

La vida es móvil. Móvil es Vodafone.

Vodafone España, S.A.

Informe de Responsabilidad Corporativa 2004-05





0.	Objetivo del Informe	4
1.	Declaración del Presidente y del Consejero Delegado	5
2.	Resumen Ejecutivo	6
3.	Información sobre Vodafone	7
	> Grupo Vodafone	
	> Vodafone España	
4.	Integración de la Responsabilidad Corporativa en la Gestión	11
5.	Impacto Socio-Económico de la Telefonía Móvil	15
6.	Compromiso con los Grupos de Interés	17
7.	Marketing Responsable	20
	> Guía de Marketing Responsable	
	> Uso Responsable y Contenidos	
	> Orientación al Cliente	
8.	Productos y Servicios con alto Valor Social	25
9.	Fundación Vodafone España	28
10.	Telefonía Móvil y Salud	34
11.	Despliegue Responsable de Red	36
12.	Reciclado de Teléfonos Móviles	38
13.	Energía, Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono	40
	> Energía	
	> Residuos	
	> Sustancias que Dañan la Capa de Ozono	
14.	Compras Éticas	44
15.	Empleados	45
16.	Compromisos	50
	> Seguimiento de Compromisos	
	> Nuevos Compromisos	
17.	Glosario de Acrónimos y Abreviaturas	52

Objetivo del Informe

“Las empresas deberán contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible”.

Principios Generales de las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.

Los teléfonos móviles ya forman parte de nuestra vida diaria, con más de mil quinientos millones de usuarios en todo el mundo.

En Vodafone creemos que el uso responsable de la tecnología es la única manera de que ésta suponga un verdadero beneficio para nuestra sociedad. Por este motivo, uno de nuestros seis objetivos estratégicos es **“Ser una Empresa Responsable”**.

Éste es el **segundo Informe de Responsabilidad Corporativa (RC)** que realiza **Vodafone España** y corresponde al año fiscal **2004-05 (de 1 de abril de 2004 a 31 de marzo de 2005)**. Se publica en papel y está disponible a través de nuestra página web (www.vodafone.es/responsabilidad), donde se puede encontrar información en detalle sobre el contenido de este informe.

Por medio de este informe, pretendemos informar a nuestros Grupos de Interés sobre nuestra gestión y actividades relacionadas con los temas sociales, medioambientales y económicos, de una forma equilibrada, objetiva y precisa. La información y datos de este Informe corresponden a todas las actividades desarrolladas por Vodafone España en sus oficinas centrales y territoriales, en su red de telecomunicaciones y en sus tiendas propias.

Los temas que se tratan en este Informe son el resultado de consultas realizadas a nuestros Grupos de Interés (ver Cap. 6 “Compromiso con los Grupos de Interés”), los cuales manifestaron qué temas relacionados con la Responsabilidad Corporativa, consideraban más prioritarios para ser abordados por las empresas de nuestro sector: telefonía móvil y salud, uso responsable y control de acceso a contenidos, cadena de suministros, reciclado de terminales, despliegue de red y consumo de energía, etc.

El informe se ha elaborado siguiendo tanto las directrices internas del Grupo Vodafone, como los requisitos de la **Guía GRI** (Global Reporting Initiative) para Informes de Sostenibilidad de 2002, y el suplemento GRI del sector de Telecomunicaciones (2003). A este respecto, en la página web se puede consultar la localización en nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa de los diferentes contenidos establecidos en la Guía GRI.

Vodafone dispone de procedimientos internos sobre la recogida de datos e información, en los que se definen los indicadores clave de comportamiento

en Responsabilidad Corporativa y en los que se requiere el registro de las fuentes de los datos, la comprobación de la exactitud de los datos, y la aprobación de los datos por un miembro del Comité de Dirección.

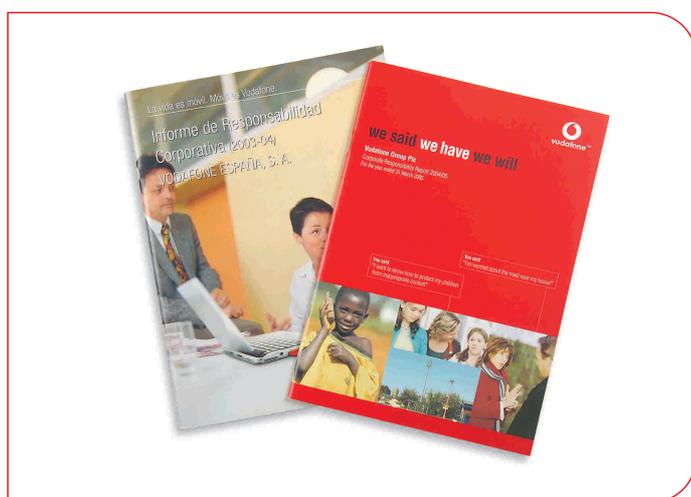
Estos datos, así como su proceso de agregación, validación e informe, **son revisados por Deloitte**, como parte del proceso de aseguramiento de la información del Informe de Responsabilidad Corporativa emitido por el Grupo Vodafone.

El Grupo Vodafone publica Informes de Responsabilidad Corporativa desde el año fiscal 2000-01. El quinto Informe (correspondiente al ejercicio fiscal 2004-05) se encuentra disponible en la página web www.vodafone.com/responsibility

Para cualquier sugerencia, comentario y en general cualquier tema relacionado con este Informe le agradecemos que se dirija a:

José Manuel Sedes García
Manager de Responsabilidad Corporativa
Avenida de Europa, 1.
Parque Empresarial La Moraleja
28108 Alcobendas
Madrid (España)

o a la dirección de correo electrónico:
responsabilidad@corp.vodafone.es



1. Declaración del Presidente y del Consejero Delegado

Uno de los seis objetivos estratégicos de Vodafone es “Ser una Empresa Responsable”. Por este motivo, la Responsabilidad Corporativa forma parte consustancial de nuestra cultura y actividad empresarial, y entendemos que es un medio para contribuir desde nuestra empresa al Desarrollo Sostenible.

De esta forma, hemos integrado la Responsabilidad Corporativa en los procesos de negocio (gestión de riesgos, planificación a largo plazo, desarrollo de productos y servicios, cuadro de mando integral, etc.), con el fin de intentar satisfacer de forma equilibrada las expectativas de los diferentes Grupos de Interés: Accionistas, Clientes, Empleados, Aliados y Proveedores, Administraciones y Regulador, Propietarios y Comunidades de Vecinos, Creadores de Opinión y Conocimiento, y Sociedad en general.

Este segundo Informe de Responsabilidad Corporativa supone la reafirmación del camino iniciado con el informe de ejercicio anterior, respondiendo al compromiso de informar periódicamente a nuestros Grupos de Interés sobre los avances conseguidos en el marco de nuestro Programa de Responsabilidad Corporativa, así como sobre los nuevos objetivos.

Tal y como se indica en el capítulo correspondiente de este informe, la telefonía móvil está contribuyendo de forma significativa al progreso económico y social. Al mismo tiempo, somos conscientes de que nuestros Grupos de Interés tienen unas expectativas sobre nuestra compañía, que afectan a una serie de temas en los ámbitos éticos, sociales y medioambientales.

En este informe se incluyen las principales actividades desarrolladas en nuestro ejercicio fiscal 2004-05 en respuesta a las expectativas de nuestros Grupos de Interés, actividades que se pueden resumir en los siguientes apartados:

1. **Compromiso con los Grupos de Interés.** Las actividades de Responsabilidad Corporativa a desarrollar por Vodafone tienen que responder a las expectativas de los Grupos de Interés. Por ello, hemos puesto en marcha nuevos canales para identificar dichas expectativas.

2. Desarrollo de **productos y servicios de alto valor social**, orientados a colectivos con necesidades especiales (personas con algún tipo de discapacidad, enfermos crónicos, personas mayores, etc.).

3. En línea con lo anterior, destaca la labor que desarrolla nuestra **Fundación**, especializada en el desarrollo de proyectos encaminados al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para mejorar la integración social y laboral de colectivos vulnerables.

4. La iniciativa de **Marketing Responsable**, a través de la cual se han elaborado las **Guías** que establecen los criterios a aplicar en las comunicaciones de marketing. Por otra parte, se ha desarrollado un **plan de comunicación** sobre los aspectos de nuestras actividades que preocupan a nuestros Grupos de Interés, con especial énfasis en lo relativo a **telefonía móvil y salud**.

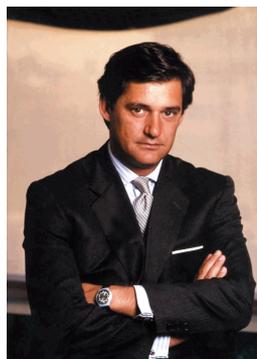
5. La iniciativa de **Despliegue Responsable de Red**, que ha sido liderada por Vodafone España dentro del Grupo Vodafone, y que se ha plasmado en la elaboración de la correspondiente Política y Guías de Aplicación.

6. En el plano medioambiental, destacan el desarrollo del Plan de **Eficiencia Energética**, y el Programa de Recogida y **Reciclado de Teléfonos Móviles**.

7. En cuanto a la relación con nuestros Proveedores, destaca la implantación progresiva de nuestro **Código de Compras Éticas**.

8. Planes de Beneficios Sociales, de Desarrollo Profesional, y de Conciliación de la Vida Laboral y Personal/Familiar, para nuestros **Empleados**.

Les animamos a que lean este informe, así como a que nos hagan llegar todas aquellas sugerencias de mejora u otros aspectos que desearían que fueran abordados por nuestra empresa en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa, no en vano consideramos que las aportaciones de nuestros Grupos de Interés son fundamentales para avanzar en la consecución de nuestro objetivo estratégico de ser una Empresa Responsable.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Entrecanales'.

José Manuel Entrecanales
Presidente

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'F. Román'.

Francisco Román
Consejero Delegado



2. Resumen Ejecutivo

Principales Datos de Vodafone España

	2004-05 (% Δ)	2003-04
Económicos		
Facturación total (millones)	4.778 (+24%)	3.866
Facturación por servicios (millones)	4.343 (+22%)	3.561
ARPU anual ()	414 (+10%)	377
Nº de clientes (millones)	11,47 (+18%)	9,7
Clientes Vodafone live! (incluidos 3G) (miles)	2.992 (+378%)	625
Nº de clientes portados (saldo neto a 31 de marzo)	456.781 (N.A.)	-1.481
Medioambientales		
% de estaciones base compartidas o en infraestructuras existentes (acumulado)	69,5% (+8,9 p.p.*)	60,6%
Consumo Energía de actividades de Red (Kwh/BTS)	11.617,6 (-5,3%)	12.239,2
CO2 generado por las actividades de Red (Kg/BTS)	4.580,8 (-9%)	5.059,6
Consumo eléctrico Oficinas (Kwh/m²)	87,4 (-5%)	91,8
Consumo eléctrico Tiendas (Kwh/m²)	15,3 (-23%)	20,0
Eficiencia Energética: Ahorro consumo energía (Mwh acumulados desde 2003-04)	8.518,8 (N.A.)	4.752,9
Eficiencia Energética: Ahorro emisiones de CO ₂ (Tn acumuladas desde 2003-04)	3.117,1 (N.A.)	1.806,1
Reciclaje de terminales (Tn acumuladas. Histórico desde 2001)	57,7 (+55%)	37,1
Papel Reciclado (Tn acumuladas desde 2002-03)	860,0 (N.A.)	659,3
Sociales		
Dinero donado a través de la Fundación Vodafone España (miles)	5.592,2 (+54%)	3.641,5
Nº de Alumnos en Cursos Universitarios y de Postgrado (acumulado histórico)	1.237 (+18%)	1.050
Empleo		
Nº de empleados	4.015 (+3%)	3.905
% Contratos indefinidos (completo y parcial)	96,9 % (-1%)	98%
% Mujeres	42,3% (-0,5%)	42,5%
% Mujeres en Cargos Directivos	25,9% (+0,4%)	25,8%
Nº horas formación/ Nº empleados	94,9 (+20%)	79,2
% Satisfacción empleados	79% (+8 p.p.*)	71 %
Índice Incidencia Accidentes	323,8 (-27%)	443,9

* p.p.: puntos porcentuales

3. Información sobre Vodafone

Grupo Vodafone

“La Telefonía Móvil acerca a las personas y une comunidades de una forma que no era posible hasta ahora. Vodafone cree que el uso responsable de la tecnología puede proporcionar grandes beneficios para la sociedad”.

Arun Sarin, Chief Executive Officer del Grupo Vodafone.

Grupo Vodafone		
Compañías Filiales	Compañías Asociadas	Acuerdos de compartición
Albania	Bélgica	Austria
Alemania	China	Bahrein
Australia	Estados Unidos	Croacia
Egipto	Francia	Chipre
España	Islas Fiji	Dinamarca
Grecia	Kenia	Eslovenia
Holanda	Polonia	Estonia
Hungría	Rumania	Finlandia
Irlanda	Sudáfrica	Hong Kong
Italia	Suiza	Islandia
Japón		Kuwait
Malta		Lituania
Nueva Zelanda		Luxemburgo
Portugal		Singapur
Reino Unido		
Suecia		



El Grupo Vodafone es **líder mundial de telefonía móvil** con presencia en 26 países, y acuerdos de compartición de redes en otros 14 países a lo largo de los cinco continentes. De las 26 compañías en las que el Grupo Vodafone tiene participación accionarial, 16 de ellas son filiales (es decir, posee mayoría accionarial). Vodafone proporciona un completo

abánico de servicios de telecomunicaciones móviles, incluidas comunicaciones de voz y de datos, prestando sus servicios a más de 150 millones de **clientes** proporcionales a su participación accionarial en las correspondientes compañías.

Vodafone proporciona sus productos y servicios tanto a **clientes** particulares como de empresa, a través de una amplia variedad de planes de precios de prepago y de contrato. Vodafone es una compañía global reconocida en todo el mundo **por su calidad de servicio e innovación en productos y servicios**. La última oferta de servicio global de Vodafone, Vodafone live! 3G, abre un nuevo mundo de comunicación móvil en color a través de mensajes multimedia con música, fotos y vídeos, proporcionando además televisión, videojuegos, melodías polifónicas y música real, noticias, e-mail, chats y servicios basados en la ubicación. Por otra parte, el servicio Vodafone live! está disponible en 21 países y tiene más de 30 millones de clientes activos en todo el mundo.

Productos y Servicios						
Compañía Filial	Vodafone live!	Vodafone live! 3G	Tarjeta Vodafone Mobile Connect	Tarjeta 3G/GPRS Vodafone Mobile Connect	Blackberry de Vodafone	Vodafone Wireless Office
Albania						
Alemania	●	●	●	●	●	●
Australia	●		●		●	
Egipto	●		●		●	
España	●	●	●	●	●	●
Grecia	●	●	●	●	●	●
Holanda	●	●	●	●	●	●
Hungría	●		●	●	●	●
Irlanda	●	●	●	●	●	●
Italia	●	●	●	●	●	●
Japón	●	●		●		
Malta	●		●			
N. Zelanda	●		●		●	
Portugal	●	●	●	●	●	●
R. Unido	●	●	●	●	●	●
Suecia	●	●	●	●	●	●

● Ya disponible en el año fiscal 2004-05 ● Introducido en el año fiscal 2004-05

En la tabla adjunta se muestran los principales Productos y Servicios disponibles e introducidos en el año fiscal 2004-05 en las 16 compañías filiales del Grupo Vodafone.

3. Información sobre Vodafone

Grupo Vodafone

Principales Cifras del Grupo Vodafone

(Datos a 31 de marzo de 2005)	2004/05	△ Respecto a 2003/04
Facturación total (millones £)	43.602	+ 11 %
Nº clientes proporcionales (millones)	154,8	+ 12%
Clientes Vodafone live! (incluidos 3G) (millones)	30,9	+ 354%
Tarjetas Vodafone Mobile Connect 3G/GPRS	500.000	N.A.
EBITDA proporcional (millones £)	16.641	+ 10 %
Dividendo por acción (peniques)	4,07	+ 100 %
Beneficio por acción antes de amortizaciones (peniques)	10,41	+ 14 %
Nº empleados	57.378	- 4,5 %

El Grupo Vodafone, **que cotiza en las Bolsas de Londres y Nueva York**, tenía, a fecha 23 de mayo de 2005, una capitalización total de mercado de aproximadamente 94.000 millones de libras, lo que la convierte en la tercera mayor compañía del FTSE100, y en la undécima mayor compañía del mundo por capitalización de mercado, a esa fecha.

El Grupo Vodafone está incluido en el **Dow Jones Sustainability Index** ocupando el tercer puesto a nivel global y el 1º en el sector de las telecomunicaciones, así como en el **FTSE4Good Index**, ocupando el puesto 38 a nivel global y 1º del sector de las telecomunicaciones.

Durante el pasado año, el Grupo Vodafone ha colaborado y realizado diferentes proyectos con organizaciones como: World Wildlife Foundation (WWF), Fauna and Flora Internacional, World Resources Institute, Forum for the Future. Además es miembro del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Global e-Sustainability Initiative (GeSI) y del International Business Leaders Forum (IBLF).

Como compañía de ámbito global, Vodafone opera dentro de una amplia gama de jurisdicciones legales. Vodafone respeta la legislación dentro de estas jurisdicciones y apoya las correspondientes normativas internacionalmente aceptadas, incluyendo las relacionadas con los derechos humanos.



3. Información sobre Vodafone

Vodafone España

“Durante el año fiscal 04/05, hemos crecido significativamente en volumen de negocio, en número de clientes y en cuota de mercado. Ha sido también el año del despliegue y arranque del 3G, terreno en el que el mercado percibe nuestro liderazgo. Asimismo, hay que destacar el progreso reflejado por las medidas de satisfacción de clientes”.

Francisco Román. Consejero Delegado Vodafone España.

Para asegurar la coherencia de la información proporcionada por todas las Compañías Operadoras que forman parte del Grupo Vodafone, los datos que se presentan a continuación se realizan de acuerdo al sistema de reporte de Vodafone España al Grupo.

Principales Cifras de Vodafone España

(Datos a 31 de marzo de 2005)	2004/05	△ Respecto a 2003/04
Facturación total (millones)	4.778	+ 24 %
Facturación por servicios (millones)	4.343	+ 22 %
Nº clientes (miles)	11.472	+ 18%
Clientes Vodafone live! (incluidos 3G) (miles)	2.992	+ 378%
Clientes 3G (Vodafone live! + VMC 3G/GPRS)	88.000	N.A.
ARPU anual ()	414	+ 10 %
Facturación por datos	--	+ 46 %
Facturación por voz	--	+ 19 %
Nº minutos de voz	--	+ 28 %
Nº empleados	4.015	+ 3 %

Las destacadas cifras del año fiscal 2004-05 están apoyadas en la excelente evolución de la cuota de mercado de Vodafone España y en el incremento del ingreso medio por cliente. Durante el año fiscal 2004-05 Vodafone España ha liderado, trimestre a trimestre, la cuota de mercado de altas netas, ganando la batalla de la **portabilidad** (facilidad que permite cambiar de operadora, manteniendo el mismo número) con un **saldo neto a 31 de marzo de 2005 de unos 460.000 clientes**.

Estos resultados son al mismo tiempo la consecuencia del importante aumento de la **satisfacción de nuestros clientes** y el incremento de la **preferencia de marca Vodafone**.

Vodafone España proporciona servicio a sus clientes a través de redes de telecomunicaciones GSM, GPRS y UMTS. Por otra parte, tiene establecidos acuerdos de “roaming” (itinerancia) con 310 operadores de 210 países.

PERTENENCIA A ORGANIZACIONES

Vodafone España es miembro activo de diversas organizaciones relacionadas con los diferentes ámbitos de la Responsabilidad Corporativa, entre los cuales es preciso destacar:

- > Club de Excelencia en Sostenibilidad, cuya misión es “Impulsar el desarrollo sostenible desde el sector empresarial, compartiendo prácticas responsables para contribuir a la excelencia de las empresas y al progreso de la sociedad”. Vodafone es Socio Fundador de este Club y tiene representación en su Junta Directiva.



- > Fundación Empresa y Sociedad, constituida por empresas comprometidas en mejorar su acción social y la del sector empresarial en su conjunto. En este sentido, Vodafone España, como Patrono de la Fundación Empresa y Sociedad, es una empresa comprometida a:

- Mejorar su estrategia de acción social.
- Gestionar adecuadamente su acción social.
- Apoyar el desarrollo de la Fundación Empresa y Sociedad.



- > AETIC. Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España. Vodafone participa, entre otros órganos de AETIC, en su Comisión de Medio Ambiente.



- > ASIMELEC. Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones. Vodafone participa en la Comisión de Telefonía Móvil de Asimelec, a través de la cual se gestiona la Iniciativa Tragamóvil, para la recogida y reciclaje de teléfonos móviles y sus accesorios (ver cap. 12: “Reciclado y Reutilización de Teléfonos Móviles”).



3. Información sobre Vodafone

Vodafone España

PRINCIPALES NOVEDADES EN PRODUCTOS Y SERVICIOS DURANTE EL AÑO FISCAL 2004-05

Los excelentes resultados del año fiscal 2004-05 han estado basados también en el lanzamiento de productos y servicios específicamente diseñados para las necesidades de cada uno de nuestros segmentos de clientes, siendo preciso destacar los siguientes productos y servicios:

- > **Vodafone live! 3G:** Permite una nueva forma de comunicación con fotos, vídeos, videollamada, descarga de música y TV.
- > **Vodafone Mobile Connect 3G/GPRS para Mac:** Tarjeta de datos que cuenta con un cd de software específico para ordenadores con sistema operativo Macintosh.
- > **Tarifa plana para llamadas internas entre los profesionales de la misma empresa:** Para las llamadas entre móviles Vodafone de una empresa por una cuota única mensual por línea.
- > **Vodafone Wireless Office:** Que permite llevar a las Pymes los servicios de telecomunicaciones de voz de las grandes empresas.
- > **Tarifa decreciente:** Permite a los clientes Vodafone disfrutar de descuentos de hasta un 50%.
- > **Blackberry 7100V de Vodafone:** Un teléfono móvil que combina los servicios de voz, con un acceso inmediato y seguro al correo electrónico, agenda y contactos.
- > **BlackBerry Vodafone Broker:** El "broker online" de Bankinter preinstalado en los dispositivos Blackberry 7230 y 7100v de Vodafone.
- > **Smartphone Treo600 de PalmOne:** Un teléfono dotado con aplicaciones de comunicación "wireless".
- > **Medical Guard Diabetes:** Para aquellas personas que necesiten controlar sus niveles de glucemia de forma continua (ver Cap. 8 "Productos y Servicios con alto Valor Social").
- > **T-Loop:** Permite a todas aquellas personas que sufren algún tipo de discapacidad auditiva y que usen audífono con telebobina "T" eliminar las interferencias y los ruidos molestos pudiendo mantener una conversación de manera normal (ver Cap. 8 "Productos y Servicios con alto Valor Social").
- > **Acuerdos con las principales ONG's** para realizar campañas de donaciones a través de SMS solidarios (ver Cap. 8 "Productos y Servicios con alto Valor Social").



