el año 2008 se realizaron controles a las empresas proveedoras de Telecom revisando:

- Auditoría en campos y obradores por parte de Telecom (Verificadores Técnicos, Sobrestantes de Obras y Prevencionistas)
- Controles de entrega de Elementos de Protección Personal
- Capacitación dada a su personal
- Que posean sistema de controles en campo internos



## 8.2. Prueba piloto del modelo de evaluación de proveedores (*Vendor Rate*)

Durante 2008, nos focalizamos en llevar a la práctica nuestra herramienta de evaluación *Vendor Rate* con algunas áreas estratégicas del negocio de Telecom.

Para ello, capacitamos en la herramienta a los usuarios, teniendo en cuenta la metodología de la práctica de gestión de cambios: fidelizar, comunicar y capacitar. De esta forma, la inducción facilitó la participación de los empleados de Telecom en la prueba piloto. Como complemento de la capacitación, creamos un Manual de Proceso para administradores de la herramienta, con la finalidad de brindar a los usuarios una guía sencilla (pantalla a pantalla) con la ayuda necesaria para su implementación.

En el proceso de evaluación del Sistema *Vendor Rate* intervienen las siguientes direcciones de la compañía:

- Dirección Capital Humano: Control de Prestadores
- Dirección Administración y Finanzas: Cuentas a Pagar
- Dirección Unidad Red: Calidad e Ingeniería, Planta Externa
- Dirección Sistema Gestión de la Calidad
- Dirección Abastecimiento y Logística
- Dirección Grandes Clientes y *Wholesale*
- Dirección *Real Estate*

A continuación se detallan algunas áreas y sus variables de evaluación (KPI) que se relacionan con nuestra gestión de RSE:

### Compras

- Nivel de precio de los equipos
- Nivel de precio de los servicios asociados
- Impacto de los costos excepcionales (fuera del contrato)

### Calidad

- Acorde con las regulaciones y especificaciones técnicas
- Índice de Calidad Técnica de Materiales y Equipos
- Cantidad de Cierres Erróneos (CCE)
- Índice compuesto de Solicitudes (ICS)

### Nivel de servicio

- Tiempo de entrega
- Puntualidad
- Errores de entrega debido al proveedor
- Flexibilidad frente a solicitudes especiales
- Cumplimiento de las garantías
- Calidad de los trabajos asociados
- Calidad de la persona de contacto/interfaz

### Cumplimiento de Plazos

- Tiempo Medio para Completar una solicitud (TMC)

### CAP (Cuentas a Pagar)

- Cumplimiento de los requisitos legales e impositivos por parte del proveedor
- Presentación en tiempo de las exenciones impositivas
- Cesión de facturas

### Control de Prestadores

- Cumplimiento de normativa (documento de ingreso) ART con cláusula de no repetición o accidentes personales (para monotributistas) y seguro de vida
- Cumplimiento norma (aprobación de tareas) ART con cláusula de no repetición o accidentes personales (para monotributistas) y seguro de vida
- Cumplimiento norma (auditoría en sitio). Documentación requerida completa

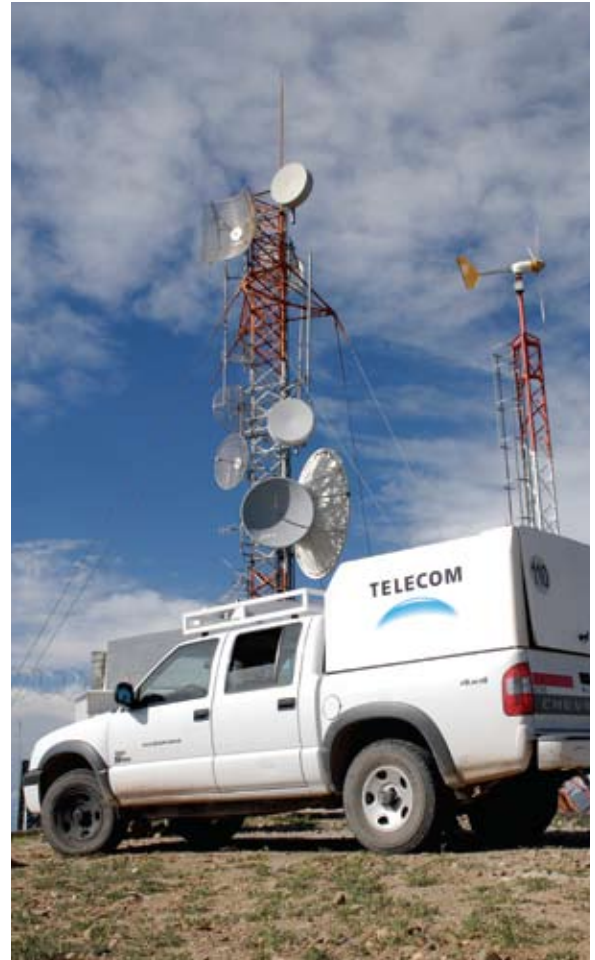


Con la incorporación de la Dirección Capital Humano como evaluadora en este proceso, incluimos los aspectos ya considerados – normativa vigente, precio, calidad, nivel de servicio, facturación y pago – aspectos sociales, de derechos humanos y condiciones laborales. Para el año 2009 está previsto profundizar la presencia de dichos indicadores en las evaluaciones.

A su vez, seguimos trabajando en mejorar la herramienta, para hacer más eficientes los procesos:

- Creamos un listado del proceso de evaluación para detectar faltantes de datos y velar por las secuencias de información.
- Optimizamos los tiempos para creación y registro de las evaluaciones: de 1 semana a 3 días con baja tasa de error.
- Mejoramos la carga de tiempos en el reporte consolidado: de 3 días a 1 día.

- Optimizamos los métodos de medición de los indicadores clave y prestaciones, con indicadores predefinidos con única regla de medición.
- Alineamos los indicadores clave de control de prestadores con la generación de una fórmula basada en la Matriz de Kraljic.
- Brindamos la posibilidad de consultar sobre los indicadores de forma *online*.



**Vendor Rate** es nuestra herramienta de evaluación de proveedores que genera un servicio con valor diferencial a nuestros clientes internos ya que:

- Está alineada al negocio
- Facilita la toma de decisiones
- Detecta acciones de mejora continua
- Potencia la transparencia
- Potencia el diálogo con los proveedores

Para mayor información sobre la herramienta, ver el Reporte de Responsabilidad Corporativa 2007 en [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar).

# 9

## COMUNIDAD

9.1. Educar para la era digital .....	75
9.2. Recepción de requerimientos externos...	78
9.3. Telecom – Educación y tecnología .....	79
9.4. Educación e inclusión social.....	83
9.5. Telecom y la cultura .....	89
9.6. Telecom y el deporte.....	92
9.7. Otras actividades con la comunidad .....	94
9.8. Aliados en el trabajo con la comunidad ...	98
9.9. Acciones de Nucleo S.A. con la comunidad en Paraguay .....	99

## 9. Comunidad

Durante 2008, de cara a la comunidad, nos enfocamos en la educación y la tecnología, brindando oportunidades concretas de formación e inclusión. En este marco, los principios rectores fueron: acortar la brecha digital, ofrecer mayores posibilidades de acceso al conocimiento, brindar soluciones innovadoras y promover el uso responsable de la tecnología.

El lema del trabajo realizado en torno a la comunidad fue **“Educar para la Era Digital”**. Además, realizamos una inversión social en educación para la inclusión social, y brindamos a la comunidad un accionar continuo en materia de cultura y deporte.

### Principales actividades desarrolladas en 2008

- Declaración de la política de Responsabilidad Social Empresaria de Telecom Argentina
- Planeamiento de la inversión social enfocada en la educación, la tecnología y la inclusión social
- Aporte de herramientas a más de 10.000 docentes para acercarlos a las nuevas tecnologías en el proceso de aprender y enseñar
- Expansión del programa Telecom-Profesores para el Futuro
- Lanzamiento de Senti2 Conecta2
- Realización de 3 Centros Pescar-Telecom
- Primera prueba piloto de Tecnología para Todos
- Posicionamiento público de Telecom como contribuyente a la educación argentina
- Perfeccionamiento de un sistema de trabajo para mejorar el conocimiento de las organizaciones de los sectores público, privado y social de todo el país, que además nos permita mejorar el nivel de respuesta a los requerimientos recibidos
- Inicio de acciones para la creación de una Red de Voluntarios Telecom para dar respuesta a demandas locales al tiempo de motivar al personal de la empresa y fortalecer el compromiso social con la comunidad

### Canales de diálogo con la comunidad

Desde la Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria mantenemos contacto fluido con la comunidad, la que se refleja en la continua participación, a nivel nacional, en encuentros, grupos de trabajo, investigaciones y programas realizados en conjunto con organizaciones y organismos.

Nos comunicamos telefónicamente, vía correo electrónico o personalmente con individuos e instituciones que nos hacen llegar sus requerimientos, proyectos y propuestas. La llegada de estos pedidos puede darse a través del sitio web, a través del personal de la Compañía, y a través de organizaciones aliadas, y todos son recibidos, evaluados y respondidos.

A su vez, comunicamos las principales acciones que se realizan con la comunidad mediante el trabajo de prensa.

Contamos con un canal de comunicación vía correo electrónico cuya dirección es: [rse@ta.telecom.com.ar](mailto:rse@ta.telecom.com.ar).

### 9.1. Educar para la era digital

#### ■ TELECOM – Profesores para el Futuro



El Programa, desarrollado en alianza con la Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Buenos Aires, capacita a los docentes en generar sus propios contenidos digitales interactivos para la enseñanza de ciencias básicas (matemática, física y química) en escuelas de nivel medio y universitario.

Desde sus inicios el programa se implementó, con un curso básico, en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, Entre Ríos y Santiago del Estero con la opción virtual-presencial; y para todo el país en opción virtual.



En 2008 se incorporó la instancia superior de *e-learning* para docentes, en la que todos aquellos profesores que aprobaron el curso básico aprendieron a diseñar sus propias "aulas virtuales" incorporando contenidos de web 2.0.

Además, se creó el sitio web del programa, que enlaza al campus virtual donde los profesores cursan los diferentes niveles de capacitación.

Desde 2005 hasta hoy, las inscripciones superan los 2.000 docentes, de los cuales más de 1.300 realizaron alguna instancia de capacitación y casi 800 aprobaron los cursos realizados.