EL DESPLIEGUE DE 3G

Vodafone España se ha consolidado como un referente de la telefonía móvil a nivel particular y empresarial. Uno de los objetivos más ambiciosos planteados el pasado año fiscal fue **liderar la introducción de la tecnología 3G en España**. Se han logrado los objetivos de despliegue previstos, y a la fecha del informe, Vodafone España ofrece cobertura en más de 400 municipios, que suponen el 55% de la población española.

4. Integración de la Responsabilidad Corporativa en la Gestión

“La Responsabilidad Social de las Empresas no es una moda, es una cultura empresarial, una concepción estratégica de su funcionamiento, de los valores que la inspiran y de los fines que se persiguen”.

Ramón Jáuregui. Portavoz en la Subcomisión Parlamentaria de Responsabilidad Social Empresarial del Congreso de los Diputados.

“Ser una Empresa Responsable” es uno de los seis **objetivos estratégicos** de Vodafone. Este objetivo estratégico se apoya en la propia cultura de la empresa, resumida en sus cuatro **Valores** culturales y en sus diez **Principios de Negocio**, definidos en el ejercicio fiscal 2001-02.

Desde entonces en Vodafone nos hemos centrado en mejorar nuestro comportamiento a través de la Integración de la Responsabilidad Corporativa en la gestión de la empresa.

NUESTROS VALORES

Vodafone define sus cuatro Valores como Pasiones:



- > **Pasión por los clientes.**
- > **Pasión por nuestros empleados.**
- > **Pasión por los resultados.**
- > **Pasión por el mundo que nos rodea.**

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- > **Satisfacer a nuestros clientes.**
- > **Crear el mejor equipo global.**
- > **Aprovechar la escala y alcance global.**
- > **Expandir los Límites de Mercado.**
- > **Ser una Empresa Responsable.**
- > **Proporcionar elevado valor para los accionistas.**

Los Principios de Negocio actúan, al mismo tiempo, como Código de Conducta empresarial e individual, ya que son de aplicación tanto a todas las compañías del Grupo Vodafone en las que se tiene una participación mayoritaria, como a sus respectivos empleados.

Los citados Valores y Principios de Negocio son complementados por **Políticas** específicas relativas a los diferentes ámbitos de la gestión empresarial (Finanzas, Recursos Humanos, Prevención de Riesgos Laborales, Marketing, etc.).

LOS PRINCIPIOS DE NEGOCIO

1. **Creación de Valor.** Creemos que la competencia en una economía de mercado, llevada a cabo de una manera ética, es la mejor forma de proporcionar beneficios a nuestros Grupos de Interés.
2. **Política Pública.** Expresaremos nuestras opiniones sobre propuestas de gobierno y otros asuntos que puedan afectar a nuestros Grupos de Interés.
3. **Comunicaciones.** Nos comunicaremos de una manera abierta y transparente con nuestros Grupos de Interés, dentro de los límites de confidencialidad comercial.
4. **Clientes.** Nos comprometemos a proporcionar a nuestros clientes productos seguros y fiables, y servicios que representen una buena rentabilidad para ellos.
5. **Empleados.** La relación con y entre los empleados está basada en el respeto hacia el individuo y los derechos humanos.
6. **Conducta Individual.** Esperamos que todos los empleados actúen de forma honesta, justa y con integridad.
7. **El Medio Ambiente.** Nos comprometemos a establecer prácticas de negocio sostenibles y a proteger el medio ambiente.
8. **Las Comunidades y la Sociedad.** Aceptamos nuestra responsabilidad de compromiso con las comunidades e invertiremos en la sociedad de manera que se haga un uso efectivo de nuestros recursos, incluyendo el apoyo a organizaciones benéficas.
9. **Salud y Seguridad.** Estamos comprometidos con la salud y seguridad de nuestros clientes, empleados y comunidades en las que operamos.
10. **Socios Comerciales y Proveedores.** Intentaremos establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas con nuestros socios comerciales y proveedores.

4. Integración de la Responsabilidad Corporativa en la Gestión

Vodafone ha establecido la sistemática y canales necesarios para fomentar que los empleados informen sobre preocupaciones éticas o sospecha de incumplimiento de los Principios de Negocio, a través de su línea jerárquica o del Área de Recursos Humanos. Adicionalmente, existe una dirección de correo electrónico para que los empleados puedan notificar sus preocupaciones de forma anónima al Director de Recursos Humanos del Grupo o al Director de Auditoría del Grupo.

Con el fin de impulsar y aumentar la Integración de la Responsabilidad Corporativa en la gestión, durante el último año fiscal, Vodafone España se ha centrado en:

- > Mejorar la gestión de los temas que preocupan a los Grupos de Interés (“stakeholders”), prevenirlos e incluirlos en nuestras decisiones de negocio.
- > Integrar la Responsabilidad Corporativa en el día a día de los procesos de negocio.
- > Fortalecer la estructura organizativa relacionada con la Responsabilidad Corporativa.

INTEGRACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS EN LA TOMA DE DECISIONES

Para definir el alcance del **Programa de Responsabilidad Corporativa**, se ha consultado previamente a los diferentes Grupos de Interés con el fin de identificar cuáles eran los principales aspectos o expectativas que deseaban que fueran tratados por una empresa de telefonía móvil como Vodafone. Fruto de este proceso de consultas fue la definición, durante el año fiscal 2003-04, de las **ocho iniciativas** de Responsabilidad Corporativa que están siendo abordadas por cada una de las empresas del Grupo Vodafone. El desarrollo de cada iniciativa está siendo realizado en grupos de trabajo constituidos por representantes de diferentes operadoras del Grupo Vodafone, siendo liderada cada iniciativa por un Consejero Delegado de una de las operadoras del Grupo.

Iniciativas de Responsabilidad Corporativa

Emisiones Radioeléctricas.
Eficiencia Energética y Cambio Climático.
Reciclado de Terminales y Accesorios.
Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono.
Despliegue Responsable de Red.
Productos y Servicios con alto Valor Social.
Marketing Responsable.
Suministradores.

Con independencia de las iniciativas de Responsabilidad Corporativa identificadas a nivel del Grupo Vodafone, cada una de las operadoras del Grupo puede establecer **actuaciones adicionales** en su gestión de la Responsabilidad Corporativa, que son a su vez transmitidas al Grupo y al resto de operadoras.

La identificación y comunicación de los nuevos aspectos de Responsabilidad Corporativa emergentes se realiza de acuerdo con el Proceso de Involucración con los Grupos de Interés (Ver Capítulo 6 “Compromiso con los Grupos de Interés”). Este proceso es complementado por otro tipo de actuaciones periódicas, como son las reuniones semestrales de los representantes de Responsabilidad Corporativa de las diferentes operadoras del Grupo, o las conferencias mensuales sobre los avances en temas de Responsabilidad Corporativa.

Por otra parte, Vodafone España ha complementado a lo largo del año fiscal 2004-05 los canales de comunicación con sus Grupos de Interés con objeto de conocer tanto su percepción sobre nuestro comportamiento en temas sociales, éticos y medioambientales, como para identificar nuevos aspectos de dichos temas que los Grupos de Interés desean que sean abordados por nuestra empresa.

Como resultado de estas actuaciones de involucración con nuestros Grupos de Interés (ver Cap. 6 “Compromiso con los Grupos de Interés”) hemos obtenido un mejor conocimiento de sus principales expectativas, preocupaciones y percepciones, que nos ha permitido actualizar nuestro Programa de Responsabilidad Corporativa.

INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN LOS PROCESOS DE NEGOCIO

Consideramos que la gestión de la Responsabilidad Corporativa es más eficaz si está incluida en los procesos de negocio clave. Por ello, sistemáticamente, tras realizar la identificación y análisis de las expectativas de los Grupos de Interés, se procede a la definición de aquellos temas que puedan tener un efecto directo o indirecto en el negocio. Una vez identificados dichos temas, se procede a su evaluación y priorización para determinar los que se deben considerar en la **planificación a largo plazo (LRP)**.



4. Integración de la Responsabilidad Corporativa en la Gestión

De esta forma, se ayuda a asegurar que la toma de decisiones estratégicas tiene en cuenta las tendencias sociales y medioambientales, y se anticipa a ellas en la medida de lo posible.

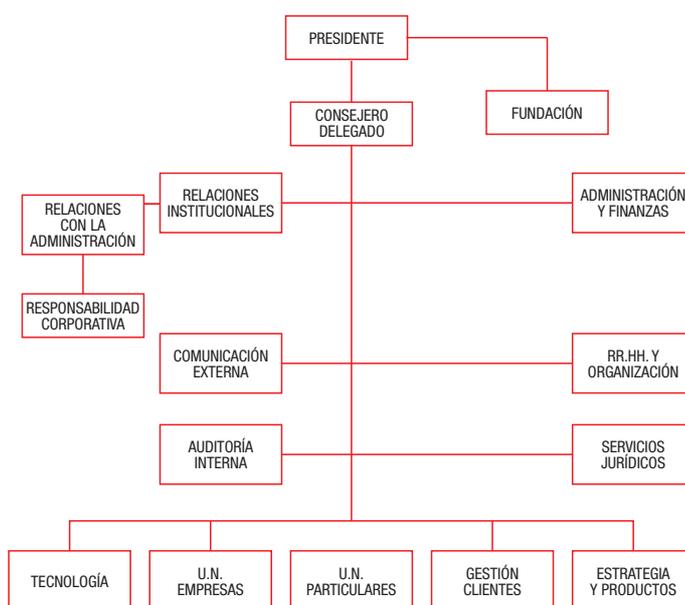
Vodafone cuenta con un **sistema de gestión** de la información relativa a Responsabilidad Corporativa (“Envoy”), a través del cual, trimestralmente, todas las operadoras del Grupo comunican sus indicadores clave. Desde el Grupo Vodafone, los resultados son analizados, comparados y comunicados a los máximos responsables de cada operadora. De esta forma, además de asegurar el nivel de compromiso de los máximos ejecutivos, se permite establecer un proceso de “benchmarking” que, posteriormente, lleva a compartir las mejores prácticas.

Por otra parte, las actividades que realiza Vodafone, como las de cualquier empresa, tienen una incidencia en el **medio ambiente**, ya sea por el consumo de recursos o por la generación de impactos sobre el medio ambiente. Con el fin de controlar dichos impactos, Vodafone dispone de un sistema de gestión ambiental basado en la norma internacional ISO 14001, que fue implantado y certificado por primera vez en 1997, y que se ha venido manteniendo actualizado en todo momento para asegurar que es aplicado día a día en todas nuestras actividades. De hecho, en el ejercicio fiscal 2004-05 se ha obtenido el certificado de cumplimiento con la nueva versión de la norma ISO 14001:2004.



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

En Vodafone España, la gestión del Programa de Responsabilidad Corporativa se realiza mediante el **Comité Institucional**. En este Comité (constituido, además de por el Presidente y el Consejero Delegado, por Directores de Área), se analizan mensualmente los temas que afectan a la gestión de la Responsabilidad Corporativa, lo que refleja que los temas de Responsabilidad Corporativa son de carácter estratégico. El Director de Relaciones Institucionales es el miembro del Comité con responsabilidad sobre estos temas.



Por otra parte, la Responsabilidad Corporativa es considerada en los principales sistemas de gestión de la compañía y se está involucrando a las áreas organizativas. Así, en el ejercicio 2004-05, se ha involucrado en temas de Responsabilidad Corporativa a las siguientes áreas de forma especial:

- > Gestión de la Cadena de Suministros: Ver Cap. 14: “Compras Éticas”.
- > Marketing: Ver Cap. 7: “Marketing Responsable”.
- > Tecnología: Ver Cap. 10, 11 y 13.

COMUNICACIÓN INTERNA

Con objeto de aumentar el conocimiento de los temas clave de la Responsabilidad Corporativa entre los empleados, Vodafone España adquirió en el año fiscal 2003-04, el compromiso de desarrollar a lo largo del ejercicio 2004-05 un **Plan de Comunicación del Programa de Responsabilidad Corporativa** entre nuestros empleados.

4. Integración de la Responsabilidad Corporativa en la Gestión

En este sentido, dentro de las actividades de Comunicación Interna que se han llevado a cabo durante el ejercicio 2004-05 destacan:

- > Distribución del Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España a todos los empleados.
- > Realización de reuniones específicas sobre las actividades del Programa de Responsabilidad Corporativa de los mandos con los miembros de sus respectivos equipos (conocidos internamente como "Team Briefings").
- > Distribución del Informe interno (específico para empleados) que resume las actividades de Responsabilidad Corporativa que se están desarrollando en todas las operadoras del Grupo Vodafone.
- > Creación de un "microsite" sobre Responsabilidad Corporativa en la Intranet, con dirección de correo electrónico para opiniones, sugerencias, etc.
- > Inclusión periódica de noticias sobre Responsabilidad Corporativa en los canales de Comunicación Interna de la Compañía.
- > Publicaciones de bolsillo conocidas como "Todas las respuestas al alcance de la mano", dirigidas a los empleados, sobre los temas clave de Responsabilidad Corporativa. Durante el pasado año fiscal, se realizaron las correspondientes a Marketing Responsable, y Móviles, Antenas y Salud.

Actividades de Comunicación Interna como las indicadas han sido la causa de que en la encuesta de Satisfacción de Empleados, a la que se hace referencia en el Cap. 15: "Empleados", el 89% de los empleados manifieste que entiende la importancia de los Valores (4 puntos porcentuales por encima de la media del Grupo) y el 76% conozca los Principios de Negocio (10 puntos porcentuales por encima de la media del Grupo).



GOBIERNO CORPORATIVO

Vodafone España tiene establecidos los siguientes **Comités de Decisión**:

- > **Comité Ejecutivo:** Su misión es dirigir a Vodafone España hacia la consecución de sus objetivos y prioridades estratégicas.

- > **Comité de Operaciones:** Su objetivo es seguir y controlar las operaciones e iniciativas relevantes para la Compañía.
- > **Comité Comercial:** Su objetivo es adoptar y dar a conocer decisiones sobre las promociones, campañas, planes de Marketing y todo lo relacionado con el canal de ventas.
- > **Comité de Productos:** Su misión es efectuar el seguimiento del Plan de Desarrollo de Productos, aprobación del Plan de Productos, etc.
- > **Comité Institucional:** En él se tratan temas legales, de regulación del mercado, de la Fundación, Relaciones Institucionales y de Responsabilidad Corporativa.

La Ley americana "**Sarbanes Oxley**", promulgada en julio 2002, aumenta los requerimientos respecto del gobierno corporativo y la información financiera, y es de aplicación para las empresas que cotizan en la Bolsa de Nueva York, como es el caso del Grupo Vodafone.

La sección 404 de dicha Ley será de aplicación para el Grupo Vodafone en las Cuentas Anuales que se cierran a 31 de marzo de 2007, y requiere de la dirección de las empresas, la documentación, evaluación y certificación de la eficacia de los controles internos y los procedimientos respecto de la información contenida en las Cuentas Anuales. Asimismo, se requiere que los auditores externos certifiquen la eficacia de estos controles.

Al ser esta Sección 404 la que tiene un mayor impacto en la organización, en Vodafone se ha creado un proyecto específico, en cuyo Plan destacan los siguientes hitos:

- > Identificar las Cuentas de Balance y Cuenta de Resultados afectadas por el alcance del Proyecto.
- > Documentar los Procesos de Negocio y los sistemas informáticos relevantes que intervienen en esas Cuentas.
- > Identificar los Riesgos asociados a los procesos y sistemas informáticos y documentar los controles que los mitigan.
- > Realizar pruebas que acrediten la eficacia de los controles.
- > Realizar planes de acción para aquellos controles que deban ser mejorados.
- > Firma del certificado.
- > Revisión y certificación de los auditores externos.

Con relación a este proyecto, en Vodafone España se ha creado una oficina de dirección del proyecto que coordina todos los aspectos del plan y se han asignado los recursos necesarios para realizar las acciones que aseguren su cumplimiento.

5. Impacto Socio-Económico de la Telefonía Móvil

“Hoy día, la industria del móvil genera alrededor de 400.000 millones de euros cada año e innumerables puestos de trabajo directos e indirectos. Las comunicaciones móviles son un increíble motor para el desarrollo económico y social, lo que les aporta un valor único.”

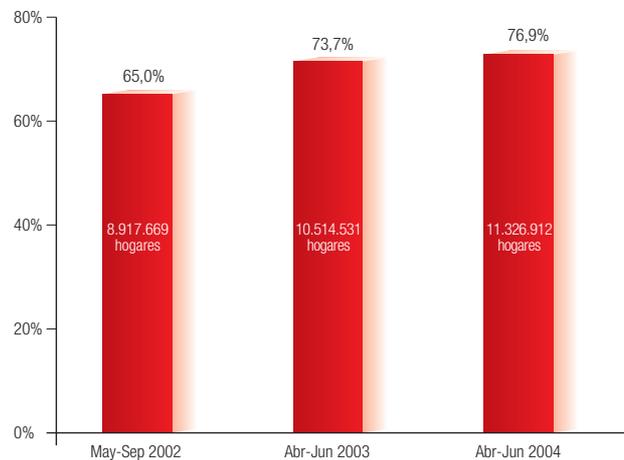
Rob Conway, Consejero Delegado de la Asociación GSM.

El informe de “The European Telecom Review”, emitido en 2005 indica que las telecomunicaciones europeas facturaron 201.488 millones de euros en el 2004, lo que supone un aumento del mercado del 4%. De estos ingresos, el 80% se deben a la telefonía móvil y fija, habiendo superado, por primera vez, los usuarios de móvil a los de fija.

El mercado de las comunicaciones móviles se caracteriza principalmente por la rápida evolución que ha experimentado en los últimos años. Este mercado, que nació aportando un valor añadido que complementaba al servicio de la telefonía fija, a lo largo de los años, y debido a su éxito, al incremento de nuevos minutos de tráfico y a los nuevos usos, ha ido evolucionando hasta llegar a convertirse en un sustituto de la telefonía fija, produciéndose el fenómeno de migración del tráfico de voz de las líneas fijas a las móviles.

Según la Encuesta sobre “Equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación en las viviendas” (22 de febrero de 2005), realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), la penetración de la telefonía móvil en los hogares españoles mantiene su tendencia de crecimiento, alcanzando el 76,9% de los mismos.

Evolución de la penetración de la telefonía móvil en hogares españoles

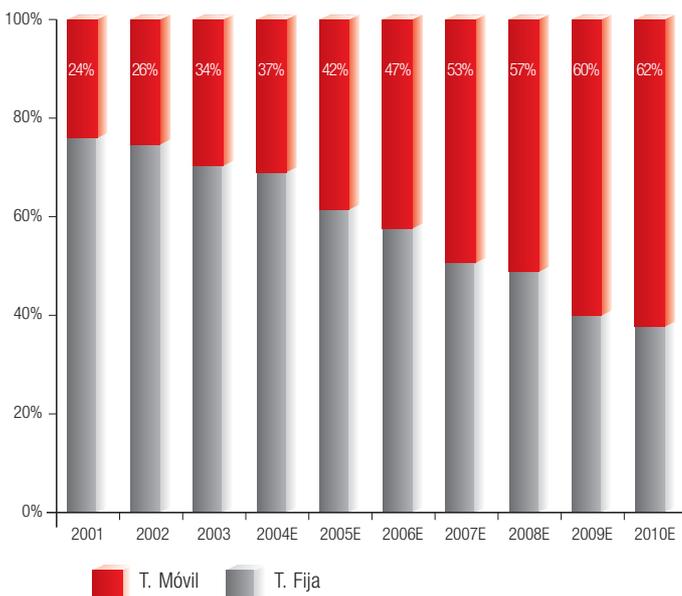


Fuente: INE.

Por otra parte, según datos del Informe de 2003 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, los **operadores móviles** fueron las únicas empresas del sector que no redujeron su inversión durante ese año, alcanzando el sector de las telecomunicaciones una contribución del orden del 3,2% al Producto Interior Bruto (PIB).



Evolución del tráfico de la Telefonía Fija y Móvil en España



Según el Observatorio Europeo de Tecnologías de la Información (EITO), en 2006 se contabilizarán más de 1.811 millones de usuarios de telefonía móvil en todo el mundo. Los mayores incrementos mundiales se darán en países de economías emergentes, cuya tasa de penetración de telefonía móvil crecerá a ritmo muy alto.

Asimismo, según la edición española del informe Digiworld, durante el año 2004, las operadoras de telefonía móvil incrementaron un 14,5% sus ingresos y alcanzaron un beneficio récord de 3.100 millones de euros, lo que significa un aumento del 18% respecto al año anterior. Dicho informe destaca que durante 2004 se inició la recuperación de los mercados, con un crecimiento del 8,5% de todo el sector.

5. Impacto Socio-Económico de la Telefonía Móvil

En función de lo expuesto, es indudable que la telefonía móvil lleva asociados **importantes beneficios económicos y sociales**. El conocimiento de estos beneficios permite entender la contribución de la telefonía móvil al desarrollo sostenible. Con el fin de poder explicar mejor su contribución al desarrollo sostenible, se indican a continuación algunos de los impactos más significativos:

1. La telefonía móvil tiene una contribución directa a la economía global mediante la **riqueza** generada y los **puestos de trabajo** creados directa e indirectamente. Así, de acuerdo con un estudio del Instituto de Empresa sobre la Telefonía Móvil, la contribución de ésta al PIB es alrededor del 2%, y la cifra de empleo directo dentro del sector de operadores de telefonía móvil prácticamente se ha duplicado en los últimos 5 años.
2. Según estudios realizados, la telefonía móvil puede mejorar el desarrollo económico, la **calidad de vida** y el capital social. A este respecto, cabe mencionar el estudio encargado en 2004 por el Grupo Vodafone para analizar los impactos económicos y sociales de la telefonía móvil en los países en desarrollo, especialmente en África (ver las principales conclusiones en www.vodafone.com/africa).
3. La telefonía móvil ayuda a disminuir la "**brecha digital**". Todas las investigaciones muestran que los teléfonos móviles juegan un papel importante en promover el desarrollo de los niveles socioeconómicos más bajos. De hecho, los teléfonos móviles, para su utilización, requieren un nivel de educación menor en comparación con otras tecnologías, como por ejemplo, Internet. Esto los hace más accesibles.
4. Por último, es necesario hacer una referencia al papel que juegan las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la **integración** sociolaboral, participación y desarrollo de las **personas con** determinados tipos de **discapacidad**.

Las TIC son fundamentales en las actividades cotidianas de la mayoría de las personas. Bien sea en la educación, el trabajo, el ocio o en la vida doméstica, las TIC están presentes en forma de ordenadores, teléfonos o televisores.

Las personas con discapacidad suponen un grupo importante de ciudadanos que todavía no disfrutan plenamente de los mismos beneficios que los demás usuarios. A menudo tienen dificultades para acceder a nuevos servicios que, con frecuencia, se desarrollan

sin tener en cuenta sus necesidades especiales.

Las nuevas tecnologías pueden añadir en ocasiones nuevas barreras, pero cuando la tecnología se utiliza en la forma adecuada, ayuda a que esas mismas barreras sean eliminadas o, por lo menos, reducidas. Además, las TIC pueden proporcionar a las personas con discapacidad el acceso a servicios fundamentales de los que, de otra forma, se verían excluidos.

En España, el número de personas con algún tipo de discapacidad supone alrededor del 9% de la población total. Las tecnologías de ayuda suponen, en la mayoría de los casos, un incremento de la calidad de vida, y en algunos casos, como los sistemas alternativos de comunicación, les permiten romper el aislamiento y la falta de comunicación en la que se hallan, lo que favorece su integración social, familiar y laboral.

Las características de los nuevos entornos móviles facilitados por las TIC, y especialmente por la telefonía móvil, son un ejemplo claro de cómo la tecnología facilita soluciones a algunos de los problemas con los que se encuentran colectivos con necesidades especiales.

Los objetivos prioritarios del uso de las TIC, están relacionados con crear los mecanismos necesarios para posibilitar la accesibilidad e igualdad de oportunidades, y especialmente para lograr el acceso al empleo y la adaptación de éste a la persona.

En el Cap. 8: "Productos y Servicios con alto Valor Social", se proporcionan ejemplos de cómo Vodafone España ha desarrollado Productos y Servicios orientados a personas con determinadas discapacidades.



6. Compromiso con los Grupos de Interés

“La Responsabilidad Corporativa es un nuevo concepto de empresa que se basa en un nuevo pacto de las empresas con la sociedad”.

José Luis Rodríguez Zapatero. Presidente del Gobierno de España. (Entrega de Premios Fundación Empresa y Sociedad, 7 de abril de 2005).

En el día a día, Vodafone España contacta con una amplia variedad de Grupos de Interés como consecuencia de sus actividades. La naturaleza de estas relaciones es distinta en función del Grupo de Interés del que se trate. No sólo establecemos relación con nuestros empleados y clientes, sino también con otros Grupos de Interés que pueden verse afectados por nuestras operaciones o que pueden influir en ellas.

Las empresas, uno de los principales protagonistas de la sociedad actual, somos cada vez más conscientes de las nuevas y crecientes demandas existentes en relación con algunos aspectos como la ética, el buen gobierno, la transparencia, el respeto al medio ambiente, y el desarrollo socioeconómico de su entorno. Estas demandas provienen de colectivos muy distintos, los denominados Grupos de Interés o “Stakeholders”.

Clasificación general de los Grupos de Interés de Vodafone España

Accionistas, Inversores y Entidades Financieras	Administraciones Públicas y Reguladores
Clientes	Propietarios y Comunidades de vecinos
Empleados	Creadores de Opinión y Conocimiento
Aliados Estratégicos y Proveedores	Sociedad y Público en general

En un entorno como el actual, donde la importancia de la opinión individual y de los grupos sociales organizados es cada vez mayor y más inmediata, la gestión de nuestra relación con los Grupos de Interés no se limita a las actuaciones del día a día, sino que, por el contrario, está cada vez más ligada a las decisiones estratégicas a medio y largo plazo.

Durante el año fiscal 2004-05, Vodafone ha establecido las Guías para el Desarrollo e Implantación del Proceso de Involucración con los Grupos de Interés. A través de estas Guías, se proporcionan una serie de directrices, para desarrollar los procesos de involucración con los distintos Grupos de Interés, de forma que se pueda llegar a entender cómo cada uno de ellos puede influir en el éxito del negocio y cómo perciben éstos los impactos en la sociedad.

Dentro de este contexto, Vodafone España ha implantado diversos sistemas para obtener información sobre las expectativas y los aspectos que más preocupan a sus Grupos de Interés, así como sobre su percepción del

comportamiento social y medioambiental de nuestra compañía.

ESCUCHANDO A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En función del Grupo de Interés de que se trate, Vodafone España ha establecido distintos canales de comunicación, que varían desde reuniones individuales hasta encuestas de opinión cuantitativas que implican a miles de personas. Estos canales los podemos resumir como sigue:

Canales Específicos:

- > **Accionistas, Inversores y Entidades Financieras.** El Grupo Vodafone mantiene reuniones periódicas con los principales inversores socialmente responsables para identificar los temas que más les preocupan. Además, forma parte de los más importantes índices de sostenibilidad: Dow Jones Sustainability Indexes y FTSE4Good Index.
- > **Clientes y Público en General.** Además del contacto diario a través de los Centros de Atención al Cliente que nos permite entender sus expectativas sobre diversos temas, incluida la Responsabilidad Corporativa, uno de los métodos más utilizados por Vodafone España para conocer tanto las percepciones como las expectativas y preocupaciones de nuestros clientes y público en general son las **encuestas**:
 - Anualmente, Vodafone encarga a una reconocida compañía de Investigación de Mercados, (MORI: Market and Opinion Research International), la realización de una encuesta de percepción y opinión de estos Grupos de Interés.
 - Por otra parte, trimestralmente, Vodafone España encarga una encuesta, similar a la anterior, en la que se pregunta a nuestros clientes y público en general tanto su percepción sobre el comportamiento social y medioambiental, como cuáles son los temas de Responsabilidad Corporativa en los que considera debemos enfocar y centrar nuestras actuaciones. Los resultados de esta encuesta nos permiten analizar cómo van evolucionando las inquietudes,

6. Compromiso con los Grupos de Interés

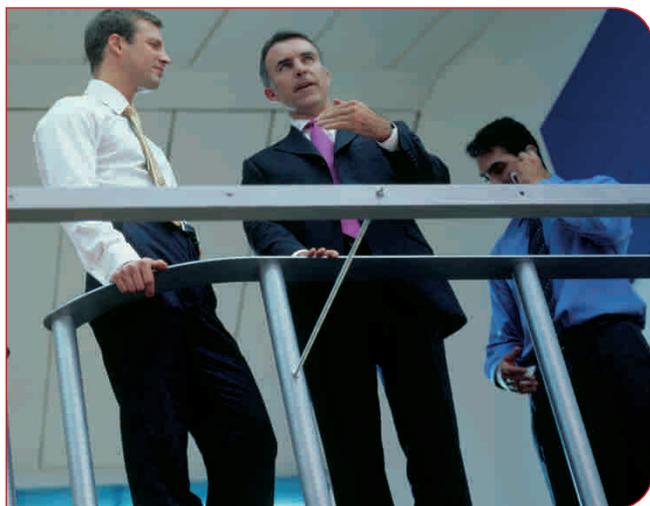
preocupaciones y expectativas de nuestros Grupos de Interés y, además, cómo perciben que estamos respondiendo a las mismas.

Las principales conclusiones que derivan de estas encuestas son:

- El público general manifiesta que los temas a los que prefiere que dediquemos nuestra atención son los relativos a la telefonía móvil y salud, así como a proporcionar productos y servicios que mejoren la calidad de vida de personas con necesidades especiales.
- Nuestros clientes prefieren que nuestra atención se centre en el establecimiento de controles para prevenir el acceso por menores a contenidos para adultos, así como a productos y servicios que mejoren la calidad de vida de personas con necesidades especiales.

> **Empleados.** En el ejercicio fiscal 2004-05 Vodafone ha llevado a cabo una encuesta bial de empleados cuyas principales conclusiones se abordan en el cap. 15: "Empleados".

> **Propietarios y Comunidades de Vecinos.** Vodafone es consciente de que los emplazamientos donde están ubicadas las estaciones de telefonía móvil son uno de los activos importantes de la Compañía. Por ello, durante el pasado ejercicio fiscal 2004-05, se realizó una encuesta de Satisfacción de Propietarios, a través de la cual se detectó que la facilidad de acceso a Vodafone por cuestiones relacionadas con el emplazamiento era mejorable. Esto dio lugar a la puesta en marcha, entre otras acciones, del Centro de Atención al Propietario, que atiende cualquier consulta o incidencia relacionada con el emplazamiento de la estación base. (Ver Cap.11: "Despliegue Responsable de Red").

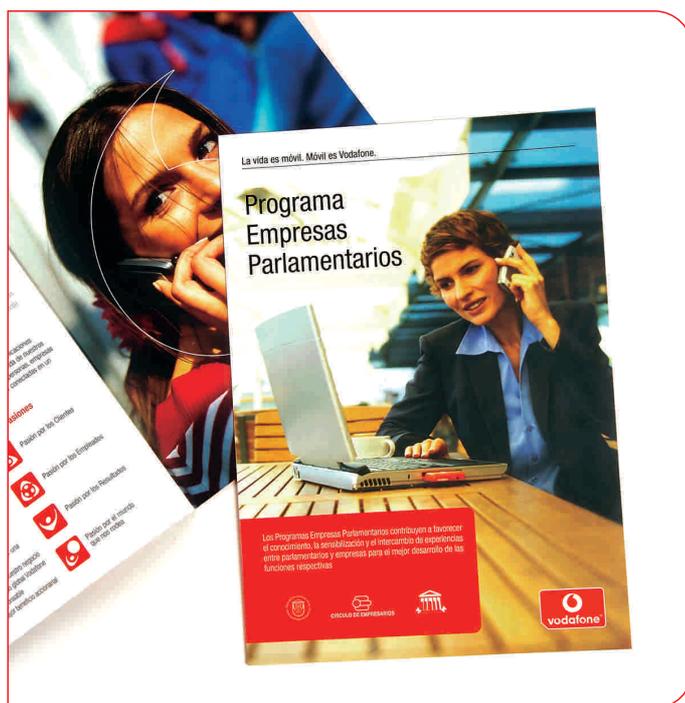


> **Programa Empresa - Parlamentarios.** En el marco del Programa Empresa - Parlamentarios que viene organizando el Círculo de Empresarios desde 1987, Vodafone España ha elaborado un programa de estancias para todos aquellos diputados y senadores, incluidos los parlamentarios europeos, que estén interesados en conocer la realidad del día a día de nuestra empresa.

El objeto de este programa es poner en contacto el ámbito político y el empresarial, de forma que quienes legislan tengan conocimiento real de la economía y los empresarios sepan cómo funcionan las instituciones parlamentarias.

El programa elaborado incluye, en primer lugar, una visión general de la empresa, objetivos, estrategias y marco nacional e internacional de la compañía; en segundo lugar el programa incluye una exposición de las actividades básicas de cada línea ejecutiva y de "staff", incluyendo visitas a centros tecnológicos de operación y de desarrollo. Este programa hace especial énfasis en aspectos prioritarios en Vodafone sobre nuestro compromiso en materia de Responsabilidad Corporativa.

Otro apartado importante del programa es analizar en profundidad los aspectos regulatorios y legales que afectan al negocio, mostrando a quien legisla, el impacto directo que sus actuaciones en esta materia pueden tener en el mundo empresarial.



6. Compromiso con los Grupos de Interés

Canales dirigidos a todos los Grupos de Interés:

Además de los canales específicos dirigidos a Grupos de Interés concretos, Vodafone España dispone de otros canales orientados a detectar las percepciones, expectativas y preocupaciones en materia social y medioambiental de los Grupos de Interés en su conjunto. Entre dichos canales se encuentran:

> Estudios específicos para el conocimiento de las expectativas y percepciones de nuestros Grupos de Interés:

La realización, durante el pasado ejercicio, de un análisis estratégico de nuestros Grupos de Interés, ha permitido identificar y priorizar los más relevantes, conocer los aspectos significativos para ellos y su percepción de la Compañía, así como fijar las estrategias específicas para gestionarlos. Los objetivos específicos de este estudio fueron:

- Desarrollar un proceso de reflexión dentro de Vodafone España para definir los Grupos de Interés relevantes -primarios y secundarios- así como el posicionamiento deseado de la Compañía ante esos Grupos de Interés y las áreas de riesgo/oportunidad para cada Grupo de Interés.
- Identificar las expectativas y percepciones de los Grupos de Interés analizados.
- Definir las diferencias entre el posicionamiento deseado de Vodafone y las percepciones e intereses de los diferentes Grupos de Interés.
- Elaborar un "Mapa de Grupos de Interés" en función de su

posicionamiento respecto a Vodafone y las prioridades de actuación.

> Participación activa en una serie de organizaciones relacionadas con la Responsabilidad Corporativa (Ver Cap. 3)

> **Recogida de información a través de la web.** La puesta a disposición de nuestros Grupos de Interés de un canal de recogida de opiniones, sugerencias, etc., a través de la web (responsabilidad@corp.vodafone.es) ha sido otra de las fuentes de recogida de información. En los gráficos adjuntos se indican la distribución de estas comunicaciones en función del Grupo de Interés, así como los temas a los que se referían dichas comunicaciones.



PRIORIDADES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS:

Los sistemas de involucración con nuestros Grupos de Interés que se acaban de resumir nos han permitido conocer los **principales aspectos** en los que, en opinión de nuestros Grupos de Interés, debemos centrarnos, y darles respuestas, las cuales se indican en el cuadro adjunto:

Aspectos	Descripción	Respuesta de Vodafone España
Marketing Responsable	Publicitar y promover productos y servicios de una forma responsable	Implantación de las Guías de Marketing Responsable y publicación de diversos folletos divulgativos (Ver Cap. 7)
Control de acceso a contenidos	Ayudar a prevenir el acceso de los menores a contenidos para adultos a través del móvil	Desarrollo e implantación de acciones que ayudan a controlar el acceso a contenidos para adultos (Ver Cap. 7)
Desarrollo de Productos y Servicios con alto Valor Social	Desarrollar Productos y Servicios que mejoren la calidad de vida de personas con necesidades especiales o que favorezcan su integración social y laboral	Implantación de acciones para favorecer la comunicación y la integración socio-laboral de personas con necesidades especiales (Ver Cap. 8 y 9)
Potencial efecto de las emisiones radioeléctricas sobre la salud	Dudas que algunos colectivos tienen sobre la posible relación entre salud y emisiones radioeléctricas de teléfonos móviles y antenas	Publicación y distribución de documentación sobre el tema. Realización de documentación específica para Comunidades de Propietarios (Ver Cap. 10)
Impactos medioambientales y Reciclado de Teléfonos Móviles	Efectos que nuestros Productos y Operaciones pueden causar en el Medio Ambiente	Establecimiento de Política y Guías sobre Despliegue Responsable de Red (ver Cap. 11) y Planes de Eficiencia Energética y de Gestión de Residuos (Ver Cap. 13) Implantación de esquemas de reciclado de teléfonos móviles (Ver Cap. 12)
Compras Éticas	Asegurar que nuestros proveedores respetan los derechos humanos y laborales, así como el medio ambiente	Implantación del Código de Compras Éticas (Ver Cap. 14)

7. Marketing Responsable

Guía de Marketing Responsable

“La publicidad es un instrumento eficaz para difundir mensajes comerciales correctos; pero también se recurre a ella para lanzar mensajes bastante menos positivos. La falta de ética en el mercado se convierte en la falta de ética de la publicidad: se cae en la tentación de usar en los mensajes la denigración o la imitación falaz de los rivales, la exageración o la omisión engañosas, la simple y llana mentira, las imágenes impactantes que llamen la atención y provoquen el escándalo”.

Dr. Hugo Aznar. Prof. de Ética y Deontología del Periodismo del CEU San Pablo (Valencia, España).

Según la definición tradicional, Marketing es identificar lo que quiere y necesita un público objetivo, y satisfacer estas necesidades de forma rentable y mejor que la competencia.

A largo plazo, las marcas más exitosas son aquellas en las que confían los consumidores. Vodafone apuesta por esta visión a largo plazo y considera que debe actuar siempre bajo el principio de infundir confianza en los consumidores.

Por otra parte, los potenciales clientes se preocupan, cada vez más, por temas sociales y medioambientales. Por ello, empiezan a sentirse interesados por lo que las compañías y sus productos representan.

En el informe del ejercicio fiscal 2003-04, Vodafone se comprometió a desarrollar e implantar una **Guía de Marketing Responsable**. Dicha Guía ha sido desarrollada e implantada en el ejercicio 2004-05, y en ella se indica que Marketing Responsable “es el modo en que mostramos que somos una empresa responsable. Conlleva garantizar que, siempre que nos comuniquemos con otros, nuestras comunicaciones sean claras y comprensibles, legales, decentes, justas, honestas, veraces y que cualquier cosa que aleguemos sobre un producto u organizaciones pueda corroborarse”. En definitiva, Marketing Responsable significa comunicarse con los clientes de una forma honesta y clara, que les permita elegir basándose en información adecuada.

Los requisitos de esta Guía son aplicables a todas las comunicaciones externas, desde los anuncios en televisión y prensa, hasta las conversaciones con los clientes en las tiendas. También incluye el respeto por los derechos de propiedad intelectual de otras personas u organizaciones (por ejemplo, el pago de derechos de autor para utilizar fotografías o música en nuestros anuncios).

Se ha elaborado una lista de comprobaciones para ayudar al personal de marketing y a nuestras agencias de publicidad a identificar problemas potenciales en el desarrollo de campañas de publicidad. Así, de acuerdo con esta Guía, antes de realizar cualquier comunicación se comprueban los siguientes aspectos:

- > Su coherencia con nuestra Visión, Valores, Principios de Negocio y Políticas de la Compañía.

- > Si el mensaje es justo, honesto y preciso.
- > Si cumple con las Leyes, Normas y Códigos de Prácticas pertinentes.
- > Si da muestras de preocuparse, cuando aplique, por temas de seguridad personal.
- > Si es sensible a los valores culturales de nuestro país.



Independientemente de que el diseño de las comunicaciones de marketing se realice teniendo en cuenta los requisitos de la Guía de Marketing Responsable, y con objeto de poder demostrar el cumplimiento de la misma, Vodafone España ha establecido un proceso de Auditoría, por el que trimestralmente se reúne el Comité de Marketing Responsable (formado por representantes de Marketing, Responsabilidad Corporativa y personal de las Agencias de Publicidad). En esta **Auditoría** se revisan todas las comunicaciones emitidas (en cualquier medio/suporte) en el trimestre previo en cuestión y se analiza su cumplimiento con relación a la Guía de Marketing Responsable.

Por otra parte, e independientemente de otros canales que el público general desee emplear, Vodafone España pone a su disposición la dirección de correo electrónico de Responsabilidad Corporativa (responsabilidad@corp.vodafone.es) para que puedan comunicar aquellos anuncios que les hayan ofendido de alguna u otra forma (ver Cap.6: “Compromiso con los Grupos de Interés”).

Finalmente, es preciso mencionar, tal y como se ha indicado en el Cap. 4, que

7. Marketing Responsable

Guía de Marketing Responsable

se ha distribuido a todos los empleados una Guía de bolsillo sobre Marketing Responsable.

TEMAS QUE PREOCUPAN A NUESTROS CLIENTES Y PÚBLICO EN GENERAL

Como se ha indicado en el Capítulo 6 (“Compromiso con los Grupos de Interés”), Vodafone ha implantado diversos sistemas para detectar cuáles son los temas sociales y medioambientales que más preocupan a nuestros Grupos de Interés, entre ellos el público en general y los clientes.

Con objeto de dar respuesta a estos temas de mayor preocupación, Vodafone España ha lanzado campañas de marketing responsable abordando estos temas, habiendo emitido y distribuido más de 1 millón de folletos informativos. Los cinco temas de máximo interés que tratan los citados folletos son:

1. **“Los móviles, las antenas y tu salud”**. En este folleto se aclaran las dudas que nuestros clientes y público en general pudieran tener con respecto a la seguridad en el uso de la telefonía móvil.
2. **“Telefonía móvil cada día más cerca”**. Informa sobre los diversos productos y servicios que Vodafone ofrece para cubrir las necesidades de comunicación de los colectivos con necesidades especiales, así como para colaborar en causas de ayuda humanitaria.
3. **“Telefonía móvil y conducción”**. Informa de la normativa legal española existente relacionada con el uso del teléfono móvil durante la conducción, y proporciona consejos sobre las formas más seguras de actuar en estas situaciones.
4. **“Nuevos servicios de contenidos”**. Contiene consejos para la descarga de contenidos y uso de servicios multimedia con mayor seguridad para nuestros clientes, haciendo especial énfasis en el control de acceso de estos productos por menores de edad.
5. **“Uso responsable del teléfono móvil”**. Proporciona recomendaciones sobre las áreas de utilización restringida del teléfono móvil, así como para fomentar el reciclado de los mismos.

Estos folletos se han distribuido a tiendas y su publicación se ha comunicado a los clientes con la información adjunta a la factura. Además se encuentran

disponibles en nuestra página web www.vodafone.es/responsabilidad.

Otra de las preocupaciones de los clientes se refiere a los **planes de precios**. Una de las conclusiones de nuestras actividades de involucración con los Grupos de Interés, y en concreto con los clientes, es que éstos consideran que es difícil de entender las estructuras de los planes de precios. Éstos se han convertido en más complejos a medida que las funcionalidades de los teléfonos móviles se han ampliado para incluir mensajes de texto, fotos y vídeo, así como acceso a Internet y “roaming” (itinerancia) internacional.

En Vodafone somos conscientes de estas preocupaciones de nuestros clientes, y hemos empezado a abordar dos áreas de especial preocupación: los costes asociados a las descargas 3G, así como los relativos al “roaming” internacional:

> **Precios de Navegación en 3G**: Vodafone ha respondido a la preocupación de los clientes lanzando una estructura de precios sencilla para Vodafone live! con 3G.

> **Precios de “roaming” internacional**. De las actividades de involucración con clientes se ha detectado que éstos se sienten confusos cuando usan los servicios de telefonía móvil en el extranjero. Por este motivo, hemos lanzado “Vodafone Travel Promise” con objeto de ofrecer a nuestros clientes servicios de “roaming” con tarifas más claras y sensibles cuando usan las redes de compañías filiales y asociadas del Grupo Vodafone.

Por otra parte, los clientes pueden consultar la página www.vodafone.es para información detallada de las tarifas y condiciones de los diferentes planes de precios.



7. Marketing Responsable

Uso Responsable y Contenidos

Los teléfonos móviles ofrecen una amplia gama de posibilidades que incluye, entre otros servicios, mensajes con fotografías, descarga de fotos y vídeos, juegos y acceso a Internet. Estos nuevos servicios proporcionan muchos beneficios a la sociedad, pero pueden originar nuevas preocupaciones como el "spam", la seguridad durante la conducción, el control de acceso por niños a contenidos para adultos, etc. Además, su uso abusivo o poco responsable puede resultar molesto en algunos ámbitos o incluso puede estar prohibido.

Por ello, pretendemos proporcionar a los clientes controles sobre cómo usar su móvil, así como permitirles que puedan elegir los contenidos que ven a través del mismo.

CONTENIDOS PARA ADULTOS

Nuestros clientes pueden acceder a noticias y realizar descargas de contenidos en sus teléfonos a través de nuestro portal de información Vodafone live!. Vodafone ha establecido unas Normas de Contenidos para proteger a los usuarios (en especial, a los menores) del acceso a contenidos inadecuados. De esta forma, Vodafone viene desarrollando los mecanismos necesarios para controlar el acceso de menores de edad a los contenidos para adultos del portal Vodafone live!. A este respecto, dependiendo de la naturaleza del contenido al que se acceda, el mecanismo de control de acceso establecido será diferente. Básicamente, se pueden distinguir dos tipos generales de situaciones:

> **Contenidos No Aptos para menores de 18 años.**

Aquellos contenidos que se desarrollen específicamente para el mercado de adultos, y no deban estar disponibles para menores, se encontrarán restringidos, y el cliente deberá incorporar un PIN para el acceso a los mismos. Con este tipo de control se trata de proteger a los más pequeños y permitir a los padres controlar los contenidos a los que acceden.