**Hitos 2008**

- Lanzamiento del sitio web [www.profesoresparaelfuturo.com](http://www.profesoresparaelfuturo.com)
- Lanzamiento del campus virtual para la capacitación a cargo de UTN-FRBA

- Promedio de 1.000 visitas únicas mensuales a la página web
- Publicación de los trabajos más destacados de 2007, como reconocimiento al desarrollo de contenidos
- Más de 1.000 docentes inscriptos en todos los cursos
- Más de 700 docentes matriculados culminaron alguna instancia de capacitación
- 60% de los docentes matriculados aprobaron las distintas capacitaciones
- Más del 95% de satisfacción con el Programa, según las encuestas procesadas
- El desarrollo del programa permitió que en Mendoza, con computadoras donadas por la empresa, se armara el "Aula Telecom" en la escuela Rafael Obligado (que dirige una docente que se destacó por su proyecto en 2007), apta para capacitaciones de este programa u otros

Profesores para el Futuro - Resultados 2008			
	Docentes inscriptos	Docentes matriculados	Docentes que aprobaron
<b>Total</b>	<b>1.025</b>	<b>708</b>	<b>417</b>
Curso básico Creación de Material Educativo Multimedia virtual-presencial	459	217	211
Curso básico Creación de Material Educativo Multimedia virtual	217	102	102
Curso avanzado <i>E-learning</i> para docentes ( <i>Moodle</i> )	201	147	98

*"Esto abre unas posibilidades extraordinarias en cuanto a las explicaciones. Es dejar de lado por un tiempo la tiza y el pizarrón para que los chicos puedan visualizar mucho mejor y en menor tiempo conceptos de física y matemática que, a veces, son muy difíciles de entender y comprender".*

*Sergio, docente de Entre Ríos*

## ■ Senti2 Conecta2



En 2008 lanzamos Senti2 Conecta2, centrado en favorecer la comunicación entre docente y alumno y facilitar el aprendizaje mediante el uso pedagógico de las nuevas tecnologías. Se apoya en materiales didácticos especialmente preparados para relacionar las tecnologías de información y comunicación (TIC) con diferentes campos del conocimiento: la lengua y la literatura, las artes, la ética y la ciudadanía, la mediación y la resolución de conflictos.

El programa se basa en la distribución gratuita de un *kit* didáctico, que contiene múltiples actividades y propuestas dirigidas a niños de 10 a 15 años, para que los docentes puedan aplicar a la enseñanza diaria del aula.

Senti2 Conecta2 llega a la escuela cuando el docente se adhiere al programa y recibe el *kit* con el material necesario para trabajar en clase. La propuesta se complementa con el sitio web [www.senti2conecta2.com.ar](http://www.senti2conecta2.com.ar), que incluye *blogs* para docentes y alumnos; una versión digital del *kit* y el acceso a las capacitaciones, entre otros. También se pone a disposición el Centro de Coordinación Senti2 Conecta2, que cuenta con un número telefónico gratuito (0800-345-4020) para asesoramiento, dictado de capacitaciones presenciales y virtuales para los docentes; y visitas a escuelas de coordinadores pedagógicos.

Como instancia final de comprobación del potencial de este *kit*, se llevó a cabo un Concurso -al que se presentaron más de 1.200 trabajos- para premiar a los proyectos destacados de escuelas primarias y secundarias.

Senti2 Conecta2 ya está en uso por parte de más de 9.000 docentes, 2.400 escuelas de las ciudades de Buenos Aires, Rosario y Santa Fe, y de las provincias de Buenos Aires y Tucumán; y cuenta con la declaración de interés educativo por parte del Ministerio de Educación de la Nación y por parte del Ministerio de Educación de Tucumán.



*“La experiencia de trabajar con el material en el aula resultó interesante. Los alumnos pudieron ‘leerlo’ -y no hablo de la simple lectura, sino del análisis y manejo del material- sin ninguna dificultad. En cambio yo, que soy de otra época, me perdí varias veces, no sabía por dónde seguir, ni a qué atender primero. Me parece muy bueno que estén armados de acuerdo a las nuevas estructuras mentales. ¡Casi que los alumnos me explicaron algunas cosas! Y resultó gratificante trabajar con ese cambio de roles, donde los chicos guiaban la clase y su propio aprendizaje”.*

**Claudia, docente de  
Provincia de Santa Fe**



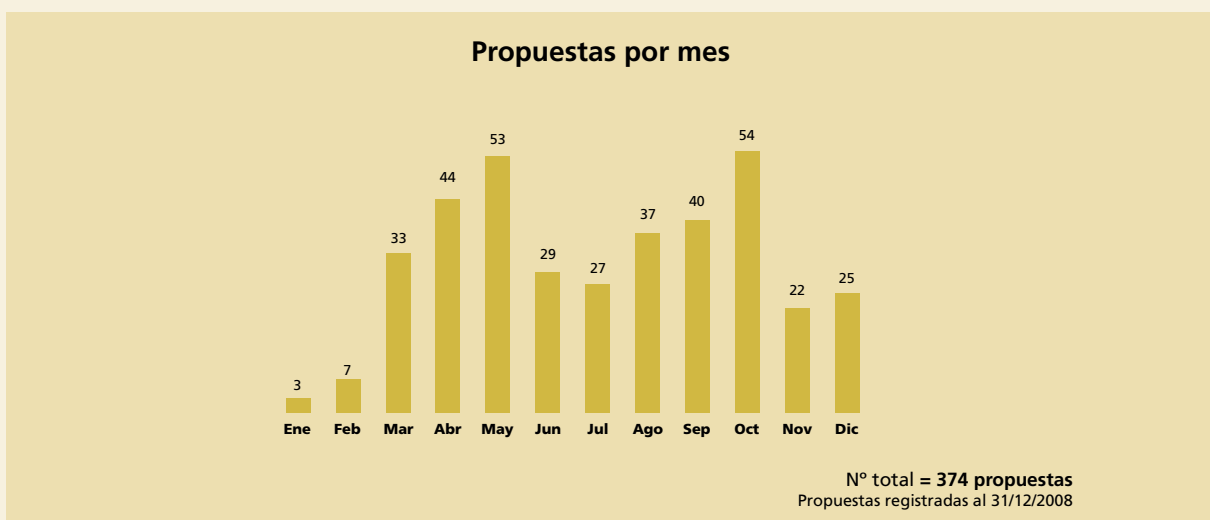
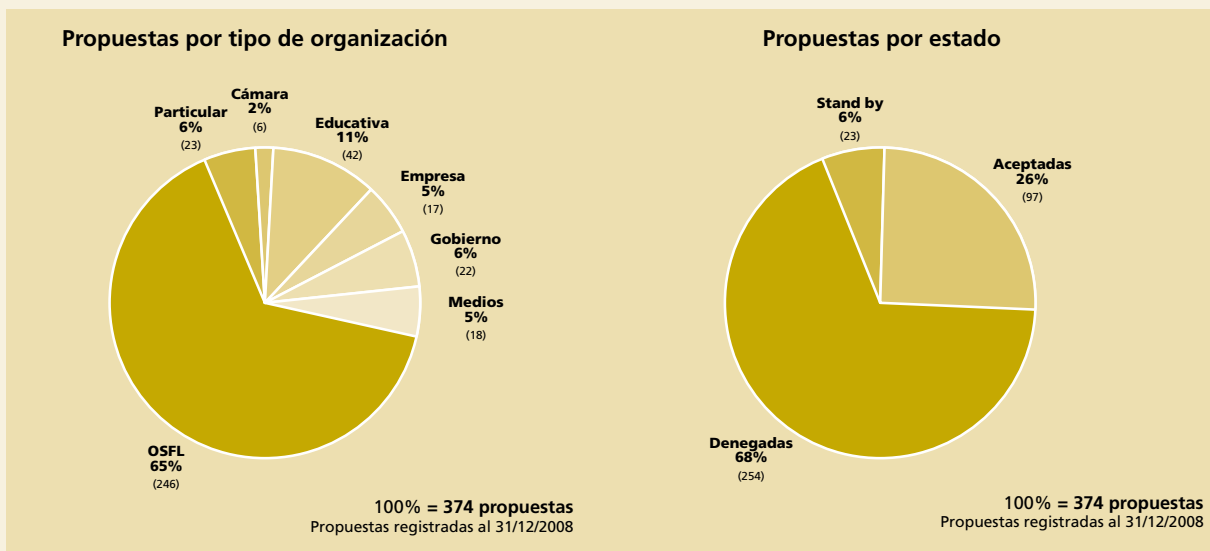
## 9.2. Recepción de requerimientos externos

En 2008, iniciamos la sistematización de los pedidos de colaboración comunitaria que llegan a Telecom, para afianzar nuestro proceso de diálogo con el público externo.

La Gerencia de RSE es la encargada de recibir los pedidos institucionales. En forma semanal, un equipo de trabajo analiza en detalle cada solicitud y evalúa la viabilidad del proyecto o colaboración. Como resultado, todas las semanas se da respuesta a los pedidos recibidos.

Durante el año, recibimos un total de 374 pedidos de colaboración. Las organizaciones sin fines de lucro son las que presentaron mayor cantidad de pedidos, seguidas por instituciones educativas.

Hemos contribuido con un 26% de los pedidos recibidos, y ello como complemento del plan de inversión social en educación, tecnología e inclusión social.



Además de dar respuesta a los requirentes, este proceso nos ayuda a conocer con mayor profundidad las demandas y las cuestiones centrales que hacen al desarrollo humano y social, por eso es tan valioso poder conocer a los actores que se acercan ya que, a futuro, podemos relacionarnos nuevamente con ellos, articular proyectos conjuntos, o hacer "puente" para otra organización o empresa que pueda canalizar las diversas inquietudes



### 9.3. Telecom – Educación y tecnología

#### ■ Campaña “Internet en Familia”

Bajo el lema “*Cuando tu hijo navega por Internet, la mejor brújula sos vos*”, esta campaña nació con la misión de crear un espacio de debate sobre el uso de Internet en los chicos, con el objetivo de crear conciencia sobre la importancia de guiar a los niños y adolescentes cuando navegan por la web.

A partir de una iniciativa del Ministerio de Educación de la Nación, en junio de 2008 se publicó de forma masiva (Revista Viva de Clarín) un cuadernillo-guía para orientar a los adultos sobre el uso de Internet por parte de niños y jóvenes. Entre otros aspectos, se sugiere a los adultos construir un código familiar para el uso de la computadora; estimular a los chicos a que cuenten lo que viven en su experiencia de navegación; mantener la computadora en una sala de uso común familiar y, sobre todo, dialogar con los chicos sobre los modos de aprovechar esta herramienta de manera correcta y responsable, y realizar así todo su potencial.