> **Contenidos No Recomendados para menores de 18 años.**

Aquellos contenidos que Vodafone considere susceptibles de control "paterno" se encontrarán habilitados, aunque si el cliente lo considera necesario, podrá solicitar la restricción de los mismos.

"CHAT" WAP Y "CHAT" SMS

El "chat" Wap es un servicio que permite a los usuarios relacionarse en un entorno de Internet móvil. Por su parte, el "chat" SMS es un servicio que permite a los usuarios comunicarse a través de sus teléfonos móviles, por medio de SMS.

Vodafone comunica consejos para los clientes sobre cómo usar estos servicios de forma segura, velando por el respeto y el buen comportamiento de los usuarios de estos servicios. El cumplimiento de esta normativa del "chat" Wap y "chat" SMS por parte de los usuarios es obligatorio, con la consecuencia de ser bloqueado su mensaje, si comete alguna infracción.

Ambos tipos de "chat" están controlados por moderadores que supervisan todos los mensajes que se difunden en sus salas, evitando que se publiquen mensajes inadecuados según la normativa establecida por Vodafone.

Vodafone también controla el perfil de los usuarios. Un usuario de "chat", puede definir un perfil determinado (edad, sexo, preferencias). A través del perfil, se puede dar información no permitida por las normas de conducta de Vodafone. Para evitar que los usuarios incumplan las normas de actuación, también queda predefinido cuáles son las palabras permitidas / no permitidas para poder introducir en el perfil.

Previo al uso de cualquiera de los "Chats", el usuario debe aceptar las Condiciones Generales de Uso donde, entre otros temas, se establece que éstos no se utilizarán para vulnerar los derechos de terceros. Ver información complementaria en (www.vodafone.es/Vodafone/LaCompanya/).

7. Marketing Responsable

Uso Responsable y Contenidos

“SPAM” (COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS NO SOLICITADAS POR EL DESTINATARIO)

Vodafone dispone, en su servicio Vodafone Mail, de filtros para la detección y eliminación de correos Spam. Si algún mail cumple las condiciones definidas por Vodafone para ser considerado como correo Spam, es directamente eliminado.

Por otra parte, cada cliente tiene la potestad de definir qué direcciones de su cartera deben ser clasificadas como emisoras de Spam, y pasarlas a una lista para la no recepción de correo desde esas direcciones.



USO RESPONSABLE DEL MÓVIL

Como se ha indicado anteriormente, Vodafone España ha emitido, comunicado a clientes y distribuido durante el ejercicio fiscal 2004-05 un folleto en el que se aconseja hacer un uso responsable del teléfono móvil, siguiendo las instrucciones aplicables en cada caso y desconectando el teléfono móvil cuando así se solicite.

Para no causar molestias a los demás en zonas donde el uso del teléfono móvil esté no recomendado, se debería:

- > Conectar el buzón de voz.
- > Usar los mensajes de texto para comunicarse, con objeto de no molestar.
- > Bajar el tono de llamada o incluso silenciarlo, conectando la opción de vibración.



7. Marketing Responsable

Orientación al Cliente

Los excelentes resultados de Vodafone España durante el período fiscal 2004-05 (ver Cap.2: “Resumen Ejecutivo” y Cap.3: “Información sobre Vodafone”) son el reflejo de la positiva evolución de la satisfacción de los clientes y del incremento de la preferencia por la marca Vodafone.

Todo ello es consecuencia de una serie de ventajas diferenciadoras de Vodafone, entre las que se pueden citar:

- > Una oferta completa de teléfonos exclusivos y dispositivos de última generación. Vodafone ha sido pionera en ofrecer productos como Blackberry, la tarjeta Vodafone Mobile Connect 3G/GPRS para PC's y servicios como Vodafone live!.
- > Vodafone es pionera en la revolución móvil de las empresas. Productos como Blackberry o la tarjeta Vodafone Mobile Connect 3G/GPRS, permiten a las empresas trabajar sin cables, navegar por Internet, enviar y recibir e-mails desde prácticamente cualquier lugar y en tiempo real.
- > Vodafone es líder en la última tecnología 3G.
- > Vodafone tiene unas tarifas, promociones y planes de precios innovadores, habiéndose adaptado a las necesidades de los clientes, en las tarifas de voz y datos: Tarifa Decreciente, Plan Autónomos 10, Tarifa Plana de Empresa... Además, el servicio telefónico “Asesor de Tarifas”, recomienda a nuestros clientes las tarifas y promociones que mejor se adaptan a sus necesidades.
- > Vodafone ofrece una excelente experiencia multimedia: Vodafone live!, o lo que es lo mismo, una extraordinaria gama de contenidos, juegos, vídeo, música...
- > El compromiso de mejor servicio de Vodafone se concreta en una atención eficaz y amable. Los servicios exclusivos “Anticipo de Saldo” o de Reparación de Teléfonos evitan que nuestros clientes se queden sin móvil.



PROTECCIÓN DE DATOS DE CLIENTES

Vodafone maneja información personal y de comunicaciones de millones de clientes. A este respecto, creemos que debemos reforzar la confianza de nuestros clientes respetando su privacidad, y para conseguirlo estamos comprometidos con el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos de carácter personal.

MEDIDAS PARA COMBATIR EL ROBO DE TELÉFONOS MÓVILES

Vodafone ha establecido un Registro de Identificación de Equipos para bloquear los teléfonos móviles que se notifiquen como robados, y envía esta información al registro Central de Identificación de Equipos de la Asociación GSM para ayudar a prevenir el robo de teléfonos móviles en un país y que sean usados en otro.

8. Productos y Servicios con alto Valor Social

“Tanto las tecnologías con diseño para todos, como las tecnologías de apoyo más específicas, deben estar al alcance de personas con discapacidad y mayores, y ayudarles a realizar todas sus capacidades y aspiraciones”.

José Carlos Baura. IMSERSO. M^o de Trabajo y Asuntos Sociales, 2003.

La telefonía móvil tiene ya un impacto positivo en millones de personas. Sin embargo, su aplicación en temas sociales aún puede ser más amplia. En el Informe de Responsabilidad Corporativa 2003-04, se describía cómo Vodafone España había modificado su Proceso de Desarrollo de Productos y Servicios con el fin de valorar la incorporación de criterios de Responsabilidad Corporativa en el lanzamiento de los mismos. De esta forma, se están llevando a cabo acciones para acercarse más a colectivos con necesidades aún no satisfechas por los Productos y Servicios convencionales de la telefonía móvil, ayudando a abordar problemas sociales.

El objetivo de estas acciones es poder conseguir mejorar sustancialmente la calidad de vida y las comunicaciones de estos colectivos a través de una telefonía móvil más accesible, consiguiendo incrementar sus niveles de independencia y seguridad, especialmente para clientes con alguna discapacidad (auditiva, visual, etc.) o a pacientes con enfermedades crónicas.

“Medical Guard Diabetes” es un producto que permite, a través de comunicaciones móviles, enviar los valores de glucemia a una base de datos a los que el cliente y sus especialistas pueden, a través de una clave, acceder libremente. El proceso de envío se realiza conectando el teléfono móvil con un dispositivo de control. Con este servicio el usuario consigue conocer su nivel de glucemia, la hora y el momento exacto de la medición, con lo que se evitan posibles errores y olvidos. Además, permite conocer de una forma más fácil, gráfica y eficaz el estado físico del paciente, generando datos estadísticos de gran valor tanto para él como para su especialista.

El producto Medical Guard Diabetes recibió el premio “Las Mejores Ideas 2004” concedido por el Diario Médico.

Participantes en el proyecto: SED (Sociedad Española de Diabetología), Federación Española de Asociaciones de Educadores en Diabetes (FEAED), Menarini Diagnóstico, PULSO, Siemens y Vodafone.

Productos Socialmente Responsables

TELEMEDICINA

MEDICAL GUARD DIABETES (MGD)



En España existen más de 2 millones de personas que necesitan controlar diariamente su nivel de glucemia en sangre. Tanto los hábitos alimenticios como los sedentarios y el aumento de la esperanza de vida de las personas, hacen que esta cifra se pueda ver incrementada de una forma significativa en el futuro.

PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA

T-LOOP



Este producto favorece, mediante el uso de equipos de inducción magnética, el acceso a la comunicación telefónica móvil de las personas con

8. Productos y Servicios con alto Valor Social

discapacidad auditiva y que usen audífono, reduciendo las interferencias y los ruidos molestos, y pudiendo mantener así una conversación de una manera normal. Se trata de un dispositivo en forma de teléfono móvil que se intercala entre el teléfono móvil habitual y el audífono de bobina T, de forma que cualquier persona con este tipo de discapacidad auditiva pueda utilizar, sin problema de acoples, todas las posibilidades de uso que proporciona un teléfono móvil.

Participantes en el proyecto: Fiapas, Nokia y Vodafone.



Por otra parte, Vodafone está trabajando con Research in Motion (RIM), el fabricante de BlackBerry para Vodafone, para realizar un piloto de una aplicación de mensajería instantánea para esos teléfonos. Esto permitirá a las personas sordas mantener conversaciones de texto a través del móvil, en tiempo real.

PERSONAS CIEGAS O CON DISCAPACIDAD VISUAL

MOBILE ACCESIBILITY 2 (MA2)

En España, alrededor de 825.000 personas están visualmente impedidas, y un tercio de ellas están registradas como invidentes o discapacitados (de los que el 83% son mayores de 65 años). MA2 es una aplicación que adapta el teléfono móvil a las necesidades de un usuario ciego y/o con capacidad visual limitada. Todas y cada una de las interacciones con el teléfono llegan al usuario mediante referencia sonora de las mismas. Incorpora un sintetizador de voz que permite, entre otras funciones:

- > Gestión completa de las llamadas. Se puede tener control de las llamadas entrantes, salientes, llamadas perdidas...
- > Gestión de los contactos de la agenda.
- > Gestión de SMS y MMS.
- > Posibilidad de alarma.

Participantes en el proyecto: Once-Cidat, Code Factory y Vodafone España.



Servicios Socialmente Responsables

VODAFONE SMS SOLIDARIO

Amnistía Internacional, Ayuda en Acción, Cruz Roja Española, Entreculturas, Greenpeace, Manos Unidas, Plan España, Save the Children, Teodora e Intermón Oxfam son las Organizaciones No Gubernamentales que participan en esta iniciativa, ampliable en todo momento, a todas aquellas ONGs que quieran incorporar las nuevas tecnologías móviles en su lucha por la solidaridad.



Vodafone SMS Solidario es un servicio con ONGs para facilitar la ayuda y movilización a través del móvil. Surge ante la necesidad de consensuar un marco estable y solidario de explotación de servicios de las ONG a través de móvil, de modo que se facilita su financiación a través de campañas solidarias.

Vodafone ha llegado al acuerdo de donar a las ONGs participantes en la iniciativa el precio íntegro de los mensajes SMS Premium recibidos.

Mediante este acuerdo, se han desarrollado actuaciones como:

- > Día de la Banderita con Cruz Roja Española.
- > Día de los Derechos Humanos.
- > Campaña de Navidad.
- > Unidos por ASIA, ante el desastre provocado por el Tsunami acaecido el 26 de diciembre de 2004 en el Sureste Asiático. Esta actuación se ha desarrollado a través de diversos canales:
 - Clientes Vodafone.
 - Antena 3.
 - TVE-1.
 - Telemadrid.
- > Manos Unidas.

8. Productos y Servicios con alto Valor Social

PROYECTOS DE VOLUNTARIADO

Vodafone España apoya los proyectos de voluntariado desarrollados por sus empleados. Así, durante el pasado ejercicio, ha sido especialmente destacable la labor individual desarrollada por uno de nuestros ingenieros, tras el desastre del Tsunami ocurrido en el Sureste Asiático. Como integrante del equipo de una ERU (Emergency Response Unit) de Cruz Roja especializada en Telecomunicaciones, participó durante 15 días en Sri Lanka, instalando sistemas de comunicación vía radio y satélite, así como configurando y dando soporte a redes de ordenadores para los trabajadores de Cruz Roja de distintos países que acudieron a prestar ayuda a las zonas afectadas por el Tsunami.



Gabriel Pérez, Voluntario de Cruz Roja (Vodafone España)

ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON COCEMFE

Uno de los aspectos más importantes para conseguir la integración de las personas con alguna discapacidad, es el acceso en igualdad de condiciones a la formación y al mercado laboral. Las tecnologías de la información y comunicación pueden facilitar el acceso a los planes de formación a un mayor número de personas y de este modo potenciar la integración socio-laboral de las personas con discapacidad en el mercado de trabajo ordinario.

En este sentido, Vodafone España ha establecido acuerdos con COCEMFE (Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España), de los cuales se han derivado acciones como:

- > Proyecto Piloto de Alfabetización Tecnológica en Medio Rural. Mediante este proyecto han explorado nuevas formas de abordar los problemas de diferentes tipos de discriminación y desigualdad. En este caso, el colectivo beneficiario afectado

de discapacidad, se encuentra en entornos rurales, en donde no existen medios adecuados: carecen de centros de formación, de una red de asistencia a domicilio, y donde las posibilidades de inserción laboral son muy escasas o incluso nulas.

- > Estudio de Accesibilidad de las instalaciones de Vodafone. A partir de las recomendaciones del Manual de Accesibilidad (urbanística, arquitectónica y tecnológica) de COCEMFE, se realizarán Estudios/Proyectos en campo (por muestreo) para las instalaciones de Vodafone España existentes, con el fin de identificar las adecuaciones/medidas correctivas comunes a implantar.

ACUERDO DE COLABORACIÓN CON CRUZ ROJA

Vodafone España y su Fundación, colaboran en el diseño, definición y provisión de los servicios de Red en el proyecto de "Teleasistencia móvil para las mujeres víctimas de la violencia de género".

Los objetivos específicos de este servicio son los siguientes:

- > Garantizar una atención inmediata y adecuada ante situaciones de emergencia, a través de personal especializado, proporcionando seguridad al usuario y movilizando los recursos oportunos, en función del tipo de emergencia que se haya producido.
- > Proporcionar seguridad y tranquilidad a las usuarias del servicio y a los familiares que dependen directamente de ellas, ofreciéndoles apoyo, información y asesoramiento, y garantizándoles la comunicación interpersonal, ante cualquier necesidad, las 24 horas del día.
- > Potenciar la autoestima y la calidad de vida de las usuarias del servicio, contribuyendo a crear una red social de apoyo en su entorno habitual y animándolas a que mantengan, con plena seguridad, contacto con el entorno familiar y social no agresor.
- > Ayudar a disminuir la sobrecarga que soporta una usuaria de estas características, proporcionándole tranquilidad, al saber que hay un equipo técnico y humano capaz de apoyar y resolver las incidencias que puedan sobrevenir.

9. Fundación Vodafone España

Durante el año fiscal 2004-05 la Fundación Vodafone España ha seguido desarrollando un amplio programa de actividades, de acuerdo a su objetivo de acercar a la sociedad los nuevos avances de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

En este sentido, se han actualizado sus líneas de actividad, de forma que permiten dar cabida a nuevos proyectos de integración y de teleasistencia a colectivos vulnerables, desarrollar otros escenarios de divulgación de las tecnologías, o proveer entornos de interrelación para todos los agentes que intervienen en este sector de las TIC.

ÁREAS DE ACTIVIDAD:



Las áreas de actividad de la Fundación Vodafone España se han estructurado en cuatro grupos:

1. INNOVACIÓN
2. FORMACIÓN
3. MECENAZGO
4. DIFUSIÓN

Dentro de estas áreas de actividad, a continuación se resumen las principales realizaciones del ejercicio fiscal 2004/05:

1. Innovación

En el marco de este área, se ejecutan proyectos dirigidos al desarrollo tecnológico, tanto en foros nacionales como internacionales, orientados a las nuevas posibilidades que ofrecen las TIC para ayudar a los colectivos sociales más vulnerables.

PROYECTOS EUROPEOS

Los Proyectos Europeos en los que participa la Fundación Vodafone España se inscriben en los Programas Marco de I + D puestos en marcha por la Unión Europea, destacando entre ellos los siguientes proyectos:

TELL-IT



Con este Proyecto se quiere contribuir a mejorar y potenciar el teletrabajo para personas con necesidades especiales. La principal aportación de Tell-It es intentar cambiar la situación actual de estas personas, de clientes pasivos a participantes activos en el mercado laboral, mediante la formación continua gracias al uso de las TIC.

Para ello, sus trabajos están enfocados al desarrollo de un programa de formación multimedia, flexible y continuado en el propio puesto de trabajo; estando dirigidos a personas con problemas de movilidad y/o deficiencias visuales. El sector servicios, en especial en puestos de Atención al Cliente, será el principal beneficiario de estas nuevas posibilidades en la formación e integración de colectivos con necesidades especiales.

Su consorcio está formado por 7 organizaciones de 5 países europeos.

ISLANDS



Su objetivo es desarrollar una plataforma de servicios para proveer asistencia psiquiátrica y psicoterapéutica remota. Además contempla la realización de una plataforma y su validación en tres escenarios reales: Islas Canarias en España, Isla Martinica en Francia, e Islas Ceroes en Grecia.

Su consorcio está formado por 11 organizaciones de 6 países europeos.

MYHEART



Este proyecto tiene como objetivo el desarrollo de servicios adaptados para telemedicina que permitan mejorar la calidad de vida de los grupos de riesgo, para reducir la mortalidad y los altos costes de sanidad, mediante la medicina preventiva. De esta forma, se pretende promover la prevención primaria y secundaria, así como el diagnóstico precoz de enfermedades cardiovasculares.

El proyecto comprende el uso de "dispositivos vestibles" inteligentes que permiten la monitorización de señales vitales y el envío de esta información para su valoración, gracias al uso de los sistemas de comunicaciones móviles. Esto permitirá conocer el estado de salud del usuario, en cualquier momento y en cualquier lugar, y reducir la intervención de los especialistas sanitarios a los momentos críticos.

Su Consorcio está formado por 33 organizaciones de 11 países europeos más la Clínica Mayo Rochester de EE.UU.

9. Fundación Vodafone España

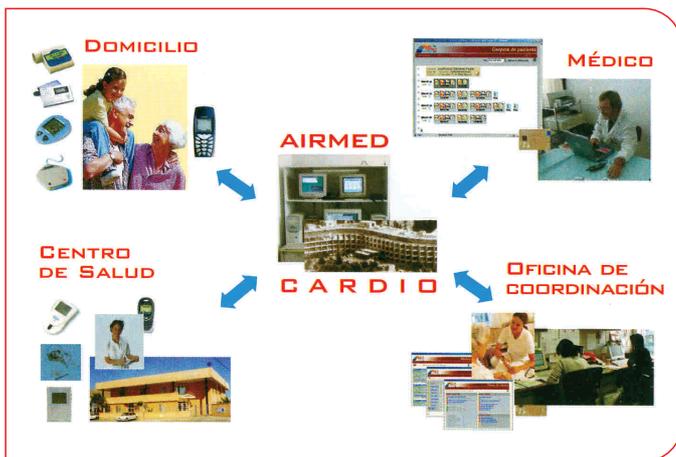
PROYECTOS NACIONALES

AIRMED

Gracias al convenio de colaboración entre el Instituto de Salud Carlos III, del Ministerio de Sanidad, y la Fundación Vodafone España, AIRMED continúa sus trabajos de investigación y desarrollo para introducir en el sistema de salud español las innovaciones basadas en las TIC.

En la actualidad se está completando la segunda fase del proyecto, que consiste en el ensayo clínico multicentro, aleatorio, en dos grupos paralelos, test y control con intervención del sistema de atención primaria (ambulatorios) y especializada (hospitales). Además, se evalúa si el sistema de telemedicina mejora el control y seguimiento de pacientes crónicos y disminuye tanto los costes sanitarios como el número de ingresos.

El Instituto de Salud Carlos III ha obtenido el premio "E-mobility" dentro de la categoría de "Institución u organismo público que haya contribuido al desarrollo de una o varias aplicaciones móviles que hayan ayudado a mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos" por los trabajos que desarrolla en el proyecto AIRMED. Este premio ha sido concedido en el III Congreso anual de Telefonía Móvil celebrado en noviembre de 2004.



TELEASISTENCIA MÓVIL (TAM)



La misión del servicio TAM es mejorar la calidad de vida de sus usuarios, facilitando que puedan disfrutar en su entorno habitual, con la máxima seguridad, en las mejores condiciones y el máximo tiempo posibles.

Este proyecto se inició en 2003 y durante el primer semestre del ejercicio fiscal 2004-05 se realizó una experiencia piloto con 350 usuarios reales seleccionados entre los programas sociales de Cruz Roja Española para probar y ultimar el servicio de teleasistencia móvil (TAM) a través de la Fundación Tecsos, institución creada en junio de 2002 entre la Fundación Vodafone España y Cruz Roja Española.

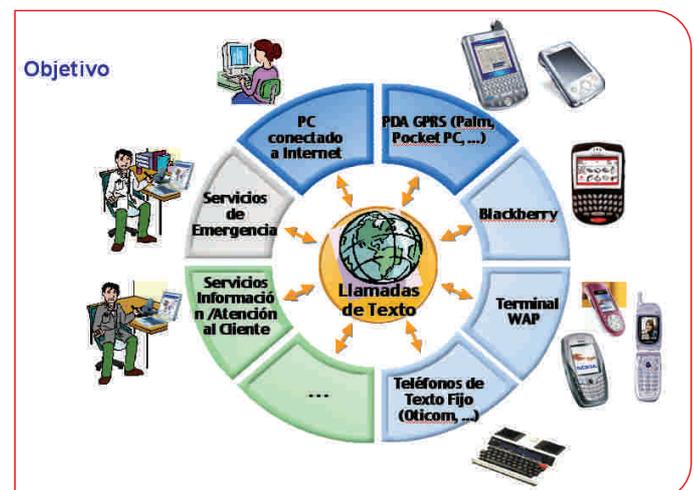
El perfil de los participantes en el piloto fue el siguiente:

- > Personas Mayores.
- > Mujeres Víctimas de violencia de género.
- > Personas que presentan deterioro cognitivo asociado a la edad. (Alteración de la Memoria Asociada a la Edad -AMAE).
- > Personas con discapacidad física, sensorial o intelectual.
- > Personas con enfermedades crónicas.

Durante el ejercicio 2004-05 se procedió, además, a validar los sistemas tecnológicos empleados en la prestación del servicio, analizando el comportamiento del software desarrollado para la TAM, prestando especial atención en lo concerniente a la gestión de agendas, seguimiento/localización, respaldo de centros y recepción segura de alarmas por SMS. Asimismo, se validaron los protocolos de intervención derivados de los diferentes usuarios del servicio.

TELÉFONO DE TEXTOS GPRS PARA SORDOS

El objetivo de este proyecto es implantar una aplicación que permita la comunicación en modo texto ("chat") entre dos terminales PDA, utilizando la red GPRS y/o un ordenador conectado a Internet.