Telecom se propone contribuir al buen uso de esta herramienta que no sólo modifica los hábitos de comunicación de los adultos sino, fundamentalmente, de los más chicos, para quienes el mundo de la tecnología les es natural y cotidiano. Al internarse en la web, los niños se enfrentan a infinitas posibilidades y, para que puedan aprovecharlas, es necesario que los adultos los acompañen y los guíen.

Como aporte a la campaña, Telecom se encargó de la creación y realización de dos cortos de concientización que se difundieron ampliamente a través de distintos medios masivos y también en diferentes eventos educativos y de RSE, durante todo el año.

#### Aportes de Telecom

- Creación de 2 spots de difusión
- Aporte a la pauta televisiva en canales de aire
- Pauta en las principales cadenas de exhibición cinematográfica desde junio hasta septiembre
- Difusión en la home institucional de Telecom y de Arnet
- Difusión en eventos educativos, culturales y de RSE en los que Telecom expuso

#### Difusión de la campaña

- Más de 800.000 ejemplares distribuidos junto a la revista Viva, de Clarín, el domingo 15 de junio de 2008
- Más de 10.000 ejemplares distribuidos por el Ministerio de Educación en escuelas públicas
- Pauta en medios masivos de comunicación: gráfica en el diario Clarín, canales de aire, de cable, canal Encuentro y principales cadenas de exhibición cinematográfica





### ■ Donación de equipamiento informático

El programa tiene como objetivo recuperar para la comunidad aquellos equipos informáticos y demás elementos que, por diferentes razones, han agotado su funcionalidad para la empresa. En el transcurso de 2006-2008, se entregaron más de 2.600 computadoras a escuelas y diversas organizaciones de todo el país.

Por otra parte, en ese mismo período, se entregaron más de 13.500 unidades de material informático en desuso a instituciones y escuelas técnicas para ser utilizadas en el aprendizaje de sus alumnos y para la creación de talleres de capacitación. Entre las organizaciones receptoras del material, se encuentra la Asociación María de las Cárceles, que trabaja con internos del Servicio Penitenciario, quienes reparan las máquinas y luego las donan a escuelas rurales sin acceso a las nuevas tecnologías; la Fundación Equidad, donde se capacita a personas de bajos recursos en la reparación y armado de computadoras; y la Asociación Va de Vuelta, cuyo programa Gestión de Residuos Electrónicos promueve el uso más eficiente de los recursos, previene una mayor contaminación de nuestro medioambiente y contribuye a la generación de empleos en los sectores más postergados.



Donación de Equipamiento Informático	2008
<b>Computadoras completas</b>	
Buenos Aires	226
Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero	81
Córdoba, La Rioja y Mendoza	193
Litoral y Noreste	894
<b>TOTAL DONACIONES COMPUTADORAS</b>	<b>1.394</b>
<b>Material Informático</b>	<b>2008</b>
<b>Elementos</b>	
Buenos Aires	4.524
Litoral y NEA	2.725
<b>TOTAL ELEMENTOS</b>	<b>7.249</b>
<b>Tarimas (material a granel)</b>	
Córdoba	62
NOA	2
<b>TOTAL TARIMAS</b>	<b>64</b>

### ■ Encuentro Nacional Escuelas 2008

Consistió en un espacio de capacitación e intercambio sobre gestión y educación, organizado por la Fundación Compromiso y la Universidad Argentina de la Empresa (UADE). Fue declarado de interés educativo Nacional por el Ministerio de Educación de la Nación.

El objetivo de las jornadas fue reflexionar y compartir buenas prácticas de incidencia, articulación y promoción de acciones a escala que acompañen el fortalecimiento del sistema educativo y el incremento de oportunidades para chicos, chicas y adolescentes de nuestro país.

Telecom, desde la Gerencia de RSE, participó como expositor en el Taller de Educación y Tecnología con el objeto de fomentar la utilización de las nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza y aprendizaje, disminuyendo la brecha digital y comunicacional entre ambos.



### ■ Arte en las Escuelas



A partir de 2008, Telecom brinda apoyo activo a este programa, cuyo objeto es mejorar la calidad de la educación y disminuir los porcentajes de abandono y repitencia escolar, a través de la articulación de la práctica artística con los espacios curriculares de cada escuela.

En alianza con la Fundación *Standard Bank*, Fundación Loma Negra, Fundación Victoria Jean Navajas y Bosch, este programa está destinado a introducir el arte en la enseñanza escolar para que los alumnos encuentren distintas alternativas de aprendizaje. La importancia de la vinculación con el campo artístico se basa en la posibilidad que da el arte, como discurso abierto y práctica creativa, de incrementar y fortalecer la capacidad de análisis.

En junio de 2008, finalizó la etapa de selección de las 4 escuelas que se sumaron a las 13 existentes en el programa. Las seleccionadas fueron: una de Corrientes Capital, una de Jujuy Capital, y dos de Santiago del Estero, quienes presentaron proyectos educativos integrales para participar del programa.

### Arte en las Escuelas en cifras

- Se sumaron al programa 330 docentes y 1.378 alumnos
- 72 personas participaron del Encuentro Anual Inter Escuelas
- Se realizaron 2 cursos de capacitación a distancia (junio – agosto) donde participaron 12 escuelas y 69 docentes y directivos
- Se realizó el curso "El arte promotor del aprendizaje: proyectos integrados de lenguajes expresivos en la escuela" (septiembre – noviembre) donde participaron 15 escuelas y 45 docentes y directivos.
- 22 talleres y capacitaciones realizadas

### ■ INNOVAR – Certamen Nacional de Innovaciones



Con el fin de contribuir con la investigación y el desarrollo, Telecom acompañó desde el año 2005 el Concurso Nacional de Innovaciones, una iniciativa del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación. Innovar busca detectar y exaltar la capacidad de innovación en productos y procesos, y para esto convoca a la presentación de prototipos de productos innovadores desarrollados en todas las ramas de la tecnología.

En 2008, Telecom participó activamente en el lanzamiento y difusión del concurso en todo el país y a través de sus páginas web institucionales (Telecom, Personal y Arnet). También colaboró en el auspicio de la muestra que se realizó en octubre.

En 2008 se recibieron 1.816 proyectos, un nuevo récord de presentaciones, provenientes de todo el país. De ellos, fueron seleccionados alrededor de 250 para la exposición y 330 formaron parte del catálogo 2008.





#### 9.4. Educación e inclusión social

##### ■ Centros Pescar-Telecom



Telecom, junto con la Fundación Pescar Argentina, impulsa los Centros Educativos Pescar, cuya misión es completar la formación de adolescentes en condiciones de mayor vulnerabilidad social, otorgando las herramientas para su ingreso al mercado laboral y propiciando valores que amplíen sus perspectivas de desarrollo.

Bajo el lema *“Si quieres quitar el hambre a un hombre, dale un pez; pero si quieres que no vuelva a tener hambre, enséñale a pescar”*, la propuesta brinda nueve meses de capacitación teórico-práctica, además de una formación personal y ciudadana.

El objetivo del Programa Pescar va más allá de la oportunidad de aprender para ejercer una profesión en distintos sectores de la industria, del comercio y de prestaciones de servicios. Por el contrario, busca promover el desarrollo integral de los jóvenes, estimulándolos a adoptar nuevos hábitos, actitudes de convivencia y de ciudadanía. Su filosofía intenta recobrar la tan nombrada “cultura del trabajo” preparándolos para un mejor desempeño en el ámbito laboral.

Telecom trabaja junto a la Fundación Pescar Argentina desde el año 2005. Desde entonces se creó un centro en Zárate-Campana, cuatro en Salta, dos en Corrientes y uno en Mendoza, haciendo posible la apertura de los primeros Centros Pescar que funcionan en el interior del país.

**CENTROS PESCAR-TELECOM**

- 6 promociones de jóvenes a diciembre de 2008
- Más de 150 jóvenes beneficiados
- 20 alumnos cursan actualmente en el Centro Telecom-Palmero en Mendoza
- 20 alumnos cursan actualmente en el Centro Telecom en Corrientes
- 19 alumnos cursan actualmente en el Centro Telecom en Salta
- Más de 50 voluntarios de Telecom participan del proyecto
- Más de 2.000 horas de capacitación dictadas

*“Es una oportunidad que el día de mañana va a representar una ventanita que se abre y que a los chicos les va a permitir ver el mundo de manera distinta. Ojalá que para muchos represente más que eso, represente una puerta por donde salir a descubrir nuevos caminos y oportunidades que podrán aprovechar con éxito”.*

**Patricia,**  
*voluntaria de la escuela de Salta.*



### ■ Alianza Telecom – APAER



Telecom colabora con la Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER) desde hace 12 años, con participación en proyectos de construcción, mejora edilicia e instalaciones básicas. Además, acompaña activamente la promoción de huertas en las comunidades rurales de todo el país.

Hasta el momento se desarrollaron huertas en 467 escuelas, se construyó un establecimiento educativo en Santiago del Estero y un jardín de Infantes en Quitilipi, Chaco. También se impulsaron micro-emprendimientos comunitarios. Este programa ha beneficiado, hasta la fecha, a más de 24.900 alumnos.

A través del aporte que Telecom realizó en 2008, se pudieron concretar mejoras edilicias en establecimientos educativos del interior del país, tales como:

- Construcción de cocina comedor en la Escuela N° 116 (Neuquén)
- Reparaciones generales en la Escuela N° 102 (Entre Ríos) y la Escuela N° 1182 (Santiago del Estero)
- Armado de la huerta en la Escuela N 328 (Santiago del Estero)
- Construcción de un panel solar para la Escuela N° 832 (Santiago del Estero)
- Creación de dos criaderos avícolas en la Escuela N° 64 (Chaco) y la Escuela N° 945 (Santa Fe)

Además, en agosto de 2008 y con motivo del Mes del Niño, los empleados de Telecom se unieron en una convocatoria voluntaria que recolectó 5.000 juguetes para ser distribuidos a niños de escuelas rurales en todo el país.



■ **Proyecto Nexos**

Proyecto Nexos, impulsado por el Centro de Implementaciones de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), busca fortalecer las capacidades de los Estados provinciales en el diseño, la planificación y el gobierno democrático de la política educativa. De esta manera, se genera un espacio institucional dedicado a promover un diálogo informado sobre políticas educativas, que sea capaz de aportar fundamentos para las discusiones y definiciones de la planificación educativa.

El objetivo general se centra en el desarrollo de una base de documentos que funcionen como una caja de herramientas con lineamientos básicos para discutir la política educativa en las provincias. Una vez generados los contenidos, el proyecto continuará con las instancias de difusión y participación provincial señaladas entre las actividades.

Telecom, junto a otras empresas y fundaciones, integra un consorcio que apoya desde 2006 el desarrollo del proyecto.

**Actividades:**

- Elaboración de la caja de herramientas Nexos: 6 documentos y 11 fichas
- Distribución de 500 cajas de herramientas a los ministerios de educación provinciales y referentes educativos
- Elaboración de 2 documentos sobre calidad educativa
- 17 talleres de planeamiento en 12 provincias (Corrientes, La Rioja, Tucumán, Catamarca, Santa Cruz, Jujuy, Chaco, Santa Fe, Córdoba, Río Negro, Chubut y Santiago del Estero)
- Sistematización de 70 experiencias de políticas y más de 100 opciones de política educativa para las provincias

Para más información acceder a la web: [www.cippec.org/nexos](http://www.cippec.org/nexos).

■ **Documento Las Nuevas Tecnologías de la información y la Comunicación en la Educación**

A pedido de Telecom, en noviembre de 2008, el Programa de Educación de CIPPEC comenzó a elaborar las bases de un documento que en 2009 reflejará temas como el concepto de TIC, diagnóstico de la situación actual, debates, consensos y disensos, experiencias provinciales e internacionales y las opciones de diferentes políticas para incluir

las nuevas tecnologías en la currícula educativa actual de la Argentina.

El documento seguirá el modelo de trabajo del Proyecto Nexos, también desarrollado por CIPPEC. Esto permitirá extender su difusión en las provincias y el desarrollo de talleres de planeamiento educativo en varias jurisdicciones.

A su vez, se propone desarrollar un intercambio con el Ministerio de Educación de la Nación y ministerios de educación provinciales, para fortalecer el documento en base a las experiencias desarrolladas en Argentina en la materia y para brindar un marco de apoyo al planeamiento federal de las políticas vinculadas con las nuevas tecnologías en el sistema educativo.

■ **Telecom – Tecnología para Todos**



Este programa comenzó en septiembre de 2008. Su objetivo es promover la inclusión social de distintas comunidades a través de la alfabetización digital, utilizando la tecnología como herramienta para el desarrollo humano y abordando contenidos de responsabilidad ciudadana. Mediante la creación de diversos espacios digitales en convenio con organizaciones públicas y de la sociedad civil, la propuesta brinda herramientas de promoción social que benefician a segmentos de la población de bajos recursos.



## ■ Escuelas del Bicentenario

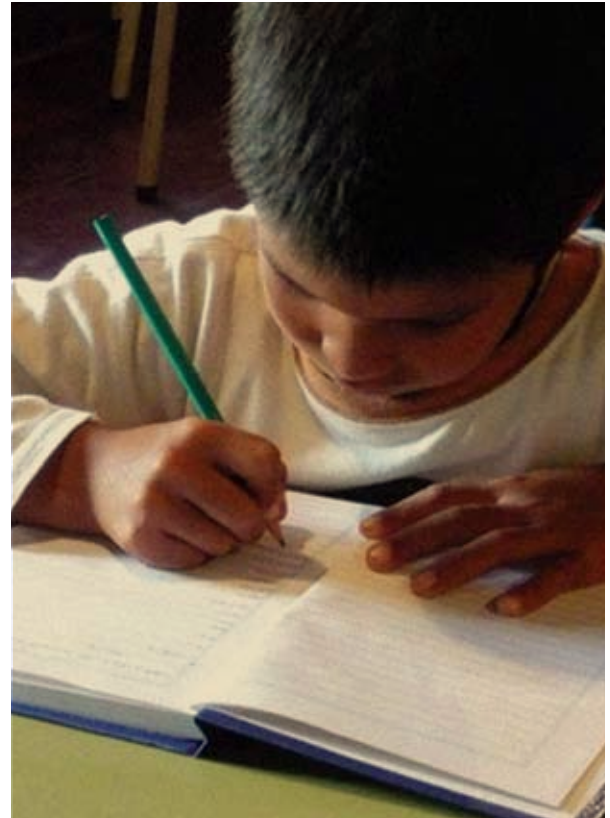


Escuelas del Bicentenario es un proyecto diseñado por el IPE-UNESCO y la Escuela de Educación de la Universidad de San Andrés. Por un lado, se propone contribuir con la mejora de escuelas públicas que atienden a población en contextos de pobreza; y por otro, sistematizar estas experiencias en un modelo de mejora escolar que pueda colaborar con el diseño de políticas públicas a mayor escala.

En su modelo ramillete trabaja en cinco jurisdicciones: Buenos Aires, Chaco, Corrientes, Santa Cruz y Tucumán. Atiende actualmente a 40 escuelas públicas, abarcando una población de alrededor de 20.000 niños y trabaja en 3 Institutos Superiores de Formación Docente, con llegada a más de 600 futuros docentes.

En 2008, Telecom se sumó a este proyecto y participa, junto a un consorcio de empresas, dando apoyo a las escuelas primarias del Primer Modelo Distrital en la localidad de Gobernador Virasoro, provincia de Corrientes.

El modelo distrital lleva adelante un cronograma de acciones de cuatro años de duración, que apuntan a conformar un equipo técnico local que trabajará en cada una de las escuelas de Virasoro.



### Se trabaja en cuatro líneas de acción:

1. Condiciones de salud básicas para el aprendizaje de los alumnos
2. Mejora de la gestión institucional en las escuelas
3. Desarrollo de las principales áreas académicas y puesta en marcha de propuestas pedagógicas
4. Apoyo a Institutos de Formación Docente locales





Este modelo permite que el Estado Provincial, la Municipalidad, las entidades privadas y el IIPE-UNESCO junto con la Escuela de Educación de la Universidad de San Andrés, constituyan un verdadero núcleo de cooperación orientado a la mejora educativa.

En el primer año de trabajo se realizó el diagnóstico general de la situación escolar del distrito, se seleccionó y capacitó a la coordinadora y a los equipos locales que trabajaran en cada una de las líneas de acción.

En el caso de Gobernador Virasoro, se benefician en forma directa a más de 5.000 alumnos y 200 docentes, y directivos de las escuelas del municipio.

**FORTALEZAS DEL MODELO DISTRITAL**

MAYOR ARTICULACIÓN Y COOPERACIÓN ENTRE EL ESTADO PROVINCIAL Y/O LOCAL Y OTROS ACTORES DE LA SOCIEDAD CIVIL  
(organizaciones especializadas, empresas, fundaciones)

CONSTITUCIÓN DE UNA ESTRUCTURA O MARCO LOCAL INTEGRADO, DONDE LAS ESCUELAS DESARROLLAN SUS MEJORAS EN FORMA SIMULTÁNEA, CONTRIBUYENDO A PALIAR DESAFÍOS CRÍTICOS COMO LA ROTACIÓN DOCENTE Y LOS CAMBIOS EN LA GESTIÓN DIRECTIVA.

MAYOR SUSTENTABILIDAD, REPLICIDAD Y ESCALABILIDAD DEL MODELO DE MEJORA ESCOLAR.

MAYOR IMPACTO A MENOR COSTO.

**■ Digamos Presente**

Telecom apoyó esta campaña educativa, cuyo objetivo es que todos -empresas e individuos- se sumen para colaborar con escuelas rurales de todo el país y promover la igualdad de oportunidades educativas mediante padrinzos que eviten la deserción escolar y mejoren la calidad de la educación que reciben los chicos que provienen de familias de menores recursos.

Por séptimo año consecutivo y bajo el lema “tu compromiso suma”, la Fundación Noble-Clarín lanzó esta campaña, en conjunto con la Red Solidaria, la Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER) y la Fundación Cimientos.



**■ Campaña Apadrinar - Promoción del padrinzos para escuelas rurales**

Telecom participó de esta campaña, que es impulsada por la Fundación Andreani, y que existe desde hace más de 16 años. Su objetivo es concientizar a la sociedad acerca del importante rol que cumplen las escuelas rurales y de frontera en la Argentina y sumar voluntades para multiplicar un compromiso con estas escuelas en todo el país.

### ■ Programa de formación integral en Gestión, Control y Valores

Telecom colaboró en el programa de la Asociación Polo de Desarrollo Educativo Renovador (Po.D.E.R), otorgando becas que están destinadas a integrantes de organizaciones sin fines de lucro que tengan el convencimiento de que la formación y la capacitación son imprescindibles para la gestión eficiente y profesional. A su vez, busca crear una nueva generación de dirigentes forjados en conocimientos, habilidades, valores, controles y conductas, desde un punto de vista eminentemente práctico. Desde 2005 hasta la fecha ya han sido becadas 37 personas de diversas organizaciones sin fines de lucro.



### 9.5. Telecom y la cultura

#### ■ Festival Telecom 2008 – Arte Contemporáneo en Vivo

El Festival Telecom es un ciclo gratuito multi artístico compuesto por recitales de *jazz* y *world music*, documentales de cine prácticamente inéditos en el país, fotografía y performances locales, con la innovación y la excelencia artística como factores comunes.

El Festival se desarrolló durante 2008 en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba y Rosario, con un total de 52.000 espectadores en todas las presentaciones. La entrada fue libre y gratuita. Entre los artistas y conjuntos que se presentaron se encuentran: María Rita, Jaime Roos, Hilda Lizarazu, Adriana Calcannhotto, Amadou et Mariam, Moreno + 2, Sophie Auster y Jacques Morelenbaum, entre otros. Para obtener más información, se puede acceder a la web: [www.festivaltelecom.com](http://www.festivaltelecom.com)



■ **Concurso Nacional de Música de Cámara**



**Secretaría de Cultura**  
Presidencia de la Nación

Este programa, organizado por la Secretaría de Cultura de Presidencia de la Nación, tiene como objetivo contribuir con el desarrollo de la música clásica en el país e impulsar la carrera de jóvenes intérpretes. La convocatoria se dirige a músicos de todas las especialidades, agrupados en conjuntos de entre dos y cinco integrantes. Ya participaron del certamen más de 65 conjuntos de todo el país. Como parte de los premios que reciben los grupos ganadores, se presentan en conciertos de las ciudades de Buenos Aires, Paraná y Bariloche.