9. Fundación Vodafone España

Tras la finalización de la prueba piloto, llevada a cabo con la colaboración de un grupo de usuarios sordos y el soporte de la Universidad Politécnica de Madrid, la Universidad Autónoma de Madrid y el IMSERSO, entre otras instituciones, se ha comprobado la validez del sistema.

Después de dicha fase piloto, se están introduciendo algunas mejoras, a petición de los propios usuarios, como son la compatibilidad con cualquier tipo de teléfono, la aplicación "chat para wap" con aviso mediante mensajes cortos o el acceso a los servicios de emergencias en modo texto, entre otras. Se prevé, en un futuro, incorporar la videotelefonía para lengua de signos.

SÉNECA

El objetivo fundamental de este proyecto es determinar las necesidades asistenciales y sociales, actuales y futuras, de las personas con retraso mental leve y moderado, y con edades superiores a los 40 años.

Al mismo tiempo, pretende, a la vista de los resultados de este estudio, determinar las posibles soluciones, mediante la construcción de un modelo de predicción que permita establecer la influencia de determinadas actuaciones sobre el sistema socioeconómico, comparar las necesidades en función de la edad, comprobar las diferencias según el tipo de deficiencia, definir un patrón clínico de envejecimiento, y analizar la aportación que pueden ofrecer las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones móviles a estos colectivos.

Junto a la Fundación Vodafone España, el Proyecto cuenta con la presencia de la Generalitat de Cataluña, a través de su Consejería de Bienestar y Familia, y de la Federación Catalana Pro Personas con Retraso Mental (APPS). Además, se cuenta con la participación de 26 centros asistenciales catalanes, en los que se trabajará con un universo total de 1.000 personas (con retraso leve, moderado y Alzheimer), durante cinco años y con seguimientos y evaluaciones anuales.

2. Formación

FORMACIÓN UNIVERSITARIA Y DE POSTGRADO

Dentro de este área de actividad destacan:

CÁTEDRA VODAFONE - U.P.M.

La Cátedra, creada como foro para potenciar la Sociedad de la Información,

continúa realizando un amplio programa de actividades docentes.

A destacar, la celebración de las II Jornadas Vodafone-UPM, celebradas en abril de 2004, bajo el epígrafe "3G: La era de la inteligencia ambiental", que se dividieron en dos ejes temáticos: los retos tecnológicos y los nuevos mercados; y la sociedad de la inteligencia ambiental.

La Cátedra cuenta entre sus actividades con el Master en Comunicaciones Móviles - U.P.M.



IX Y X EDICIONES DEL MASTER VODAFONE - U.P.C./ IV Y V EDICIONES DEL MASTER VODAFONE - U.P.M.

Tras concluir en junio de 2004 las ediciones precedentes, en octubre de 2004 se iniciaron las nuevas, con un programa docente que desarrolla siete módulos:

- > Fundamentos de las Comunicaciones Móviles.
- > Sistemas GSM y GPRS.
- > Sistemas de tercera generación UMTS.
- > Tecnología de soporte.
- > Servicios y aplicaciones móviles.
- > Visión de los fabricantes.
- > Entornos legales, sociales y económicos.

La satisfactoria realización del Master tiene como valor añadido la posibilidad de que sus alumnos realicen prácticas en empresas líderes del sector.

MASTER EN COMUNICACIONES MÓVILES - U.P.V.

El Título de "Especialista Universitario en Comunicaciones y Desarrollo de Servicios Móviles", impartido en la Universidad Politécnica de Valencia, se ha elevado a categoría de Master, manteniendo el apoyo de la Fundación Vodafone y dentro del convenio marco que han renovado ambas Instituciones bajo el epígrafe Aula Vodafone-UPV.

9. Fundación Vodafone España

MASTER EN INFORMÁTICA APLICADA A LAS TELECOMUNICACIONES - UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El objetivo de este Master es completar la formación de recién titulados y profesionales de la informática y las telecomunicaciones, y facilitarles el acceso al mercado laboral dentro de grupos de trabajo altamente especializados. Tras su consecución, el curso comprende la realización de 12 meses de prácticas en empresas del sector de las TIC.

MASTER INTERNACIONAL DE MEDICINA HUMANITARIA - UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ

La VII edición del Master se inauguró el pasado 22 de octubre de 2004. El curso está estructurado en cuatro ciclos: "La acción humanitaria y su contexto socioeconómico", "La salud pública y el control de enfermedades", "La medicina humanitaria en el terreno" y "Proyecto de Investigación".

CURSO DE ESPECIALISTA EN COMUNICACIONES MÓVILES - UNIVERSIDAD SEVILLA

El 18 de febrero de 2005 comenzó la III Edición del Curso en Comunicaciones Móviles, que este año lleva por título "Tecnologías y Aplicaciones Móviles: GPRS y UMTS".

OTRAS COLABORACIONES

- > Universidad Ramón Llull: La Fundación Vodafone continúa patrocinando el "Master en Redes y Servicios de Telecomunicación".
- > Universidad Pompeu Fabra: Patrocinio del "Master en Dirección de Telecomunicaciones y Sistemas en la Empresa".
- > Universidad Pontificia de Comillas: Celebración de la Jornada sobre "Contratación Electrónica".
- > Fundación Bosch i Gimpera, Universidad de Barcelona: Celebración del "Foro Vodafone".
- > Escuela de Organización Industrial (E.O.I.): La Fundación Vodafone España colabora con la E.O.I. a través de distintos Seminarios dentro del Programa de Foro de Tecnología.

PROYECTO DE DETECCIÓN Y ESTÍMULO DEL TALENTO PRECOZ EN MATEMÁTICAS (ESTALMAT)

El proyecto tiene por objetivo detectar, orientar y estimular, a lo largo de dos cursos, el talento matemático excepcional de unos 25 estudiantes

por curso, de 12-13 años, mediante una orientación semanal, con actividades especialmente programadas para ellos.

Los objetivos son:

- > Estimular a estas personas, con capacidad especial, para evitarles caer en el fracaso escolar, por falta de una tutoría adecuada.
- > Impedir que se malogre esta excepcional potencialidad de contribución al bien común, mediante su posible futura aportación cultural, científica y tecnológica al país.
- > Cubrir una responsabilidad social que la desatención de estas personas supone.

Todo ello de forma totalmente gratuita para los participantes, evitando la discriminación socioeconómica de los alumnos. Este proyecto se realiza con el concurso de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, en la Comunidad Autónoma de Madrid, Cataluña y Burgos, con una próxima ampliación a Andalucía y Canarias.

FORMACIÓN CONTINUA

Las "**Aulas Fundación Vodafone**" son centros dotados con ordenadores multimedia, para la comunicación, formación e información a través de las nuevas tecnologías.

Estos centros se instalan en espacios pertenecientes a entidades públicas (Ayuntamientos, Centros Sociales, ONG's...), que asumen su mantenimiento, mientras que la Fundación aporta la dotación informática y recursos humanos para su establecimiento y puesta en marcha. Actualmente existen operativas las siguientes Aulas:

- > Aula Fundación Vodafone - Ayuntamiento de Alcobendas.
- > Aula Fundación Vodafone - Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE), Puerta de Toledo (Madrid).
- > Aula Fundación Balía - Fundación Vodafone.
- > Aula Ayuntamiento de Málaga - Fundación Vodafone.
- > Aula Fundación Vodafone - Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad (MPDL), en Vallecas (Madrid).
- > Aula Fundación Vodafone en Jerez de la Frontera.
- > Aula Fundación Vodafone - Ayuntamiento de Fuenlabrada.
- > Aula Fundación Vodafone - Asociación de Paraplégicos y Grandes Minusválidos (ASPAYM) Murcia.

9. Fundación Vodafone España

OTROS CURSOS Y SEMINARIOS

TELEMEDICINA, TELEASISTENCIA E INTEGRACIÓN

- > Seminario sobre "Redes Tecnológicas y Sociales para la Integración", en Mérida.
- > "La convergencia entre las Ciencias de la vida y las tecnologías de la información", en Valencia.
- > "Telemedicina en España: Hacia la sanidad del siglo XXI", en El Escorial (Universidad Complutense).
- > Sesiones de Formación para mayores: "Los mayores dominan el móvil", Ayto. de Madrid y Confederación Española de Organizaciones de Mayores, Madrid.
- > Encuentro "Telemedicina, Salud y Futuro", en Mahón.
- > "Nuevos retos en la prestación de apoyos a las personas con discapacidad intelectual", en Burgos.
- > Seminario "Atención a personas mayores dependientes: retos y oportunidades", en Segovia.

TECNOLÓGICOS

- > "3G. La era de la inteligencia ambiental", en Madrid.
- > "Nuevas Tecnologías y Formación Empresarial", en Madrid, Facultad Ciencias de la Educación.
- > Seminario con la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD).
- > "Impacto de las Nuevas Tecnologías en la competitividad y productividad de la empresa vasca", en Bilbao.
- > Semanas Tecnológicas, en Madrid.
- > IEEE Conference Search (PIMRC 2004 International Symposium on Personal, Indoor and Mobile Radio Communications), en Barcelona.
- > TECNONEET, 2004. "Retos y realidades de la Inclusión Digital", en Murcia.

ÉTICA, RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

- > "Ética y responsabilidad empresarial en el nuevo marco tecnológico", en Aranjuez.
- > "Sociedad de la Información, nuevas innovaciones y nuevas consecuencias sociopolíticas y económicas", en Jarandilla de la Vera.
- > Conferencia "La teoría constitucional y la res pública", en Madrid.
- > Conferencia "Las políticas progresistas y la res pública" en Barcelona.
- > Congreso Interdisciplinar "Sociedad digital y ciudadanía", Universidad Autónoma de Madrid.

- > "Identidad, lectura, prácticas de apropiación y recepción cultural en la era digital", en Miraflores de la Sierra.
- > "Hacia la Sociedad del Conocimiento", en Bilbao.



3. Mecenazgo

MECENAZGOS DE INTEGRACIÓN

Son todas aquellas actividades que buscan fomentar la integración social y laboral de colectivos especialmente sensibles, como ancianos y discapacitados físicos y psíquicos.

Con estas realizaciones, la Fundación Vodafone colabora en que disfruten de mejor calidad de vida, o a que tengan acceso a una educación y a un ocio en condiciones similares a los demás ciudadanos.

Destacan los siguientes proyectos realizados durante el año fiscal 2004-05:

- > **Sierra Nevada 2004.** VII Edición del curso de esquí para personas con discapacidad.
- > **Galicia Vela Adaptada (GAVEA).** Programa de ocio relacionado con las actividades náuticas en el que ha colaborado la Fundación Vodafone España junto con la Confederación Gallega de Minusválidos.
- > **Colonias y Campamentos Infantiles.** Patrocinio de actividades con el fin de proporcionar un período vacacional a niños y jóvenes con discapacidad y o que sufren alguna enfermedad.
- > **PREDIF (Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos).** Realización de un informe para determinar los hábitos y actitudes que hacia el turismo tienen las personas con discapacidad física.
- > **Fundación ONCE.** Acuerdo de colaboración para el diseño, promoción y desarrollo conjunto de actividades destinadas a hacer más accesibles las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías.

9. Fundación Vodafone España

MECENAZGOS DE MEDIO AMBIENTE Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

La Fundación ha colaborado en la celebración de:

- > “II Jornadas sobre Responsabilidad Corporativa para la Alta Dirección de Empresa”.
- > “Seminario Internacional sobre Campos Electromagnéticos, Telefonía Móvil y Salud”.
- > “Foro Soria 21 sobre Energía, Cambio Climático y Desarrollo Sostenible”.

4. Difusión

El objetivo de este área es dar a conocer trabajos sobre las telecomunicaciones y su ámbito de aplicación, destacando los siguientes tipos de actividades.

PUBLICACIONES

Durante el ejercicio fiscal 2004-05 destaca la colaboración en la realización de las siguientes publicaciones:

- > “Comentarios a la Ley General de Telecomunicaciones”.
- > “Anuario 2004 de Derecho de las Telecomunicaciones”.
- > “Ética para la Sociedad Red”.
- > “La transposición de la directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas”.
- > “V Informe S.E.I.S. (Sociedad Española de Informática de la Salud)”.
- > “Telemedicina. Análisis de la situación actual y perspectivas de futuro”.
- > “Elementos de arquitectura y gestión de recursos radio UMTS”.

VII EDICIÓN DEL PREMIO VODAFONE DE PERIODISMO

Con la intención de promover el debate público sobre las comunicaciones móviles y su repercusión en la sociedad actual, se ha convocado la VII Edición del Premio Vodafone de Periodismo que se ha centrado en la creciente evolución tecnológica de los sistemas de tercera generación, y las amplias posibilidades de movilidad y cambio que éstos implican, tanto a nivel social, como económico y cultural.

El plazo de presentación de trabajos se ha cerrado en abril de 2005,

incluyendo dos categorías de premios:

- > “Premio a un profesional de la comunicación”.
- > “Premio especial a la trayectoria profesional”.

5. Premios Recibidos

Durante el período fiscal 2004-05, la Fundación Vodafone España ha recibido diversos premios, entre los cuales destacan los siguientes:

- > **Premio IVADIS Empresa Solidaria 2004:** El Instituto Valenciano de Atención a los Discapacitados premió la actividad de la Fundación Vodafone para favorecer la integración de las personas con discapacidad, concediéndole el Premio a la Empresa solidaria 2004 en la modalidad de “Obra Social”.
- > **Premio ASPAYM:** Dentro de los actos de conmemoración de su 25 aniversario, ASPAYM premió a la Fundación Vodafone por las actividades realizadas para “acercar y accesibilizar las TIC al mundo de la discapacidad”.



Nota: Al cierre de este informe, **Cruz Roja Española** ha comunicado la concesión de la **Medalla de Oro a la Fundación Vodafone España**.

10. Telefonía Móvil y Salud

“En ninguna de las revisiones recientes se concluye que la exposición a los campos de radiofrecuencias (RF) emitidos por los teléfonos móviles o las estaciones base correspondientes, tengan efecto adverso alguno sobre la salud”.

Organización Mundial de la Salud.

Vodafone está comprometida en la respuesta a las preocupaciones del público en relación a la telefonía móvil y la salud, no en vano uno de nuestros Principios de Negocio se refiere a la salud y seguridad de nuestros clientes, empleados y público en general.

Las condiciones de vida de la sociedad actual conllevan la exposición en mayor o menor medida a campos electromagnéticos generados por una amplia variedad de fuentes artificiales creadas por el hombre, entre las que se incluyen las siguientes: sistemas de generación y transmisión de energía eléctrica, sistemas de transporte, cableado doméstico, electrodomésticos, equipos médicos, sistemas de telecomunicaciones, etc.

El rápido desarrollo de la telefonía móvil ha proporcionado significativos beneficios personales y sociales. Al mismo tiempo, es una realidad que algunas personas están preocupadas por la posible incidencia de las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil en la salud.

Aunque más pequeñas que las antenas de difusión de radio y televisión, las antenas de telefonía móvil son más numerosas y en general, se encuentran próximas a las viviendas. Sin embargo, el nivel de exposición debida a las mismas es mucho menor que el causado por otros aparatos eléctricos presentes en nuestros hogares.

Vodafone basa su posición y políticas relativas a telefonía móvil y salud en los resultados de los estudios de expertos llevados a cabo bajo el auspicio de agencias de salud nacionales e internacionales, tales como la Organización Mundial de la Salud.

CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA

“Los científicos dicen que por debajo de ciertos niveles no hay riesgo. Y a partir de ahí, la precaución se tiene en el momento de fijar los niveles en la norma y los procedimientos para verificar que no se alcanza. Una vez que se certifica que los niveles están muy por debajo de niveles muy prudentes, ya no es preciso seguir siendo cauteloso infinitamente. Puede decirse simple y llanamente que con tales precauciones es posible la tranquilidad”.

Enrique Múgica Herzog. Defensor del Pueblo. Informe Anual 2004.

Para asegurar que no existe ningún riesgo para la salud, la exposición a los campos electromagnéticos ha sido regulada, tanto desde el ámbito europeo como desde el estatal. Esta normativa de exposición a las emisiones radioeléctricas fija unos niveles de exposición que no han

de ser superados para garantizar la seguridad. Más aún, estos niveles se fijan introduciendo un margen adicional sobre valores que son ya, en sí mismos, seguros.

Según se establece en el Real Decreto 1066/2001 de 28 de septiembre de 2001, así como en la Orden Ministerial 23/2002 de 11 de enero de 2002, todas las instalaciones de telefonía móvil de España deben ser aprobadas por el M^o de Industria, Turismo y Comercio antes de ponerse en funcionamiento. Para ello, es necesario presentar un proyecto con estudio radioeléctrico por cada estación planteada.

En este estudio se mide el nivel de campo electromagnético y se le suma teóricamente el que produciría la nueva estación, comprobando que la suma está por debajo de los niveles contemplados en la legislación citada anteriormente.

Además, las operadoras deben presentar certificaciones anuales de emisiones radioeléctricas que están sujetas a inspecciones oficiales.

Vodafone España cumple en todas sus estaciones base con los límites establecidos en la legislación vigente, habiendo certificado todas ellas. Asimismo, presenta las certificaciones anuales acreditativas de que no se han superado los límites de exposición, garantizando con este procedimiento la continuidad en el control del mantenimiento de los límites.

Los resultados de estas mediciones indican que los niveles de emisión son, como mínimo, 100 veces inferiores (en densidad de potencia) en relación con los límites establecidos en la legislación.

Por último, es preciso señalar que todos los teléfonos móviles vendidos por Vodafone cumplen con las guías de la ICNIRP.



10. Telefonía Móvil y Salud

PLAN DE COMUNICACIÓN

Durante el pasado ejercicio 2003-04, Vodafone España se comprometió a desarrollar un Plan de Comunicación claro, conciso y relevante relativo a los Campos Electromagnéticos provocados por las estaciones base de telefonía móvil, poniendo a disposición de nuestros Grupos de Interés información objetiva e involucrándonos en un diálogo abierto y transparente con ellos.

En este sentido, durante el período fiscal 2004-05, Vodafone España ha elaborado y distribuido distintos documentos y folletos, dirigidos fundamentalmente a público general, clientes y comunidades de vecinos, entre los cuales cabe citar:

- > “Estaciones Base de Telecomunicaciones. Qué son y para qué las necesitamos”.
- > Tríptico “Telefonía móvil. Cada día más cerca”.
- > Tríptico “Los móviles, las antenas y tu salud”.
- > Folleto “Antenas y Salud”.

En nuestra página web, se incluyen estos documentos y folletos, así como otros documentos con links a reconocidas organizaciones de investigación independientes.

Por otra parte, se está llevando a cabo una amplia divulgación sobre telefonía móvil y salud entre instituciones, asociaciones, medios de comunicación, etc. Es destacable el folleto editado por la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer) para aclarar de forma sencilla, y a la vez contundente, bajo un formato directo de preguntas y respuestas, lo que son los campos electromagnéticos y las ondas de radiofrecuencia en las que se basa la telefonía móvil, así como las conclusiones de las investigaciones científicas sobre la no relación entre los mencionados campos electromagnéticos y el cáncer, tratando de dar respuesta a las inquietudes de los ciudadanos al respecto.

“No se ha encontrado evidencia científica que demuestre ninguna asociación causa-efecto entre la exposición a campos electromagnéticos dentro de los límites recomendados y el cáncer. No obstante, la investigación, como en otros campos de la ciencia, debe continuar abierta”. Asociación Española Contra el Cáncer. Abril 2004.



Al mismo tiempo se ha llevado a cabo un plan de comunicación específico dirigido a empleados, que incluyó una Guía de Bolsillo (Ver Cap. 4: “Integración de la Responsabilidad Corporativa en la Gestión”) para explicar la información actual sobre emisiones radioeléctricas y salud.

ACCIONES CON ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Una de las actividades que Vodafone España ha venido desarrollando a lo largo de este ejercicio 2004-05, ha sido la de potenciar acciones y jornadas de información sobre telefonía móvil y salud con Asociaciones de Consumidores.

Las Asociaciones de Consumidores con implantación suficientemente extendida a lo largo de todo el territorio español, son una vía de canalización importante para acercar al consumidor la realidad de los efectos de la exposición a señales de telefonía móvil, ante la ola de prevenciones en los medios de comunicación que se han instalado entre los ciudadanos en relación a la telefonía móvil.

Nuestras actuaciones, por tanto, focalizadas en informar sobre la inocuidad de las antenas en la salud, se han dirigido a los representantes de las Asociaciones de los Consumidores en cada provincia y /o Comunidad Autónoma en vez de hacerlo de forma abierta y general a sus asociados. Se ha valorado la importancia de “informar al que informa” frente a la divulgación de la información en general.

Este tipo de jornadas se han llevado a cabo, bien específicamente desde Vodafone España, o bien con otros operadores o conjuntamente con instituciones locales (FEMP) o asociaciones sectoriales (AETIC).

En los programas de estas jornadas se ha introducido un módulo técnico con el objeto de informar de forma básica y muy gráfica, cómo funciona una estación base, cómo se transmite la voz y la información y el porqué de la necesidad de las antenas.

También se ha incluido en los programas información, procedente de representantes de organismos de la salud de gran prestigio nacional e internacional, acerca de los resultados de las investigaciones sobre los efectos biológicos y en la salud de la exposición a campos electromagnéticos, estudios que desde hace más de 30 años vienen desarrollándose sobre las ondas en las que se basa la telefonía móvil, sin que hasta la fecha se haya encontrado causa-efecto alguna.

En la página web www.vodafone.es/responsabilidad, se puede encontrar información complementaria sobre estas investigaciones.

El resultado de las jornadas llevadas a cabo hasta ahora ha cumplido con creces las expectativas, por lo que se va a continuar a lo largo del ejercicio 2005-06 con este tipo de actividades. Se ha conseguido además establecer un buen canal de comunicación y diálogo con los representantes de las asociaciones de consumidores ante dudas o falta de información que se les presentan a la hora de encauzar quejas o reclamaciones que sus asociados les comunican referentes a la telefonía móvil.

11. Despliegue Responsable de Red

“Es necesario impulsar el desarrollo de las infraestructuras de radiocomunicación, que garantizará el derecho al acceso de los usuarios a estos servicios y un aumento de la competitividad y productividad del tejido empresarial local”.

Jesús Banegas. Presidente de AETIC. Abril, 2004.

Uno de los elementos clave de una red de telefonía móvil son las estaciones base, que transmiten y reciben las llamadas. Cada estación proporciona cobertura a un área específica que puede ir desde los 5 kilómetros en campo abierto a los 100 metros en áreas muy densas o en el interior de edificios. Por otra parte, el número de llamadas simultáneas que puede cursar una estación base es limitada, por lo que las áreas en las que hay muchos usuarios necesitan una densidad mayor de estaciones.

Vodafone invierte de forma continua en el desarrollo de su red para mejorar la cobertura para nuestros clientes y proporcionarles nuevas tecnologías tales como UMTS.