En 2008, concursaron 12 grupos. El primer premio fue compartido, resultando ganadores dos conjuntos: el dúo Araujo-Cho, de violoncello y piano; y la dupla Núñez-Azar, de piano y saxo respectivamente.



■ **Promoción del Museo de Arqueología de Alta Montaña de Salta (MAAM)**



Telecom acompaña al Museo Arqueológico de Alta Montaña de Salta, poniendo a disposición el servicio de acceso a Internet en su modalidad *wi-fi* en forma gratuita para los visitantes. Por otra parte, pone a disposición del mundo una Visita Guiada Virtual al museo, creada y desarrollada para recorrer la muestra desde cualquier computadora que se encuentre conectada a Internet. Además, la empresa provee veinte unidades con tecnología MP4, que son utilizadas como audioguías por los visitantes, y que describen los elementos expuestos en el museo en seis idiomas (este año se incluyó el japonés).

■ **Museo de Arte Contemporáneo de Salta (MAC)**



Allí se desarrolla un taller de arte contemporáneo destinado a niños de 6 a 11 años, al que Telecom aporta los materiales para el trabajo que se realiza a lo largo del año. El objetivo del programa se centra en estimular la educación del lenguaje del arte contemporáneo en un espacio alternativo donde se pueda desarrollar la creatividad y el intercambio de experiencias a favor de la convivencia social.

Este año, se llevó a cabo el proyecto "Miradas reveladas", que reunió a un grupo de 20 chicos de colegios secundarios de la periferia de la ciudad. Trabajaron junto con la Escuela Nacional de Fotografía, y la consigna fue mostrar realidades distintas desde una mirada joven y creativa.



#### ■ Campaña de Igualdad de Género

Con el fin de despertar conciencia sobre la violencia de género, en Buenos Aires, Salta, Córdoba (Capital y Río Cuarto), Mendoza y Santiago del Estero, Telecom auspició la presentación de una muestra de humor gráfico con diferentes situaciones de esta problemática.

La muestra fue recopilada especialmente para la campaña por la Cruz Roja Argentina y presenta la *comics* de mujeres humoristas de todo el mundo, entre las que se encuentran Maitena (Argentina), Adriana Mosquera (Colombia), Toshiko Nishida (Japón) y María José Mosquera (España).





■ Personal y la música

Producto de una visión estratégica, Personal viene construyendo desde hace cinco años un vínculo de compromiso y asociación con la música. Desde la creación, en 2004, del primer festival anual de música internacional propio de una marca, *Personal Fest*, Personal apoya el desarrollo de la industria de la música en el país, así como el impulso al posicionamiento de artistas consagrados y también independientes. Durante 2008 además de promover el lanzamiento del disco de la reconocida banda nacional Babasónicos, en formato móvil antes que en CD, Personal acompañó el regreso a los escenarios de Los Fabulosos Cadillacs con una acción integral apalancada en la presentación del *Pack Música*, un nuevo formato innovador y flexible que permitió a los clientes elegir entre distintas propuestas que combinaban temas musicales del nuevo disco, *La Luz del Ritmo* y *hits* clásicos de la banda, a un precio sumamente conveniente.

Asimismo, Personal presenta anualmente el ciclo de conciertos "Personal en Vivo" que apoya la presencia de artistas de máximo nivel y el desarrollo de la música como medio de comunicación. Este ciclo se inició en Buenos Aires, en marzo de 2006, con la presencia de Santana, Oasis y Jamiroquai; y continuó en todo el país con artistas de primera línea como Catupecu Machu, Gustavo Cerati, UB40, Los Cafres, Calle 13, Andrés Calamaro y Emmanuel Horvilleur, entre otros.

9.6. Telecom y el deporte

■ Misión Olímpica Argentina en Beijing



Telecom proveyó la tecnología de comunicación y networking que acompañó a la Misión Olímpica Argentina en China. Dicha tecnología no sólo facilitó instancias logísticas vinculadas a las competencias (acreditación, pedido de turnos médicos, coordinación de reuniones y actividades, entre otros) sino también servicios especiales para los atletas y sus seres queridos, para que pudieran sentir el apoyo y respaldo que complementan la preparación física. A esto se sumó el desarrollo del portal olímpico [www.telecomolimpico.com](http://www.telecomolimpico.com), con contenidos exclusivos sobre los atletas que representaron a nuestro país. En dicho sitio web se encontraban las historias de vida de los atletas argentinos y sus experiencias, clínicas deportivas, los medallistas de todos los tiempos, las estrellas del pasado, un recorrido por la ciudad de Beijing, y noticias y curiosidades de los juegos.



A través del desarrollo de aplicaciones de portales, carteleras, aplicativos de pre-acreditaciones y acreditaciones para el Comité Olímpico Argentino, se permitió por primera vez efectuar dicho proceso en forma automática, implementando interfaces con los sistemas del ente organizador y permitiendo recibir en tiempo real toda la información generada por el Comité Olímpico Internacional.

Se trató de un proyecto sin precedentes, tanto para Telecom como para la Misión Olímpica Argentina. Fue la primera vez que los deportistas que representan al país en un encuentro olímpico contaron con infraestructura de comunicaciones a su disposición para sentirse más cerca de sus seres queridos y para facilitar la coordinación de actividades durante los juegos. La infraestructura y los servicios desarrollados por Telecom para los juegos olímpicos se mantuvieron también durante todos los juegos paralímpicos.

A su vez, bajo el lema “Esforzarnos. Esa es la meta”, Telecom lanzó una campaña institucional que consistió en un total de 6 spots protagonizados por deportistas, entre los que se cuentan algunos de los que integran la delegación olímpica, auspiciados por Telecom, como

Alejandra García (atletismo), Carlos Espínola (*yatching*), Daniela Krukower (judo) y Juan Curuchet y Walter Pérez (ciclismo). Esfuerzo, compromiso, y superación fueron los ejes temáticos de la campaña institucional de Telecom que tuvo por objetivo homenajear a los deportistas y resaltar los valores del deporte *amateur*.

## ■ Personal y el deporte

Personal apoya, como uno de los ejes estratégicos de su comunicación integral, el desarrollo de los eventos deportivos de máxima calidad que se realizan en la Argentina. La presencia de la marca en estos eventos permite, entre otros aspectos, apalancar el vínculo con sus clientes. Dentro de las disciplinas deportivas difundidas por Personal se encuentran:

- **Rugby:** Durante el 2008 Personal fue *sponsor* oficial de la Unión Argentina de Rugby, impulsando distintas acciones para promover el deporte y apoyar a Los Pumas. En este sentido, acompañó la iniciativa liderada por una de las más destacadas figuras de este deporte, Agustín Pichot, para la inclusión del seleccionado argentino en el torneo Tres Naciones, el máximo certamen internacional del hemisferio Sur, del que participan Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

Además, Personal acompañó el 65° Campeonato Argentino de Mayores de Rugby, que se realizó el primer semestre del año en diferentes sedes de todo el país, y que coronó al seleccionado de Córdoba, los Dogos, como el campeón del certamen.

- **Rally:** Personal es *sponsor* del equipo *X Raid Personal Team*, conducido por el argentino Orlando Terranova, quien tuvo una participación destacada en la más prestigiosa prueba de aventura a nivel mundial, el *Rally Dakar* 2008.

- **Básquet:** Personal es *sponsor* oficial del equipo Atenas de Córdoba, que obtuvo el campeonato en el último torneo de la Liga Nacional de Básquet.

- **Otros:** Personal acompaña con diversas acciones el circuito de golf profesional, el turismo carretera y el *yachting*, entre otras disciplinas destacadas.

## 9.7. Otras actividades con la comunidad


### ■ Red de Voluntarios Telecom

#### Campaña de recolección de juguetes para APAER

En agosto de 2008, se realizó una campaña de recolección de juguetes para donarlos a los chicos que asisten a las escuelas rurales argentinas apadrinadas por la Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER). Hace más de 11 años que Telecom desarrolló una alianza de cooperación con APAER y a través de esta colecta abrió una oportunidad para que todos los empleados colaboren y sean voluntarios, por medio de la donación de un juguete. La campaña se realizó del 19 al 29 de agosto, como cierre del mes del niño.

Se recolectaron 5.000 juguetes en las provincias de Santa Fe, Entre Ríos, Misiones, Corrientes, Chaco, Córdoba, Mendoza y Buenos Aires.






**5 de Diciembre**  
Día Internacional  
del Voluntario

## Ser Voluntario es

- Una elección.
- Comprometerse con una causa social.
- Dar nuestro tiempo y entusiasmo.
- Intercambiar experiencias.
- Confiar en el trabajo conjunto.
- Participar y crear en el cambio.



# HACE FELIZ A UN JUGUETE. REGALE UN CHICO.

Del 19 al 29 de agosto, buscá en tu edificio la caja que identifica la campaña y dejá un juguete para un chico de una escuela rural de APAER. Lo hacés feliz a él. Y te hace bien a vos.








### Acción solidaria de fin de año "Noche buena para Todos"

Del 27 de noviembre al 11 de diciembre de 2008, se llevó a cabo la colecta "Nochebuena para todos", junto con la participación voluntaria de empleados de Telecom que ofrecieron su ayuda y sus ganas. En total, se armaron 59 cajas de alimentos y regalos, que fueron destinadas a distintas familias de la Parroquia San Juan Bautista y del Centro de Formación El Porteño de Clorinda, Formosa, para que pudieran pasar una Navidad distinta y especial.

Voluntarios de Telecom de todo el país se sumaron para ayudar a quienes desde hace 9 años organizan la colecta "Nochebuena para todos" en Buenos Aires. A través del armado de cajas de Nochebuena nos acercamos a la vida de otras familias que no sólo tienen carencias materiales sino también una gran necesidad de amor y de reconocimiento.

En un gran evento organizado por Cáritas Argentina el domingo 21 de diciembre en Costa Salguero, se entregaron las 59 cajas, que fueron destinadas a distintos centros comunitarios de Clorinda, Formosa.

El armado de las cajas se realizó gracias al espíritu solidario de los voluntarios de todo el país que activamente se sumaron a este proyecto, con su tiempo, dedicación y entusiasmo.

### Acciones solidarias en los Contact Centers de Telecom Personal

Con el objetivo de promover un entorno laboral agradable y llevar adelante distintas actividades recreativas que permitan seguir agregando valor a las tareas diarias desempeñadas en los *Call Center* de Personal, nacieron los Equipos de Interacción. Estos grupos, formados por responsables, líderes y representantes de Atención Telefónica, desarrollan a lo largo del año colectas, festejos, concursos y distintas iniciativas que involucran la participación de gran cantidad de colaboradores. Algunas de ellas se realizaron a beneficio del Hospital de Niños de la ciudad de Córdoba, del Comedor Corazones Unidos Rosario y del Centro de ex combatientes de Malvinas en Rosario.







#### ■ Acciones de difusión tecnológica

En Córdoba, Telecom desarrolla actividades de visitas guiadas y difusión tecnológica a instituciones de nivel terciario vinculadas al campo de la tecnología y las telecomunicaciones, así como también a distintas universidades estatales y privadas.

Por tal motivo, grupos de estudiantes y docentes visitan la central Córdoba Centro, la Estación Terrena de Bosque Alegre y el Cerro Mogotes, sitios en los cuales el personal de la compañía, de manera voluntaria, brinda capacitación a los visitantes sobre las características tecnológicas dispuestas en cada sitio. Entre las instituciones que nos visitaron se destacan el Instituto Superior del Profesorado Tecnológico, la Universidad Blas Pascal, la Unión de Educadores de la Provincia de Córdoba, la Universidad Nacional de Córdoba, entre otros.

Asimismo, tal como se viene haciendo desde 2005, en 2008 se participó en las Jornadas de Actualidad Tecnológica TECOM 2009, organizadas por el Laboratorio de Comunicaciones del departamento de Ingeniería Electrónica de la Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Córdoba. También se participó en la 5ª Jornada de Informática y Educación, organizada por el Instituto A. P. de Ciencias Básicas y Aplicadas de la Universidad Nacional de Villa María. Además, se participó como auspiciante en la Olimpiada Nacional de Electrónica y Telecomunicaciones, organizada por la Universidad Blas Pascal.

## Uso responsable de la tecnología: Conciencia Celular

Conciencia Celular es la campaña de Personal que promueve el uso responsable del teléfono celular, basada en valores como la seguridad, la responsabilidad, el respeto y la solidaridad en el uso del servicio, con el objetivo de impulsar una mejor calidad de vida de nuestros clientes y la sociedad en general.



Dado que, en 2008, la seguridad vial fue un tema de agenda pública en la Argentina, orientamos nuestros esfuerzos a apoyar y desarrollar iniciativas que generen una cultura vial preventiva y la conciencia en la población de utilizar el celular de manera responsable, tanto como peatones, y más aún como conductores.

Por este motivo, como parte de una iniciativa conjunta entre el sector público y privado, firmamos en diciembre de 2008 acuerdos de colaboración con la Jefatura de Gabinete del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires y el Ministerio de Desarrollo Urbano del Gobierno de la Ciudad. Ambos acuerdos, cuentan con el apoyo de la Agencia Nacional de Seguridad Vial del Ministerio del Interior.

Como parte de las acciones desarrolladas en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Urbano del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires podemos destacar:

### **Personal Fest 08**

Hablar por teléfono celular, leer o escribir mensajes de texto mientras se conduce un automóvil, puede generar situaciones de riesgo vial. Con esta consigna, el público asistente a *Personal Fest 08* pudo participar de una actividad realizada con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, para demostrar el impacto del uso del celular en la atención de la persona que maneja. En el *Personal Fest*, también estuvo presente la campaña del programa "Alerta Vial".

### **Experiencia Vial 08**

Patrocinamos la "Experiencia Vial 08" realizada en la ciudad de Buenos Aires, un tubo vial dirigido a generar conciencia sobre la importancia de la atención y la concentración al conducir. Participó gran cantidad de público.

### **Jornadas de "Alerta Vial" en escuelas secundarias**

Realizamos talleres brindados en escuelas de Buenos Aires a través de Alerta Vial. Sus contenidos contemplaron todas las situaciones posibles de producir accidentes en cualquier condición de circulación. Entre ellas, el uso del celular como contenido, fue ocupando un espacio preponderante en todas las instancias de juego y reflexión.



## ■ Agenda Digital Argentina

Durante 2008, nuestra actividad dentro de la Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA) se focalizó en un proyecto de gran envergadura: una Agenda Digital. De esta forma, trabajamos para que nuestro país cuente con un Plan Estratégico que adopte las TIC. Para ello, nos abocamos a la elaboración del documento: "*Bases y Lineamientos para una Agenda Digital Argentina*".

Dicho documento, que fue presentado a distintas autoridades del Gobierno Nacional, debate el impacto positivo que tienen las TIC y la importancia de fijar políticas públicas en varios campos de la actividad económica y social de nuestro país.

A partir de ello, CICOMRA se sumó al grupo que, desde la Oficina Nacional de las Tecnologías de Información (ONTI), desarrolló un nuevo documento denominado "Estrategia de Agenda Digital de la República Argentina" que fue impulsado desde la Presidencia de la Nación como la base de la Agenda Digital Argentina. Este documento dio lugar a la emisión del decreto 512/09 cuyo contenido se centra en la formación de un Grupo de Trabajo Multisectorial. El objetivo es concretar e impulsar la estrategia de la Agenda Digital en Argentina. Este grupo reportará a la Jefatura de Gabinete de Ministros.



## 9.8. Aliados en el trabajo con la comunidad

ORGANIZACIONES ALIADAS	PROYECTO
Asociación Conciencia	Apoyo local a nuestro Centro Pescar en Corrientes
Asociación de Padrinos de Alumnos de Escuelas Rurales (APAER)	Alianza estratégica para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales
Centro de Implementaciones de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC)	Apoyo continuo al proyecto Nexos y realización de investigación sobre uso pedagógico de TIC en la escuela
Fundación Compromiso	Apoyo a las Jornadas del Sector Social y participación como expositores en el Encuentro de Escuelas 2008
Fundación Familia	Programa Reciclado de Papel
Fundación Garrahan	Programa Reciclado de Papel
Fundación Pescar Argentina	Alianza estratégica para la extensión de Centros Pescar en todo el país, dedicados a la inclusión laboral de jóvenes de zonas más desfavorecidas
Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Realización de talleres de informática e Internet para jóvenes en situación de riesgo social
Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación (SECyT)	Apoyo de Telecom como auspiciantes del certamen INNOVAR 2008
Ministerio de Educación de la Nación	Apoyo como auspiciantes de la campaña Internet en Familia
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social – CONAETI	Actuación como miembros de la Red contra el Trabajo Infantil
Museo Arqueológico de Alta Montaña de Salta (MAAM)	Apoyo continuo como auspiciantes
Museo de Arte Contemporáneo de Salta (MAC)	Apoyo continuo como auspiciantes
Programa Alerta Vial	Apoyo continuo como auspiciantes
Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación	Apoyo como auspiciantes del Concurso Nacional de Música de Cámara
Universidad Tecnológica Nacional (UTN) – Facultad Regional Buenos Aires	Alianza para la realización del programa Telecom-Profesores para el Futuro



### 9.9. Acciones de Nucleo S.A. con la comunidad en Paraguay

El Programa de Responsabilidad Social de Nucleo S.A. tiene entre sus objetivos:

1. Participar en acciones comunitarias, apoyando las iniciativas que promueven la salud y educación en la niñez y aquellas vinculadas a la seguridad ciudadana.
2. Desarrollar acciones efectivas de preservación del medio ambiente y de control de los efectos de la operación sobre éste.
3. Involucrar y comprometer a la organización en el cumplimiento de su responsabilidad social.
4. Influir positivamente sobre las organizaciones respecto del apoyo a la comunidad y las buenas prácticas de las asociaciones comerciales.
5. Apoyar el fortalecimiento de los programas de educación, la promoción de la cultura y la excelencia.

Durante el 2008, se desarrollaron las siguientes iniciativas:

En materia de educación, Personal difundió el programa *One Laptop per child*, desarrollado por Paraguay Educa y trabajó en el equipamiento informático y provisión de internet gratis para colegios, especialmente del interior del país, así como realizó una capacitación en didáctica de la informática para docentes de dichos colegios beneficiados. Con estos programas fueron beneficiadas 39 instituciones educativas de la capital e interior del país. También apoyó, como en años anteriores, la campaña "Un libro, una esperanza" desarrollado en conjunto con Fundación en Alianza entregando 4.966 textos escolares a niños y niñas de la educación escolar básica, es decir, desde pre-escolar hasta 6° grado, perteneciente a 21 escuelas del interior del país.

En materia de salud, Personal apoya sostenidamente las actividades emprendidas por "Operación Sonrisa Paraguay" con el objetivo de proveer cirugías gratuitas y cui-

dados relacionados a niños y jóvenes de escasos recursos que sufren de labio leporino y paladar hendido. A su vez, Personal colabora con "Global Infancia" desarrollando en forma conjunta programas como la campaña de inscripción en el Registro Civil de las Personas y la campaña de desparasitación de niños y niñas en el interior. Además, la compañía ha impulsado campañas de concientización de la ciudadanía de la importancia de tomar las medidas preventivas contra las epidemias de dengue y fiebre amarilla.

En materia de comunidad, la empresa colabora con los programas de educación económica y de negocios dirigidos a niños y jóvenes desarrollados por el Foro de Emprendedores Paraguayos. Además, Personal fomenta la práctica de la Responsabilidad Social e intenta influir positivamente sobre las organizaciones respecto del apoyo a la comunidad y las buenas prácticas de las asociaciones comerciales, apoyando las iniciativas de la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC). Adicionalmente, Personal promueve actividades que busquen fomentar la inclusión social como el apoyo a las Olimpiadas Especiales y la Fundación Dequení.

En materia de medio ambiente, Personal alienta propuestas que colaboren con la concientización y preservación de los recursos naturales como el trabajo llevado a cabo junto con la Municipalidad de la Ciudad de Asunción para realizar obras de construcción del muro de contención del arroyo Mburicaó y obras de mejoramiento de la Plazoleta Nde Rendape Aju, a fin de preservar uno de los principales y mayores cauces hídricos de la capital, el arroyo Mburicaó, además del mejoramiento de los espacios públicos de recreación y esparcimiento ciudadana.



# 10

## MEDIO AMBIENTE

10.1. Las emisiones radioeléctricas, el medio ambiente y nuestra salud.....	101
10.2. Reciclaje de papel.....	101
10.3. Uso racional de energía.....	102
10.4. Acuerdo sobre Redes de Comunicaciones Móviles.....	103

## 10. Medio Ambiente

### Principales actividades desarrolladas en 2008

- Se llevó adelante un estudio de aspectos e impactos del Grupo en el entorno, a fin de proponer una metodología ordenada de tratamiento amigable con el medio ambiente.