Vodafone es consciente de que la construcción y mantenimiento de una red de telefonía móvil tiene asociados una serie de aspectos sobre los que es necesario poner la máxima atención para lograr un despliegue responsable de la misma, buscando un equilibrio entre los condicionantes técnicos y comerciales con las expectativas de la comunidad en la que se localice la estación base. Los temas que, a nuestro juicio, tienen vital importancia en este campo son:

- > Impacto medioambiental.
- > Emisiones radioeléctricas.
- > Planificación y selección de emplazamientos.
- > Comunicaciones y consultas.
- > Relación con los propietarios.

La Política y objetivos en cada uno de estos temas han sido establecidos durante el presente ejercicio, dentro de un proyecto del Grupo Vodafone que ha sido liderado por Vodafone España. Como consecuencia de esta **Política**, se han desarrollado unas **Guías** específicas para cada uno de los temas, en los que se establecen, entre otras cuestiones, los compromisos de Vodafone, así como una serie de indicadores para medir nuestro comportamiento.

Vodafone España tiene en cuenta toda la legislación medioambiental aplicable a sus instalaciones (Ver Cap. 4: “Integración de la Responsabilidad Corporativa en la gestión”), lo que se traduce en una ausencia de sanciones relacionadas con la legislación medioambiental.

ACUERDOS SOBRE EMPLAZAMIENTOS

Durante el ejercicio fiscal 2004-05 Vodafone ha alcanzado acuerdos con más de setecientos cincuenta propiedades para la instalación de nuevas estaciones base de telecomunicaciones. Este importante éxito se debe al esfuerzo y la dedicación de un amplio equipo de personas, a nuevos mecanismos de contratación intensiva que han complementado los procesos tradicionales, así como a una serie de iniciativas de fidelización que se han implantado recientemente, bajo la denominación de “Vodafone Comunidades”:



TELÉFONO DE ATENCIÓN AL PROPIETARIO

En julio de 2004 se puso en marcha el Teléfono de Atención al Propietario, que atiende cualquier consulta o incidencia relacionada con la instalación de Vodafone en la propiedad. Este servicio está disponible de 8:00 a 24:00 horas todos los días laborables, siendo la llamada gratuita desde un móvil Vodafone.



Teléfono de Atención al Propietario.
607 100 101
Laborables de 8:00 h a 24:00 h. Gratuito desde móvil Vodafone.

11. Despliegue Responsable de Red

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE PROPIETARIOS

En abril de 2004 se realizó una encuesta entre propietarios de edificios y parcelas en los que Vodafone tiene instalada una estación base. Las principales conclusiones que se obtuvieron fueron las siguientes:

- > El 74% de la cartera de estaciones base de Vodafone obtiene elevados índices de retención.
- > El 82% de los propietarios está satisfecho de haber contratado el alquiler de su azotea/parcela con Vodafone.
- > Se detectaron bajos índices de accesibilidad a Vodafone por cuestiones relacionadas con la instalación, lo que dio lugar a la puesta en marcha del Centro de Atención anteriormente citado. Aún así, el 75% de los encuestados manifestó que su consulta o solicitud quedó resuelta en la primera llamada.

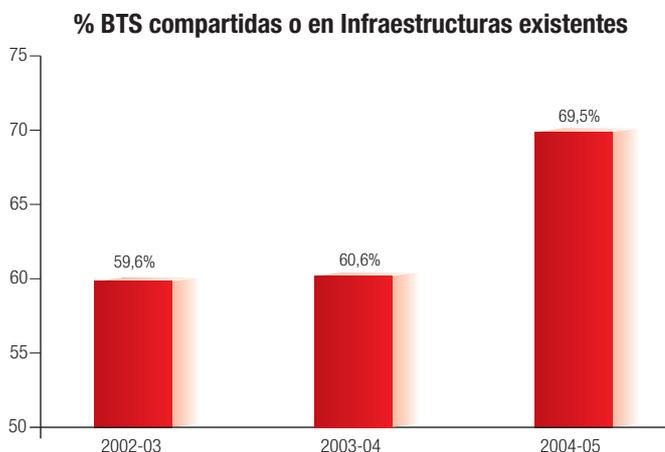
MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO VISUAL

POLÍTICA DE USO COMPARTIDO DE INFRAESTRUCTURAS

Durante el presente ejercicio, Vodafone ha continuado con su clara vocación de minimización del impacto visual en su despliegue de red. Gracias a los acuerdos con otras empresas, operadores de telecomunicaciones y organismos públicos y privados, se han compartido emplazamientos en cerca de 400 nuevas estaciones base. Además, el despliegue de UMTS se realiza procurando utilizar infraestructura existente, estando previsto también el uso compartido de azoteas.

Con todo ello, se generan menos residuos durante la construcción, se consumen menos recursos y energía durante la operación, y se ahorran infraestructuras de red. Todo ello en la búsqueda de un despliegue responsable de la red, en el que el impacto visual y medioambiental se minimicen en la medida de lo posible.

Como consecuencia de la aplicación de los criterios citados, el % acumulado de estaciones base compartidas o en infraestructuras existentes, va en aumento, como se puede observar en la gráfica adjunta:



OTRAS ACTUACIONES ORIENTADAS A LA MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO VISUAL

Vodafone también se esfuerza en reducir el impacto visual de sus estaciones base de telecomunicaciones, sin las cuales no sería posible la comunicación. En el proceso de diseño de una estación base se estudian soluciones de integración visual en el entorno con criterios exigentes y avanzados. Como consecuencia de ello, este año se han iniciado más de 100 actuaciones de minimización del impacto visual, afectando a diferentes elementos de las estaciones (antenas, torres, casetas, etc.).



12. Reciclado de Teléfonos Móviles

“Ni la sociedad, ni el hombre, ni ninguna otra cosa deben sobrepasar para ser buenos los límites establecidos por la naturaleza”.

Hipócrates

Los rápidos avances tecnológicos en telefonía móvil se traducen en que los usuarios cambian y mejoran las prestaciones de su teléfono regularmente (un usuario de telefonía móvil cambia de teléfono cada 18 meses, de media). Esto hace que se acumulen una cantidad significativa de teléfonos móviles y accesorios en desuso.



Por otro lado, y a pesar de la importante reducción en peso y en volumen que han sufrido a lo largo de los años, el aumento de usuarios y el crecimiento de las ventas en general conllevan un apreciable consumo de recursos materiales.

Por este motivo, una de las Iniciativas de Responsabilidad Corporativa en Vodafone España, es la relativa al reciclaje de teléfonos móviles y sus accesorios, ya que, si bien Vodafone no fabrica teléfonos, estamos en una buena situación para recoger teléfonos en desuso a través de nuestras tiendas.

Los fabricantes desempeñan un papel primordial en el diseño de nuevos teléfonos móviles cuya composición sea más adecuada desde el punto de vista ambiental y que sean más fáciles de reciclar. En este sentido, ha sido aprobado recientemente en España el Real Decreto 208/2005, de 25 de Febrero, sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos, que establece para los productores de estos equipos, la obligación de su recogida y adecuada gestión.

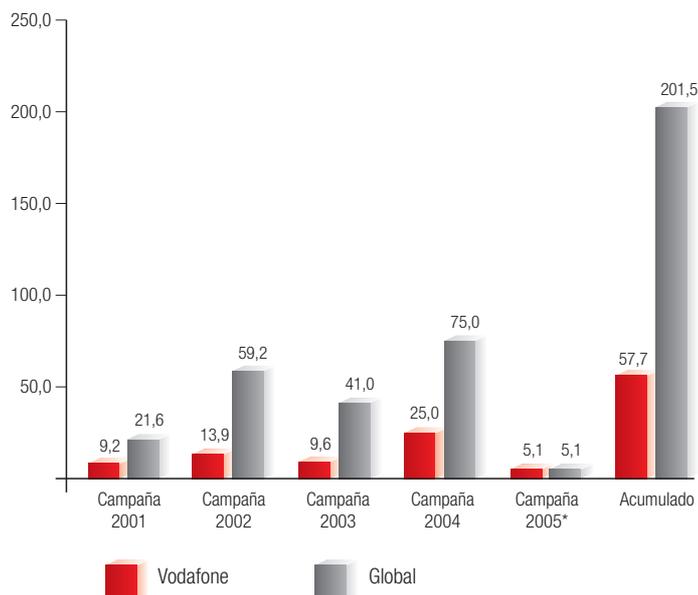
A través de nuestra red de puntos de venta, se ha establecido una sistemática para la recogida de teléfonos en desuso, colaborando así con la mejora del medio ambiente.

Desde el año 2001 Vodafone España viene participando en la Campaña de Recogida y Reciclaje de Residuos de Telefonía Móvil, promovida por ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones), conocida también como “Iniciativa Tragamóvil”.



La “Iniciativa Tragamóvil” se ha implantado en todas nuestras tiendas, en las que se han instalado contenedores y folletos para concienciar a los usuarios de la necesidad de reciclar este tipo de residuos, con objeto de evitar posibles daños al medio ambiente, así como de reducir el consumo de materias primas.

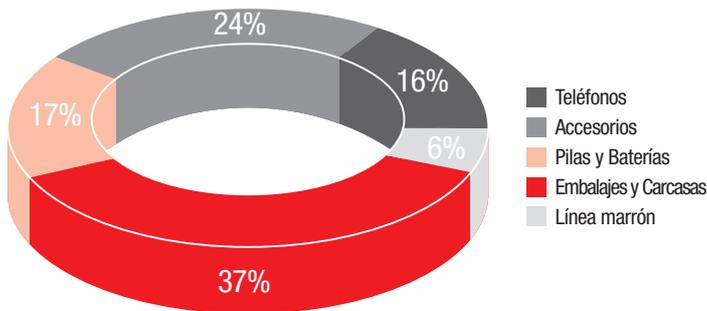
Toneladas Recogidas



*Datos hasta 31 marzo 2005.

12. Reciclado de Teléfonos Móviles

Composición (%) de lo recogido en la Campaña 2004



Los beneficios ambientales que persigue este proyecto son:

- > Disminuir la cantidad de residuos que se destinan a vertido.
- > Evitar la transmisión al medio ambiente de sustancias tóxicas contenidas en los residuos de telefonía móvil.
- > Ahorro de materias primas (metales, plásticos) por el aprovechamiento de los materiales contenidos en los teléfonos móviles reciclados.
- > Ahorro de energía.

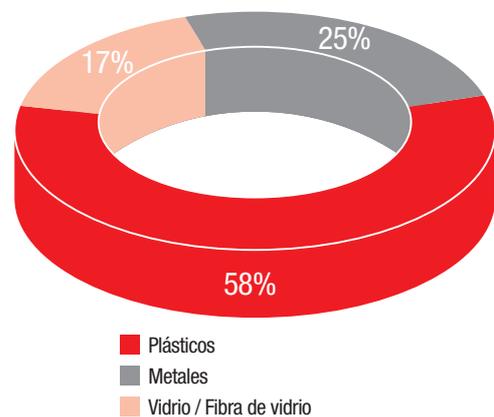
Vodafone pone a disposición de los usuarios, en sus oficinas y tiendas, unos contenedores específicos para depositar los teléfonos en desuso y sus accesorios.



Tras la entrega del teléfono móvil y sus accesorios en un punto de recogida, son transportados a una planta para su tratamiento y clasificación, donde se le extrae la batería que se traslada a un gestor autorizado de residuos peligrosos. Una vez clasificados, las fracciones de terminales y cargadores sufren un proceso de reciclado a través de su trituración.

A través de distintos procesos mecánico-físicos, se obtienen materias primas secundarias que se reutilizan para fabricar otros productos.

% Materias Primas Secundarias Contenidas en los Terminales



Gracias a este proceso, el 95% de los componentes de los teléfonos móviles se recicla.

La Iniciativa Tragamóvil, también persigue una serie de objetivos sociales; como el de conseguir programas de actividad y de integración social para colectivos especiales. En este sentido, en diciembre de 2004 se estableció un acuerdo entre la Fundación Tragamóvil y la asociación Pro Minusválidos Psíquicos de LA SAFOR por el que la Asociación ha establecido una red de puntos de entrega de teléfonos móviles, participando a su vez en las tareas de promoción del Proyecto Tragamóvil. En compensación a esta colaboración, la Fundación Tragamóvil contribuye financiando la construcción de un Centro Multiusos adaptado para los discapacitados, que sirva de formación para técnicos y familiares de los mismos, así como lugar de aplicación de diversas terapias sensoriales para las personas gravemente afectadas.



Encuentra el centro de recogida y reciclado de móviles más cercano a tu casa en:

www.vodafone.es/responsabilidad

13. Energía, Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono

Energía

“Desde siempre la especie humana ha interactuado con el medio y lo ha modificado. Los problemas ambientales no son nuevos, sin embargo, lo que hace especialmente preocupante la situación actual es la aceleración de esas modificaciones, su carácter masivo y la universalidad de sus consecuencias”.

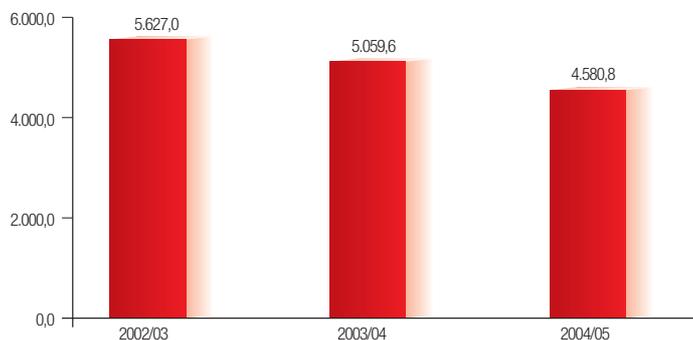
Declaración de la Cumbre de la Tierra. Foro Río de Janeiro 1992.

De la evaluación de nuestros impactos medioambientales se concluye que nuestros impactos más significativos están asociados a la implantación, operación y mantenimiento de nuestra red. Por otra parte, los impactos medioambientales que merecen especial mención son el consumo de energía, la gestión de los residuos eléctricos y electrónicos de equipos de red, el consumo y reciclado de papel y la utilización de sustancias que dañan la capa de ozono. A continuación se resumen las actuaciones relacionadas con estos impactos, llevadas a cabo por Vodafone España en el ejercicio fiscal 2004-05.

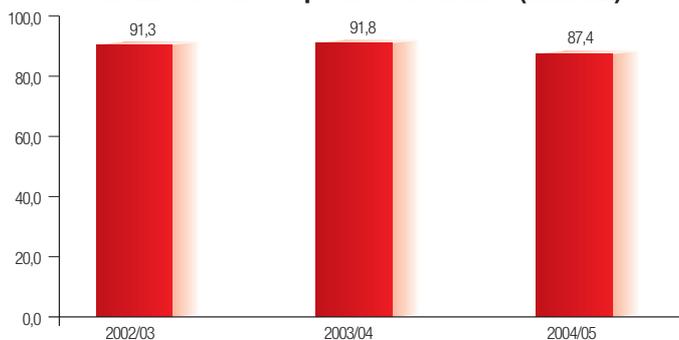
Como la mayor parte de las actividades empresariales, las telecomunicaciones tienen un cierto efecto en la demanda energética y más concretamente en el consumo eléctrico. La **energía**, además de provenir en gran medida de recursos limitados, su consumo lleva asociado la emisión de CO₂, gas que contribuye al calentamiento global (efecto invernadero). En este sentido, para Vodafone es una prioridad controlar nuestro impacto en el calentamiento global.

A continuación se proporcionan los datos más relevantes relacionados con la evolución de los consumos específicos de energía en red, oficinas y tiendas¹.

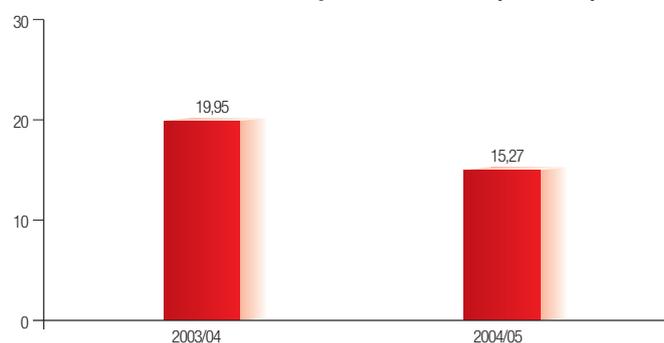
CO2 específico derivado del consumo de energía en la red (Kg/BTS)



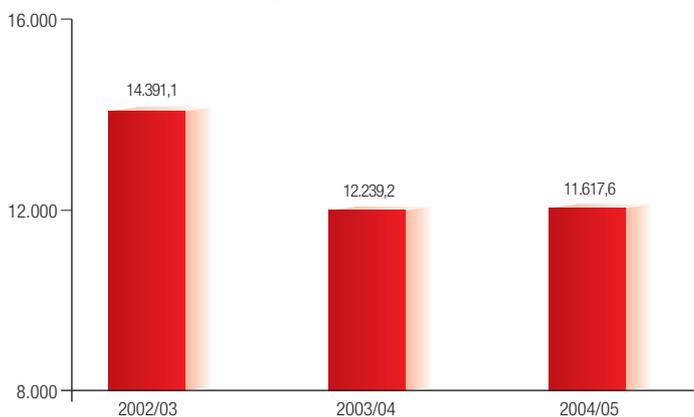
Consumo eléctrico específico en oficinas (Kwh/m2)



Consumo eléctrico específico tiendas (Kwh/m2)



Consumo de energía específico de red (Kwh/BTS)



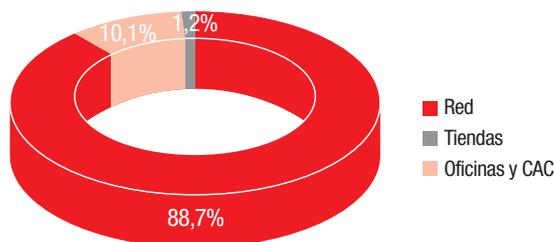
¹ En el ejercicio fiscal 2004-05 se ha desarrollado un programa específico y más preciso para el control de los consumos eléctricos. Como consecuencia de ello, existen unas ligeras variaciones respecto a los datos aportados en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2003/04.

13. Energía, Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono

Energía

La mayor parte del consumo de energía eléctrica de Vodafone se produce principalmente en nuestras operaciones de red (lo cual incluye: estaciones base, centros de conmutación, y centros de proceso de datos). Así, durante el período fiscal 2004-05, la distribución del consumo de energía eléctrica ha sido:

Distribución Consumo Energía Eléctrica (2004/05)



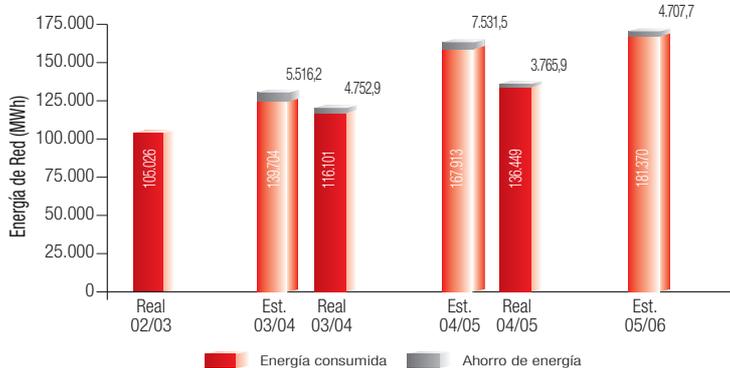
El consumo absoluto de energía en la red puede aumentar no sólo por el incremento de las infraestructuras necesarias para las comunicaciones, sino también como consecuencia de la introducción progresiva de la tecnología UMTS (3G), que precisa más energía en comparación con las tecnologías GSM y GPRS.

Aún así, por ahora, en el período 2004-05 el consumo de energía específico en la red sigue disminuyendo con relación al año anterior, si bien esta tendencia pudiera cambiar en el futuro a medida que el porcentaje de estaciones UMTS vaya aumentando.

Vodafone España, consciente de los impactos que sus actividades pueden causar en el entorno, continúa trabajando para mejorar la eficiencia energética de sus redes y de los equipos de comunicaciones que la componen.

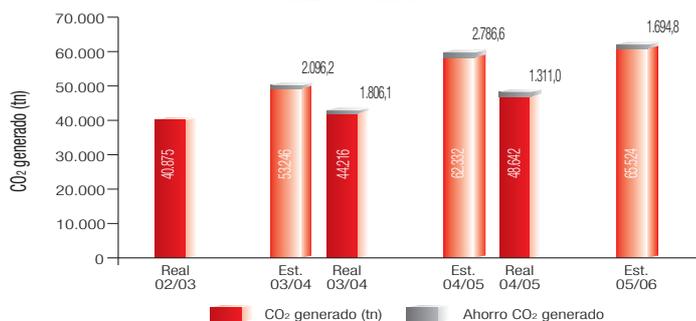
Por ello, en el ejercicio 2003-04 se puso en marcha un **Plan de Eficiencia Energética** con el objetivo de "Mejorar progresivamente la eficiencia energética de nuestras actividades y reducir el impacto ambiental". Además de haber obtenido, durante los dos últimos ejercicios fiscales, unos consumos eléctricos absolutos menores de lo estimado, las actividades desarrolladas como consecuencia de dicho Plan han provocado un ahorro del 3,4% del consumo.

Eficiencia Energética



Por otra parte, las emisiones de CO₂ también han sido menores de lo estimado.

Cambio Climático

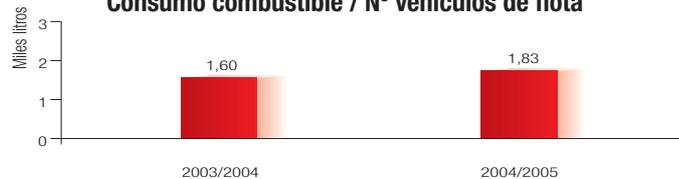


Los datos tanto de consumo de energía eléctrica en red, como de CO₂ generado derivado de dicho consumo, durante el ejercicio fiscal 2004-05, implican un consumo medio de energía en red por cliente de 11,57 Kwh/cliente y una generación de 4,13 Kg CO₂/cliente. Esta cantidad de CO₂ generado por cliente es equivalente a un desplazamiento de unos 25 Km en un coche familiar con un motor de gasolina de 1,6 litros. Por otra parte, los ahorros de CO₂ conseguidos por Vodafone España durante los dos últimos ejercicios fiscales (2003-04 y 2004-05) ascienden a 3.117,1 Tn de CO₂, lo que equivale, de acuerdo con el informe de ASEMFO "Los Bosques como sumidero de Carbono. Junio 2004", a la cantidad que absorbería un bosque de 436,4 Ha.

OTROS DATOS SOBRE CONSUMOS DE ENERGÍA

A continuación se muestran otra serie de datos, que si bien no tienen la relevancia de los consumos en la red, Vodafone España efectúa un seguimiento de los correspondientes consumos de energía:

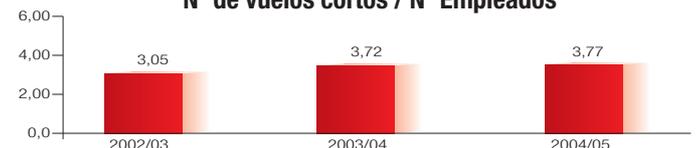
Consumo combustible / Nº vehículos de flota



Nº de vuelos



Nº de vuelos cortos / Nº Empleados



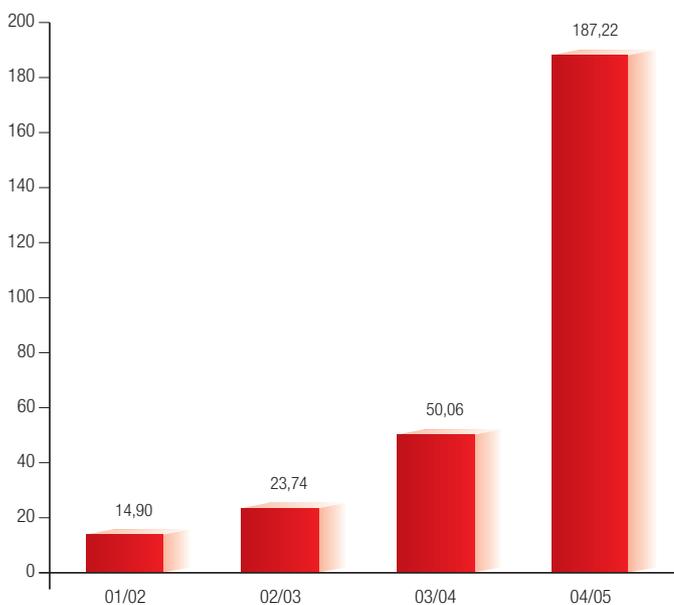
13. Energía, Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono

Residuos

Vodafone España viene trabajando desde el inicio de sus actividades en disminuir en lo posible sus impactos en el entorno. Para ello, ha establecido, por ejemplo, planes de acción para la mejora de la gestión de sus residuos principales, entre los que se encuentran los **residuos eléctricos y electrónicos** generados en la implantación y mantenimiento de la red.

Durante este año fiscal 2004-05, la cantidad de residuos de Red destinados a Reciclaje ha aumentado apreciablemente debido tanto a la necesidad de renovar equipos obsoletos, como a las actuaciones de mejora y adaptación de nuestra red para la llegada de la nueva tecnología UMTS.

Equipos de Red Reciclados (Tn)

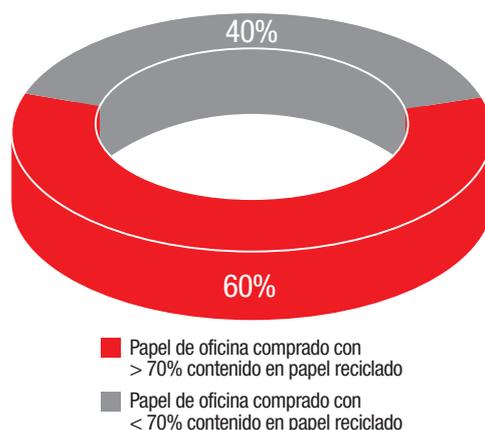


El 100% de los equipos que se han desmontado y sustituido durante este año, han sido gestionados de forma que se asegure la máxima recuperación de las materias primas que contienen. De esta forma, Vodafone España contribuye a la consecución de los objetivos de reciclaje propuestos en el Real Decreto 208/2005 sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos.

En cuanto a los residuos generados por Vodafone España en sus actividades de oficinas, el **papel** es uno de los que se pueden considerar como más significativos.

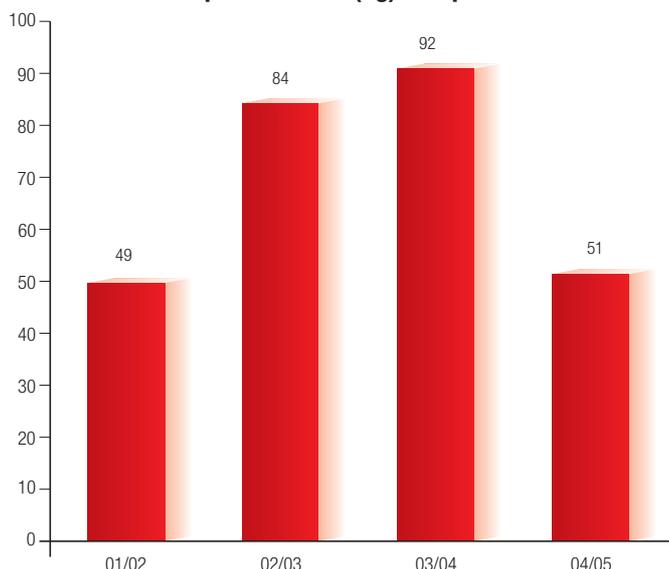
El consumo total de papel en Vodafone España durante el ejercicio 2004-05, ha sido de 235 Tn, siendo el porcentaje de papel reciclado más del 60% del papel comprado. Por otra parte, durante este ejercicio fiscal, se han reciclado más de 200 Tn de papel.

Consumo de Papel en Vodafone España



La disminución en la cantidad de papel reciclado por empleado, durante el presente ejercicio, se debe a la finalización del proceso de reestructuración de las oficinas/ mudanzas que tuvo lugar durante los dos ejercicios anteriores y que supuso que grandes cantidades de papel se destinarán a reciclaje.

Papel Reciclado (Kg) / Empleado



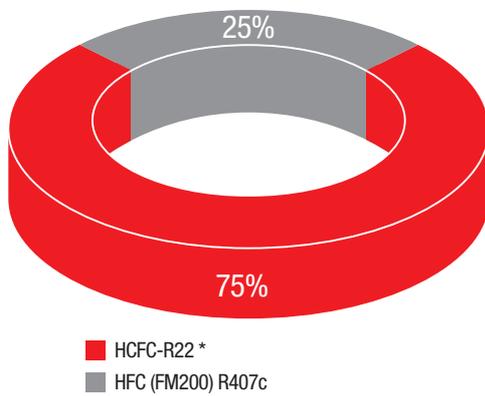
Por otra parte, el consumo total de **Agua** durante este ejercicio, ha sido de **67.128,2 m³**.

13. Energía, Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono

Sustancias que Dañan la Capa de Ozono

Otro de los temas medioambientales a los que Vodafone España dedica especial atención, es la emisión a la atmósfera de sustancias que puedan dañar la capa de ozono (tales como CFC's y HCFC's). Aunque nuestra actividad no genera de forma directa este tipo de sustancias, la utilización de determinados equipos de refrigeración y de extinción de incendios, puede llevar asociada la emisión de estas sustancias. Por ello, en Vodafone España se han establecido una serie de especificaciones y restricciones de uso en nuevos equipos y además, se está llevando a cabo un plan de sustitución de este tipo de sustancias usadas en equipos existentes.

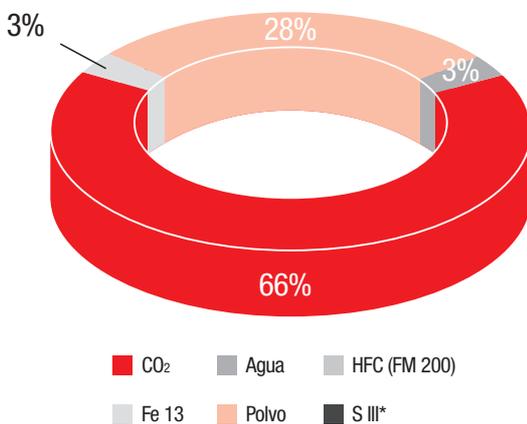
Tipología de Refrigerantes Instalados



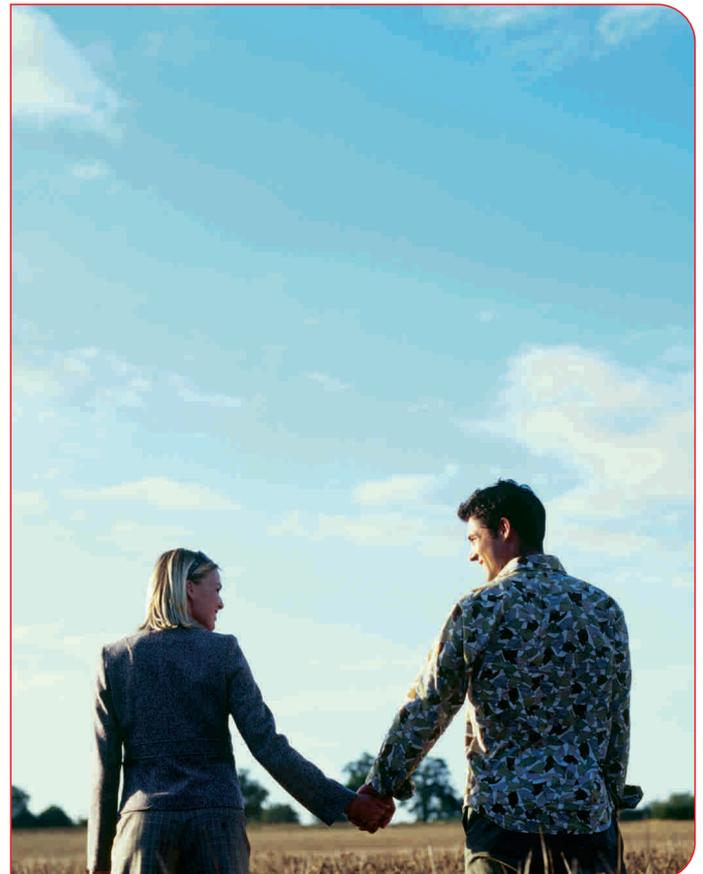
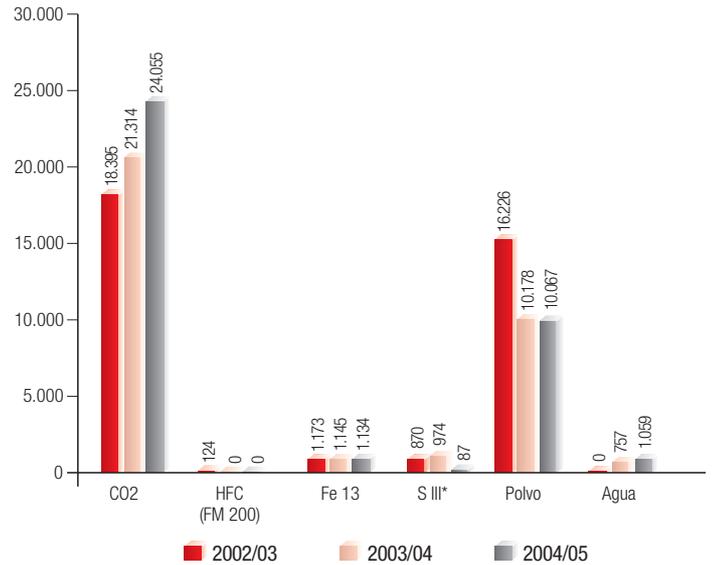
* sustancias potencialmente dañinas para la capa de ozono.

En el caso de los agentes de extinción de incendios, este plan ha consistido en la retirada del agente extintor S-III*, que ha sido sustituido por CO₂.

Tipología de Agentes de Extinción de Incendios Instalados



Plan de sustitución de agentes de extinción de incendios



14. Compras Éticas

“En un mundo globalizado debemos globalizar también los principios éticos. Ahora no sólo importan qué productos se suministran; es fundamental cómo se suministran”

Kofi Annan. Pacto Mundial. Foro de Colombia. Febrero 2002

De acuerdo con nuestros Principios de Negocio, Vodafone se compromete a “promover la aplicación de dichos Principios por nuestros Aliados Estratégicos y Proveedores”.

Vodafone España quiere asegurar que las empresas de nuestra cadena de suministro cumplan unas condiciones laborales y medioambientales adecuadas. Para ello, evaluamos a nuestros proveedores con relación a los criterios de nuestro Código de Compras Éticas y la Responsabilidad Corporativa forma parte de la evaluación general del comportamiento de nuestros proveedores.

Vodafone no fabrica teléfonos móviles o infraestructura de red, pero es un gran comprador de estos productos. Ello nos permite establecer acuerdos estratégicos con proveedores y trabajar con ellos para mejorar su comportamiento respecto a nuestro Código de Compras Éticas.

El Código de Compras Éticas de Vodafone establece los criterios que esperamos que cumplan nuestros proveedores. Está basado en los Valores de Vodafone y en normas internacionales, incluyendo la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Principios laborales de la Organización Internacional del Trabajo y la Declaración sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas.

Aspectos contemplados en el Código de Compras Éticas

1. Mano de Obra Infantil
2. Trabajos Forzosos
3. Seguridad e Higiene
4. Libertad de Asociación
5. Discriminación
6. Prácticas Disciplinarias
7. Horario de Trabajo
8. Sueldos
9. Conductas Individuales
10. El Medio Ambiente

Las principales actividades desarrolladas por Vodafone España en este ejercicio fiscal 2004-05 relativas a la implantación del Código de Compras Éticas han sido:

- > Cursos de formación sobre el contenido de dicho Código destinados a los responsables del Departamento de Compras de Vodafone España para mostrarles cómo se debe implantar en la práctica el Código.
- > Inclusión del Código de Compras Éticas dentro de las peticiones de oferta, como una cláusula más de obligado cumplimiento.
- > Se ha lanzado el Programa de Evaluación del Comportamiento de Proveedores, en el que la Responsabilidad Corporativa es uno de los seis criterios que se emplean para seleccionar proveedores y evaluar su comportamiento (otros criterios incluidos son coste y calidad), suponiendo el 10% del peso de la puntuación total.
- > Inclusión del Código de Compras Éticas como uno de los Anexos en los contratos a firmar por los proveedores de Vodafone España.
- > Evaluación detallada de proveedores para verificar el cumplimiento del Código de Compras Éticas. Para la realización de esta evaluación, se han seleccionado los proveedores a partir de la realización de un Análisis de Riesgos de la Cadena de Suministros y del resultado de los cuestionarios de autoevaluación que previamente se les envió. El proceso de evaluación ha cubierto 7 de nuestros proveedores estratégicos, estando prevista su ampliación en el próximo ejercicio fiscal.

El Análisis de Riesgos contempla factores tales como el tamaño, el país donde se ubica el proveedor, el tipo de producto que suministra y si el producto lleva la marca Vodafone.

15. Empleados

“El compromiso de Vodafone es formar el mejor equipo global. Nuestro éxito continuado como compañía es el resultado directo de la aportación realizada por todos y cada uno de nosotros, así como de la forma en que satisfacemos a nuestros clientes en un mercado cada vez más competitivo”.

Arun Sarin. Chief Executive Officer Grupo Vodafone.

Uno de los seis objetivos estratégicos establecidos por el Grupo Vodafone es “**Crear el mejor equipo global**”, lo cual significa contratar y retener a las personas más inteligentes, más motivadas y más creativas. Para lograrlo, se debe proporcionar un buen ambiente de trabajo y ofrecer incentivos y oportunidades atractivas.

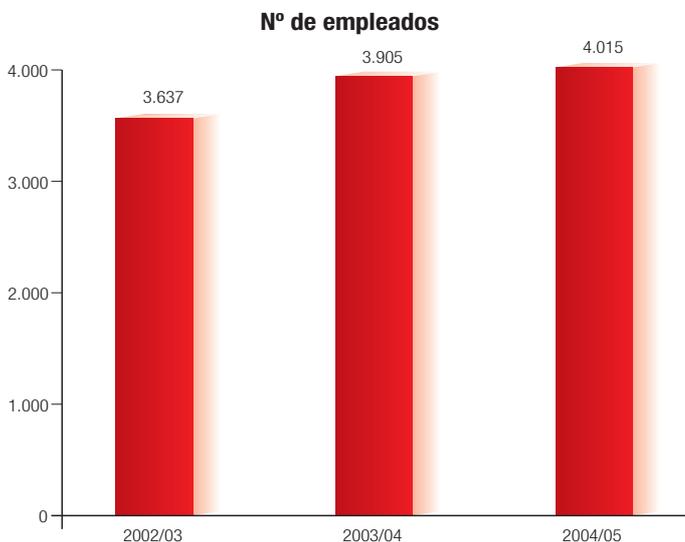
Las políticas de empleo de Vodafone son acordes con la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU y con los Principios de la OIT.

Como una organización basada en la pasión por los empleados, nos importan nuestros profesionales, su desarrollo, su formación, su motivación y su bienestar. Y es esa pasión por las personas, el convencimiento de que la base de nuestra fortaleza reside en nuestras personas, lo único que puede dar respuesta a nuestra pasión por los resultados. Lo segundo no se puede dar sin lo primero.

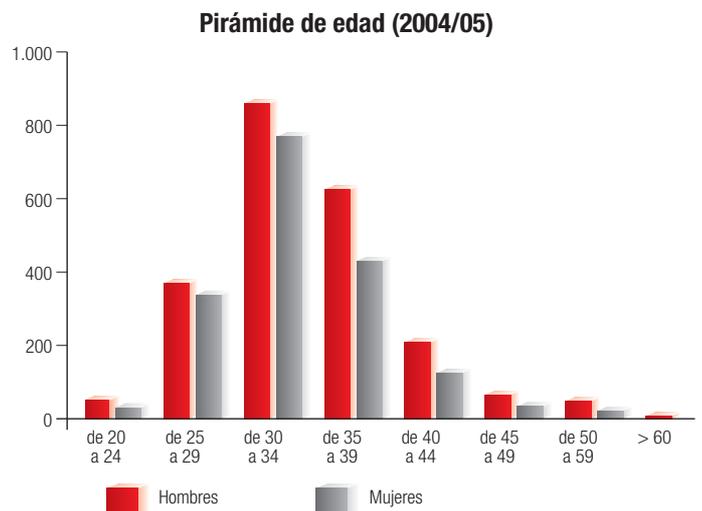
A continuación se hace referencia a los principales datos e información de Vodafone España relacionada con empleados.

DATOS GENERALES

En el ejercicio fiscal 2004/05 el número total de empleados de Vodafone España ha aumentado en un 2,8%

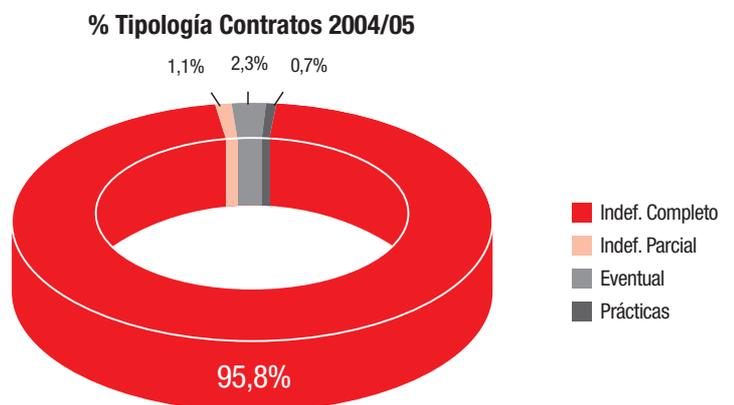


La plantilla de Vodafone España tiene una media de edad muy joven, como se aprecia en la pirámide de edad adjunta.



Las condiciones del empleo directo generado, se pueden deducir, no sólo de la tipología de contratos establecidos, con una elevadísima proporción de contratos indefinidos, sino también teniendo en cuenta la relación existente entre el Salario Mínimo de Vodafone España y el Salario Mínimo Interprofesional (1,81).

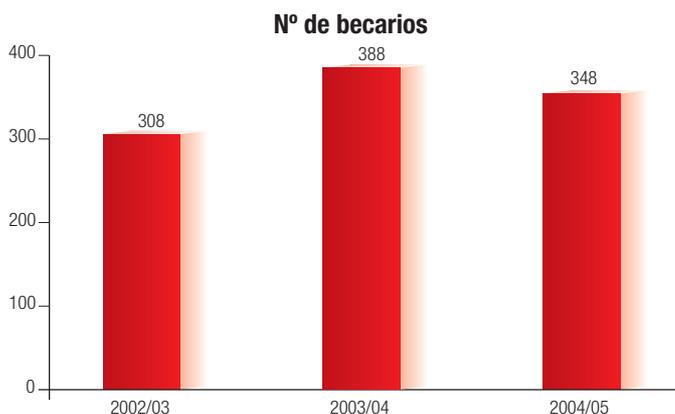
Por otra parte, es preciso destacar que todos los empleados de Vodafone España tienen una parte de su remuneración variable, ligada a cumplimiento de objetivos, tanto económicos como no económicos.



El índice de rotación durante el pasado año fiscal 2004-05 ha sido del 1%.

15. Empleados

Vodafone anuncia todas las vacantes a través de la intranet, con el objeto de aumentar la eficiencia del reclutamiento interno y de fomentar el desarrollo de los empleados. Vodafone España tiene establecidos acuerdos con un gran número de Universidades y Escuelas de Negocio para la incorporación de Becarios, siendo su evolución en la compañía la que se muestra en el siguiente gráfico:

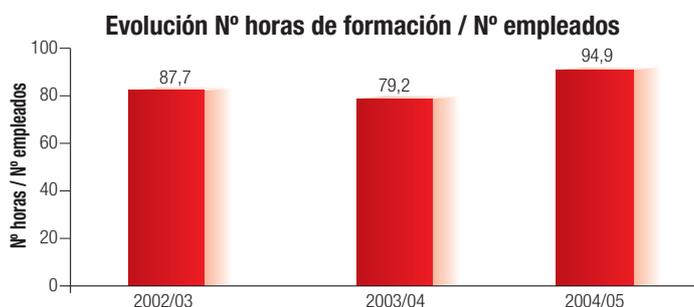


BENEFICIOS SOCIALES Y FORMACIÓN

Vodafone España viene desarrollando un amplio Programa de Beneficios Sociales, cuyo esquema resumen se presenta en la tabla adjunta.

Beneficios Sociales
Armonización de la Vida Laboral y Familiar
Seguro de Salud
Plan de Pensiones
Planes de Acciones y Opciones sobre Acciones
Préstamos
Seguros de Vida y Accidentes
Visa Oro
Plan Relat
Premio al Mérito

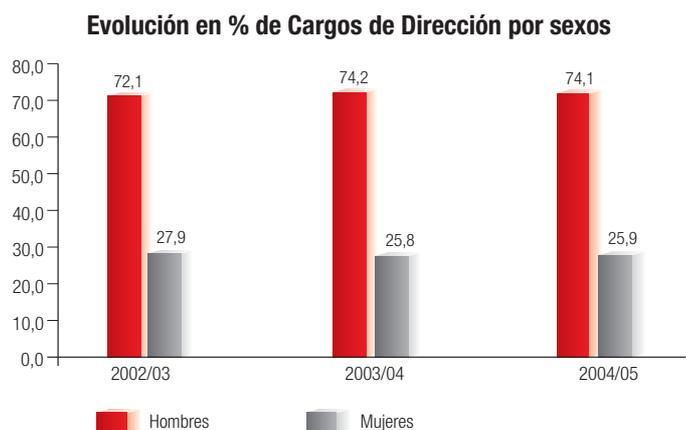
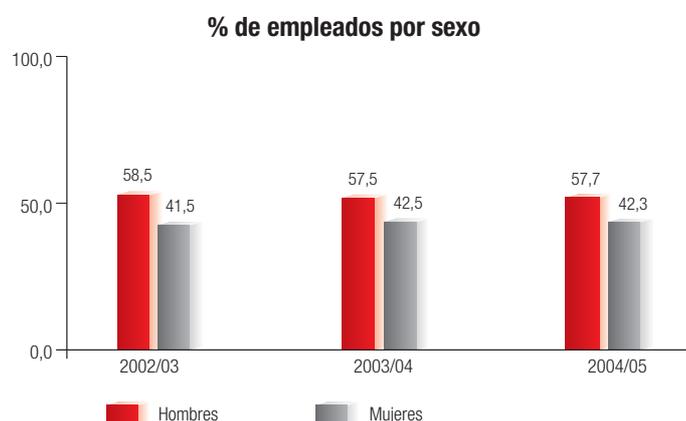
Como se ha indicado anteriormente, y en el marco de la pasión por los empleados, uno de los aspectos clave para lograr el objetivo estratégico de crear el mejor equipo global son las actividades de formación. A este respecto, en la gráfica siguiente se muestra la evolución del número de horas de formación por empleado.



ARMONIZACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR

Vodafone España se ha anticipado a las medidas legislativas vigentes en el ordenamiento jurídico español respecto a la "Ley de Conciliación de la Vida Familiar y Laboral", aumentando las prestaciones, bien en tiempo o en retribución, para sus empleados.

Esta política del fomento de la armonización de la vida laboral y familiar tiene su origen en el amplio porcentaje de mujeres que hay en nuestra plantilla, así como en la media de edades. Por otra parte, en el año fiscal 2004-05 se puede observar un ligero incremento en el % de Cargos de Dirección ocupados por mujeres.



SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS

"Hay puntos muy relevantes en los que hemos mejorado de manera sustancial desde la anterior encuesta celebrada en 2003. Debemos sentirnos satisfechos de los resultados en aspectos como el orgullo de pertenencia a la Compañía, la identificación con la marca y el alto nivel de confianza que los profesionales de Vodafone España mostramos en nuestra oferta de productos y servicios..."

Francisco Román. Consejero Delegado de Vodafone España.

15. Empleados

En el ejercicio 2004-05 se ha llevado a cabo una nueva **Encuesta de Satisfacción de Empleados**, cuyo objetivo es medir el grado de satisfacción de los empleados con Vodafone, tanto global como localmente, habiéndose logrado una participación en Vodafone España del 93% (media de participación en todo el Grupo Vodafone del 89%).

El principal resultado de la Encuesta es que la Satisfacción de Empleados es del 79%, habiendo aumentado 8 puntos porcentuales respecto a la encuesta realizada en el año 2003 (el índice de satisfacción de los empleados del Grupo es del 76% con un aumento de 1 punto porcentual respecto a la encuesta del 2003).

Encuesta Satisfacción Empleados

	% 2004/05	△ % 2003/04
Satisfacción general y compromiso	79	+8 p.p.

Otro de los resultados destacables de la encuesta es que el 82% de los empleados manifiestan su orgullo de trabajar en Vodafone España, con un aumento de 5 puntos porcentuales respecto a la encuesta del 2003 (la media del Grupo Vodafone es del 76%).

El resumen de los resultados de la Encuesta 2004-05 fue comunicado a todos los empleados por el Consejero Delegado, y analizado por cada responsable con su equipo, al tiempo que se definían los Planes de Acción. Estos Planes de acción giran en torno a cuatro iniciativas principales:

- > Compensación.
- > Desarrollo Profesional.
- > Función Directiva.
- > Bienestar.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Vodafone España impulsa y promueve mejoras continuas en el desarrollo de Sistemas de Gestión en materia de Prevención de Riesgos Laborales, que caminen hacia una cultura sin accidentes y sin enfermedades relacionadas con el trabajo.

El Sistema de Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales (SGPRL) en Vodafone está sustentado en los principios establecidos en la "Política de Prevención de Riesgos Laborales" aprobada por el Consejero Delegado. En ella, Vodafone pone de manifiesto el compromiso por asegurar los máximos niveles de seguridad, salud y bienestar.

Con ello se ha de procurar que en todas las actividades que Vodafone promueva, se proteja adecuadamente, tanto a sus empleados como a aquellos que puedan verse afectados por sus actuaciones, ya sean clientes, personal de empresas colaboradoras, entorno social, etc.

A su vez, la Política de Prevención de Riesgos Laborales refleja los principios en los que está basada toda acción que promueve Vodafone, encuadrándose dentro de la legislación vigente y con el compromiso que asume Vodafone en materia de seguridad y salud a través de sus políticas y estándares.

Para alcanzar este compromiso, la Dirección promueve e impulsa el desarrollo del SGPRL cuya finalidad es:

- > Crear una verdadera cultura preventiva en la empresa, comprometiendo a toda la organización en la tarea de conseguir que la seguridad y la salud sea una parte integrante de los procesos de trabajo habituales.
- > Promover el desarrollo de las mejores prácticas preventivas mediante el liderazgo y compromiso, para evitar o minimizar los riesgos derivados del trabajo, y potenciar la mejora continua de la acción preventiva.
- > Fomentar el compromiso y la participación de los empleados en los procesos de gestión del Sistema de Prevención de Riesgos Laborales y, en definitiva, en el desarrollo, implantación y control de los procesos, procedimientos y normas establecidas.



15. Empleados

PLANES DE AUTOPROTECCIÓN

El despliegue y la actualización de los Planes de Autoprotección en todos los Centros de Trabajo de Vodafone ha llevado a la compañía a un gran despliegue de medios y actividades.

Durante el año 2004-05 se ha actuado en la totalidad de los Centros de Trabajo, difundiendo entre nuestros empleados las medidas de prevención e instrucciones de actuación en caso de Situaciones de Emergencia. Para ello, se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- > Campaña de información con el título "Prevención y Actuación ante situaciones de Emergencia".
- > Realización de 36 simulacros, priorizando por los centros con mayor número de empleados (alcanza al 87% empleados) y de importancia estratégica para Vodafone (100% de Centros de Conmutación, y Sedes Centrales y Territoriales).
- > Designación, formación y adiestramiento de los Equipos de Emergencia, involucrando a 586 empleados, lo que representa el 15% de la plantilla.
- > Sensibilización en materia de Prevención de Situaciones de Emergencia al 50% de las personas de los Centros de Trabajo. Esta actividad se hizo extensiva a los empleados de las empresas colaboradoras que realizan parte de su actividad en nuestros edificios.

CAMPAÑAS Y ACCIONES DE FORMACIÓN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El Departamento de Prevención de Riesgos y Salud Laboral (DPRSL) establece anualmente un programa de Formación e Información en materia de Seguridad y Salud, consecuente con los objetivos estratégicos establecidos por Vodafone.

Durante el ejercicio fiscal 2004-05, el DPRSL llevó a cabo las siguientes Campañas de Información y Divulgación:

- > "No podemos conducir por ti".
- > "Viaja seguro y sin incidentes".
- > "Uso del teléfono móvil durante la conducción".

- > "El alcohol y la conducción de vehículos: una mala combinación".
- > "Descenso del número de accidentes relacionados con la conducción de vehículos".
- > "Cómo actuar en caso de producirse Situaciones de Emergencia".

Por otra parte, se impartieron las siguientes actividades Formativas:

- > "Actuaciones de los Equipos de Emergencia". Asistieron 586 empleados (15% de la plantilla).
- > "Sensibilización en materia de Situaciones de Emergencia". Asistieron 1.968 empleados (49% de la plantilla).
- > "Trabajos en altura. Nivel Básico". Asistieron 112 empleados (3% de la plantilla).
- > "Primeros auxilios". Asistieron 377 empleados (9% de la plantilla).
- > "Seguridad y Salud en Oficinas". Asistieron 374 empleados (9% de la plantilla).
- > "Conducción Segura, Seguridad Vial". Curso integrado dentro de la plataforma E-learning. Participaron 358 empleados (9% de la plantilla).
- > "Riesgos y medidas preventivas en los trabajos de Campo". Asistieron 91 empleados (2% de la plantilla).
- > "Participación de los empleados de la Unidad de Puntos de Venta en el Sistema de Gestión de la Prevención de Vodafone". Asistieron 55 empleados (1% de la plantilla).
- > "Participación de los empleados del Área de Gestión de Clientes en el Sistema de Gestión de la Prevención de Vodafone". Asistieron 39 empleados (1% de la plantilla).
- > "Técnico Intermedio de Prevención de Riesgos Laborales". Asistieron 18 empleados (0,4% de la plantilla).
- > "Técnico Superior de Prevención de Riesgos Laborales". Asistieron 4 empleados (0,1% de la plantilla).

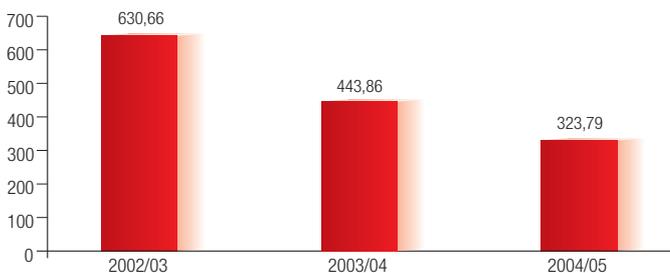
En total, el **número de horas** empleadas por nuestros empleados **en materia de PRL** asciende a 18.428 horas, lo que equivale a una media de **4,7 horas/empleado**.

15. Empleados

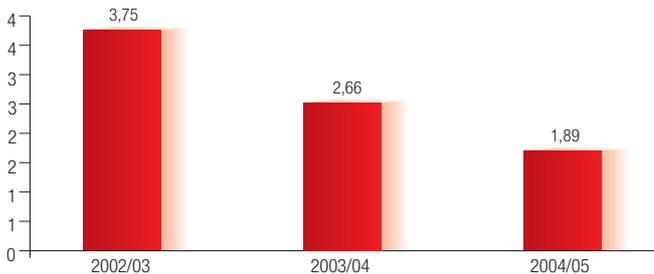
ACCIDENTABILIDAD. ÍNDICES OFICIALES

Los gráficos siguientes muestran la tendencia decreciente de los accidentes con baja (aunque la duración media de los mismos se haya incrementado a consecuencia de un suceso acontecido fuera de la actividad habitual del puesto de trabajo) y la incidencia de pequeños sucesos que no impiden al trabajador continuar con su actividad laboral.

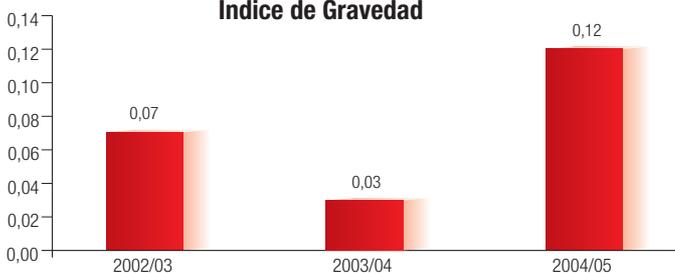
Índice de Incidencia



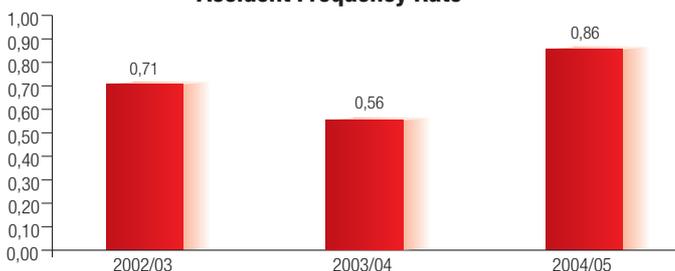
Índice de Frecuencia



Índice de Gravedad



Accident Frequency Rate



Índice de Incidencia = (Accidentes en jornada de trabajo con baja X 100.000) / N° de empleados.

Índice de Frecuencia = (Accidentes en jornada de trabajo con baja X 1.000.000) / (N° de empleados X N° medio de horas efectuadas anualmente por empleado).

Índice de Gravedad = (Jornadas no trabajadas por accidentes en jornada de trabajo con baja X 1.000) / (N° de empleados X N° medio de horas efectuadas anualmente por empleado).

Accident Frequency Rate = (Accidentes con y sin baja no in itinere X 1.000) / N° de empleados.

Nota: Los índices de Incidencia, Frecuencia y Gravedad han sido calculados siguiendo los criterios establecidos en la Memoria Estadística de Accidentes de Trabajo del Año 2002, publicada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Por otra parte, el "Accident Frequency Rate" es el índice reportado al Grupo Vodafone, según sistema británico.



16. Compromisos

Seguimiento de Compromisos

“La legítima búsqueda por las empresas de la máxima rentabilidad económica, debe realizarse de forma ética, fomentando el progreso social y el medio ambiente”.

José Manuel Entrecanales. Presidente de Vodafone España, S.A.

Tema	Objetivo/ Compromiso	¿Qué hemos hecho?	Progreso
Comunicación con los Grupos de Interés	Desarrollo de un proyecto de análisis de expectativas de los Grupos de Interés.	Se realizó un estudio detallado de expectativas de los Grupos de Interés, que es una de las bases fundamentales del Programa de Responsabilidad Corporativa 2005-06. Ver Cap. 6: “Compromiso con los Grupos de Interés”.	100%
Creación de Valor Proveedores	Implantación del Código de Compras Éticas (CCE) en nuestros principales proveedores.	Realizado Mapa de Riesgos e implantado proceso de evaluación respecto al CCE en los siete proveedores más críticos. Ver Cap. 14: “Compras Éticas”.	100%
Compromiso con el Medio Ambiente Energía y Cambio Climático	Establecimiento de un Plan de Eficiencia Energética que permita un ahorro de, al menos, el 3% del consumo eléctrico previsto.	Continúa la aplicación prevista del plan a tres años, con un seguimiento periódico del mismo. Ver Cap. 13: “Energía, Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono”.	Fecha final: abril 2006 66,6%
Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono	<ul style="list-style-type: none"> > Implantar las actuaciones relativas a la gestión de residuos contempladas en el Plan de Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono. > Establecer un plan de sustitución de Sustancias que Dañan la Capa de Ozono. 	<ul style="list-style-type: none"> > Realizadas las actuaciones correspondientes al periodo fiscal 2004-05. > Establecido el Plan para los agentes de extinción de incendios. Ver Cap. 13: “Energía, Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono”. 	100% 50%
Impacto Visual y otros aspectos medioambientales	Liderazgo del Proyecto del Grupo orientado a la elaboración de Guías para el Desarrollo Responsable de Red, con las mejores prácticas en cada una de las etapas del despliegue.	Vodafone España ha liderado el proyecto, habiéndose elaborado y aprobado una Política de Despliegue Responsable de Red aplicable a todo el Grupo Vodafone, así como las Guías específicas de aplicación. Ver Cap. 11: “Despliegue Responsable de Red”.	100%
Compromiso con la Sociedad Fundación Vodafone España	Promover acuerdos con distintas organizaciones para el desarrollo de proyectos conjuntos que impliquen aportaciones económicas por ambas partes.	Se han promovido nuevos acuerdos con distintas asociaciones y organizaciones. Ver Cap 9: “Fundación Vodafone España”.	100%
Acceso a Productos y Servicios	Lanzamiento de, al menos, cinco productos/ iniciativas cuyo objetivo sea el incremento de beneficios sociales o medioambientales.	Productos/iniciativas desarrolladas, entre otros: Medical Guard Diabetes, T-Loop, Mobile Accessibility 2, SMS solidarios, Teléfono de textos. Ver Cap. 8: “Productos y Servicios con Alto Valor Social”.	100%
Marketing Responsable	<ul style="list-style-type: none"> > Implantar la Guía de Marketing Responsable. > Desarrollo de Plan de Formación en Marketing Responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> > Implantada. Creado Comité de Auditoría de Marketing Responsable. Realizada una Auditoría durante el periodo 2004-05. > Plan de Formación desarrollado. Prevista implantación en el ejercicio 2005-06. Ver Cap. 7: “Marketing Responsable”. 	100% 100%
Antenas y Salud	Asegurar que se pone a disposición de Comunidades locales y público en general, información clara, concisa y relevante relativa a los Campos electromagnéticos provocados por las estaciones base de telefonía móvil.	Realizados distintos folletos dirigidos fundamentalmente a público general, clientes y comunidades de vecinos y propietarios. Ver Cap. 10: “Telefonía Móvil y Salud”.	100%
Compromiso con Nuestros Empleados	Desarrollo de un programa de Comunicación Interna sobre Responsabilidad Corporativa, para que los empleados conozcan la importancia de su implicación en los temas sociales y medioambientales.	Desarrollado e implantado de forma sistemática (incluido en las sesiones informativas de los responsables con sus respectivos equipos). Ver Cap. 4: “Integración de la Responsabilidad Corporativa en la Gestión”.	100%

16. Compromisos

Nuevos Compromisos

Tema	Objetivo/ Compromiso	Fecha
Productos y Servicios con Alto Valor Social	> Desarrollo de proyectos de "accesibilidad global o diseño para todos" (web accesible, accesibilidad en tiendas).	Abril 06
	> Desarrollar, al menos, 3 productos/servicios con alto valor social, para permitir el acceso a nuestros servicios por colectivos con necesidades especiales.	Abril 06
Marketing Responsable	> Implantación del Plan de Formación en Marketing Responsable.	Abril 06
	> Desarrollar una campaña de comunicación a clientes, sobre aspectos relevantes de Marketing Responsable.	Abril 06
Telefonía Móvil y Salud (Emisiones radioeléctricas)	> Indicar en página web niveles SAR (Índice de Absorción de Radiación) de los diferentes tipos de teléfonos móviles comercializados por Vodafone.	Abril 06
	> Continuar la involucración con público general, clientes, creadores de opinión, administraciones y empleados sobre telefonía móvil y salud.	Abril 06
Fundación Vodafone España	Ampliar la colaboración con diversas entidades para el desarrollo de proyectos conjuntos que supongan beneficios sociales, mediante el uso de nuevos soportes tecnológicos.	Abril 06
Reciclado y Reutilización de Móviles	> Ampliar esquema de reciclado a franquicias.	Abril 07
	> Desarrollar esquema de reutilización de terminales.	Abril 07
Impacto Medioambiental	> Continuar el desarrollo del Plan de Eficiencia Energética, informando sobre la evolución de las emisiones de CO ₂ .	Abril 06
	> Realizar estudio de viabilidad para la utilización de energías renovables propias o verdes (de compañías eléctricas) en Oficinas y Red.	Abril 07
	> Continuar la implantación del Plan de Residuos.	Abril 06
	> Establecer el Plan de Sustitución de Sustancias que Dañan la Capa de Ozono (refrigerantes).	Abril 06
Cadena de Suministros	> Completar la evaluación sobre Código de Compras Éticas de los diez proveedores locales según mapa de riesgo.	Abril 06
Empleados	> Establecer un Plan de Comunicación Interna que contemple: Distribución de folletos de bolsillo a empleados sobre temas de Responsabilidad Corporativa, Difusión de Buenas Prácticas Medioambientales.	Abril 06
	> Continuar la implantación del Plan de Formación/Información de Prevención de Riesgos Laborales para los empleados, y promover el desarrollo de las mejores prácticas preventivas entre nuestras empresas colaboradoras.	Abril 06

17. Glosario de Acrónimos y Abreviaturas

AECC: Asociación Española Contra el Cáncer.

AETIC: Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España.

AMAE: Alteración de la Memoria Asociada a la Edad.

APD: Asociación para el Progreso de la Dirección.

APPS: Federació Catalana Pro Persones amb Retard Mental.

ARPU: Average Revenue Per User (Ingresos Medios por Cliente).

ASEMFO: Asociación Nacional de Empresas Forestales.

ASIMELEC: Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones.

ASPAYM: Asociación de Paraplégicos y Grandes Minusválidos.

BITC: Business in the Community.

BTS: Base Transceiver Station (Estación Base).

CAC: Centros de Atención al Cliente.

CAFOD: Catholic Agency for Overseas Development.

CCE: Código de Compras Éticas.

CEO: Chief Executive Officer.

CMT: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

COCEMFE: Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España.

EBITDA: Resultado operativo antes de impuestos, intereses, depreciaciones y amortizaciones.

EITO: European Information Technology Observatory.

EMF: Electromagnetic Field (Campos Electromagnéticos).

EIO: Escuela de Organización Industrial.

ERU: Emergency Response Unit.

FEAED: Federación Española de Asociaciones de Educadores en Diabetes.

FEMP: Federación Española de Municipios y Provincias.

FIAPAS: Federación Española de Asociaciones de Padres y Amigos de los Sordos.

FTSE: Financial Times Stock Exchanges.

GAVEA: Galicia Vela Adaptada.

GeSI: Global e-Sustainability Initiative.

GPRS: General Packet Radio Service (**2,5G:** Generación 2,5).

GSM: Global System for Mobile Communications (**2G:** 2ª Generación).

GRI: Global Reporting Initiative.

IBLF: International Business Leaders Forum.

ICNIRP: International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection.

IMADE: Instituto Madrileño de Desarrollo.

IMSERSO: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.

INE: Instituto Nacional de Estadística.

ISO: International Organization for Standardization.

17. Glosario de Acrónimos y Abreviaturas

KPI: Key Performance Indicator.

LRP: Longe Range Planning (Planificación a Largo Plazo).

MA2: Mobile Accesibility 2.

MGD: Medical Guard Diabetes.

MMS: Multimedia Messaging Service (Servicio de Mensajes Multimedia).

MORI: Market and Opinion Research International.

MPDL: Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad.

PDA: Personal Digital Assistant.

PIB: Producto Interior Bruto.

PREDIF: Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos.

PRL: Prevención de Riesgos Laborales.

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas.

OIT: Organización Internacional del Trabajo.

ONCE: Organización de Ciegos de España.

ONG: Organización No Gubernamental.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

RC: Responsabilidad Corporativa.

SCM: Supply Chain Management (Gestión de la Cadena de Suministros).

SED: Sociedad Española de Diabetología.

SEIS: Sociedad Española de Informática de la Salud.

SGPRL: Sistema de Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales.

SMS: Short Message Service (Servicio de Mensajes Cortos).

SIM: Subscriber Identity Module (Tarjeta de Identificación del Cliente).

SPAM: Comunicaciones Comerciales Electrónicas sin autorización del destinatario.

TAM: Teleasistencia Móvil.

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación.

UE: Unión Europea.

UMTS: Universal Mobile Telecommunications System (**3G:** 3ª Generación).

U.N.: Unidad de Negocio.

UNICEF: United Nations International Children's Emergency Fund.

UPC: Universidad Politécnica de Cataluña.

UPM: Universidad Politécnica de Madrid.

UPV: Universidad Politécnica de Valencia.

VMC: Vodafone Mobile Connect.

WAP: Wireless Application Protocol.

WBCSD: World Business Council for Sustainable Development.

WWF: World Wildlife Foundation.

Con el fin de causar el menor impacto medioambiental, este documento se ha impreso en papel fabricado con un 50 % de pura celulosa (ECF), un 40 % de fibra reciclada seleccionada pre-consumer y un 10 % de fibra reciclada y destintada post-consumer.

Tintas basadas exclusivamente en aceites vegetales con un mínimo contenido en compuestos orgánicos volátiles (VOC'S).

Barniz basado predominantemente en materias primas naturales y renovables.





Agosto 2005

www.vodafone.es