Como parte de nuestra estrategia de Responsabilidad Social Empresaria, trabajamos para la preservación del medioambiente tratando de minimizar nuestros impactos en la operación del negocio.

#### 10.1. Las emisiones radioeléctricas, el medio ambiente y nuestra salud

La comunicación es un bien imprescindible para la vida y el desarrollo de los seres humanos. En este sentido, los celulares se han convertido en la forma de comunicación elegida por millones de usuarios en el mundo. El uso de este servicio mejora la calidad de vida de las personas posibilitando oportunidades de desarrollo social y económico. Asimismo, contribuye a brindar seguridad personal y familiar.

El sistema de comunicación móvil funciona gracias a antenas que envían y reciben señales conectando los teléfonos celulares desde o hacia las antenas más cercanas.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que no existe evidencia que relacione las emisiones radioeléctricas de telefonía móvil con efectos adversos para la salud. Personal cumple con una rigurosa observación de los límites de exposición a las emisiones radioeléctricas establecidos por este organismo. Estos límites incorporan amplios márgenes de seguridad y las mediciones de control demuestran que las antenas emiten habitualmente centenares de veces por debajo de los límites establecidos en las normativas internacionales.

En la Argentina, tanto el Ministerio de Salud como la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) son los encargados de establecer los valores máximos de emisión y la forma de medición de las radiaciones para controlar que se respeten los límites de la normativa vigente:

- **Resolución MS y AS N° 202/95:** Estándar Nacional de seguridad para la exposición de radiaciones no ionizantes.

- **Resolución SC 530/00:** Dispone la aplicación obligatoria para todos los sistemas de telecomunicaciones de la Resolución 202/95.

- **Resolución CNC 3690/04:** Establece que los titulares de estaciones radioeléctricas deberán presentar DDJJ con las mediciones de las emisiones radioeléctricas de las antenas.

Durante 2008, realizamos 426 mediciones de Radiaciones No Ionizantes (RNI) con una erogación de \$274.288.

#### 10.2. Reciclaje de papel



Desde 1999 implementamos el Programa de Reciclado de Papel a beneficio de la Fundación Hospital de Pediatría "Profesor Dr. Juan Garrahan". La acción tiene como objetivo concientizar a nuestros empleados sobre el uso racional del papel y el cuidado del medioambiente. Además, el propósito es brindar ayuda al hospital, ya que los recursos obtenidos del reciclado del papel se destinan al funcionamiento y sostén de la Casa Garrahan, donde se hospedan niños de bajos recursos, y a la compra de equipamiento médico de tecnología avanzada e insumos, entre otros.

Este año recolectamos 94.358 kilos de papel, 53% más que el año anterior (61.755 kilos), preservando de esta forma 1.600 árboles.

En septiembre de 2008, implementamos, a modo de prueba piloto, el Programa de Reciclado de Tapas Plásticas, en el edificio de Puerto Madero, Buenos Aires. En 4 meses recolectamos 113 kilos. En 2009, el programa se extenderá a otros edificios de la compañía.

Por otra parte, en 15 oficinas de Telecom y Personal en Córdoba realizamos el Programa de Reciclado de Papel por tercer año consecutivo. Este programa se desarrolla en acuerdo con la empresa La Papelera del Plata, mediante el cual todo el dinero que se consigue con la recolección de papel reciclado es destinado a la Fundación Familia de esta ciudad, que apoya a 60 instituciones locales y cuenta con 25 años de trayectoria. Desde el inicio del programa, en octubre de 2005, hasta diciembre de 2008, recolectamos 49.508 kilos de papel que traducido en valor económico es aproximadamente 20.000 pesos. Durante 2008, se recolectaron en Córdoba 13.855 kilos de papel.



### 10.3. Uso racional de energía

Desde 2007 realizamos una campaña interna de uso racional de energía. Para ello implementamos reformas edilicias, instalaciones de canillas automáticas y de luces de bajo consumo, y aún hoy continuamos las acciones de comunicación tendientes a concientizar a los empleados sobre la importancia de la protección del medioambiente y el correcto uso de las computadoras y artefactos eléctricos.



## 10.4. Acuerdo sobre Redes de Comunicaciones Móviles

El 3 de noviembre de 2008, en presencia del Secretario de Comunicaciones de la Nación, se firmó un acuerdo entre la Federación Argentina de Municipios y las operadoras móviles (entre ellas, Telecom Personal S.A.).

Dicho acuerdo tenía por objeto formalizar el establecimiento consensuado de criterios técnicos, medioambientales, fiscales y urbanísticos que favorezcan el desarrollo armóni-

co de la instalación de estructuras soporte de antenas de comunicaciones móviles y sus infraestructuras asociadas. A tales fines, las partes se comprometieron a suscribir, durante el año 2009, un Código de Buenas Prácticas para el Despliegue de Redes de Comunicaciones Móviles y su modelo de Ordenanza tipo de Instalación, junto con los aspectos fiscales asociados.



### Empresa libre de humo

Como parte de la política corporativa de Capital Humano y con el propósito de proteger la salud de nuestros empleados, clientes y comunidad en general, en 2004 pusimos en marcha un programa para convertir los ambientes de la empresa en espacios libres de humo. Este programa va creciendo año a año y se van sumando nuevos edificios, como por ejemplo el Edificio Iberá en 2008.

Telecom es una de las primeras empresas que obtuvo la certificación del Ministerio de Salud de la Nación como empresa libre de humo. Asimismo, esta iniciativa se complementa con cursos de concientización y apoyo para fumadores y no fumadores.





# 11

*INDICADORES GRI  
Y COMUNICACIÓN  
SOBRE EL PROGRESO DEL*

# PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

Índice de indicadores GRI ..... 106

## 11. Comunicación sobre el progreso – Pacto Mundial de Naciones Unidas

Siguiendo el documento elaborado conjuntamente por la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y el Pacto Mundial de Naciones Unidas, denominado “Estableciendo la Conexión”, presentamos nuestra Comunicación sobre el Progreso (COP) 2008 en la cual damos cumplimiento a los 10 principios Responsabilidad Social Empresaria propuestos por Naciones Unidas a través de acciones realizadas durante el año.

Principios del Pacto Global	Indicadores GRI - G3		Página*
	Relevancia Directa	Relevancia Indirecta	
<b>Derechos Humanos</b> No 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos No 2. No ser cómplice de abusos de los derechos	HR1-9	LA4, LA13, LA14 ; SO1	18-19, 45-46, 72-99, (11), (12)
<b>Condiciones laborales</b> No 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva No 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio No 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil No 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación	HR5-7; LA4, LA5 HR4; LA2, LA13, LA14	HR1-3 EC5, EC7; LA3	18-19, 43-46, (11), (12)
<b>Medio Ambiente</b> No 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales No 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental No 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente	4.11 EN2, EN 5 - 7, EN10, EN13 - 14, EN18, EN 21 - 22, EN 26 - 27, EN30	EC2; EN1, EN3 - 4, EN8 - 9, EN 11 - 12, EN 15-17, EN19 - 20, EN 23-25, EN 28 - 29; PR3 - 4	55, 59-62, 101-103
<b>Anti-corrupción</b> No 10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad	SO2-4	SO5-6	(11)

\* Las notas mencionadas en este cuadro se encuentran al final de la Tabla GRI.

## Índice de indicadores GRI



1. VISIÓN Y ESTRATEGIA		Página
1.1	Declaración del máximo responsable	3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	29-31
2. PERFIL		
2.1	Nombre de la organización	15-16
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	15-16
2.3	Estructura operativa	21
2.4	Localización de la sede principal	(1)
2.5	Países en los que opera	13
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	15-16
2.7	Mercados servidos	13, 15-16
2.8	Dimensiones de la organización informante	16-17
2.9	Cambios significativos del periodo	(2)
2.10	Premios y distinciones recibidos	14
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
3.1	Periodo cubierto por la información	9
3.2	Fecha de la Memoria anterior más reciente	(3)
3.3	Ciclo de presentación de memorias	(3)
3.4	Punto de contacto para cuestiones de la memoria	112
3.5	Proceso de definición del contenido	9, 11
3.6	Cobertura de la Memoria	9
3.7	Existencia de limitaciones de alcance	(4)
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa	(5)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores	9, 11
3.10	Efectos de las correcciones de información de informes anteriores	(5)
3.11	Cambios significativos respecto a períodos anteriores sobre alcance y cobertura	(6)
3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces Web	106-109
3.13	Política y práctica sobre verificación externa	N/A
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.1	Estructura de gobierno	18-19
4.2	Características de la presidencia del Consejo	(7)
4.3	Consejeros independientes o no ejecutivos	18-19
4.4	Comunicación entre accionistas y empleados, y el máximo órgano de gobierno	18-19
4.5	Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización	N/D
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	19-20
4.7	Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad	N/D
4.8	Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	17, 19-20
4.9	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo	N/D
4.10	Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad	N/D
4.11	Principio de precaución	N/D
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad	74-99
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación	98
4.14	Relación de grupos de interés de la organización	36-37, 53, 56, 70, 75
4.15	Procedimiento para la definición de los grupos de interés	11, 24-25

4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés	9-11, 20, 36-37, 48-49, 53, 56-57, 61-66, 70, 75, 78
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés	9-11
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		
EC1 (P)	Principales magnitudes económicas	16-17
EC2 (P)	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	N/D
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	16-17, (9)
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	N/D
EC5 (A)	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	N/D
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales	16-17, 70
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales	N/D
EC8 (P)	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público	61
EC9 (A)	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos	25
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>		
LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región	33-34
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	N/D
LA3 (A)	Beneficios sociales para empleados con jornada completa	43-44
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	45-46
LA5 (P)	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	N/D
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud	(10)
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales	N/D
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves	46-47
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	N/D
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	42-43
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores	39-43, 49
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	42
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría	18-19
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>		
HR1 (P)	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos	N/D
HR2 (P)	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas	72-73
HR3 (A)	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos	N/D
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	(11)
HR5 (P)	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras	45-46, (12)
HR6 (P)	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras	(11)
HR7 (P)	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras	(11)
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos	N/D
HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	(11)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>		
SO1 (P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades	74-99
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción	N/D
SO3 (P)	Porcentaje empleados formados en anti -corrupción	N/D
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	(11)
SO5 (P)	<i>Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying</i>	N/D
SO6 (A)	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas	N/D
SO7 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	(13)
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones, multas y nº total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>		
PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes	97
PR2 (A)	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios	N/D
PR3 (P)	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios	55, 59-62
PR4 (A)	Nº total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios	N/D
PR5 (A)	<i>Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente</i>	57-58, 62-63
PR6 (P)	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing	N/D

PR7 (A)	Nº total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing	N/D
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	(11)
PR9 (P)	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y el uso de productos y servicios	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</b>		
EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen	N/D
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	101-102
EN3 (P)	Consumo directo de energía por fuentes primarias	N/D
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias	N/D
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	N/D
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía	N/D
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	101-103
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes	N/D
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	N/D
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	N/D
EN11 (P)	Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas	N/D
EN12 (P)	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alto biodiversidad	N/D
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados	N/D
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	N/D
EN15 (A)	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	N/D
EN16 (P)	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	N/D
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	N/D
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	N/D
EN19 (P)	Emissiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	N/D
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	N/D
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	N/D
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	N/D
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos	N/D
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	N/D
EN25 (A)	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización	N/D
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	101-103
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos que son reclamados al final de su vida útil	N/D
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	N/D
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados	N/D
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	N/D
<b>SUPLEMENTO SECTORIAL: IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA</b>		
IO01	Inversiones de capital en la infraestructura de red, por país o región.	58, 61
IO02	Costes de la extensión de la red a todas las zonas y grupos con menores ingresos que no son rentables.	58, 61
IO03	Prácticas que aseguran la seguridad y salud de personal de instalación y mantenimiento de antenas, estaciones base y otras instalaciones.	46-47
IO04	Cumplimiento con de los estándares de exposición a radiofrecuencia de las emisiones de terminales con respecto al ICNIRP.	101-103
IO05	Cumplimiento con las guías de exposición a radiofrecuencia de las emisiones de terminales con respecto al ICNIRP.	101-103
IO06	Prácticas y políticas establecidas con respecto a la tasa de absorción específica (SAR) de terminales.	N/D
IO07	Políticas y Prácticas en relación a la ubicación de antenas y emplazamientos de transmisión, incluyendo las consultas a las partes interesadas, emplazamientos compartidos e iniciativas para reducir impactos visuales.	101-103
IO08	Número y porcentaje de emplazamientos individuales, compartidos y en infraestructuras existentes.	61
<b>SUPLEMENTO SECTORIAL: ACCESO A LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES</b>		
PA01	Políticas y prácticas que permiten el desarrollo de las infraestructuras de las telecomunicaciones y el acceso a productos y servicios en áreas remotas y baja densidad de población.	58, 61
PA02	Políticas y prácticas para superar las barreras del acceso y utilización de los productos y servicios incluyendo: lenguaje, cultura, educación, ingresos, discapacidad y edad.	74-99
PA03	Políticas y prácticas para asegurar la disponibilidad y fiabilidad de los productos y servicios de telecomunicaciones, indicando, si es posible, la duración y localización de incidencias al respecto.	55-56
PA04	Cuantificar el nivel de disponibilidad de los productos y servicios de telecomunicación en aquellas áreas en las que opera la empresa.	16-17, 55-56
PA05	Número y tipos de productos y servicios de telecomunicaciones proporcionados para los sectores de la sociedad seleccionados que no generar o generan pocos beneficios.	61

PA06	Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y apoyo de catástrofes.	56
PA07	Políticas relativas a la gestión de asuntos de derechos humanos relativos al acceso y uso de telecomunicaciones.	79, 97
PA08	Políticas y prácticas relativas a la comunicación externa de asuntos relacionados a campos electromagnéticos.	(14)
PA09	Inversión total en programas y actividades de investigación sobre campos electromagnéticos.	N/D
PA10	Iniciativas para asegurar la claridad de tarifas y facturas.	61-62, 65-67
PA11	Iniciativas para informar a los clientes sobre las características del producto y las aplicaciones que promueven un uso responsable, eficiente, efectivo y ambientalmente correcto.	55-56, 97
<b>SUPLEMENTO SECTORIAL: APLICACIONES DE LA TECNOLOGÍA</b>		
TA01	Ejemplos de la eficiencia de recursos en los productos y servicios proporcionados.	55-56, 97
TA02	Ejemplos de productos, servicios o aplicaciones de telecomunicaciones que tengan el potencial de reemplazar físicamente objetos.	N/D
TA03	Medición de transporte y/o cambios de recursos derivados del uso por los clientes de los productos y servicios enumerados arriba.	N/D
TA04	Estimaciones de los efectos indirectos de "rebote" en el uso de productos y servicios por el cliente mencionados arriba, y lecciones aprendidas para desarrollos futuros.	N/D
TA05	Prácticas relativas a derechos de propiedad intelectual y tecnologías de fuente abierta.	N/D

**N/D:** No disponible.

**N/A:** No aplica a las actividades de la empresa.

(1) Buenos Aires, Argentina.

(2) Cubecorp Argentina S.A. se fusionó con Telecom Argentina a partir del 1 de enero de 2008.

(3) El Reporte de RSE es de publicación anual. El Reporte anterior fue publicado sobre el desempeño de 2007.

(4) En este Reporte publicamos información sobre Núcleo Paraguay en relación a dos grupos de interés: Comunidad y Medioambiente. Esperamos en futuros Reportes publicar información sobre Núcleo Paraguay con todos sus grupos de interés.

(5) No se produjeron cambios significativos en la empresa durante 2008 que puedan afectar la comparabilidad de la información.

(6) En esta publicación incorporamos información sobre la relación de Núcleo Paraguay con dos grupos de interés: Comunidad y Medioambiente.

(7) Los miembros del Directorio no cumplen funciones ejecutivas en la Sociedad.

(8) Dentro del Proceso de elaboración del Reporte realizamos junto al Comité Operativo de RSE el ejercicio de identificación y definición de los grupos de interés de la empresa que aparecen en esta publicación.

(9) El sistema de jubilaciones de Telecom Argentina es conforme a la Ley Nacional de Empleo de la Argentina.

(10) El Comité de seguridad representa al 100% de los empleados.

(11) Ninguno.

(12) Todos nuestros empleados tienen libertad de asociación a convenios colectivos de trabajo.

(13) Ver información en Memoria y Estados Contables al 31 de diciembre de 2008 de Telecom Argentina.

(14) A través de este Reporte de RSE, y la Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA).

### Declaración de Independencia, imparcialidad y competencia de ReporteSocial.com

ReporteSocial.com es un emprendimiento independiente de profesionales especializados en Responsabilidad Social Empresaria (RSE), cuya misión es promover e impulsar la RSE y su incorporación en la gestión integral de las empresas. El equipo de trabajo tiene conocimientos teóricos y experiencia práctica en el desarrollo de Sistemas de Gestión de RSE, Comunicación Interna y Externa de RSE, Desarrollo de Capacitaciones en RSE, Definición de Estrategias de RSE, Diálogos con los Grupos de Interés y Elaboración de Reportes Sociales, entre otros temas relacionados.

ReporteSocial.com ha elaborado el primer Reporte de Responsabilidad Social Empresaria del Grupo Telecom y la aproximación al Análisis de Materialidad. Se nos ha suministrado la información solicitada para cumplir con los lineamientos de la *Global Reporting Initiative*, sin que esto haya incluido la verificación de la misma por nuestra parte.

Nuestro equipo de profesionales no está involucrado, ni lo ha estado, en otros proyectos comerciales con dicha empresa o sus grupos de interés, que pueda implicar un conflicto de interés. Por lo tanto, se considera que este trabajo ha sido realizado por un ente independiente e imparcial.

Más información sobre ReporteSocial.com en [www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

Para contactar al equipo de ReporteSocial.com escribir a [info@reportesocial.com](mailto:info@reportesocial.com)



Queremos conocer sus opiniones y sugerencias sobre este Reporte de Responsabilidad Corporativa y la forma de mejorarlo. Nos interesa estar comunicado con usted y seguir avanzando en adecuar los contenidos de esta publicación a sus expectativas.

Si desea transmitirnos sus comentarios, puede hacerlo por correo electrónico ([rse@ta.telecom.com.ar](mailto:rse@ta.telecom.com.ar)), por fax al +54 (11) 4968 3128, o por correo postal a:

**TELECOM ARGENTINA S.A.**  
**DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS**  
**Av. Alicia Moreau de Justo 50**  
**(C1107AAB) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires**  
**República Argentina**

### Formulario de opinión

1. ¿Cuál fue su impresión general sobre este Reporte de Responsabilidad Social Empresaria?

Poco interés       Algún interés       Interesante       Muy interesante

2. ¿Este Reporte ha contribuido a que Ud. conozca la forma en que el Grupo Telecom trabaja la Responsabilidad Social Empresaria?

Poco       Bastante       Mucho

3. ¿Qué opinión le han merecido los temas abordados en las siguientes secciones?:

	Insuficiente	Suficiente	Muy Bueno	Excelente
Carta del Presidente				
Carta del Director de Comunicaciones y Medios				
Perfil de la empresa				
Gobierno Corporativo				
Responsabilidad Social Empresaria				
Empleados				
Clientes				
Inversores				
Proveedores				
Comunidad				
Medio ambiente				
Indicadores GRI y Comunicación sobre el progreso del Pacto Mundial de Naciones Unidas				

### Otros comentarios o sugerencias:

Nombre y Apellido:

Dirección:

Localidad:

Provincia:

País:

Teléfono:

Correo electrónico:

### Su relación con el Grupo Telecom:

Cliente       Empleado       Proveedor       Inversor       Comunidad  
 Medios       Otros (por favor, especificar)

¡Muchas Gracias!





**Proceso de elaboración del Reporte de Responsabilidad Social Empresaria 2008**

**Coordinación General:**

Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria  
Dirección de Comunicación y Medios  
Telecom Argentina  
[www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)

**Producción:**

Gerencia de Medios y Comunicación Institucional  
Dirección de Comunicación y Medios  
Telecom Argentina  
[www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)

**Facilitadores Externos:**

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

**Diseño:**

Opciones Gráficas S.R.L.

**TELECOM**



Alicia Moreau de Justo 50  
C1107AAB Buenos Aires, República Argentina  
Tel.: (54 11) 4968 4000 - [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar)