



Innovación Responsable

Informe de Responsabilidad Corporativa
2007-08

Es tu momento. Es Vodafone.



vodafone



Índice

0. Perfil de Vodafone	3
• Grupo Vodafone	3
• Vodafone España	4
1. Declaración del Presidente Consejero Delegado	5
2. Innovando en Telecomunicaciones	
• Oferta Comercial	6
• Creación de Valor	6
• La Innovación en Vodafone España	7
3. La Responsabilidad Corporativa en Vodafone	8
• Estrategia de RC	8
• Gestión de la RC	8
• Gobierno Corporativo	9
• Involucración con Grupos de Interés	12
4. Productos y Servicios Sociales	13
• Difusión de tecnología disponible para personas con discapacidad	13
• Nuevos Productos y Servicios Sociales	14
• Accesibilidad en las Tiendas Vodafone	15
• Colaboraciones	15
5. Fundación Vodafone España	17
• Innovación	17
• Formación	18
• Mecenazgo	19
• Difusión	19
6. Clientes	21
• Involucración con Clientes	21
• Comunicaciones a Clientes	21
• Uso Responsable del Móvil	22
• Nuevos Servicios en el Móvil	24
• Precios y Tarifas	24
• Calidad de Servicio	25
• Calidad de Red	26
7. Medio Ambiente	27
• Consumo de Energía	28
• Reutilización y Reciclaje de Teléfonos	29
• Residuos	29
• Sustancias que agotan la capa de ozono	30
8. Despliegue de nuestra Red	31
• Telefonía Móvil y Salud	31
• Despliegue Responsable de Red	32
9. Empleados	34
• Selección y Desarrollo Profesional	34
• Comunicación Interna	35
• Beneficios Sociales e Igualdad de Oportunidades	35
• Seguridad, Salud y Bienestar	36
• Satisfacción de los Empleados	38
10. Proveedores	39
11. Anexos	41
• Criterios del Informe RC	41
• Tabla de Indicadores GRI	42
• Informe de Verificación	44
12. Compromisos	45
13. Principales Datos	47

Este es el quinto Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España, correspondiente al ejercicio 2007-08 (1 de abril de 2007 a 31 de marzo de 2008). El lema de este Informe es "Innovación Responsable", puesto que ésta es una de las actuaciones clave de la estrategia de Responsabilidad Corporativa que viene desarrollando Vodafone.



El Informe está estructurado de acuerdo a las prioridades estratégicas de nuestra compañía (ver Cap. 3: "La Responsabilidad Corporativa en Vodafone"). A su vez, los capítulos que describen las actividades de la Estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC) de Vodafone se estructuran bajo el esquema "A qué nos comprometimos", "Qué hemos hecho" y "Qué haremos", con objeto de enfatizar la transparencia en nuestras actuaciones.

En la elaboración de este Informe se han seguido tanto las guías internas del Grupo Vodafone, como las recomendaciones de la "Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad" (versión 3 de 2006) de Global Reporting Initiative (GRI), y el suplemento GRI para el Sector de las Telecomunicaciones de 2003, así como la norma AA1000.

Este Informe se publica en papel, encontrándose además disponible en formato electrónico en nuestra página web www.vodafone.es/responsabilidad. En esta dirección, así como en todas aquellas indicadas a lo largo del Informe, puede consultarse información complementaria a los temas tratados en el Informe en papel, así como la relación de acrónimos y abreviaturas utilizadas a lo largo del Informe.

En este documento se incluyen además los detalles relativos al alineamiento del Informe con las Guías GRI (ver Cap. 11: "Anexos") en cuanto al cumplimiento y verificación de sus indicadores, que nos permiten declarar nuestro nivel de aplicación A+.

Vodafone España ha sometido a verificación por parte de una entidad externa su autocalificación, siendo ésta corroborada como A+. El Informe de Verificación Externa se encuentra en el Capítulo 11: "Anexos".

Posteriormente, todo el proceso ha sido revisado por el propio GRI, quien ha otorgado la máxima calificación para este tipo de Informes: **A+**.

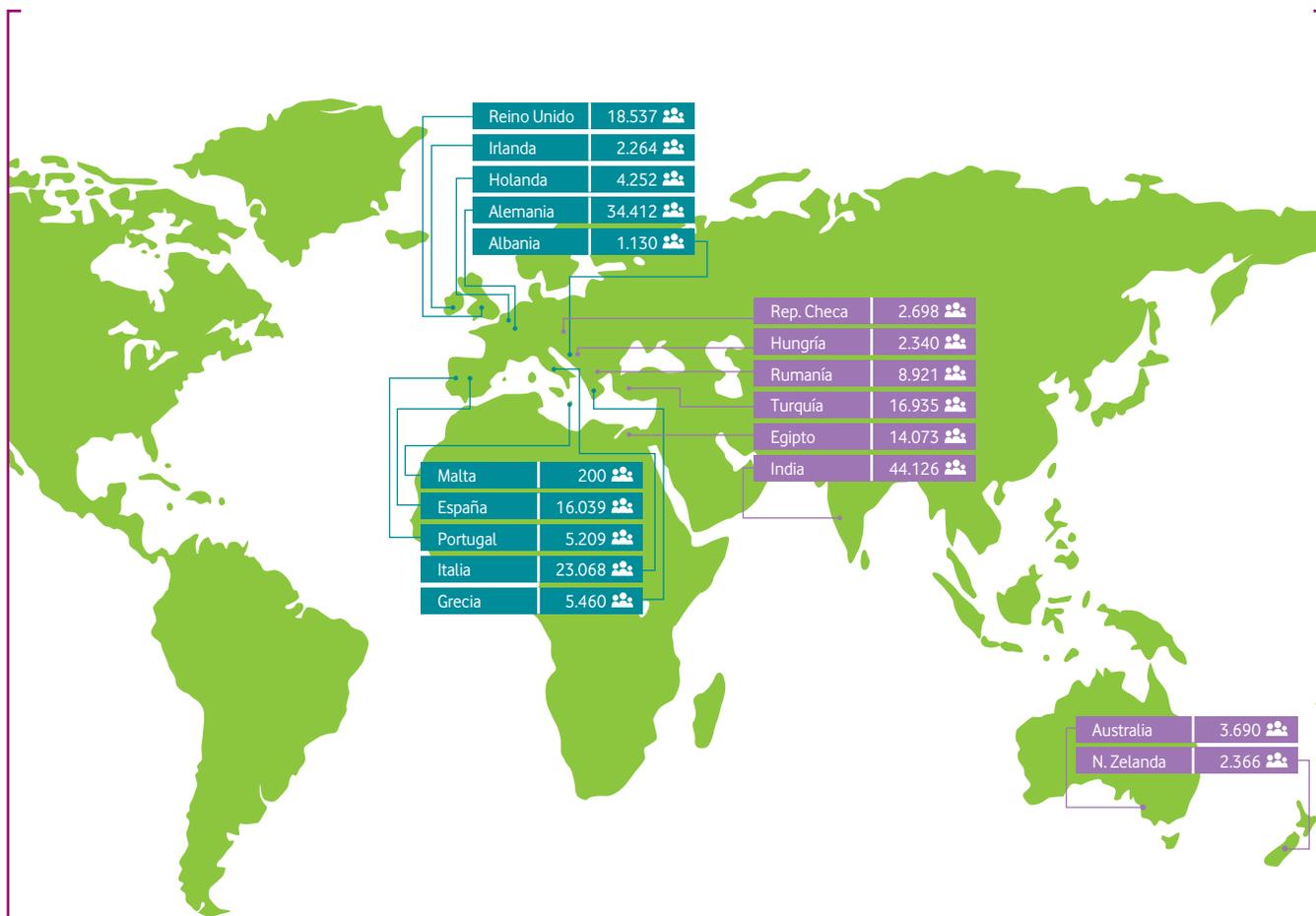


Le invitamos a que nos proporcione su opinión tanto sobre nuestras actuaciones en temas de Responsabilidad Corporativa, como sobre este Informe. Para ello, puede dirigirse a:

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

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

Grupo Vodafone



Nº clientes (miles) de Filiales (18)

Datos clave	Europa	EMAPA
Facturación total (millones €)	26.081	9.345
Beneficio operativo ajustado (millones €)	6.206	3.729

Compañías Asociadas (7):

China, Estados Unidos, Fiji, Francia, Kenia, Polonia y Sudáfrica.

Acuerdos de Franquiciado de la Marca Vodafone (42):

Afganistán, Argentina, Austria, Bahrein, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Caribe, Chile, Chipre, Colombia, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Guatemala, Honduras, Hong Kong, Indonesia, Islandia, Islas del Canal, Islas Feroe, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malasia, Méjico, Nicaragua, Noruega, Paraguay, Perú, República de Macedonia, Serbia, Singapur, Sri Lanka, Suecia, Suiza y Uruguay.

Datos económicos clave del Grupo Vodafone		
(Datos a 31 marzo 2008)	2007-08	▲ respecto a 2006-07
• Facturación Total (millones €)	35.478	+ 14,1 %
• Ingresos por servicios de datos (millones €)	2.180	+ 52,7 %
• EBITDA (millones €)	13.178	+ 10,2 %
• Free cash flow (millones €)	5.540	- 9,6 %
• Capitalización en el mercado a 31 de marzo (miles de millones €)	81,1	+ 13,3 %
• Ganancias ajustadas por acción (peniques)	12,5	+ 11,0 %
• Nº clientes proporcionales (millones)	260	+ 26,0 %
• Dispositivos 3G (millones)	27,1	+ 70,4 %
• Nº empleados ¹	71.003	+ 7,0 %

¹ Media de empleados en el ejercicio fiscal.



Vodafone España

Vodafone España ha liderado durante el pasado ejercicio 2007-08 la integración entre Internet y el móvil, con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes acceso a sus servicios preferidos en cualquier momento y lugar.

Principales acontecimientos del ejercicio 2007-08



Datos económicos clave de Vodafone España

(Datos a 31 marzo 2008)	2007-08	▲ respecto a 2006-07
• Facturación Total (millones €)	7.170	+ 8,0 %
• Ingresos por servicios totales (millones €)	6.576	+ 9,7 %
• Ingresos por servicios de voz (millones €)	5.373	+ 6,7 %
• Ingresos por servicios de mensajería (millones €)	602	+ 7,3 %
• Ingresos por servicios de datos (millones €), excluyendo mensajería	483	+ 32,5 %
• EBITDA (millones €)	2.566	+ 11,0 %
• N° clientes (miles)	16.039	+ 7,7 %
• % clientes de contrato	58 %	+ 3,2 p.p.
• Dispositivos 3G (millones)	5,26	+ 82,1 %
• ARPU medio mensual (€)	35,4	+ 0,6 %



Francisco Román
Presidente Consejero Delegado

“En estos últimos años hemos sido testigos de cómo la Responsabilidad Corporativa se ha consolidado como un nuevo modelo de gestión empresarial, consecuencia de una nueva forma de entender las relaciones de las empresas con sus grupos de interés, y orientado a satisfacer de forma equilibrada las expectativas de los diferentes grupos de interés”.

Francisco Román. Presidente Consejero Delegado de Vodafone España.

Vodafone ha adoptado un enfoque de implantación de la RC orientado a la integración de sus valores y principios en el eje central de nuestra cultura, estrategia y procesos de negocio, de forma que afecta transversalmente a todas las áreas de la organización, en un despliegue de arriba hacia abajo, y que aborda los aspectos económicos, de gobierno corporativo, sociales y medioambientales.

Los resultados de Vodafone España en este ejercicio son la consecuencia de la eficaz ejecución de una estrategia basada en una fuerte apuesta por liderar el crecimiento, en el desarrollo de nuevos negocios, en la eficacia en la gestión de los costes, y siempre orientada a entender y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Así, en este ejercicio Vodafone España ha liderado el crecimiento del sector, tanto en altas netas como en crecimiento de ingresos. Además, hemos avanzado en el desarrollo de nuevos negocios, siendo pioneros en el lanzamiento de “Internet en el móvil”. En este sentido, nuestro desarrollo de la banda ancha móvil, nos ha permitido liderar el desarrollo de los nuevos servicios HSPA, de forma que la penetración de los dispositivos 3G llega al 33% de nuestra base de clientes. Por otra parte, la reciente adquisición de Tele2 nos va a permitir dar respuesta a las demandas globales de telecomunicaciones de nuestros clientes.

El logro de nuestros objetivos económico-comerciales se ha realizado teniendo presente, al mismo tiempo, nuestro objetivo estratégico de ser una empresa responsable, por lo que la creación de valor a través de nuestros resultados, se ha realizado persiguiendo las más altas cotas de comportamiento responsable desde el punto de vista ético, laboral, social y medioambiental.

En el ámbito social externo, la estrategia de RC de Vodafone contempla como uno de sus elementos clave aumentar la accesibilidad de nuestros productos y servicios para los colectivos vulnerables. Por este motivo, durante este ejercicio hemos continuado con el desarrollo de productos y servicios sociales, habiendo lanzado cuatro nuevos productos, hemos editado dos guías de carácter divulgativo sobre la tecnología disponible para colectivos vulnerables, y hemos iniciado un nuevo proyecto de accesibilidad en las tiendas propias. Además, nuestra Fundación ha continuado desarrollando proyectos en las áreas de innovación, formación, mecenazgo y difusión, habiendo dedicado más de 6 millones de euros a estos proyectos.

En este ejercicio hemos profundizado en las actividades de RC relacionadas con clientes, haciendo énfasis en las comunicaciones de RC con ellos, así como en el uso responsable del móvil, muy especialmente en lo relativo a menores, y a los nuevos servicios como el marketing móvil, como consecuencia del desarrollo de productos y servicios basados en el acceso móvil a Internet. En este sentido, cabe resaltar la presentación del Código de Conducta de los operadores móviles españoles para el uso seguro y responsable del móvil por menores en el acceso a servicios de contenidos.

Por otra parte, teniendo en cuenta que, como en toda actividad empresarial, podemos provocar impactos sobre el medio ambiente, desarrollamos actuaciones dirigidas a minimizar dichos impactos. Así, en cuanto al consumo de energía, hemos continuado con las actuaciones contempladas en nuestro 2º Plan de Eficiencia Energética, que nos está permitiendo reducir nuestra contribución al cambio climático, habiendo evitado la emisión de 13.397 Tn de CO₂ desde el inicio de estas actuaciones en 2003.

En este sentido, quisiera destacar el reciente compromiso del Grupo Vodafone de reducir nuestras emisiones de CO₂ en un 50% para el 2020 respecto a las emisiones del ejercicio 2006-07, con el que pretendemos contribuir a afrontar uno de los mayores retos medioambientales a los que se enfrenta la sociedad.

Además, en aplicación de nuestra Política de Despliegue Responsable de Red hemos continuado con las actividades de compartición de emplazamientos con otras operadoras y otras empresas proveedoras de emplazamientos, habiéndose logrado en este ejercicio que más del 50% del despliegue de estaciones del año sea en emplazamientos compartidos. Asimismo, hemos continuado con la compartición de la red de acceso 3G en poblaciones de menos de 25.000 habitantes, con el objetivo de reducir en un 40% el número total de emplazamientos necesarios en estas zonas.

Por lo que respecta a las actividades orientadas a empleados, hemos continuado con los planes de desarrollo profesional, de beneficios sociales y de seguridad, salud y bienestar, mereciendo especial mención las iniciativas para la promoción de la prevención y la salud, a través de sendas campañas enfocadas en los hábitos saludables y en el trabajo seguro.

Finalmente, también quisiera resaltar nuestro compromiso con la promoción de la aplicación de los principios de nuestro Código de Compras Éticas entre nuestros proveedores, en virtud del cual en este ejercicio hemos focalizado nuestra actuación en los procesos de evaluación y optimización del comportamiento de nuestros principales proveedores.

Nuestra estrategia de RC para el próximo ejercicio continuará apoyándose en la Innovación Responsable, porque creemos que la integración de la RC en nuestra estrategia de negocio nos ayudará a afrontar los retos y oportunidades de una forma exitosa y sostenible.

Deseo que este quinto Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España les resulte útil y de interés, y como siempre, esperamos sus comentarios para ayudarnos a continuar mejorando y respondiendo a las expectativas de nuestros Grupos de Interés.

Francisco Román



2 Innovando en Telecomunicaciones

Vodafone está comprometida con la innovación y la inversión en investigación y desarrollo, lo que nos permite liderar el sector en innovación de productos y servicios basados en las necesidades de nuestros clientes.

Opinión
Interna



A. Alemán

Director General Unidad de
Negocio Empresas e
Instituciones. Vodafone España.



Innovación en Aplicaciones de Negocio

“Desde la UNE, Innovación es la base de nuestra estrategia de negocio orientada a la movilización de procesos para aumentar la productividad de los clientes, adaptándonos y satisfaciendo de forma continua sus necesidades y expectativas. Así, hemos desarrollado aplicaciones como la Firma Electrónica en el móvil y el e-ticketing de Spanair. Igualmente interesantes son las aplicaciones sectoriales de próximo lanzamiento como guías turísticas y de museos en el móvil, eCall y aplicaciones corporativas en la SIM”.

Opinión
Interna



A. García-Urgelés

Director General Unidad de Negocio
Particulares. Vodafone España.



Innovación en Aplicaciones PC/Internet Móvil

“Desde Vodafone tenemos un compromiso con la innovación para facilitar la comunicación entre las personas a través de los servicios que prestamos. Así, disponemos de tarifas que se adaptan a las necesidades específicas de cada uno de nuestros clientes, como Mi País, Vitamina 60x1 o Vodafone en tu Casa, lideramos la introducción de nuevas tecnologías como 3G, a través de nuestra oferta de terminales o el desarrollo de servicios de acceso a Internet de banda ancha en movilidad, y marcamos el paso en el desarrollo de servicios de Internet en el móvil y publicidad. Todo ello sin olvidarnos de aquellos colectivos vulnerables que, por diversas razones, tienen mayores dificultades para incorporarse a la sociedad de la información, donde hemos desarrollado exitosos programas”.

Algunas cifras sobre nuestra actividad (Datos a 31.03.08)

Red	
• Estaciones Base:	>20.000
• Emplazamientos cobucados (2G y 3G):	5.524
• Centros de Conmutación:	34
• Estaciones Compartidas con otras compañías:	5.825

Servicios	
• Llamadas de voz (millones de minutos):	>35.000
• SMS y MMS (millones):	> 5.300
• % penetración dispositivos 3G (sobre la base de clientes):	~33%
• Clientes Tarifa Plana navegación por Internet:	> 250.000
• Clientes Vodafone Passport:	>1.180.000
• Roaming:	412 acuerdos con operadores de 202 países

Presencia de Marca y Tiendas	
• Tiendas propias:	74
• Franquicias:	144
• Transacciones al año (en tiendas propias):	918.286
• Personal de tiendas propias:	322
• Atención al Cliente (media de llamadas/día):	392.260

Empleo	
• Nº total empleados:	3.939

Oferta Comercial

La oferta comercial de Vodafone España está basada en el desarrollo y lanzamiento de Productos y Servicios innovadores y específicamente diseñados para las necesidades de nuestros clientes, tanto empresas como particulares, en un entorno cada vez más dinámico tanto desde el punto de vista de la tecnología como de las necesidades de los clientes.

Para más información sobre los Productos y Servicios comercializados por Vodafone España:

www.vodafone.es/particulares y www.vodafone.es/empresas

A. Alemán, Director General Unidad de Negocio Empresas e Instituciones. Vodafone España

«Innovación en Aplicaciones de Negocio».

A. García-Urgelés, Director General Unidad de Negocio Particulares. Vodafone España

«Innovación en Aplicaciones PC/ Internet Móvil».

Creación de Valor

El sector de las TIC es uno de los sectores más dinámicos y con creciente contribución al PIB del país, al mismo tiempo que es uno de los que de forma más significativa está facilitando la mejora de la calidad de vida y el bienestar de la sociedad actual. La facturación del sector de la electrónica, las tecnologías de la información y las telecomunicaciones creció en España el 5% en 2007, alcanzando un total de 77.977 millones de €, aportando las telecomunicaciones el 44% del total¹.

El número de líneas móviles en el mundo continúa creciendo, aún teniendo en cuenta el elevado grado de penetración que se ha alcanzado en la mayor parte de los países desarrollados. De hecho, en el año 2006 el número de líneas móviles en el mundo duplicaba al número de líneas fijas (2.602 millones frente a 1.213 millones)².

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (octubre 2007):

- El 99% de los hogares españoles dispone de teléfono, ya sea fijo o móvil.
- El 73,1% de los hogares dispone tanto de teléfono fijo como de móvil.
- El 8,1% de los hogares solo tienen teléfono fijo.
- El 17,7% dispone exclusivamente de móvil para comunicarse desde el hogar.

Asimismo, el INE indica que la implantación del teléfono fijo ha disminuido dos puntos en un año y 8,8 puntos desde 2004. Por el contrario, la del móvil ha aumentado casi tres puntos en el último año y 8,5 puntos en los últimos tres años.

¹ Fuente: Diario El Público (24.04.08)
² Fuente: IDATE.

En España, el número de teléfonos móviles a principios de 2008 estaba a punto de superar los 50 millones, lo que supone una penetración de más del 110%³.

Por otra parte, la telefonía móvil se ha convertido en uno de los campos fundamentales de innovación en el sector de las TIC, lo que ha tenido como consecuencia el elevado ritmo de evolución de sus dispositivos y el acortamiento de su ciclo de vida. Esta innovación en la telefonía móvil está íntimamente relacionada con la innovación en servicios, y de hecho, en muchas ocasiones es necesario un avance en los dispositivos para que puedan desarrollarse nuevos servicios (por ejemplo, los teléfonos con cámara o con MP3 han permitido el lanzamiento de los servicios multimedia sobre los móviles), por lo que se puede considerar la innovación en la telefonía móvil como uno de los motores de la revolución de las TIC.

Respecto a la portabilidad (facilidad que permite cambiar de operadora de telefonía móvil, manteniendo el número), Vodafone España ha liderado los resultados globales desde el lanzamiento de este sistema, incluso tras la entrada en el mercado de nuevas compañías de móviles durante 2006.

Los datos comparativos entre operadoras, según datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones con datos históricos, a 31 de marzo de 2008, son los indicados en la siguiente tabla:

Móviles exportados (Perdidos)	Móviles Importados (Ganados)	Saldo Neto Acumulado
Acumulado (desde 2000):	Acumulado (desde 2000):	
16.469.667	16.469.667	
Vodafone: 4.795.647	Vodafone: 5.651.214	Vodafone: 855.567
Movistar: 6.200.447	Movistar: 6.464.439	Movistar: 263.992
Orange: 5.396.718	Orange: 3.890.209	Orange: -1.506.509
Yoigo: 28.959	Yoigo: 200.361	Yoigo: 171.402
Otros (*): 47.896	Otros (*): 263.444	Otros (*): 215.548

(*): BT, Carrefour Móvil, Dia Móvil, Eroski Móvil, Euskaltel, Happy Móvil, Lebara, Más Móvil, ONO, Pepphone, R y Telecable.

Si se mide la contribución de Vodafone España a la economía nacional en función del "Valor Añadido de Caja" (valor de las ventas por productos y servicios, menos el coste de los materiales, componentes y servicios comprados), se obtiene la evolución de la figura 1.

Asimismo, en la siguiente tabla se muestra el Valor Económico Directo de Vodafone España:

Valor Económico Directo de Vodafone España (millones €)			
	2005-06	2006-07	2007-08
Compras de Productos y Servicios	4.049,3	4.619,7	4.988,5
Impuestos	557,9	726,4	623,6
Retenido para Crecimiento	1.158,1	698,4	1.222,4
Salarios y bonos	194,5	223,8	210,3
Seguridad Social	38,1	39,6	40,1
Contribuciones a Planes de Pensiones	4,1	4,5	4,5

Por otra parte, las principales subvenciones recibidas de la Administración en el pasado ejercicio, ascienden a:

- Subvenciones de explotación: 1,2 millones €
- Préstamos a interés 0: 6,1 millones €

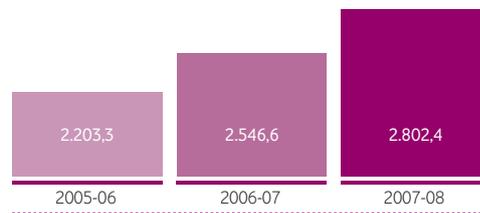
La Innovación en Vodafone España

En Vodafone entendemos la Innovación como toda novedad que suponga un beneficio para el cliente:

Innovamos en:

- **RED.** Incremento cobertura banda ancha móvil, aumento de la velocidad, oferta de una experiencia homogénea en toda la red.
- **SIM.** Servicios sanitarios, transacciones bancarias, firma digital...
- **Interfaz de Usuario.** Se está redefiniendo el interfaz de usuario para facilitar el acceso a los servicios más demandados (incluyendo los de soporte al cliente).
- **Convergencia PC, Internet y móvil.** Integración de aplicaciones (Facebook, Tuenti, Windows Messenger...). Lanzamiento de nuevos modelos de negocio (compartición de ingresos con clientes alrededor de la generación de contenidos).
- **Desarrollos con terceros.** Soluciones móviles avanzadas con Empresas, AAPP y Universidades: broker-on line (Bankinter), tarjeta de embarque en el móvil (Spanair)...
- **Aplicaciones Sociales.** Productos y servicios para mejorar la autonomía personal de los grupos dependientes.

Valor Añadido de Caja (millones €)



(Fig 1)

Principales Premios y Reconocimientos recibidos por Vodafone España en el ejercicio 2007-08

- Premio a la Innovación dentro del **Mercado de la RSE** organizado por Forética.
- **Premio Fundal** (Fundación Deporte Alcobendas) a la Responsabilidad Social Empresarial.
- Premio **Universidad Empresa 2007**, en la modalidad de Tecnologías de la Información, al **Proyecto Minerva**, concedido por la Red Española de Fundaciones Universidad Empresa.
- Premio a las **Mejores Prácticas en Comunicación Interna**, promovido por el Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa.
- Premio al mejor **Impacto en el Ciudadano**, al proyecto conjunto de Vodafone con el Ayuntamiento de Amorebieta sobre Modernización de la Policía Local, otorgado por el III Foro de Modernización TIC de la Administración Pública.
- Premio **Oro en la Eficacia en Medios**, a la campaña de roaming de Vodafone, dentro de la 9ª edición de los Premios a la Eficacia en Comunicación Comercial.
- Premio a **Audioguía Vodafone** para el Museo Marítimo, otorgado en el III Foro de Modernización Ciudadana celebrado en Barcelona.
- El módem **Conecta Vodafone E272** ha conseguido **varios premios de diseño y funcionalidad**: el IF Product Design Award del Forum Internacional de Diseño en Hannover; Producto Cinco Estrellas de la revista PC World, y el Reconocimiento de Garantía de la revista Dealer.
- Premio **mejor web de 2007**, en la categoría de webs de Comunicaciones, concedido por los propios internautas por iniciativa de Metrixlab y Nielsen.
- Premio al mejor **Informe de Responsabilidad Corporativa** del Grupo Vodafone.
- Premio **Prever 2007** a Vodafone España como entidad destacada por su trayectoria y buen hacer en el campo de la seguridad e higiene en el trabajo, otorgado por el Consejo General de Relaciones Industriales y Ciencias del Trabajo.

Centros de Innovación de Vodafone España	En Colaboración
Walqa - Huesca	Minerva (VF+Junta Andalucía, Sevilla).
Centro de Excelencia - Madrid	Instituto Bienestar Ciudadano (VF+Junta Andalucía, Málaga).
Castelfells - Barcelona	Centro Innovación Huawei (Madrid).

³ Fuente: Nota febrero 08 de la CMT.



3 La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

“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**, que recogen los criterios generales de actuación que deben tener en cuenta todas las personas que desarrollan su labor en la Compañía, requiriendo que se actúe de forma honesta, con integridad y justicia. Para más información: www.vodafone.es/rcenvodafone.

Grupo Vodafone: Premios y posición en rankings de RC

- Vodafone está incluida en los índices FTSE4Good y Dow Jones Sustainability Index.
- Vodafone, durante los últimos tres años, está situada entre las cinco primeras empresas en el índice de Responsabilidad Empresarial (Accountability Rating).
- Vodafone ocupa la tercera posición en la encuesta realizada por MORI (Market and Opinión Research Internacional) en 2007, donde ONGs y expertos en RC, identifican las empresas líderes en RC.
- Vodafone ganó el premio de Corporate Register al mejor Informe de RC de 2007.
- Premio 2006 al mejor Informe y Premio 2007 a la mejor información sobre Impuestos y Políticas Públicas concedidos por la Association of Chartered Certified Accountants (ACCA).

Vodafone España: Posición en rankings de RC

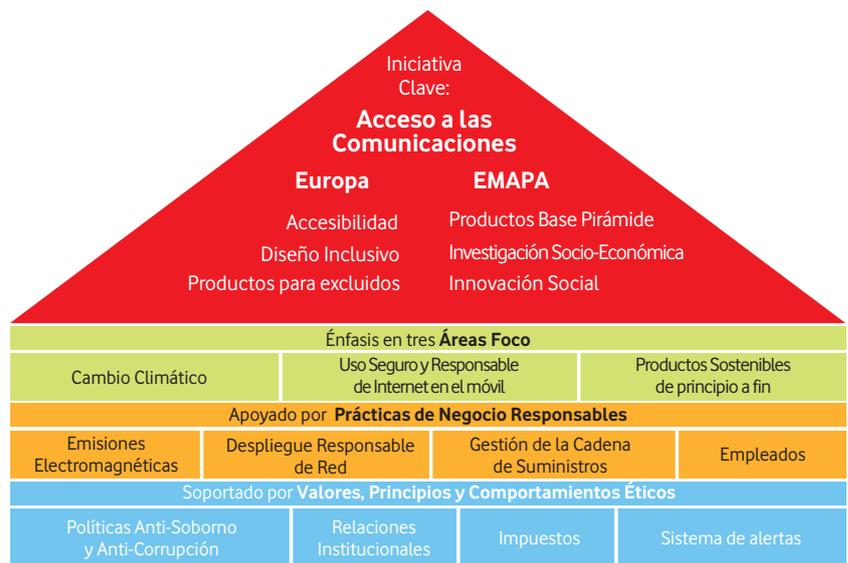
- **MERCO:** Vodafone España ocupa en la edición 2008 la posición 14 a nivel general (y es la primera filial de las compañías globales con presencia en España).
- **Fundación Empresa y Sociedad:** Vodafone España ocupa el 6º puesto de las empresas españolas por sus Productos y Servicios Sociales en el informe publicado en 2007 sobre “Las empresas y cajas de ahorro mejor percibidas por sus actuaciones relacionadas con la integración de personas desfavorecidas”.
- **Fundación Empresa y Sociedad:** Vodafone España figura como una de las 5 empresas más destacadas por sus actuaciones en la accesibilidad de tiendas y productos para personas dependientes e inmigrantes en el informe publicado en 2007 sobre el “Tratamiento de las actuaciones relacionadas con la integración de personas desfavorecidas en los Informes anuales 2006”.

Figura 1

Estrategia de RC

Desde que en el año 2000 el Grupo Vodafone integró la Responsabilidad Corporativa en su estrategia empresarial, se estableció como objetivo llegar a ser reconocida como una empresa líder en RC (Ver figura 1).

Para alcanzar este objetivo, se vienen desarrollando planes estratégicos quinquenales de RC, estando en vigor actualmente el Plan Estratégico 2005-10, diseñado para alcanzar la visión de ser en 2010 una de las empresas que generan mayor confianza. La estrategia de RC desarrollada en el año 2005, se esquematiza en la siguiente figura,



En este Plan Estratégico de RC 2005-10 se establecen las siguientes prioridades:

- Mantener los más altos niveles de Comportamiento Ético, a través del desarrollo y aplicación de Valores y Principios de Negocio específicos.
- Entender y responder las expectativas prioritarias de nuestros Grupos de Interés, llevando a cabo prácticas de Negocio Responsables, coherentes con sus expectativas.
- Desarrollar actuaciones de RC en tres áreas clave, de acuerdo con las expectativas de los Grupos de Interés:
 - Energía y Cambio Climático.
 - Responsabilidad con nuestros Clientes.
 - Reutilización y Reciclado de Teléfonos Móviles.
- Utilizar el potencial de la telefonía móvil para aumentar el impacto socio-económico positivo, mediante el incremento en el Acceso a las Comunicaciones, tanto en mercados desarrollados como en vías de desarrollo.

Los capítulos del presente Informe de RC se han estructurado de acuerdo con las actuaciones contempladas en la figura anterior que esquematiza el Plan Estratégico de RC 2005-10.

Gestión de la RC

La gestión y coordinación del Plan Estratégico de RC es efectuada en Vodafone España por la Unidad de RC, que informa periódicamente al Comité Institucional a través del Director de Relaciones Institucionales, del cual depende. El Comité Institucional es el órgano que establece las líneas estratégicas que deben seguirse en materia de Responsabilidad Corporativa y anualmente, aprueba el correspondiente Programa de RC.

El Organigrama de Vodafone España se puede consultar en www.vodafone.es/conocenos, y en él se observa que nuestros directivos de máximo nivel son nacionales.



Vodafone España cuenta con un robusto sistema de información interna (denominado Envoy), mediante el cual se recopilan y comunican periódicamente al Grupo Vodafone sus Indicadores Clave de Gestión ("Key Performance Indicators", KPIs) en los diferentes ámbitos de Responsabilidad Corporativa.

Estos KPIs de RC incluyen indicadores cualitativos y cuantitativos sobre temas tales como eficiencia energética y cambio climático; gestión de residuos; recogida, reutilización y reciclado de teléfonos móviles; contribuciones a la comunidad; etc.

Los indicadores cualitativos valoran de forma ponderada el nivel de actuación sobre la gestión de los temas identificados como prioritarios dentro de la Estrategia de RC.

Los resultados de los indicadores cualitativos y cuantitativos son utilizados para medir el grado de avance en la Gestión de RC, estableciéndose objetivos anuales de progreso, cuyo cumplimiento es presentado al Comité Institucional.

Por otra parte, compartir estos resultados entre las diferentes Operadoras del Grupo Vodafone permite la realización de un proceso de "benchmarking" que lleva a identificar e implantar las mejores prácticas entre las empresas del Grupo.

Asimismo, Vodafone España dispone de un Sistema de Gestión Ambiental y un Sistema de Calidad certificados según ISO 14001 y 9001, respectivamente (Ver www.vodafone.es/medioambiente). Estos Sistemas se mantienen actualizados y certificados mediante las correspondientes auditorías de seguimiento por Entidades de Certificación debidamente Acreditadas.

Comunicación Interna

El éxito de la Estrategia quinquenal y de los Programas anuales de RC depende de lo que los empleados entiendan y se involucren en aquellos temas de RC relacionados con su actividad. Al mismo tiempo, es fundamental que los empleados sean capaces de comunicar adecuadamente los temas de RC a los Grupos de Interés con los que se relacionan.

Mantener la concienciación de nuestros empleados en temas de RC requiere la realización de actividades constantes de comunicación. Por este motivo y para asegurar que la información sobre temas de RC llega a todos los empleados, se utilizan diferentes canales:

- Informe Anual de RC.
- Microsite de RC en la Intranet.
- Correo electrónico específico de RC para recibir opiniones, sugerencias, etc.
- Difusión interna de noticias sobre temas de RC.

Las comunicaciones periódicas de RC incluyen, entre otros, contenidos relativos a:

- Productos, Servicios Sociales y actividades de la Fundación Vodafone España.
- Recogida, Reutilización y Reciclado de móviles.
- Uso Responsable del Móvil.
- Iniciativas para reducir la contribución al Cambio Climático.
- Emisiones Radioeléctricas de Telefonía Móvil y Salud.
- Salud y Seguridad Laboral.
- Beneficios Sociales.

Gobierno Corporativo

Todas las Políticas del Grupo Vodafone sobre Gobierno Corporativo se detallan en el "Group Governance and Policy Manual" (GGPM), que conforma al mismo tiempo los límites del marco de Gobierno Corporativo de Vodafone España, asentándose sobre una serie de políticas y al mismo tiempo procedimientos locales.

En las [figuras 2, 3 y 4](#) y [5](#) se indican, a modo de ejemplo, extractos de algunas de las Políticas de Vodafone sobre Gobierno Corporativo.

Vodafone España garantiza el alineamiento de sus políticas y procedimientos locales con el GGPM mediante un procedimiento definido y coordinado por el departamento de Control Interno. Mediante este procedimiento, se asegura el análisis de cada nueva versión del GGPM, la notificación de cambios a los responsables y departamentos afectados, y la definición e implantación de planes de acción para la adaptación de las políticas y procedimientos de Vodafone España a los cambios ocurridos en el marco de gobierno del Grupo Vodafone.

Semestralmente, tanto el Presidente como el Director de Administración, Finanzas y Control de Vodafone España informan a Vodafone Grupo sobre el grado de cumplimiento de las Políticas incluidas en el GGPM, a través del "Financial Certificate".

Por otra parte, el GPM (Generic Process Model) junto con el RCM (Risk Control Matrix) son utilizados por Auditoría Interna como referencia de controles y buenas prácticas. Permiten identificar los potenciales riesgos del área objeto de estudio, verificándose y revisándose de una forma independiente la adecuación de los controles existentes a los riesgos identificados y, si se identifican riesgos sin un control apropiado, recomendando las acciones oportunas.

El Consejo de Administración de Vodafone cumple con los criterios más exigentes de Gobierno Corporativo, con objeto de asegurar la integridad de nuestro negocio y para mantener la confianza de nuestros inversores. Para más información: www.vodafone.com.

Extracto del Código de Conducta sobre Impuestos

"Se maximizará el valor para el accionista en relación a los impuestos, en todas las actividades de negocio:

- Dentro de la estrategia general de la Compañía.
- Siempre de acuerdo con las leyes, requisitos y regulaciones aplicables.
- Protegiendo la reputación y marca de Vodafone".

"En lo relativo a temas tributarios, así como a la aplicación de obligaciones legales y fiduciarias de directores y empleados de la Compañía, se tendrá en cuenta la Reputación, Marca y Responsabilidad Corporativa, formando parte éstas del proceso general de toma de decisión y evaluación de riesgos".

(Fig 2)

Extracto de la Política sobre Soborno y Corrupción

"Nuestros Principios de Negocio establecen una política de tolerancia cero en asuntos de soborno y corrupción y por ello esperamos que todos los empleados actúen de una manera honesta, justa y con integridad:

- No se tolerará forma alguna de soborno, incluyendo ofertas deshonestas o pagos a los empleados.
- Todos los empleados deberán evitar cualquier contacto que pueda llevar, o sugerir, un conflicto de intereses entre sus actividades personales y las actividades comerciales de Vodafone.
- Todos los empleados deberán negarse a aceptar un trato privilegiado o regalos que puedan dar a entender que les ponen una obligación".

(Fig 3)

Extracto de la Política sobre Igualdad de Oportunidades

"Vodafone no admite tratamientos injustos de ninguna clase y exige a los empleados que actúen honestamente, con integridad y con respeto a sus compañeros y clientes.

La diversidad dentro de nuestro equipo es un activo. Cada empleado supone una contribución única e individual para el éxito del negocio, y cada compañía pondrá en marcha políticas y procedimientos para asegurar que todas las decisiones sobre asignación de cargos, trato y ascensos de los empleados están basados en méritos.

Cada compañía implantará procesos para facilitar a los empleados, que crean haber sufrido tratamiento injusto en el trabajo, que sus quejas sean investigadas pronta y objetivamente".

(Fig 4)



3 La Responsabilidad Corporativa en Vodafone



Fernando Moner
 Presidente AVACU
 Vicepresidente CECU

"Es obvio que día a día mejoran las actuaciones en temas sociales y medioambientales, pero aún así debe ser una prioridad el facilitar información clara, veraz y actualizada a la Sociedad sobre las repercusiones en el uso de las nuevas tecnologías, y habría muchos ejemplos:

- Uso racional del móvil por parte de los consumidores con especial incidencia en la población infantil y juvenil.
- Información clara sobre los residuos que genera el sector de la telefonía móvil (dónde van a parar los cientos de miles de terminales que se desechan cada año y en especial los componentes más tóxicos como baterías).
- No dejar de estudiar la repercusión de las radiofrecuencias en el entorno de las personas (terminal móvil...) a pesar de la tranquilidad a la que aluden los estudios en la actualidad.
- Todo aquello que la actualidad o la propia Sociedad nos exija a las Asociaciones que les representamos y en donde las operadoras puedan colaborar".

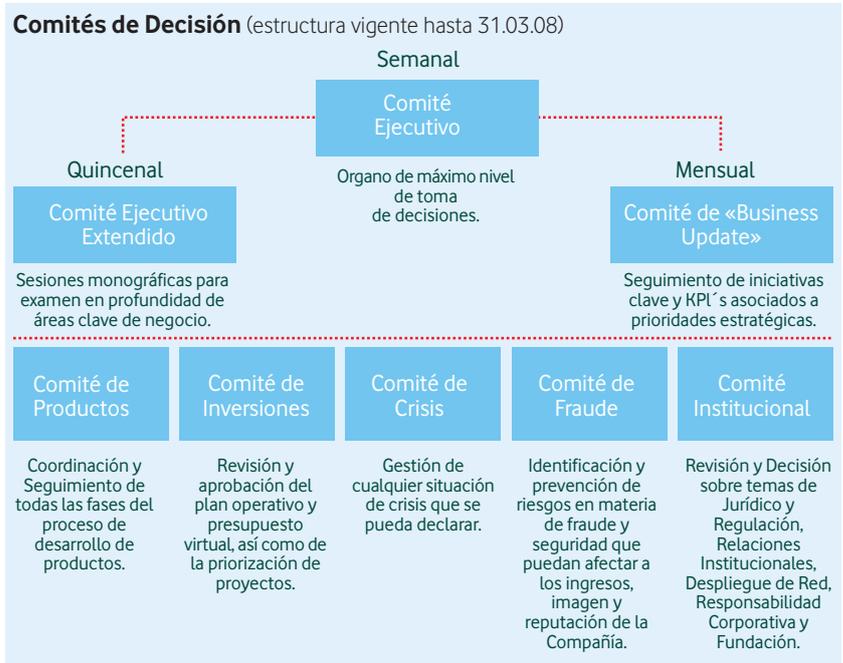
Por otra parte, el Consejo de Administración de Vodafone España está formado por:

- Presidente Consejero Delegado: D. Francisco Román.
- Consejero: D. Julián Oncina.
- Consejero: D. Antonio Alemán.
- Consejero: D. Antonio García-Urgelés.
- Secretario no Consejero: D. Pedro Peña.

El Comité de Auditoría de Vodafone España está formado por:

- D. Francisco Román.
- D. Julián Oncina.
- Mr. John Otty.
- Asistentes no miembros:
 - D. José Ángel Hernández.
 - D. Sergio Regueiro.
 - D. Pedro Peña.

Cualquier empleado puede proponer a su Director de Área la inclusión, para información o decisión del correspondiente Comité, de diferentes temas de relevancia. Mediante solicitud al Director de Gestión de Programas del Presidente Consejero Delegado, estos temas serán incluidos en la agenda del Comité aplicable según el cuadro siguiente.



Ley Sarbanes-Oxley

La "Sarbanes-Oxley Act" de 2002 (Ley Federal de Estados Unidos de América, SOX) tiene por finalidad reforzar los mecanismos de Gobierno Corporativo y la información financiera de las sociedades que cotizan en bolsa en los Estados Unidos, como es el caso del Grupo Vodafone, que lo hace en la New York Stock Exchange (NYSE).

El PCAOB (Public Company Accounting Oversight Board) es la entidad que vela porque las compañías cumplan con los requerimientos establecidos por la Ley Sarbanes-Oxley. Para ello, dispone de un estándar de auditoría (Auditing Standard, AS) con el que las compañías y sus auditores externos han de alinearse en lo referente a documentación y evaluación operativa de los controles y procedimientos con impacto en la información financiera reportada a los mercados. El mencionado estándar fue modificado en 2007, siendo efectivo el nuevo (AS5) desde el 15 de noviembre de 2007. Desde Vodafone se han realizado las acciones necesarias para asegurar nuestro alineamiento con el AS5 al cierre del ejercicio 2007-08.

Por otra parte, Vodafone España ha llevado a cabo, durante el ejercicio 2007-08, la actualización de la documentación y la prueba de la efectividad operativa de los controles implantados en los diversos Procesos de Negocio, así como del entorno de control en los Sistemas de Información.

Asimismo, a lo largo del ejercicio, Vodafone España ha llevado a cabo acciones formativas y de difusión, dirigidas a aquellos empleados de la Compañía con mayor participación en la certificación SOX, con objeto de aumentar la concienciación y conocimiento de los procesos existentes en Vodafone para el alineamiento con la Ley.

El proceso culmina, anualmente, con la certificación local por parte del Presidente y el



Director de Administración, Finanzas y Control de Vodafone España, que se envía al Grupo Vodafone.

Por otra parte, el auditor externo de Vodafone España ha certificado la efectividad del Sistema de Control Interno de Reporte Financiero de ésta durante el ejercicio 2007-08.

“Key Control Questionnaire” (KCQ)

Adicionalmente al trabajo asociado estrictamente al cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley, Vodafone España emplea una herramienta de auto-evaluación, denominada “Key Control Questionnaire” (KCQ), que conforma una herramienta de control y mejora de la gestión. El KCQ constituye tanto un elemento complementario para la monitorización del Sistema de Control Interno de Reporte Financiero como un elemento de medida del nivel de control operativo existente en los procesos de Vodafone España.

Al cierre del ejercicio 2007-08, el KCQ, cumplimentado por los responsables clave de los procesos de negocio, y con la revisión y aprobación del Presidente y del Director de Administración, Finanzas y Control de Vodafone España, se ha empleado para confirmar la efectividad operativa de los controles relacionados con la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley desde su verificación hasta el momento del cierre, remitiéndose sus resultados al Director de Auditoría Interna del Grupo Vodafone.

Política de Privacidad

Durante el ejercicio 2007-08 Vodafone España ha superado con resultado satisfactorio una auditoría de cumplimiento de la Política de Privacidad (Ver figura 5) realizada por el Grupo Vodafone.

Asimismo, en lo que respecta al cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal y del Reglamento que la desarrolla, Vodafone España:

- Dispone de una declaración de ficheros a la Agencia de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Dispone de un Documento de Medidas de Seguridad.
- Se somete a una auditoría bienal de cumplimiento del Reglamento.

Fraude y Corrupción

Considerando tanto los criterios generales establecidos por el Grupo Vodafone, como los estándares que sobre mejores prácticas se realizan con respecto al control sobre el riesgo de corrupción derivado del cumplimiento de los requisitos asociados a la Ley Sarbanes-Oxley, se resumen a continuación las medidas tomadas en este ámbito durante el ejercicio 2007-08.

Con fecha 13 de febrero de 2008 se revisó y aprobó en el Comité de Fraude de Vodafone España (en el que se encuentran representados integrantes de los departamentos de Auditoría Interna; Gestión de Clientes; Asesoría Jurídica; Revenue Assurance; y Fraude, Riesgo y Seguridad), el Mapa de Riesgos en el cual se identifican aquellos escenarios posibles de fraude y corrupción.

Dicho mapa de riesgos está alineado con los controles establecidos a través de la Ley Sarbanes-Oxley para la Gestión de Riesgos de Fraude y es sometido a una revisión anual con objeto de actualizar los escenarios de riesgo contemplados.

Trimestralmente se remite el Informe de Fraude al Grupo Vodafone por parte del departamento de Fraude, Riesgo y Seguridad en el cual se detallan la totalidad de incidentes que sobre acciones de fraude y corrupción se hayan podido producir en el correspondiente periodo.

Tal y como se indica en estos informes, en el ejercicio 2007-08 no se han registrado incidentes de corrupción en Vodafone España.

Involucración con Grupos de Interés

En ejercicios anteriores se realizó un amplio estudio que permitió establecer el Mapa de Grupos de Interés de Vodafone España, en el que se priorizaba entre los mismos en función de su posicionamiento respecto a la compañía.

Nuestro Programa de Responsabilidad Corporativa es revisado anualmente para asegurar que tiene en cuenta las expectativas prioritarias para nuestros Grupos de Interés, adecuándose a las variaciones de éstas en el tiempo. De esta forma, no solo se asegura el cumplimiento del principio de “materialidad” (ver Cap. 11: “Anexos”), sino que además los temas emergentes son tenidos en cuenta para determinar futuros riesgos y oportunidades en nuestro negocio.

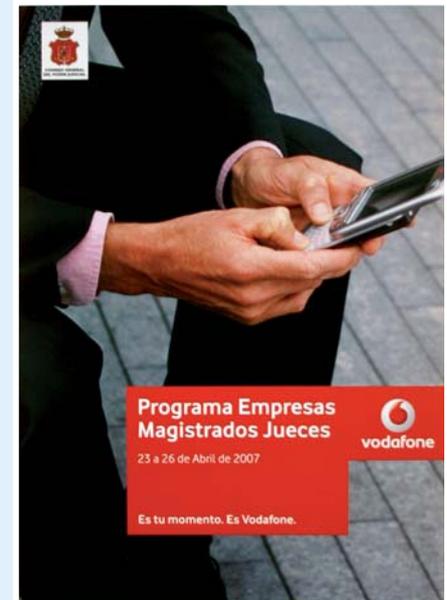
Se indican a continuación los principales canales utilizados para conocer y actualizar las expectativas de nuestros Grupos de Interés.

Extracto de la Política de Privacidad

"Esta política se refiere a la utilización de la información personal, que incluye la recopilación, almacenamiento, acceso, utilización, actualización, divulgación, eliminación, destrucción o cualquier otro procesamiento de dicha información. Pretende proporcionar un conjunto de requisitos completos para la gestión de la información personal de los clientes a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente, incluyendo:

1. Requisitos relativos a la recopilación de la información personal del cliente.
2. Requisitos relativos a la obtención del consentimiento del cliente, cuando sea necesario.
3. Identificación de los objetivos empresariales permitidos para la recopilación y uso de la información personal del cliente.
4. Utilización y principios de gestión de los datos.
5. Requisitos de seguridad para la información personal del cliente.
6. Requisitos relativos a la contratación de terceras partes para el manejo de la información personal del cliente.
7. Requisitos relativos a la divulgación y transferencia de la información personal del cliente.
8. Requisitos relativos a la destrucción, retención y anonimato de la información personal del cliente.
9. Gestión de las solicitudes de información de los clientes sobre su información personal.
10. Requisitos específicos relativos a la gestión dentro del Grupo de la información personal del cliente".

(Fig 5)



Entre el 23 y el 26 de abril de 2007 se desarrolló el "Programa Empresas Magistrados Jueces" con la colaboración del Círculo de Empresarios. Este programa contempló las materias que más interés podrían tener para los asistentes para una mejor comprensión de lo que son las comunicaciones móviles, sus productos y sus servicios: Fundamentos técnicos de las comunicaciones móviles, Infraestructura y Despliegue, Emisiones Radioeléctricas y Salud, Regulación, problemática Jurídica, problemática de correo no deseado (Spam), etc.

(Fig 6)

3 La Responsabilidad Corporativa en Vodafone



(Fig 7)

Canal de comunicación	Grupo de interés	Periodicidad
Encuestas de Percepción/Opinión	Cientes	Trimestral
	Sociedad y Público en General	Trimestral
	Empleados	Bienal ¹
	Líderes de Opinión	Bienal
	Propietarios de Emplazamientos	Anual
Focus Group sobre temas específicos	Público en general	Según necesidades
Incidencias	Cientes	Continuo
	Reuniones	Asociaciones de Consumidores
	Administración y Regulator	Continuo
	Organizaciones Tercer Sector	Continuo
	Proveedores	Anual
Seguimiento de Medios comunicación	Creadores de Opinión/Conocimiento	Continuo
Participación en Organizaciones del sector	Creadores de Opinión/Conocimiento	Continuo
Página web de RC	Sociedad y Público General	Continuo
Actividades de Formación/ Información	Organizaciones de Consumo	Anual
	Creadores de Opinión/Conocimiento	Según necesidades
	Sociedad y Público General	Según necesidades

Vodafone España potencia la participación en organizaciones del sector como otro canal de identificación de las expectativas prioritarias de nuestros grupos de Interés (Ver información adicional en www.vodafone.es/rcenvodafone).

Como ejemplo de las actividades de involucración realizadas en el ejercicio 2007-08 destacan las realizadas con Organismos de Consumo (Ver capítulo 6 : "Clientes"). Otro ejemplo destacable es el Programa de Formación desarrollado con Magistrados y Jueces (Ver figura 6).

Con toda la información extraída sobre los análisis de expectativas y percepciones de los Grupos de Interés, se realiza una lista de prioridades para cada uno de los temas, de forma que se identifican no sólo cuáles son más relevantes para ser tratados en cada Programa anual de Responsabilidad Corporativa y que deben ser contemplados en el correspondiente Informe de RC, sino que podemos analizar en cuáles debemos focalizar nuestra gestión correspondiente, mediante la realización de la correspondiente Matriz de Expectativas y Percepción (Ver figura 7).

De la información extraída del ejercicio de priorización de los temas, más el correspondiente Análisis de Riesgos que identifica los temas más relevantes para nuestro negocio, indicamos a continuación, a fecha 31 de marzo de 2008, los temas prioritarios para nuestros Grupos de Interés, así como los capítulos del presente Informe donde se proporciona respuesta a cada una de estas expectativas (Ver figura 8).

Priorización de Expectativas	¿Qué hacemos?
1. Comunicación Clara y Transparente de Precios y Tarifas.	Ver Cap.6: "Clientes".
2. Productos y Servicios de Alto Valor Social.	Ver Cap.4: "Productos y Servicios Sociales". Ver Cap.5: "Fundación Vodafone España".
3. Comunicación sobre Emisiones Radioeléctricas y Salud.	Ver Cap.8: "Despliegue de nuestra Red".
4. Uso Responsable del Móvil.	Ver Cap.6: "Clientes".
5. Impacto en Medio Ambiente.	Ver Cap.7: "Medio Ambiente".
6. Reciclado y Reutilización de Teléfonos Móviles.	Ver Cap.7: "Medio Ambiente".
7. Despliegue Responsable de Red.	Ver Cap.8: "Despliegue de nuestra Red".
8. Publicidad / Marketing Responsable.	Ver Cap.6: "Clientes".
9. Compras Responsables	Ver Cap.10: "Proveedores".
10. Empleados	Ver Cap. 9: "Empleados".

(Fig 8)

¹ Adicionalmente se realiza una encuesta anual de seguimiento en un porcentaje de los empleados (denominada "Pulse Survey").

Según datos publicados por la Fundación ONCE y el IMSERSO (2006), aproximadamente el 39% de la población española se encuentra en algún momento dentro de uno de los grupos de los que afrontan distintas barreras que dificultan la accesibilidad y la independencia de las personas.

Si nos centramos en personas mayores de 65 años, según el Informe "Las personas mayores en España" publicado en 2006 por el IMSERSO, para el año 2010 el 17,2% de la población española serán mayores de 65 años y para el año 2050 este porcentaje subirá al 34,1%, ocupando España en ese momento el tercer lugar en el mundo con mayor % de personas mayores de 65 años solo por detrás de Japón e Italia.

Un elemento clave dentro de la Estrategia de RC de Vodafone es encontrar la forma de que los productos y servicios de la telefonía móvil sean más fáciles de usar, especialmente por los colectivos vulnerables (personas mayores, sordas o con discapacidad auditiva, ciegas o con discapacidad visual, o con algún otro tipo de discapacidad, enfermos crónicos, etc.); en definitiva, que sean productos y servicios accesibles.

La accesibilidad se suele asociar a la discapacidad, pero la dificultad de utilización de determinados productos, incluyendo teléfonos móviles, está mucho más extendida. De hecho, un estudio encargado por el Grupo Vodafone (más información en www.vodafone.com/responsibility) indica que al menos el 9% de la población adulta de la Unión Europea está excluida para la utilización de teléfonos móviles. Esta circunstancia supone para Vodafone un destacado reto social.

Los colectivos vulnerables constituyen un grupo de usuarios potencialmente muy amplio. Además, en general se trata de colectivos con un alto nivel de organización y que por lo tanto puede hacer valer sus preferencias en el mercado. Por tanto, las posibilidades de desarrollo de las tecnologías de la información son muy importantes, especialmente porque, cada vez con más frecuencia, va a haber más personas usuarias de estas tecnologías.

J. M. Azorín. Responsable Productos y Servicios Sociales. Vodafone España
«Innovación en P/S Sociales».

¿A qué nos comprometimos?

- Desarrollar nuevas campañas de difusión sobre la tecnología disponible para los distintos colectivos de discapacidad.
- Introducir 2 nuevos productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.
- Continuar con las actuaciones para aumentar el porcentaje de Tiendas Propias y Franquicias Practicables o Accesibles; tanto en el acceso al local como en el interior de la zona de venta y atención al público.

¿Qué hemos hecho?

Durante el ejercicio 2007-08 la actividad de Vodafone España en el ámbito de Productos y Servicios Sociales ha tenido un incremento notable, entre otras razones, por el fuerte impulso de la Administración Pública con la puesta en marcha de diversas iniciativas en forma de proyectos transversales y fundamentalmente con la publicación de nuevas medidas regulatorias y legales:

- Ley 27/2007 de 23 de octubre, por la que se reconocen las lenguas de signos españolas y se regulan los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y sordociegas.
- Ley 30/2007 de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público.
- Real Decreto 1494/2007 de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social.
- Ley 56/2007 de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información.

Difusión de tecnología disponible para personas con discapacidad

Con la colaboración de las principales organizaciones, entidades e instituciones que representan los intereses de los colectivos con alguna discapacidad y/o de edad avanzada, Vodafone España ha editado dos guías con carácter divulgativo e informativo.

Estas guías, no solo incluyen una relación de nuestra oferta de productos, servicios y aplicaciones para cada necesidad, sino que además incluyen las principales características funcionales de los



Innovación en P/S Sociales

"La aceleración de los cambios demográficos, tecnológicos y sociales que se están produciendo nos llevan a realizar un desarrollo y adaptación de los productos y servicios sociales dirigidos a la mejora real de las condiciones de vida de todas las personas.

La telefonía móvil ha representado, debido a su portabilidad y disponibilidad, una herramienta de comunicación social, dispositivo de seguridad e incremento importantísimo de la autonomía de los mayores, aun más para los colectivos de personas con discapacidad, facilitando en multitud de ocasiones prescindir de ayuda de terceras personas."



Imagen 1



4 Productos y Servicios Sociales

diferentes Teléfonos Móviles, y establecen recomendaciones útiles sobre cuáles se adaptan mejor a las diferentes capacidades de los usuarios (Ver imagen 1).

Nuevos Productos y Servicios Sociales

Asumiendo nuestro compromiso adquirido en el Informe RC del ejercicio anterior, y con el convencimiento de que la telefonía móvil puede mejorar de forma significativa la calidad de vida de las personas vulnerables, durante el ejercicio 2007-08 hemos continuado ampliando la oferta de la cartera de Productos y Servicios Sociales existentes (más información en www.vodafone.es/vodafoneparatodos), tal y como se indica a continuación.



Imagen 2

Emporia Life

Dirigido especialmente al colectivo de personas mayores, el nuevo Terminal "Emporia Life" dispone de un menú fácil y cómodo con las funciones básicas para realizar y recibir llamadas y mensajes de texto, y acceder a los contactos de la agenda (Ver imagen 2).

Dispone de una gran pantalla especialmente diseñada para las personas con dificultades de visión, así como teclas grandes. El timbre y el altavoz tienen el volumen adecuado para que las personas con problemas auditivos puedan mantener conversaciones sin dificultades.

Una de sus características principales es que incorpora un botón rojo, en el que se pueden programar hasta cinco números para llamadas de emergencia: familiares, médico, teleasistencia, etc.

Por otra parte, Vodafone España ha establecido un acuerdo con un Seguro de Teleasistencia, de forma que se puede acceder a este servicio mediante el teléfono Emporia Life. En este sentido, todos los clientes del Seguro de Teleasistencia en cuestión que contraten la línea con Vodafone dispondrán de este teléfono móvil.

Este teléfono móvil permite hablar directamente con la Central de Teleasistencia, donde quiera que esté el usuario, teniendo el mismo nivel de cobertura que tendría con cualquier aparato de telefonía en su vida cotidiana.

"T-Loop" con Lazo Inductivo

El "T-Loop" es un dispositivo que permite el acceso a la telefonía móvil a las personas con discapacidad auditiva que usan audífono.

El nuevo "T-Loop" con lazo inductivo junto con el Terminal Vodafone 710, lanzado por Vodafone España en el ejercicio 2007-08, permite a los usuarios de audífonos y prótesis auditivas, mantener una conversación telefónica con un móvil, sin las interferencias producidas por el propio audífono y otros ruidos, incrementando en muchos casos su capacidad auditiva (Ver imagen 3).

Servicio "Medicronic Salud"

Vodafone España y Medicronic Salud lanzaron el Servicio de Seguimiento y Control Arterial vía Bluetooth, que permite seguir a distancia la evolución de la tensión arterial de los pacientes hipertensos, cuando estos quieran o lo necesiten, durante 24 horas al día los 365 días del año.

El sistema consta de un aparato digital de toma de tensión, un pequeño módem del tamaño de un mando a distancia y un teléfono con tecnología Bluetooth facilitado por Vodafone España. Las cifras de tensión obtenidas son encriptadas y enviadas, vía SMS, al centro de control. De esta forma, el paciente, sus familiares o médicos pueden acceder directamente a dicha información, por medio de la web <http://www.medicronic.com> y con las correspondientes claves secretas de acceso.

MEDICRONIC

Servicio "Dicta SMS"

Vodafone España ha lanzado en colaboración con Spinvox el Servicio "Dicta SMS" en exclusiva para los clientes Vodafone (Ver imagen 4). El servicio permite a nuestros clientes convertir las llamadas de voz en texto a través de dos modalidades de servicio:

- "Dicta SMS" automático. Permite a los clientes Vodafone que llamen a otro teléfono Vodafone que se encuentre en estado "no disponible" y que no tenga activado el servicio de contestador, dejar un mensaje de voz que será recibido como SMS por el receptor.
- "Dicta SMS 115". El cliente solo deberá realizar una llamada al número que desee marcando el prefijo 115 y el mensaje de voz será recibido por el receptor como SMS. En este caso, el receptor del mensaje puede ser de cualquier operador sin coste alguno para él.

En cualquiera de los dos casos, recibir los mensajes de texto es gratuito para el receptor.

Ampliación Vodafone Mensajes Solidarios

El Programa de Donaciones lanzado en el año 2004 con 9 ONGs, cuenta a fecha 31 de marzo de 2008 con 40 organizaciones. En los últimos meses se han incorporado al programa Organismos Internacionales como UNICEF, ACNUR, el Programa Mundial de Alimentos y Acción contra el Hambre, u Organismos Nacionales como Fundación Multiópticas, Ayudemos a un



Niño, y Fundación Educación, Deporte y Salud. (Ver relación completa de organizaciones participantes y más información en www.vodafone.es/vodafoneparatodos).

La contribución más destacada de nuestros clientes al Programa de Donaciones en este ejercicio fue en la actuación de emergencia durante la catástrofe provocada en Perú por el terremoto que tuvo lugar en agosto de 2007. Las donaciones de nuestros clientes fueron destinadas a la actuación de Cruz Roja, Fundación Alas y la Cámara Oficial de Comercio de España en Perú.

En este ejercicio se han dirigido a nuestros clientes un total de 30 campañas que han permitido la recaudación de 166.206 €. Desde su lanzamiento hasta la fecha, la recaudación por este programa supera los 2,7 millones de euros.

Evolución del Servicio Mi País

Según datos del INE, el nº de extranjeros empadronados a 1 de enero de 2007 ascendía a 4,48 millones, representando el 9,93 % de la población en España, y según el informe emitido en noviembre de 2006 por la Oficina Económica del Presidente, el 50% del crecimiento del PIB de los últimos cinco años se puede asignar al proceso de inmigración.

Por otra parte, según un estudio realizado por la consultora Nielsen, la vía de comunicación más utilizada por la población inmigrante es la telefonía móvil, con un 94%.

Teniendo en cuenta los datos anteriores, Vodafone España, pionera en ofrecer servicios de telefonía móvil especialmente dirigidos al colectivo de inmigrantes, ha continuado durante el ejercicio 2007-08 mejorando sus propuestas (ver más información en www.vodafone.es/mipais) con productos y servicios tales como:

- Vitamina Comunidad Mi País: El lanzamiento de este nuevo plan de precios ha supuesto un nuevo beneficio dentro del Servicio Mi País (Ver imagen 5).
- Ampliación de la oferta del nº de países disponibles en Mi País: de 50 a 70 países.
- Reducción del coste de la tarifa Happy Day.

Continuamos distinguiéndonos por ofrecer el Servicio Integral de Idiomas, disponible en inglés, árabe y rumano. Es un servicio gratuito en el que la atención al cliente se realiza mediante agente y mediante Sistema de Reconocimiento de Voz.

El ejercicio 2007-08 se ha cerrado con más de 950.000 clientes del servicio Mi País y una cuota superior al 40% de los inmigrantes usuarios de telefonía móvil.

Vodafone España viene realizando encuestas periódicas para determinar la percepción de nuestros clientes y del público en general sobre el Desarrollo de Productos y Servicios Sociales, mostrándose en la figura 1 los resultados de las percepciones de los encuestados que expresan su opinión.

Accesibilidad en las Tiendas Vodafone

En línea con nuestro compromiso de continuar ampliando nuestras actuaciones relacionadas con la accesibilidad de nuestras tiendas, durante este ejercicio se ha lanzado un proyecto de accesibilidad en las tiendas propias de todo el territorio nacional.

Con este proyecto, se pretende identificar las posibles deficiencias existentes en nuestra tiendas que dificultan la accesibilidad para colectivos con alguna discapacidad o limitación, a través de la implantación de un sistema de gestión de la accesibilidad.

Colaboraciones

Proyecto INREDIS

El proyecto INREDIS (Interfaces de Relación entre el entorno y las personas con DIScapacidad), fue presentado en febrero de 2008 y tiene como objetivo el desarrollo de tecnologías de base que permitan crear canales de comunicación e interacción entre las personas con algún tipo de necesidad especial y su entorno.

El proyecto se fundamenta en la participación activa de un grupo representativo de casi mil quinientos usuarios con diversidad funcional, que contribuirán a delimitar las necesidades reales de tecnología, las principales líneas de investigación, y el desarrollo de plataformas experimentales.

El proyecto INREDIS se gestiona mediante un consorcio empresarial, que favorecerá el desarrollo de productos adecuados a las necesidades reales de los usuarios con diversidad funcional, y mejorará la relación de todos los ciudadanos con los sistemas de información del entorno.

Este consorcio está liderado por Technosite, la empresa tecnológica de la Fundación ONCE, y cuenta con grandes corporaciones como Vodafone o Inabensa; entidades financieras, como La Caixa y Bankinter, y empresas de tecnología, como Ibermática, Alma o TMT Factory. En el proyecto participan también un amplio grupo de organismos públicos de investigación y centros de investigación tecnológica, como la Fundación Vodafone España.

Para la realización de esta investigación básica, el Consorcio INREDIS dispone de un presupuesto que asciende a 23,6 millones de euros, que se ejecutarán a lo largo de los años 2007-2010.

Ver información adicional en www.inredis.es.



Imagen 4



Imagen 5



4 Productos y Servicios Sociales

■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Proporcionar productos y servicios que mejoren la calidad de vida de personas con necesidades especiales».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	35	54	11
Media Ejercicio 2006-07	41	44	15
Media Ejercicio 2007-08	35	50	15

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	64	30	6
Media Ejercicio 2006-07	66	27	7
Media Ejercicio 2007-08	62	31	7

(Fig. 1)



A. Sidaty

Jefe de la División del Día Mundial de la Alimentación e Iniciativas Especiales.
FAO



■ "Vodafone España ha colaborado con la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en la campaña contra el hambre que se organiza con el motivo del Día Mundial de la Alimentación. La cesión del servicio y del coste total de un número de SMS solidarios ha permitido a la FAO contar con la solidaridad de muchos miles de personas en la Gala FAO de RTVE y en la campaña "La Liga de Fútbol con la FAO contra el hambre". Gracias a los fondos recaudados estamos financiando micro-proyectos agrícolas, ganaderos o pesqueros que permiten a familias y comunidades pobres producir sus propios alimentos. Un buen ejemplo de los más de 2.500 proyectos que la FAO ha puesto en marcha en 130 países son los huertos y granjas escolares que permiten a los alumnos comer en el colegio y aprender a cultivar y criar animales."

Proyecto Cibermix

Vodafone España colabora con la Fundación Cibervoluntarios en el proyecto Cibermix. Esta es una iniciativa cofinanciada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, dentro del Plan Avanza.

El objetivo del proyecto es divulgar las ventajas del uso de herramientas tecnológicas y de la red de banda ancha de una forma llamativa y demostrativa, mezclando contenidos, ocio y servicios con vertientes administrativas, sociales y de innovación.

El proyecto se realizará a lo largo de 2008, organizando 50 Cibermix en otras tantas poblaciones españolas de entornos rurales de 9 Comunidades Autónomas.

Ver información adicional en www.cibervoluntarios.org/cibermix

CIBERMIX

Proyecto Chorist

Vodafone participa en el desarrollo de un sistema de difusión de mensajes de alerta a los ciudadanos ante posibles desastres o situaciones de emergencia, a través de distintos medios como teléfonos móviles, mensajería por Internet, sirenas con avisos de voz, o televisión y radio digital. Esta acción se enmarca dentro del proyecto CHORIST, liderado por EADS y financiado por la Unión Europea dentro del VI Programa Marco de Investigación y Desarrollo Tecnológico, para la creación de soluciones que incrementen la rapidez y efectividad de las intervenciones tras un desastre natural o industrial. (Para más información ver web oficial del proyecto: www.chorist.eu)



Proyecto Alter

Dentro del Proyecto Alter (Alfabetización Tecnológica e Inserción Laboral de Personas con Discapacidad Física en el medio Rural), en el que Vodafone España participa desde el año 2004, en el ejercicio 2007-08 se han realizado actuaciones en el País Vasco (Vizcaya), Asturias y Castilla y León (Palencia, Soria y León) siendo beneficiarios de este proyecto un total de 300 personas con discapacidad.

Seminarios de Accesibilidad Universal "Municipios para Todos"

Los municipios donde se ha impartido formación durante este periodo han sido: Jaén, Yecla (Murcia), Linares (Jaén), Milagro (Navarra), Ribadesella (Asturias), Segovia, Carballo (A Coruña) y San Sebastián. En total, 196 personas asistieron a estos seminarios durante el ejercicio 2007-08.

Soporte del "Servicio Urgent SSI Interpretation"

Durante la celebración del "XV Congreso Mundial de la WFD (Federación Mundial de Personas Sordas)", Vodafone España prestó el Servicio de Interpretación de Urgencias de Lengua de Signos Española (LSE) y Sistema de Signos Internacional (SSI). La finalidad del servicio fue la atención de las necesidades de comunicación de las personas sordas en situaciones tales como casos de emergencias, urgencias médicas hospitalarias, comisarías de policía, etc.

Centro de Vida Independiente (CVI)

Mediante el acuerdo firmado con la Asociación para la Vida Independiente, Vodafone España, junto con otras empresas, se ha comprometido a colaborar en el primer centro que aunarà domótica, asistencia e investigación para personas con dependencia y/o con discapacidades.

El Centro de Vida Independiente (CVI), impulsado por MUTUAM y Mutual Médica, es un nuevo espacio creado para ofrecer una asistencia integral a personas con discapacidad y a personas mayores. Para conseguirlo, el Centro reproduce una vivienda real totalmente accesible y domotizada, donde los usuarios podrán tener acceso a las ayudas técnicas y tecnológicas más avanzadas y en el que un equipo multidisciplinar realizará un diagnóstico personalizado de los elementos más adecuados para minimizar la dependencia de las personas, con la ayuda de los investigadores de la Universidad Politécnica de Cataluña.

Ver información adicional en www.avi-bcn.org

Centro Nacional de Tecnologías de Accesibilidad

Vodafone España colabora en la puesta en marcha del Centro Nacional de Tecnologías de Accesibilidad. Este es un proyecto promovido conjuntamente por la Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad; el Real Patronato sobre Discapacidad, y la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información; cuya promoción y desarrollo han sido encomendados al Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO).

■ ¿Qué haremos?

- Introducir al menos un nuevo producto/servicio con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.
- Extender el alcance de la accesibilidad de la página web de Vodafone España.
- Implantar un sistema de gestión de la accesibilidad en tiendas.



La Fundación Vodafone España, de acuerdo a su objetivo fundacional, ha continuado en este ejercicio con sus actividades de innovación, formación, mecenazgo y difusión de las telecomunicaciones móviles, todas ellas dirigidas principalmente a la ayuda de los grupos vulnerables.

■ ¿A qué nos comprometimos?

- Potenciar la aplicación de las TIC para el apoyo a grupos dependientes, en más entornos del interesado (su hogar, el barrio, la ciudad).
- Realizar 30 encuentros con instituciones docentes y ONGs sobre las aplicaciones sociales de las nuevas tecnologías.
- Ampliar los desarrollos multimedia de la web para facilitar el acceso a la información a otros grupos vulnerables, entre otros, las personas mayores.

■ ¿Qué hemos hecho?

Innovación

Proyectos Nacionales

A través de la Fundación TECSOS (creada conjuntamente con Cruz Roja Española) se han continuado los trabajos de investigación y desarrollo de nuevos **servicios avanzados de teleasistencia**, para el envejecimiento saludable y la prevención de la dependencia, así como para el apoyo a los cuidadores (Ver imagen 1).

Con el Instituto de Salud Carlos III, organismo del Ministerio de Sanidad, se ha consolidado la Unidad Mixta en **Telemedicina y e-Salud** para fomentar el uso de las TIC para el bienestar y la promoción de la vida independiente y la salud.

Se ha continuado la colaboración con la Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) y su propia Fundación de forma que, además de la finalización del Diccionario multimedia de Lengua de Signos Española (DILSE), se han realizado proyectos singulares como la primera Signo-Guía en Lengua de Signos Española y Catalana para visitar el Palau Marítim de Barcelona (Ver imagen 2).

Además de estas actuaciones, se han potenciado los trabajos de I+D+i para la aplicación de las TIC en apoyo de los grupos dependientes. En esta línea, se ha continuado con el desarrollo del **Proyecto PLATAS**, que forma parte del Plan Avanza del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y que la Fundación realiza en colaboración con Cruz Roja Española y el Instituto de Salud Carlos III. Esta Plataforma de Asistencia Social ofrece servicios para que las personas mayores con dependencia leve o moderada puedan permanecer el mayor tiempo posible en su entorno habitual. Más de 100 usuarios y sus cuidadores participan en la prueba piloto en Huesca, La Palma, Valladolid, Salamanca y León.

Además, dentro del citado Plan Avanza, en 2007 el mismo Consorcio que lleva a cabo el proyecto PLATAS ha puesto en marcha otro nuevo denominado **m-AVANTIC** ("Los mayores avanzan con las TIC") que prevé la realización y pilotaje de aplicaciones que contribuyan a la mejora de la calidad de vida, participación social, información y conocimiento de las personas mayores a través del uso de dichas tecnologías.

La Fundación Vodafone España participa también en el proyecto INREDIS, como Centro de Investigación Tecnológica.

✍ **M.Satur Torre, Directora Técnica. Fundación Vodafone España**
«Innovación en Proyectos Sociales».

Proyectos Europeos

Durante el ejercicio fiscal 2007-08 el **proyecto PERSONA** ha continuado sus trabajos para el desarrollo de una plataforma para el acceso ubicuo e instantáneo a servicios dirigidos a personas mayores. Este proyecto se engloba en el VI Programa Marco de la Unión Europea y en su Consorcio participan 20 instituciones de España, Alemania, Dinamarca, Italia y Grecia, coordinados por Vodafone Italia.

En el ámbito de la e-salud, **HEARTCYCLE** desarrolla soluciones para la gestión de pacientes con insuficiencia cardíaca o cardiopatías coronarias, entre otras, monitorización y análisis de parámetros vitales, alarmas de riesgos, recomendaciones terapéuticas, etc. Además la Fundación se ha sumado a la acción de coordinación de AALIANCE (European Ambient Assisted Living Innovation Alliance),



Imagen 1



Imagen 2

Opinión Interna  **M. Satur Torre**
Directora Técnica.
Fundación Vodafone España

■ Innovación en Proyectos Sociales

"La Fundación lleva más de 12 años innovando con las nuevas tecnologías para ayudar a las personas.

Nuestros proyectos comprenden aplicaciones de las TIC para la gestión personalizada de la salud: desde el seguimiento de enfermos crónicos a la prevención, la promoción de hábitos de vida saludable y el auto cuidado.

Otra de nuestras prioridades es la aplicación de las TIC para la autonomía personal. En estos momentos con una solución para que los mayores desde el TV y a través de una videollamada 3G tengan contacto con Cruz Roja, sus familiares y amigos.

Nuestra visión es que las TIC son un complemento y un elemento facilitador para la mejora de la atención y comunicación humana en los servicios de salud y promoción de la vida independiente."



cuyo objetivo es identificar las prioridades en cuanto al uso de las TIC para la autonomía personal de colectivos dependientes.

Formación

La Fundación continúa su programa formativo, al que han incorporado algunas actividades nuevas. El fin de esta área de la Fundación es poner al servicio de la sociedad una diversidad de conocimientos útiles para toda persona que se interese por las nuevas tecnologías, con independencia de su nivel educativo: desde masters para alumnos universitarios, a cursos cortos, de solo una tarde, para los mayores que necesitan un mínimo conocimiento sobre unas herramientas que les ayuden en su bienestar.



Imagen 3

Cursos de Postgrado

Continúa la colaboración entre la Fundación Vodafone España y diferentes universidades españolas para la realización de diversos Masters, que potencian la enseñanza de los desarrollos tecnológicos de última generación (Ver imagen 3). 171 alumnos han cursado las distintas convocatorias en el curso 2007-08 y que han sido:

- Cátedra Vodafone – Universidad Politécnica de Madrid – Máster en Comunicaciones Móviles (VIII Edición).
- Máster en Comunicaciones Móviles – Universidad Politécnica de Cataluña (XIII Edición).
- Máster en Comunicaciones y Desarrollo de Servicios Móviles – Universidad Politécnica de Valencia (IV Edición).
- Curso de Especialista en Comunicaciones Móviles – Universidad de Sevilla (VI Edición).
- Máster en Informática aplicada a las Telecomunicaciones Móviles – Universidad de Málaga (V Edición).
- Máster en Gestión en Red y Recursos para Personas Dependientes – Universitat Oberta de Catalunya (I Edición). Nueva colaboración iniciada este año, que pretende formar profesionales capaces de valorar las necesidades de las personas dependientes y sus familiares y dotarlas de los recursos disponibles, haciendo una gestión eficaz de los mismos.



Imagen 4

Aulas Fundación Vodafone España

Gracias a la colaboración con diferentes ayuntamientos, asociaciones e instituciones existen estos centros dotados con equipos multimedia, en los que se ofertan cursos gratuitos de iniciación a las nuevas tecnologías. Las Aulas Fundación Vodafone son un instrumento para tratar de reducir la brecha digital en la que se encuentran diferentes colectivos que, por razones sociales, económicas o de vulnerabilidad, no pueden acceder a las TIC (Ver imagen 4).

Existen 8 Aulas en diferentes puntos de la geografía española. Durante el ejercicio 2007-08 han registrado, en su conjunto, casi 120.000 usos:

- Aula Fundación Vodafone – Ayuntamiento de Alcobendas.
- Aula Fundación Balía – Fundación Vodafone.
- Aula Ayuntamiento de Málaga – Fundación Vodafone.
- Aula Fundación Vodafone – MPDL.
- Aula Fundación Vodafone – Ayuntamiento de Fuenlabrada.
- Aula Ayuntamiento de Mataró – Fundación Vodafone.
- Aula Fundación Vodafone – ASPAYM Ferrol.
- Aula Fundación Vodafone – ASPAYM Murcia.

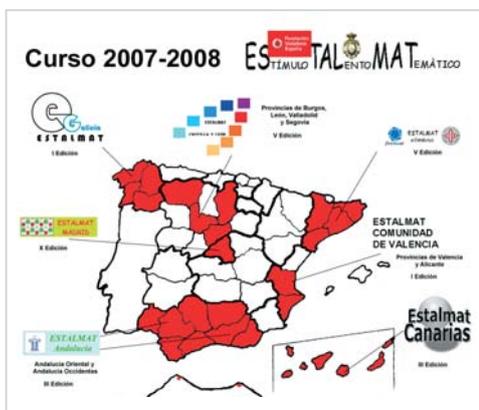


Imagen 5

Proyecto Estalmat

Este programa pretende detectar, orientar y estimular el talento precoz en matemáticas en niños de entre 12 y 13 años, durante dos años a través de clases tutorizadas. Durante el curso 2007-08 más de 400 niños, de las 7 Comunidades Autónomas en las que se imparte ESTALMAT, han participado en el programa. Con esta actividad se ayuda a alumnos con un potencial especial, singularmente para la abstracción geométrica, y animarles y estimularles para que no se pierdan sus posibles futuras aportaciones a la sociedad. (Ver Imagen 5).



Estalmat se realiza con el apoyo institucional de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales y con el de distintas universidades de cada Comunidad, así como alguna otra aportación privada y pública.

Destacar que en el curso escolar 2007-08 las Comunidades de Galicia y Valencia (en Valencia y Alicante) se han sumado a las de Madrid, Cataluña, Andalucía, Castilla y León (en Burgos, Segovia, León y Valladolid) y Canarias.

Otros Cursos y Seminarios

De acuerdo con el compromiso adquirido en el anterior Informe de RC, a lo largo de este ejercicio la Fundación ha organizado directamente o en colaboración con otras instituciones, foros de debate y análisis sobre las nuevas tecnologías y los diversos ángulos desde los que interactúan en nuestra vida cotidiana.

Cuatro ejes temáticos han centrado estos encuentros: Tecnológicos, de Innovación en Telemedicina y Telesistencia, Responsabilidad Corporativa y Sociedad de la Información, y Éticosociales.

Al finalizar el ejercicio, se han llevado a cabo, directamente por la Fundación, 31 encuentros con casi 6.000 asistentes (Ver imagen 6).



Imagen 6

Mecenazgo

Integración

Se continúa la labor de apoyo directo a los distintos colectivos dependientes, con actividades realizadas con las asociaciones que los representan. Fundamentalmente se trabaja hacia la promoción de su inserción social y laboral, con acciones que fomentan la formación y la realización de actividades deportivas.

A lo largo de este ejercicio, se ha colaborado con casi 60 asociaciones, que trabajan en entornos municipales o autonómicos. Hay que destacar la gran aceptación que está alcanzando la realización de actividades deportivas que, además de potenciar la autonomía de muchos dependientes, les ayudan en su autoestima y motivación para encarar nuevos retos. En este sentido, cabe resaltar los cursos de skí adaptado, de buceo, vela, golf y los de piloto de planeador (Ver imagen 7).



Imagen 7

Formación de Mayores

Durante este año más de 10.000 mayores de toda España han recibido formación en el uso del teléfono móvil. Estos cursos, de corta duración, se organizan en colaboración con diferentes instituciones, entre otras, Cruz Roja Española. Con ellos, los mayores se familiarizan con el teléfono móvil y aprenden sus funciones más básicas, de forma que con estos mínimos conocimientos pueden beneficiarse de servicios asistenciales que mejoren su calidad de vida (Ver imagen 8).

Proyecto "Construye un nuevo mundo"

La Fundación Vodafone España ha lanzado esta iniciativa que selecciona a dos personas que deseen realizar durante un año una actividad social en España, avalada por una entidad no lucrativa. El objetivo del proyecto es apoyar el desarrollo del voluntariado, no solo durante el tiempo libre, sino como una actividad que ponga en marcha proyectos sostenibles de claro beneficio para la sociedad.

El plazo de presentación de candidaturas finalizó casi coincidiendo con el cierre de este ejercicio. De entre todas las candidaturas recibidas (120 en esta primera edición), un jurado independiente seleccionará a los ganadores, quienes dejarán durante un año su actividad habitual para dedicarse al proyecto social que hayan propuesto (Ver imagen 9).

El programa "Construye un nuevo mundo" llega a España después de la aceptación social que ha logrado a través de las Fundaciones Vodafone de Australia, Nueva Zelanda, Irlanda y Países Bajos.



Imagen 8

Difusión

Publicaciones

Las siguientes publicaciones han sido editadas o co-editadas en el ejercicio 2007-08 (Ver imagen 10):

- Manual para la creación, supervivencia y desarrollo de Entidades no Lucrativas.
- La adolescencia, sus vulnerabilidades y las TIC.
- Retinosis pigmentaria. Preguntas y Respuestas.



Imagen 9





Imagen 10

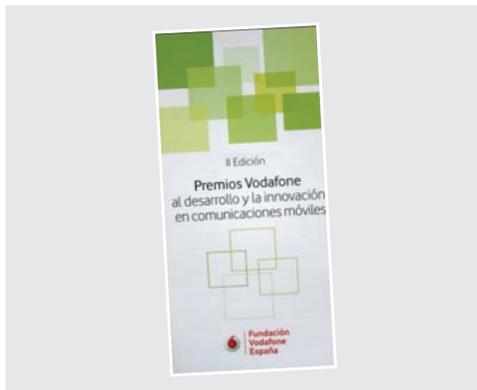


Imagen 11

Premios Recibidos

- Premio CERMI (Comité Español de Representantes de Minusválidos) por la acción social y cultural.
- Premio FUINSA (Fundación para la Investigación de la Salud) a la investigación clínica en la categoría de Responsabilidad Social Corporativa a Vodafone y Fundación Vodafone España (Ver imagen 12).
- Premio APROCOR (Asociación Pro-Centros Ocupacionales y Residenciales) por el apoyo a la integración laboral de las personas con discapacidad.
- Premio de la Asociación para la Integración del Discapacitado, AID, por el apoyo continuado al deporte adaptado (carrera de silla de ruedas "Memorial Leal").
- Reconocimiento de la Fundación Guardia Civil por la colaboración de la Fundación Vodafone España en diferentes actividades (formación, campamentos infantiles).



Imagen 12

- Sociedad del conocimiento y capital social en España.
- Guía 100 alojamientos turísticos accesibles para todos.
- La salud y la revolución de la convergencia de las nuevas tecnologías – NBIC.
- Libro Blanco sobre Universidad y Discapacidad.
- Libro institucional "12 años de la Fundación".

Premio a la Innovación y al Desarrollo en Comunicaciones Móviles – II Edición

Casi al cierre de este ejercicio, se ha convocado la II Edición del Premio de Innovación, con el objetivo de incentivar el desarrollo y la innovación de propuestas tecnológicas, que estén tanto en su fase de estudio como en el de su puesta al servicio de la sociedad. Hay dos categorías a las que optar: Premio al proyecto de innovación en el ámbito de la investigación y Premio al proyecto de innovación móvil en el ámbito del desarrollo empresarial; cada una está dotada con 20.000 € (Ver imagen 11).

Página Web Accesible

De acuerdo al compromiso reflejado en el anterior Informe de Responsabilidad Corporativa, además de ser una línea de trabajo de la Fundación, este año se han introducido algunas mejoras para que otros grupos vulnerables pueden acceder a la información de la web de nuestra Fundación. En concreto, se han centrado los trabajos en ayudar a las personas mayores a acercarse a Internet de una forma más fácil para ellos. Al efecto se ha incorporado un nuevo icono a través del que poder ver vídeos cortos, que recogen las actividades más representativas de la Fundación: vídeo del Premio de Periodismo, de los cursos de buceo adaptado y de los de ski, son algunos de los que ya pueden disfrutar los mayores.

(Ver información en: www.fundacion.vodafone.es).

¿Qué haremos?

- Realizar al menos 2 proyectos con el objetivo de fomentar el uso de las TIC para proporcionar soluciones en el campo de la salud, la promoción de la autonomía personal y la integración social y laboral de las personas con discapacidad.
- Contribuir a la incorporación de las personas mayores y otros colectivos dependientes a la Sociedad de la información: formación de 15.000 personas.
- Fomentar el Diseño para todos y la accesibilidad: certificación europea en accesibilidad de la página web de la Fundación.



Durante el ejercicio 2007-08 hemos profundizado en las actividades de Responsabilidad Corporativa relacionadas con nuestros clientes, haciendo énfasis en las actividades de involucración y comunicación con clientes y en el uso responsable del móvil, muy especialmente en lo relativo a menores y a los nuevos servicios como marketing móvil.

■ ¿A qué nos comprometimos?

- Lanzar un Programa de Concienciación "on-line" sobre temas de privacidad para describir la Política de Privacidad de Vodafone y lo que significa para los empleados.
- Continuar la campaña de comunicación en temas de RC dirigidas a clientes.
- Lanzar Perfil Joven.
- Continuar con "chats" sujetos a control parental.
- Continuar con el desarrollo de sistemas para protección contra virus y "Spam" en todo el entorno de navegación "Off-net". Plataforma "Anti-Spam".
- Continuar con el establecimiento de sistemas de restricciones para los SMS Premium. Control de altas y bajas.

■ ¿Qué hemos hecho?

Involucración con Clientes

"Be the Customer"

Durante este ejercicio, se puso a disposición de todos los empleados el curso on line "Be the Customer", con el objetivo de renovar la pasión por nuestros clientes con un acercamiento distinto y práctico que nos ayude a descubrir cómo influimos y, sobre todo, cómo podemos contribuir a mejorar la experiencia de nuestros clientes en el uso de nuestros productos y servicios.

El curso fue realizado por el 90 % de los empleados de Vodafone España.

Actuaciones con Instituciones y Organizaciones de Consumidores

Las actividades de formación e información de este ejercicio se han enfocado hacia los Organismos de Consumo que tienen bajo su responsabilidad canalizar las quejas y reclamaciones de los ciudadanos, así como responsabilidades sancionadoras. Vodafone España considera que la mejor manera de conocer las expectativas y preocupaciones de los consumidores es escucharlos directamente, al mismo tiempo que se proporciona información de cómo funcionan determinados productos y servicios. El resultado de estas acciones ha sido valorado muy positivamente por ambas partes y estamos colaborando en acciones formativas de responsables técnicos de inspección autonómicos y provinciales que creemos contribuirán a una mejor relación entre el servicio ofrecido por Vodafone y el consumidor.

Durante este ejercicio se han realizado reuniones con un total de 25 Organismos de Consumo.

Por otra parte, se ha continuado trabajando con las Asociaciones de Consumidores para colaborar en la labor de información permanente a los asociados y consumidores en general para facilitar la mejor comprensión sobre uso y funcionamiento de nuevos productos y servicios de comunicaciones móviles.

Comunicaciones a Clientes

En la Figura 1, se observa tanto la evolución de nuestros clientes como los porcentajes de su distribución por comunidades. Durante el ejercicio 2007-08 las comunicaciones dirigidas a clientes han incluido diversos temas de RC. Estas comunicaciones se han desarrollado tanto a través de notas de prensa, (ver Figura 2) como a través de la información que acompaña a la factura (ver Figuras 3 y 4).

Durante el ejercicio 2007-08 Vodafone ha emitido una nueva versión de la "Guía sobre Marketing, Contenidos y Uso Responsable". En esta nueva versión se actualiza la información relativa a Marketing Responsable y se contemplan otros aspectos tales como de control de acceso a contenidos y de uso responsable.

Ver información adicional en: www.vodafone.es/usoresponsable

Evolución N° de clientes (x1.000)

13.521	14.893	16.039
2005-06	2006-07	2007-08

Distribución de clientes por comunidades

Andalucía	19,1 %	Extremadura	1,6 %
Aragón	2,0 %	Islas Baleares	2,4 %
Asturias	2,3 %	Islas Canarias	4,2 %
Cantabria	0,7 %	La Rioja	0,5 %
Castilla La Mancha	3,4 %	Madrid	16,7 %
Castilla y León	3,4 %	Murcia	2,3 %
Cataluña	18,2 %	Navarra	0,8 %
Ceuta y Melilla	0,2 %	País Vasco	4,4 %
Galicia	6,2 %	Comunidad Valenciana	11,7 %

(Fig 1)

Notas de Prensa sobre temas de RC: 49

- Acción Social: 24
- Productos y Servicios Sociales: 17
- Claridad de Tarifas: 7
- Premios RC: 2
- Control Acceso a Contenidos: 1
- Presentación Informe RC: 1
- Despliegue Responsable de Red: 1
- Eficiencia Energética y Cambio Climático: 1
- Reciclado y Reutilización de teléfonos móviles: 1

(Fig 2)

Información de factura (abril 2007)



(Fig 3)

Información de factura (noviembre 2007)



(Fig 4)



■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Publicitar sus productos y servicios de una forma responsable».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	46	45	9
Media Ejercicio 2006-07	51	38	11
Media Ejercicio 2007-08	46	42	12

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	77	20	3
Media Ejercicio 2006-07	75	20	5
Media Ejercicio 2007-08	73	22	5

(Tabla 1)



A. González Marín
Presidente
ADIF



■ "Desde nuestro punto de vista como cliente, las actuaciones de Responsabilidad Corporativa más importantes son las relacionadas con la calidad del servicio, la transparencia y la innovación. Un servicio de calidad que genere satisfacción en el cliente es algo básico para crear una relación de confianza y poder hablar de un comportamiento responsable por parte de Vodafone. Por otra parte, consideramos muy importante que haya información y diálogo con los clientes, así como soluciones innovadoras y mejoras que atiendan las necesidades actuales y futuras."

Contra contenidos de pornografía infantil

Vodafone es miembro fundador de la "Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content", una organización cuyo objetivo es combatir la pornografía infantil en el mundo de la telefonía móvil.

Esta organización, presentada durante el "Mobile World Congress 2008", la integran los principales operadores de telefonía móvil europeos, y busca prevenir el consumo de pornografía infantil a través de sus redes. Para ello, se bloqueará el acceso a sitios de Internet con contenidos relativos a abuso sexual a menores y se promoverán canales para que los usuarios puedan denunciar la existencia de pornografía infantil tanto en las redes de telefonía móvil como en Internet.

En todas las comunicaciones que se efectúan, Vodafone pone especial énfasis en el cumplimiento de las normas de carácter general que pueden afectar a la actividad publicitaria¹, y las normas de protección del consumidor, así como los valores y derechos reconocidos en la Constitución Española y resto de legislación.

Los departamentos implicados en el diseño y creación de las comunicaciones publicitarias vigilan cuidadosamente no incurrir en publicidad engañosa, desleal, subliminal o en cualesquiera otros aspectos que puedan infringir la normativa vigente. Por otra parte, Vodafone España es miembro de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), asociación sin ánimo de lucro, que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitario español.

A lo largo del ejercicio 2007-08, Vodafone España ha recibido 6 resoluciones por incidencias en materia publicitaria:

- 1 sanción por expediente iniciado por la Junta de Andalucía (400 €).
- 1 sanción por expediente iniciado por la Delegación del Gobierno de Almería (2.000 €).
- 1 sanción por expediente iniciado por el Ayuntamiento de Barcelona (265,5 €).
- 3 expedientes tramitados ante Autocontrol, que no llevaban asociada cuantía económica alguna.

Por otra parte, continuamos midiendo la opinión de nuestros clientes y el público general en lo relativo a nuestra Publicidad (Ver tabla 1).

Uso Responsable del Móvil

Los teléfonos móviles ya no sólo se usan para hablar. Las telecomunicaciones han evolucionado de forma extraordinaria en los últimos tiempos, y el teléfono móvil ya se concibe como un dispositivo que integra la comunicación de voz, datos, fotos y vídeo.

Los usuarios demandan cada vez más poder acceder a los servicios en ubicuidad. Unida a esta tendencia, existe un porcentaje muy significativo de usuarios que acceden en movilidad, cada vez en mayor medida y durante más tiempo, a los servicios que ofrece Internet.

Por todo ello, el mercado de los contenidos para los teléfonos móviles ha experimentado un enorme crecimiento en los últimos años. En el caso concreto de nuestro portal Vodafone live!, el acceso a los contenidos que se ofertan en él ha supuesto un valor añadido para nuestros clientes y ya es una realidad que cuenta con unos 9 millones de usuarios.

Vodafone live! es un portal que ofrece numerosos servicios como noticias sobre deportes, el tiempo, las finanzas, así como información de viajes y entretenimiento. Además, permite descargar tonos de llamada, música, juegos e incluso acceder a la televisión móvil. Asimismo, desde Vodafone live! se puede chatear, acceder a cualquier página web o realizar búsquedas, incluyendo un acceso directo a los mejores servicios de Internet nacionales e internacionales: Google, Yahoo, Windows Live, Hotmail, YouTube, eBay, etc.

Todas las oportunidades pueden conllevar algún riesgo asociado, y en un ámbito tan amplio como el suministro de contenidos, estos riesgos están relacionados con el potencial acceso de los menores de edad a contenidos no adecuados para ellos. De acuerdo con el informe "Infancia y Adolescencia en la Sociedad de la Información" publicado por Red.es la mitad de los niños entre 10 y 15 años disponen de teléfono móvil utilizándolo diariamente el 31% de ellos. Por otra parte, el 78,4% de jóvenes de entre 16 y 17 años posee teléfono móvil utilizándolo diariamente el 63%.

Control de acceso a contenidos

Vodafone viene realizando un esfuerzo continuo para controlar el acceso a los contenidos que se ofertan en Vodafone live! y Mobile Internet. A la vez, se están desarrollando mecanismos para que la navegación por Vodafone live! sea segura.

Durante el ejercicio 2007-08, Vodafone España ha continuado trabajando en el cumplimiento de nuestras Políticas de Control de Accesos catalogando los contenidos de nuestras páginas en función de las distintas categorías de contenidos establecidas. Ver www.vodafone.es/usoresponsable

Los controles de acceso a contenidos establecidos por Vodafone España, pueden clasificarse en dos grandes grupos, dependiendo del medio a través del cual se acceda:

a. Acceso a través de Vodafone live!:

- Contenidos para adultos (mayores de 18 años): para poder acceder es necesario disponer del denominado "PIN adulto".
- Contenido no recomendado para menores de 18 años: en este campo, la principal novedad de este ejercicio ha sido la incorporación del "Perfil Joven", en cumplimiento de los compromisos adquiridos en el anterior Informe de RC.

El Perfil Joven consiste en el bloqueo del acceso a todos los contenidos No Recomendados para menores de 18 años y de los contenidos para adultos, de manera que el cliente que

¹Ley 34/1988, de 11 de noviembre. General de Publicidad; Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias; Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, etc.

tenga activado dicho perfil encontrará las siguientes restricciones:

- En su menú Vodafone live! no aparecerán aquellos "sites" cuyos contenidos estén catalogados como No Recomendados para menores de 18 años, así como los contenidos para adultos.
- Si el cliente realiza una búsqueda a través de Vodafone live!, los resultados de dicha búsqueda no se le mostrarán cuando correspondan a cualquiera de estos "sites" No Recomendados para menores de 18 años y los contenidos para adultos.
- Si el cliente intenta acceder a un "site" No Recomendado para menores de 18 años o de contenidos para adultos, bien a través de un módulo destacado, o directamente tecleando la dirección del mismo, se le mostrará un aviso de contenido bloqueado.

La activación del Perfil Joven es gratuita para nuestros clientes, y el único requisito para realizar dicha activación es disponer del PIN adulto. De esta forma aseguramos que el cliente que solicita el Perfil Joven es mayor de edad, ya sea para su propio teléfono, o para algún otro que tenga asociado a su cuenta.

b. Acceso a través de Internet:

Para garantizar la navegación de manera segura fuera de Vodafone live!, puede activarse el Filtro Off Net, a través del cual se bloquea el acceso a las páginas clasificadas como contenido para adultos.

Como complemento a las actuaciones que Vodafone España viene desarrollando en cuanto al control de acceso a contenidos, en este ejercicio hemos participado en una iniciativa del sector que ha conducido al establecimiento del código de conducta para el uso más seguro por menores en el acceso a contenidos. (Ver figura 5), cuyos criterios de conducta están perfectamente alineados con las actuaciones que venimos desarrollando en este campo.

Servicios de "Chat"

Los "chats" permiten una comunicación escrita instantánea a través del teléfono móvil entre dos o más personas que pueden o no conocerse.

En Vodafone España, todos nuestros "sites" de contactos, de datos y "Chat" están sujetos a control de accesos, incluyendo nuestro Chat Vodafone live!. Según el nivel de moderación y quién presta el servicio (un tercero o Vodafone), se establece un mayor o menor nivel de restricción en el control de accesos.

"Spam" y SMS Premium

En el campo de la telefonía móvil, el "spam" (comunicaciones comerciales electrónicas no solicitadas por el destinatario), suele proceder de compañías que intentan vender algún producto o servicio, y que solicitan a los usuarios que llamen o que envíen un mensaje a un número. En este caso, son especialmente sensibles los mensajes enviados a nuestros clientes para suscribirse a los denominados servicios "Premium".

En este sentido, durante el ejercicio 2007-08 Vodafone España estableció una serie de restricciones que al mismo tiempo redundarán en un mayor control, una vez sea efectiva la Orden del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que afecta tanto a Operadores de Red como a Prestadores de Servicios SMS, y cuyo objeto es la regulación del uso de los recursos públicos de numeración para la prestación de servicios de mensajes cortos. Esta Orden fija los rangos de numeración a utilizar para la prestación de servicios de mensajes cortos, los criterios de gestión y control de la numeración para la prestación de servicios de tarificación adicional, y el proceso de sustitución de los números actualmente utilizados para este tipo de servicios.

Como consecuencia de la citada Orden, se está elaborando un "Código de Conducta para la prestación de los Servicios de Tarificación Adicional basados en el Envío de Mensajes", que contiene normas destinadas, especial y específicamente, a proteger los derechos de colectivos sociales denominados vulnerables, como menores, personas mayores y personas con discapacidad. Pretende, asimismo, evitar que se quebranten derechos básicos reconocidos en nuestro ordenamiento jurídico, así como fomentar el cumplimiento de todas las normas específicas o sectoriales y aquéllas de carácter horizontal que afecten a la prestación de estos servicios dentro del ámbito de sus competencias.

Protección de Datos

Nuestros clientes nos confían información personal y confidencial de sus comunicaciones privadas. La forma en que manejamos esa información es vital para ganar su confianza. El Grupo Vodafone ha establecido una Política de Privacidad que Vodafone España ha implementado satisfactoriamente (Ver Capítulo 3: "La RC en Vodafone").

Durante el pasado ejercicio, Vodafone España desarrolló un Programa de Concienciación On line

Opinión Externa



G. Cánovas
Presidente
PROTÉGELES



"Desde Protégeles consideramos que Vodafone está trabajando, de forma real y efectiva, por conseguir que los menores utilicen la telefonía móvil de forma segura y responsable, creando además guías y herramientas tan útiles para los niños como para sus padres. El trabajo con grupos de discusión formados por profesores y orientadores, está dando buen resultado y marcando el camino a seguir: convertir el móvil en una herramienta útil también en el entorno educativo."



Código de Conducta para el Uso más Seguro por los Menores en los Servicios de Acceso a Contenidos de Comunicaciones Electrónicas Móviles en España

Con independencia de los mecanismos de control de acceso a contenidos que viene aplicando desde el año 2004, Vodafone España firmó el pasado mes de diciembre de 2007, junto a otros operadores nacionales, este Código como complemento a un acuerdo marco firmado en febrero de 2007 entre la Asociación de Operadores Móviles Europeos (GSME) y la Comisión Europea, para incrementar y potenciar las medidas de protección de los menores en el acceso a contenidos a través del móvil.

El hecho de que el acceso a Internet móvil pueda realizarse desde cualquier lugar, origina la necesidad de establecer mecanismos para que los padres puedan controlar el tipo de servicios y contenidos que utilizan y se descargan los menores de edad a su cargo.

Este Código, firmado con el apoyo del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid y la asociación "Protégeles" (organización de protección de la infancia en tecnologías de la información y la comunicación), es el primero de estas características firmado en Europa.

Las operadoras se marcan un plazo de nueve meses, desde la firma del Código, para homogeneizar la clasificación de contenidos e implantar el control parental sobre ellos. Además, se comprometen a obligar a sus suministradores de contenidos a aplicar su sistema de clasificación de contenidos, de forma que incluso aunque se utilicen servicios de terceros proveedores, los sistemas sean efectivos.

Ver información adicional en www.vodafone.es/usoresponsable

(Fig 5)



■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Asegurar una utilización responsable del teléfono móvil».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	33	50	17
Media Ejercicio 2006-07	38	45	17
Media Ejercicio 2007-08	36	50	14

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	55	29	16
Media Ejercicio 2006-07	56	29	15
Media Ejercicio 2007-08	63	27	10

(Tabla 2)

Opinión Interna  **J. Jaquotot**
Director de Estrategia y Análisis de Negocio. Vodafone España.

■ Innovación en la SIM

"El desarrollo de aplicaciones en la SIM, con habilitadores como la firma electrónica, se presenta como una oportunidad para Vodafone y Terceros. Estos servicios serán un potente canal de interacción con nuestros clientes ya que pueden ser gestionados remotamente y utilizan la SIM como elemento de seguridad.

El usuario mantiene todas las posibilidades de un servicio móvil, pero además se convierte en un servicio personal e independiente del terminal.

La SIM será la base para el desarrollo de otras tecnologías, como NFC (Near Field Communication) o los widgets (aplicaciones útiles), que mejorarán la experiencia de usuario."

Novedades de tarifas de Vodafone España durante el año 2007-08:

- Nuevo Contrato 1 -. Se convirtió en el momento de su lanzamiento, en junio de 2007, en la tarifa más barata para llamadas al mismo operador en cualquier horario (1 céntimo de € por minuto).
- Planes Relax -. Se trata de la primera tarifa dirigida a clientes particulares que aplica un descuento creciente en función del consumo del cliente y aplicable a todo su consumo nacional (llamadas de voz, mensajes de texto SMS, Mensajes MMS y Videollamada).
- Vodafone en Tu Casa Tarifa Plana-. Se trata del primer servicio de telefonía fija sin cuotas de activación, instalación o mantenimiento. Permite mantener el número fijo del cliente para recibir llamadas en su domicilio, disfrutando de una tarifa plana para llamadas a fijos nacionales.

(Fig 6)

sobre temas de privacidad. Este Programa se incluyó en un Curso de Seguridad Lógica y fue realizado por el 81,5 % de los empleados de Vodafone España.

Gestión de Derechos Digitales

Vodafone España establece a través de sus contratos con proveedores de contenidos, los derechos y obligaciones de ambas partes en lo que se refiere a propiedad intelectual e industrial, contemplándose, entre otros diversos aspectos, la concesión de licencia a Vodafone España de los derechos de la propiedad intelectual necesarios sobre los contenidos, para que pueda prestar a sus clientes los correspondientes servicios.

En la **Tabla 2** puede verse la evolución de la opinión de nuestros clientes y el público en general sobre nuestro comportamiento en los temas relativos al Uso Responsable del Móvil.

Nuevos Servicios en el Móvil

El amplio despliegue de Vodafone durante el ejercicio 2007-08 de su red de banda ancha móvil (3G y HSPA), la introducción en el mercado de una gama de teléfonos móviles con funcionalidades multimedia avanzadas y tecnología HSPA de banda ancha móvil, así como la gran aceptación de los servicios de conectividad para PC (módem USB, tarjetas para PCs...) han propiciado un uso creciente de los servicios de datos.

 **J. Jaquotot. Director Estrategia y Análisis de Negocio. Vodafone España.**
«Innovación en la SIM».

Marketing Móvil

En octubre de 2007 Vodafone España presentó su estrategia para desarrollar el teléfono móvil como plataforma de marketing, anunciando las empresas participantes en su primer programa de "Marketing Móvil". El objetivo del programa ha sido desarrollar un nuevo servicio de baja presión publicitaria para el usuario y de alto valor para el anunciante.

El programa se ha desarrollado durante cuatro meses, en formato tarifa plana y limitado a diez grandes marcas del mercado español, con exclusividad por sector: Heineken, Mercedes-Benz, Nestlé, Cepsa, HP, Atrapalo.com, BBVA, Línea Directa Aseguradora, Microsoft y Red.es.

La publicidad en el portal de Vodafone Life! aparece integrada en los contenidos de la página, con no más de dos "banners" por sesión, que al pincharse llevan al usuario a una página del anunciante en la que el cliente puede obtener contenidos gratuitos.

Otra forma de publicidad dentro del programa es la solicitud directa por el usuario de contenidos a través de SMS, o publicidad dentro de contenidos, como puede ser en un juego, o antes o después de acceder a informaciones o vídeos gratuitos.

También se establecen campañas llamadas "Push" en las que el usuario da el consentimiento expreso, para recibir SMS mediante suscripción, con contenidos de publicidad y recibe a cambio una compensación.

Con los resultados del programa, se está diseñando el modelo de servicios que Vodafone ofrecerá al mercado publicitario, y que en cualquier caso será absolutamente respetuoso con el Reglamento que desarrolla la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal, publicado en el BOE el 19 de enero de 2008, así como la nueva Guía sobre Marketing, Contenidos y Uso Responsable desarrollada por Vodafone en este ejercicio.

Precios y Tarifas

Tarifas nacionales

Durante el ejercicio 2007-08, la oferta de tarifas nacionales de Vodafone España ha continuado evolucionando en beneficio de nuestros clientes, como demuestran los datos que se extraen de los informes trimestrales elaborados por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones:

- En el año 2007, el precio medio por minuto de Vodafone España fue un 15 % más bajo que la media de nuestra competencia.
- Asimismo, Vodafone España ha reducido un 6 % su precio medio por minuto durante 2007.

Nuestra oferta comercial se basa en planes de precios simples que se adaptan a las diferentes necesidades de nuestros clientes y que se complementan con otros productos que permiten reducir aún más la factura en las llamadas más habituales (Ver figura 6).

Para facilitar a los clientes la adopción de las tarifas más adecuadas a su nivel de uso, Vodafone España dispone en su web <http://www.vodafone.es/particulares/tarifas/recomendador/>, de un recomendador de tarifas (Ver figura 7).

Roaming (Itinerancia)

En marzo de 2007, cumpliendo con la Ley de Mejora de Protección al Consumidor, Vodafone España adaptó las tarifas desde el extranjero, cobrando a sus clientes por segundos desde el primer segundo.

Por otra parte, en el ejercicio 2007-08 el Roaming también se ha caracterizado por la entrada en vigor de una regulación de las tarifas de voz por parte de la Comisión Europea. Así, en junio de 2007, se aprobó en la Comisión Europea una regulación que obligaba a todos los operadores de los 27 países miembros de la Unión Europea a no cobrar más de 49 cént €/min por una llamada realizada y 24 cént €/min por una llamada recibida, siendo la fecha límite de implantación septiembre de 2007. Vodafone España, adelantándose a esa fecha, adaptó sus tarifas, ofreciendo desde el 29 de junio a sus clientes de postpago la posibilidad de contratación de esta tarifa. (Ver Figura 8).

Dicha regulación europea no afectó a los clientes que ya tenían Vodafone Passport, cuya tarifa fue reconocida por la Comisión Europea como ventajosa para el cliente. A fecha 31 de marzo de 2008, Vodafone Passport está disponible en 36 Países y con 103 operadores del mundo, lo que dota de mucha más transparencia y claridad a la oferta para los clientes.

Asimismo, para facilitar la transparencia de las tarifas en el extranjero, en septiembre de 2007 se puso a disposición de todos nuestros clientes un número de teléfono gratuito (106) a través del cual pueden consultar, cuando se encuentren dentro de la Unión Europea, tanto sus tarifas de voz y SMS, como del resto de servicios.

Vodafone España ha trabajado también para simplificar y reducir las tarifas de SMS y MMS. Así, los clientes pagan una única tarifa por los SMS enviados desde la Unión Europea o por los enviados desde cualquier otro país del mundo. Esta iniciativa ha supuesto una reducción del 53% en el precio de este tipo de SMS.

Por último, considerando la apuesta de Vodafone por los datos y la conectividad en movilidad, en junio de 2007, se ha reducido la Tarifa Plana 24 h Roaming (diseñada para navegación desde el portátil) más de la mitad.

Ver información adicional en www.vodafone.es/roaming.

En la **Tabla 3** puede verse la opinión tanto de Clientes como de Público General en cuanto a la Transparencia de nuestra Comunicación en el tema de Tarifas.

Calidad de Servicio

Satisfacción de Clientes

En Vodafone, no nos conformamos con seguir siendo líderes en Satisfacción de Clientes en el mercado, sino que aspiramos a serlo de manera claramente diferenciada y sostenible en el tiempo.

Todas las acciones de mejora continua que hemos realizado durante el ejercicio 2007-08 nos han ayudado a cerrar éste con una puntuación del 67,3 % en el Índice de Satisfacción.

Atención al Cliente

Continuamos innovando para ofrecer el mejor servicio de atención al cliente, facilitando la comunicación con nosotros, al tiempo que simplificamos sus gestiones del día a día. Para ello, nuestros clientes disponen de la posibilidad de elegir entre diversos canales de contacto, tanto tradicionales como innovadores:

- Atención telefónica.
- Atención a través de nuestros puntos de venta.
- Vía Web.
- Vía correo electrónico.

Entre las innovaciones puestas en marcha durante el ejercicio 2007-08, destacan:

- El rediseño de nuestro canal web para clientes, incorporando nuevas funcionalidades y servicios, incluyendo el autoservicio para aquellos clientes que deseen gestionar ellos mismos las correspondientes actividades.
- El incremento del uso del canal USSD (activaciones de servicios mediante marcación en el teléfono móvil), que facilita la contratación y modificación de servicios de forma rápida, sencilla y eficaz, como así lo constatan nuestros clientes a través de las encuestas de Productos y Servicios.
- La autogestión en el móvil, habiendo probado con éxito a lo largo del año, aplicaciones en el móvil que permiten a nuestros clientes autogestionarse sus servicios, estén donde estén, de una manera ágil y sencilla.

Para ofrecer un servicio más completo, combinamos nuestros canales de atención adaptándolos a las necesidades de nuestros clientes, trabajando desde diferentes áreas en equipo poniendo nuestra profesionalidad a su disposición.

Ver información adicional en www.vodafone.es/atencion-al-cliente.



(Fig 7)



(Fig 8)

■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Realizar una comunicación clara y transparente de precios y tarifas».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2006-07	48	38	14
Media Ejercicio 2007-08	44	43	13

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2006-07	72	19	9
Media Ejercicio 2007-08	66	23	11

(Tabla 3)



% de reclamaciones e incidencias / total contactos en los Centros de Atención al Cliente

2006-07	2007-08
4,1 %	3,74 %

(Tabla 4)

Tipología de reclamaciones recibidas

Producto Datos	25%
Factura	21%
Condiciones contrato/prepago	19%
Productos Voz	14%
Puntos/Pedido	12%
Promociones	9%

(Tabla 5)

Especialización de la plantilla

Continuamos dando servicio a través de plataformas de atención especializadas como son las de atención en idiomas (rumano, árabe, inglés y las lenguas oficiales españolas), o nuestra plataforma especializada de facturación.

Nuestros profesionales de Atención al Cliente tienen la posibilidad de desarrollarse profesionalmente a través del "Customer Management Advanced Program" de Vodafone. Desde un enfoque orientado al cliente y con un carácter eminentemente práctico, el curso tiene una duración de 210 horas, y tiene como objetivo formar y especializar a los empleados de Vodafone en el ámbito de la gestión de los clientes. Hasta la fecha, se han desarrollado cuatro ediciones y han pasado por el mismo 119 profesionales.

Reclamaciones

En Vodafone somos conscientes de que la gestión de incidencias y reclamaciones de clientes se deben realizar de forma rápida y adecuada para no defraudar sus expectativas. Por este motivo, están abiertos todos los posibles canales para la comunicación de sugerencias, incidencias o reclamaciones.

Durante el ejercicio 2007-08 el porcentaje de reclamaciones respecto a los contactos ha disminuido respecto al año anterior (Ver tabla 4), a pesar de la notable progresión en el uso de los productos y servicios de datos.

La tipología de las reclamaciones recibidas es la indicada en la tabla 5.

Uno de los canales por los que se reciben las reclamaciones de nuestros clientes es el Canal Oficial (Organismos Oficiales y Asociaciones de Consumidores). La media mensual de reclamaciones recibidas por este canal, durante el ejercicio 2007-08 ha sido de 1730,5 reclamaciones/mes.

Calidad de Red

La amplia experiencia que Vodafone tiene en el diseño de redes de telecomunicación, la elevada fiabilidad de los elementos empleados en la arquitectura de nuestra red, y la excelencia alcanzada en la operación y mantenimiento nos permiten aspirar a satisfacer las expectativas de nuestros clientes en Calidad de Servicio y ser líderes en la consecución de los objetivos de disponibilidad y calidad establecidos por la normativa internacional. Para alcanzar este objetivo, Vodafone dispone de una red de telefonía móvil robusta con encaminamientos redundantes, diversidad y protección contra fallos.

Un elemento clave en la consecución y mantenimiento de los parámetros de Calidad de Servicio es el Proceso de Mejora Continua de la Calidad. Básicamente, consiste en que, a partir de diversas fuentes de información como son encuestas de satisfacción, muestreos de experiencia real de clientes, estadísticas y medidas de tráfico generadas por los elementos de la red, medidas de campo y contactos con nuestros centros de Atención al Cliente, el Área de Tecnología analiza con detalle las causas de incidencias y trabaja en su resolución, de cara a convertirlos así en oportunidades de mejora.

Se realizan medidas continuas de Satisfacción a nuestros clientes, haciendo énfasis en los atributos más relevantes que identifican las características de funcionamiento de una red de telecomunicaciones. A partir de estas mediciones, que como hemos comentado son además parte del diagnóstico inicial de incidencias, se verifican los resultados de las acciones de mejora.

En el ejercicio 2007-08, son múltiples las acciones de mejora que han cristalizado como consecuencia del proceso de Mejora Continua de la Calidad. Un claro ejemplo de ello es nuestro liderazgo en el despliegue de la Red de Telecomunicación de tercera generación (3G), donde a mes de marzo de 2008 llegamos al 88 % de la población.

Adicionalmente, hemos continuado con el despliegue de la Banda Ancha móvil (HSPA) en toda nuestra Red 3G, lo que permite a nuestros clientes una conexión eficiente y rápida a las redes de datos con velocidades de hasta 7,2 Mbps en la descarga de ficheros y 1,8 Mbps en la subida. Vodafone es líder del mercado en velocidad de datos HSPA, según la auditoría externa realizada por la empresa P3 solutions.

Vodafone España cumple con el Reglamento Técnico y de Prestación de Servicio de Telecomunicación de Valor Añadido de Telefonía Móvil Automática. Como consecuencia, realiza informes periódicos de diversos parámetros de Calidad de Servicio acordados entre los operadores y la SETSI en base a diferentes normativas internacionales. Los valores trimestrales de Calidad de Servicio están sometidos a auditorías externas y pueden ser consultados en la página Web del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (www.mityc.es) en su sección de Telecomunicaciones.

¿Qué haremos?

- Campaña de Comunicación relativa al Código de Conducta el uso más seguro del móvil por menores en el acceso a contenidos y de sus actuaciones derivadas (criterios de clasificación y controles de acceso a contenidos, portal para el sector educativo, etc.).
- Complementar el diseño actual del Perfil Joven, con objeto de que posibilite de forma más directa su activación en el entorno Vodafone live! (contenidos "On Net"), la activación del Filtro "Off Net" (Contenidos "Off Net") y la restricción para Marketing en el Móvil.
- Desarrollar y difundir Guías sobre Uso Seguro y Responsable del Móvil.

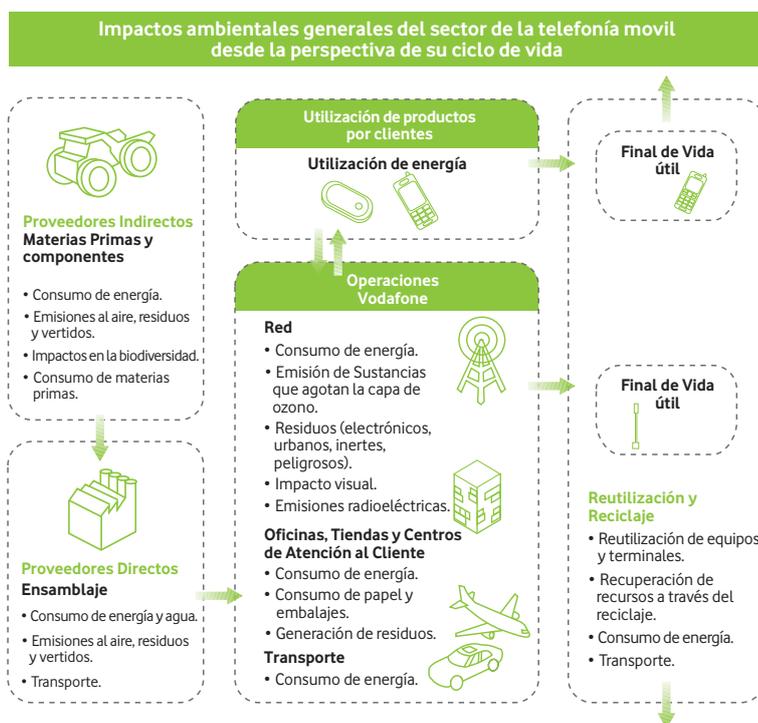
Como toda actividad empresarial, los teléfonos móviles y las redes que los conectan tienen un determinado impacto en el medio ambiente a lo largo de todo su ciclo de vida (desde su fabricación y uso hasta su eliminación).

Vodafone se esfuerza por reducir los impactos ambientales negativos que se pueden generar en las diferentes fases del ciclo de vida de sus productos y servicio, sobre los que tiene un control directo. Por otra parte, tratamos de reducir los impactos ambientales negativos a través de nuestras decisiones de compra, de acuerdos y colaboraciones con nuestros proveedores, o a través de la información y sensibilización a nuestros clientes.

Por ejemplo, durante el ejercicio 2007-08 introdujimos la posibilidad de que nuestros clientes puedan solicitar la "factura electrónica", con lo que se está contribuyendo a disminuir la cantidad de papel utilizado en las operaciones de facturación.

Al mismo tiempo, tratamos de aprovechar los impactos ambientales positivos asociados a nuestra actividad, fomentando su uso (por ejemplo: reuniones a través de video conferencias, que evitan la contaminación asociada al transporte de personas, o el desarrollo de productos o servicios que favorecen la conservación del medio ambiente).

En la siguiente figura se muestra un esquema general de los impactos ambientales del sector de la telefonía móvil.



¿A qué nos comprometimos?

- Reducir un 8% el consumo de energía previsto en Red para marzo de 2010.
- Conseguir una reducción del 35% en las emisiones de CO₂/MB de tráfico para marzo de 2010.
- Implantar Sistemas de Medida directa de la energía en más de 10 emplazamientos.
- Continuar con los sistemas de recogida de teléfonos móviles en desuso para su reutilización y reciclaje, realizando una auditoría sobre su funcionamiento.

	2005-06	2006-07	2007-08
Consumo de energía en la Red (Mwh)	169.446,1	207.365,1 ¹	216.185,5
Consumo de energía por elemento de Red (kwh/BTS)	12.847,5	12.815,7	10.985,0

(Tabla 1)

	2005-06	2006-07	2007-08
CO₂ derivado del consumo de energía en la Red (Ton)	58.661,7	68.568,3 ¹	68.826,3
CO₂ emitido por elemento de red (Kg/BTS)	4.447,8	4.237,7	3.499,4

(Tabla 2)

	2006-07	2007-08
Ahorro de Energía como consecuencia del PEE 2006-10 (Mwh)	6.231,5	21.490,5
Reducción de emisiones de CO₂ como consecuencia del PEE 2006-10 (Ton)	1.969,1	6.790,8

(Tabla 3)

Opinión Interna  **J. Bustillo**
Director de Tecnología.
Vodafone España

Innovación en la Red

"Tecnología es un área donde la innovación es parte de nuestra razón de ser. Sin duda, el avance tecnológico más significativo que hemos incorporado a lo largo de este ejercicio, que ha contribuido a una mayor eficiencia energética, es el despliegue 3G basado en cabezas remotas. Consiste en dividir los equipos de comunicaciones radio (estaciones base) en dos: banda base y radio. La primera es el control de la estación y la segunda la amplificación de potencia y emisión/recepción de señal. Con las cabezas remotas, la etapa radio, está al lado de las antenas consiguiendo ahorros energéticos cercanos al 30% y el equipo no necesita aire acondicionado."

¹ Existe una ligera variación respecto al dato reportado en el Informe de RC 2006-07, como consecuencia de haber contabilizado unos consumos recibidos posteriormente al cierre del ejercicio.



Consumo flota de vehículos (Miles litros)	2005-06	2006-07	2007-08
Diesel	1.903,1	2.059,9	1.933,9
Gasolina	195,1	129,5	76,1

(Tabla 4)

	2005-06	2006-07	2007-08
Nº vuelos cortos / Nº empleados	4,09	4,17	4,15
Nº vuelos largos / Nº empleados	0,026	0,032	0,048

(Tabla 5)

	2005-06 y 2006-07	2007-08	TOTAL
Salas de Videoconferencia (acumuladas)	29	47	---
Nº de Videoconferencias Nacionales	8.086	3.584	11.670
Nº de Videoconferencias Internacionales	1.875	4.594	6.469
Estimación ahorro emisiones CO ₂ (Tn)	546	769	1.314

(Tabla 6)



(Fig 1)

	2005-06	2006-07	2007-08
Nº de Terminales Reciclados	39.745	43.428	74.652
Nº de Terminales Reutilizados	30.000	56.707	95.477

(Tabla 7)

¿Qué hemos hecho?

Consumo de Energía

Plan de Eficiencia Energética de Red

El consumo de energía en el funcionamiento y refrigeración de los equipos de la red de telecomunicaciones supone más de las tres cuartas partes del consumo total. Los equipos de red utilizan energía para su funcionamiento, pero la mayor parte de la energía se consume en las operaciones de refrigeración requeridas para regular la temperatura de nuestros equipos.

El aumento de nuestra actividad en los últimos años ha sido espectacular. No obstante, debido a las medidas establecidas para el control de consumo de energía hemos conseguido que éste no aumente de forma proporcional al desarrollo de nuestra actividad (Ver tabla 1). De hecho, la reducción de nuestro consumo de energía/media de BTS, respecto al ejercicio 2005-06 ha sido de un 14,5%.

De igual forma, estamos consiguiendo controlar las emisiones de CO₂ asociadas al consumo de energía eléctrica en la red (Ver tabla 2) habiendo disminuido las emisiones de CO₂ derivadas del consumo de nuestra Red/media de BTS, un 21,3% respecto al ejercicio 2005-06.

Con el fin de continuar mejorando la eficiencia energética de nuestra red iniciada con el primer Plan de Eficiencia Energética (PEE) 2003-06, durante el ejercicio 2006-07 pusimos en marcha el 2º PEE 2006-10 (Ver www.vodafone.es/medioambiente), con el que pretendemos alcanzar los siguientes objetivos:

- Obtener unos ahorros del 8% en el consumo de energía previsto desde el inicio del ejercicio 2006-07 hasta el fin del 2009-10.
- Obtener unas reducciones en emisiones previstas de CO₂ de, al menos, el 8% y una disminución en las emisiones de CO₂ respecto al tráfico cursado del 35%.

Durante el ejercicio 2007-08, por la aplicación del citado Plan de Eficiencia Energética 2006-10, hemos conseguido unos ahorros de 21.490,5 Mwh, lo que supone un ahorro de emisiones de CO₂ de 6.790,8 toneladas (Ver tabla 3).

Desde el inicio de nuestros Planes de Eficiencia Energética en el ejercicio 2003-04, hemos logrado una reducción total de emisiones de CO₂ de 13.397,1 toneladas, lo que equivale a la cantidad que absorbería un área forestal de 1.875,6 Ha en un año.

Como muestra del continuo compromiso de Vodafone con el medio ambiente, el 21 de abril de 2008, el Consejero Delegado del Grupo Vodafone, Arun Sarin, anunció que la compañía se compromete a reducir para 2020 las emisiones de CO₂ en un 50% sobre la base del ejercicio 2006-07.

J. Bustillo. Director de Tecnología. Vodafone España.
«Innovación en la Red».

Otros consumos de Energía

Aunque el impacto causado por el consumo eléctrico en nuestras oficinas y tiendas no es tan significativo como el correspondiente a nuestras operaciones en la Red, también estamos llevando a cabo medidas de eficiencia energética en oficinas y tiendas que nos están permitiendo controlar su consumo, entre las cuales cabe mencionar las siguientes:

- Adecuación del rango de temperaturas de climatización en todos los inmuebles.
- Renovación de los equipos de aire acondicionado, instalando otros más eficientes energéticamente.
- Instalación de detectores de movimiento en algunas Sedes.
- Instalación de luminarias de bajo consumo.
- Colocación de vinilos térmicos en Tiendas.

Por otra parte, Vodafone España está potenciando la utilización de Salas de Videoconferencias entre sus empleados, de forma que permita controlar y optimizar el número de sus viajes y desplazamientos (Ver tablas 4 y 5), y por tanto el impacto medioambiental asociado en emisiones de CO₂, especialmente si se compara con el notable incremento anual de nuestra actividad. (Ver tabla 6).

Con la instalación de las salas de videoconferencia, además se facilita la conciliación de la vida personal y laboral de los empleados, y tanto las reuniones de trabajo como la formación se realizan prácticamente en tiempo real, siendo un método rápido y eficaz de comunicación que permite ahorrar tiempo y aumentar la productividad.

Reutilización y Reciclaje de Teléfonos

El rápido desarrollo de la tecnología móvil implica que los teléfonos móviles se quedan obsoletos muy rápidamente; así en España se reemplazan, de media, cada 18 meses. En el ejercicio 2007-08 Vodafone España vendió más de 8 millones de teléfonos móviles, muchos de los cuales reemplazaban a teléfonos que, en principio, seguían estando en buenas condiciones de funcionamiento.

Vodafone España recoge teléfonos móviles en desuso, así como sus accesorios (baterías, cargadores, auriculares, etc.), para su posterior reacondicionamiento y reutilización, o cuando no pueden ser reacondicionados, se separan sus componentes para su reciclaje.

Este esquema de reutilización y reciclaje supone varios beneficios, tanto medioambientales como sociales:

- Reduce la generación de residuos y previene la generación de posibles contaminantes al medio ambiente al evitar a su depósito en vertederos.
- Aumenta la vida de los componentes útiles, reduciendo la necesidad de materias primas y energía necesarias para su fabricación.
- Facilita el acceso de países en desarrollo a la telefonía móvil, al poder adquirir a menor coste teléfonos reutilizados, lo que conlleva beneficios sociales y económicos.

Vodafone España dispone de un programa para la reutilización y reciclaje de terminales, tanto para nuestros clientes particulares como para los clientes empresa autónomos. Incentivamos el reciclaje y la reutilización a través de nuestros Programas de Puntos y de Captación (Ver figura 1).

En el ejercicio 2007-08 recogimos más de 170.000 terminales en Vodafone España el 56% de los cuales han sido posteriormente reutilizados en países en vías de desarrollo (Ver Tabla 7).

También medimos la percepción de nuestros clientes y público en general en lo que respecta a nuestro comportamiento en lo relativo al reciclado y reutilización de terminales (Ver Tabla 8).

Residuos

Nuestras operaciones generan residuos, tanto en la red, como en las oficinas, tiendas y centros de atención al cliente. Vodafone España está comprometida con la reducción, reutilización y reciclado de residuos donde sea posible.

- Residuos de Red: a medida que la tecnología avanza, vamos actualizando y reemplazando nuestros equipos, lo que genera residuos. Reutilizamos internamente todo lo posible, y lo que no se puede reutilizar, se envía a un gestor especializado en su reciclaje (Tabla 9).
- Otros residuos: los principales tipos de residuos que generamos en nuestras oficinas, tiendas y centros de atención al cliente son papel, tóner, envases y embalajes, y equipos informáticos (Tabla 10).

Como se puede observar, el consumo de papel, y en correspondencia el reciclado de papel, se viene reduciendo anualmente como consecuencia tanto de campañas de sensibilización a empleados como de la implantación de soluciones para reducir la necesidad de papel en impresoras (impresión por las dos caras).

Durante el pasado ejercicio, Vodafone España puso en marcha la facturación electrónica como otra forma más de contribución a la disminución del consumo de recursos y de la generación de residuos. Un total de 122.289 clientes particulares y 2.164 empresas se han dado de alta en la factura electrónica y ya no reciben factura en papel.

Aunque no es un aspecto medioambiental significativo en nuestro negocio, controlamos también el consumo de agua (Tabla 11). Captamos y vertemos la mayor parte del agua que utilizamos en la red de saneamiento. En cuanto a vertidos accidentales, no hemos tenido este ejercicio ninguno relevante.

Durante el año 2007 hemos utilizado para la venta de teléfonos 203.994 kg de envases y embalajes (la mayoría de ellos compuestos de papel y cartón o plásticos), habiendo sido declarados todos ellos a Ecoembes. Estamos llevando a cabo planes para minimizar nuestros envases, de manera que generen posteriormente menos residuos que éstos o sean más fácilmente reciclables (Tabla 12).

Vodafone España no fabrica móviles ni equipos de red, pero animamos a nuestros proveedores a diseñar equipos y dispositivos que sean más fácilmente reciclables y que estén fabricados con materiales más ecológicos. En este sentido, en Vodafone España nos aseguramos de que los equipos que compramos y distribuimos, cumplan con los requisitos indicados en la normativa Europea (RoSH y WEEE)² y Nacional (RAEE) en relación con los residuos electrónicos.

Todas estas actuaciones se complementan con el seguimiento que periódicamente se realiza de la

■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Reciclar más teléfonos móviles y accesorios».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	38	49	13
Media Ejercicio 2006-07	44	44	12
Media Ejercicio 2007-08	40	47	13

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	63	26	11
Media Ejercicio 2006-07	62	28	10
Media Ejercicio 2007-08	63	29	8

(Tabla 8)

	2005-06	2006-07	2007-08
Equipos de Red Reciclados (Toneladas)	250,4	180,8	62,5

(Tabla 9)

	2005-06	2006-07	2007-08
Toneladas de Papel Comprado	137	97	81
Toneladas de Papel Reciclado en Vodafone	290,2	258,7	196,7

(Tabla 10)

	2005-06	2006-07	2007-08
Total agua utilizada (m³)	134.898	154.320	123.443

(Tabla 11)

	2005	2006	2007
Kg de envases y embalajes	129.572	283.821	203.994

(Tabla 12)

² RoHS son las siglas en inglés de "Restriction of Hazardous Substances" (Restricción de sustancias peligrosas).

WEEE son las siglas en inglés de "Waste Electrical and Electronic Equipment" (Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos: RAEE).



■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Minimizar el impacto de sus productos y operaciones en el medio ambiente».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	36	48	16
Media Ejercicio 2006-07	39	46	15
Media Ejercicio 2007-08	36	49	15

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	57	34	9
Media Ejercicio 2006-07	54	39	7
Media Ejercicio 2007-08	59	35	6

(Tabla 13)

	2006-07	2007-08
ODP ³ Contenido en equipos	816,6	721,9
ODP Recargado	155,2	84,7

(Tabla 14)

	2006-07	2007-08
GWP ⁴ Contenido en equipos	36.561.798,0	30.836.028,8
GWP Recargado	10.265.600,3	6.869.883,8

(Tabla 15)

Opinión Externa  **A. de Marichalar.** Conde de Ripalda
Presidente.
FORO SORIA XXI 

■ "Vodafone España lleva años apostando por aplicar prácticas responsables para favorecer el medio ambiente, pero sobre todo ha sabido adelantarse en el tiempo en lo que significa trabajar por un desarrollo sostenible que aúna el progreso y la rentabilidad económica, con el progreso y los avances sociales y culturales, en combinación con la protección del medio ambiente que nos acoge a todos y a cualquier actividad que queramos emprender pensando en los mismos derechos que hemos de legar a las futuras generaciones.

(...)

En esta línea hemos venido siguiendo con especial interés la apuesta de Vodafone y el convencimiento de su principal activo, su equipo humano, trabajando en todas las áreas de la sostenibilidad.

(...)

Mi felicitación a todas las personas de Vodafone y a sus máximos responsables por este ejemplo desde un profundo compromiso ético por un desarrollo sostenible."

percepción que nuestros clientes y público general tiene sobre Vodafone España en cuanto a su comportamiento en lo relativo a la minimización de su impacto medioambiental (Ver tabla 13).

Sustancias que agotan la capa de ozono

La capa de ozono forma parte de la atmósfera de la Tierra. Es esencial para la supervivencia de los seres humanos y de otros seres vivos porque filtra la radiación ultravioleta dañina procedente del sol. Algunos gases (incluidos los CFCs y los HCFCs) contenidos en los equipos de aire acondicionado, dañan la capa de ozono y provocan que existan niveles más altos de radiación ultravioleta, lo que podría tener consecuencias negativas para la salud de las personas. (Tablas 14 y 15).

En Vodafone España estamos llevando a cabo un plan de sustitución de estos gases por otros que no dañan la capa de ozono (R 407 o R 410).

Con objeto de incrementar la concienciación medioambiental de los empleados se vienen desarrollando campañas informativas con recomendaciones para minimizar el impacto ambiental en nuestra actividad diaria. Algunas de estas recomendaciones se recogen a continuación:

¿Y tú qué puedes hacer por el medio ambiente?

- Desenchufa tu cargador cuando tu teléfono esté cargado. Los cargadores continúan consumiendo energía mientras están enchufados.
- Solicita tu factura electrónica a través de la web, de esta manera evitarás el consumo de papel y la generación de residuos.
- Utiliza las videoconferencias en tu trabajo: en lugar de conducir o volar a una reunión presencial. Ahorrarás energía y reducirás las emisiones de CO₂ que contribuyen al Cambio Climático y otras emisiones contaminantes, al mismo tiempo que mejorarán la conciliación de la vida personal y laboral.
- Recicla tu viejo móvil, no lo tires. Ayudarás a disminuir la generación de residuos, evitarás que materiales peligrosos puedan alterar el medio ambiente y reducirás la necesidad de fabricar nuevos terminales y componentes. Además, si lo entregas en cualquier tienda Vodafone, obtendrás puntos y estarás ayudando a que países en vías de desarrollo puedan tener un acceso más fácil a esta tecnología.

¿Qué haremos?

- Reducir un 8% el consumo de energía previsto en Red. Marzo de 2010.
- Conseguir una reducción del 35% en las emisiones de CO₂/MB de tráfico. Marzo de 2010.
- Reducir las emisiones de CO₂ con objeto de contribuir a la consecución del objetivo del Grupo Vodafone de reducir el total de emisiones en un 50% respecto al 2006-07. Marzo de 2020.
- Continuar con la implantación de los Sistemas de Reutilización y Reciclado, con el fin de aumentar en un 17% los teléfonos recogidos en el ejercicio anterior.

³ El ODP (Potencial de Agotamiento del Ozono) de cada sustancia se calcula partiendo de una escala que tiene como base un Kg CFC-11, al cual se le asigna un valor de 1.

⁴ El GWP (Potencial de Calentamiento Global) de las sustancias se calcula teniendo como base 1 kg de CO₂, al que se le asigna un valor de 1.

Nuestros servicios móviles dependen de una red de telecomunicaciones compuesta, entre otros elementos, por centros de conmutación y por estaciones base que cursan el envío y recepción de llamadas de voz y de datos.

Las infraestructuras de las estaciones base a menudo se localiza en torres, en el tejado de edificios o en estructuras existentes. Algunas personas piensan que hay muchas estaciones base debido al número de operadores y de usuarios de telefonía móvil, pero el número de estaciones base está también determinado por la tecnología utilizada. La continua mejora de nuestra cobertura y capacidad, así como el lanzamiento de nuevos servicios tales como videollamadas, Internet y televisión por móvil, hace que sean necesarias más estaciones base que soporten los niveles de tráfico de red.

Somos conscientes de la preocupación de una parte de la población sobre las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil. Por este motivo, desde Vodafone se promueve y anima a la realización de estudios e investigaciones en campos electromagnéticos. Algunos de los estudios más relevantes pueden consultarse en nuestra web www.vodafone.es/antenasysalud

■ ¿A qué nos comprometimos?

- Ampliar las actividades de involucración con los Grupos de Interés con objeto de mejorar su opinión sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a Telefonía Móvil y Salud (con relación a los resultados de las encuestas 2006-07).
- Formación/Comunicación sobre Políticas y Guías de DRR (Despliegue Responsable de Red) a Empleados y Proveedores.
- Evaluar cumplimiento por Vodafone España de la Política de DRR.
- Continuar midiendo la opinión del público sobre nuestro Despliegue de Red y mejorar la aceptación pública (sobre la base 2006-07) para marzo 2009.

■ ¿Qué hemos hecho?

Telefonía Móvil y Salud

En mayo de 2007, los operadores de telecomunicaciones con red propia (Ono, Orange, Telefónica y Vodafone) crearon Redtel. Desde esta asociación, se están haciendo grandes esfuerzos para informar no solo a los ayuntamientos, sino también a los ciudadanos, de que las estaciones base son seguras porque cumplen, con un amplio margen, con la normativa europea y española sobre los niveles de emisión.



Cumplimiento de la legislación

Las estaciones base de Vodafone España cumplen con la normativa europea y estatal vigente en materia de emisiones radioeléctricas (Ver tabla 1).

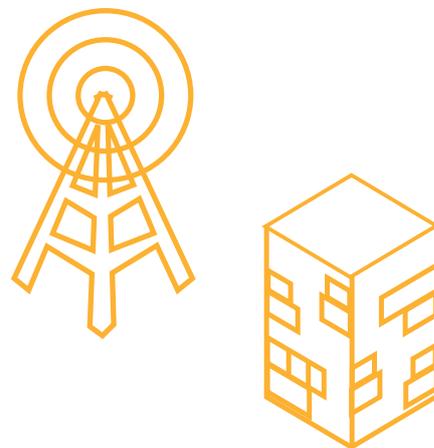
Como continuación del "Código de Buenas Prácticas para las instalaciones de Telefonía Móvil" elaborado por la FEMP (Federación Española de Municipios y Provincias) en colaboración con AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España), en diciembre de 2007, la FEMP aprobó el Modelo de Ordenanza Municipal Reguladora de la Instalación y Funcionamiento de Infraestructuras Radioeléctricas. Este modelo de ordenanza traslada hasta el ámbito de las competencias municipales el espíritu que inspiró la aprobación de la Disposición Adicional 12 de la Ley 32/2003 General de Telecomunicaciones, que reconoce la necesidad de solucionar las dificultades que se están encontrando para el despliegue de infraestructuras de comunicaciones, y de hacerlo respetando las competencias municipales en materia de ordenación urbanística y protección medioambiental. (Ver información adicional en www.femp.es/sati).

El objeto de dicho Modelo de Ordenanza es regular las condiciones urbanísticas y medioambientales a las que deben someterse la ubicación, instalación y funcionamiento de las infraestructuras radioeléctricas de telecomunicación en el término municipal, a fin de que su

Emisiones Radioeléctricas: normativa aplicable

- Europea: recomendación del Consejo de Ministros de Sanidad de la Unión Europea, 12 de julio de 1999, relativa a la exposición del público en general a campos electromagnéticos.
- Estatal:
 - Real Decreto 1066/2001, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento que establece condiciones de protección del dominio público radioeléctrico, restricciones a las emisiones radioeléctricas y medidas de protección sanitaria frente a emisiones radioeléctricas.
 - Orden CTE/23/2002, de 11 de enero, por la que se establecen condiciones para la presentación de determinados estudios y certificaciones por operadores de servicios de radiocomunicaciones.

(Tabla 1)



8 Despliegue de nuestra Red

■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Tratamiento Responsable de emisiones radioeléctricas de antenas de telefonía móvil y su relación con la salud».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	37	49	14
Media Ejercicio 2006-07	40	45	15
Media Ejercicio 2007-08	35	51	14

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	52	37	11
Media Ejercicio 2006-07	54	37	9
Media Ejercicio 2007-08	58	35	7

(Tabla 2)



A. Ros Domingo. Alcalde de Lleida
Presidente del Área de Sociedad de la Información y Nuevas Tecnologías.
FEMP

■ "La extensión de las telecomunicaciones y su aplicación a la sociedad han posibilitado, sin duda, un cambio del modelo social al que no ha sido ajena la propia transformación organizativa de las entidades locales, alternando el modelo jerárquico y centralizado hacia entornos de gestión más abiertos y deslocalizados, mediante la creación de oficinas de atención en los barrios o distritos, unidades técnicas especializadas en la atención al ciudadano, etc., hasta alcanzar el modelo de gestión basado en la Web, actualmente itinerando hacia modelos de web social en el entorno de Internet 2.0.

El trayecto recorrido ha sido, pues, largo y fructífero aunque no esté resuelto plenamente, ya que queda aún mucha labor por hacer.

Igual que en el ámbito de lo privado, las empresas se organizan de acuerdo a unos objetivos y un plan estratégico que puede identificarse y asociarse con su cadena de valor y con la creación de valor (privado), y establecer a partir de este punto un plan de empresa, basado en su propia cadena de valor, las administraciones debemos focalizar la aplicación de nuestros recursos para desarrollar procesos y servicios, para diseñar nuestra estrategia de modernización con el foco puesto en la creación de valor público, en las sinergias con el entorno.

Sin la aportación de las telecomunicaciones, y de la voluntad de servicio de empresas como Vodafone, difícilmente alcanzaremos estos objetivos. Desde la comisión de Sociedad de la Información de la FEMP, y con la colaboración de las operadoras, hemos generado servicios como el SATI, elementos que permiten dinamizar y apoyar el despliegue armónico, ordenado y seguro de las infraestructuras de radiocomunicación. En esta fructífera línea de colaboración debemos continuar sumando esfuerzos."

implantación se realice con todas las garantías de seguridad y se produzca el mínimo impacto visual y medioambiental en el entorno urbano y rural. También es objeto de este Modelo de Ordenanza el establecimiento de un procedimiento ágil de tramitación de las preceptivas licencias municipales, en concordancia con lo establecido en el artículo 29 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

En líneas generales, continuamos trabajando con las diferentes Administraciones para hacer entender que los plazos en la concesión de licencias tienen impacto no solo en el desarrollo de la red, sino que influyen también en el proceso de dar cobertura a determinadas áreas que carecen de ella, así como en la ampliación de los beneficios de la Sociedad de la Información.

Cumplimiento de los niveles SAR (Tasa Específica de Absorción – "Specific Absorption Rate")

En la web www.vodafone.es/antenasysalud se referencian los niveles SAR de los teléfonos comercializados por Vodafone España.

Por otra parte, en enero de 2008 se realizó una auditoría por parte del Grupo Vodafone que comprendió el 100% de nuestros terminales en venta, con el fin de constatar el cumplimiento de nuestra política de información sobre emisiones electromagnéticas.

El resultado general de la auditoría fue altamente satisfactorio, habiéndose detectado únicamente que algunos terminales necesitaban algún tipo de corrección en la información facilitada a nuestros clientes en el manual de usuario. Estas correcciones ya han sido realizadas por las empresas suministradoras de los terminales.

Transparencia en la Comunicación

Vodafone España continua realizando encuestas trimestrales a nuestros clientes y público en general sobre nuestras acciones de comunicación relacionadas con las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil (Ver tabla 2).

Además, durante el primer trimestre de 2008 la consultora Nunwood realizó un estudio para Vodafone, con el objetivo de conocer la percepción de los Grupos de Interés en lo relativo a la responsabilidad con que se asumen las cuestiones relacionadas con las emisiones de antenas y terminales de telefonía móvil. El estudio se realizó a través de una serie de entrevistas realizadas a autoridades locales, organismos de sanidad, ONG's, medios de comunicación, miembros de la Comunidad Científica y Académica, y asociaciones empresariales.

El resultado del estudio fue que el 87,8 % de los entrevistados consideraba que Vodafone se tomaba en serio sus responsabilidades en cuanto a telefonía móvil y salud. Este porcentaje supone un incremento de 13,8 puntos sobre el resultado del año anterior.

Despliegue Responsable de Red

Durante el ejercicio 2007-08 Vodafone España ha continuado desplegando su red de instalaciones 3G, incrementándola con más de 2.300 elementos de red adicionales, lo que ha supuesto una inversión superior a los 700 millones de euros. En la actualidad disponemos de más de 20.000 elementos de red, de los que casi 9.000 disponen de tecnología 3G.

Para el despliegue de estos elementos de Red, Vodafone España ha tenido en cuenta tanto su Política de Despliegue Responsable de Red y las Guías que la complementan, como el Código de Buenas Prácticas firmado por las operadoras de telefonía móvil. Ver información adicional en www.femp.es/sati

Además, con objeto de asegurar el adecuado conocimiento y aplicación de dicha Política, desde la unidad de Responsabilidad Corporativa se han impartido cursos internos y externos de Medio Ambiente dirigidos a empleados y proveedores, donde se hacía especial hincapié sobre los aspectos contemplados en la Política de Despliegue Responsable de Red.

Por otra parte, en cumplimiento del RD 1066/2001, se han realizado 3.300 mediciones de emisiones radioeléctricas de estaciones base, constatando que todos los niveles de emisión se encontraban muy por debajo de los límites establecidos en el Real Decreto.

Emplazamientos compartidos

Vodafone España ha continuado realizando un especial esfuerzo en compartir el mayor número posible de emplazamientos con el resto de operadoras, con el objetivo de disminuir así el impacto medioambiental asociado. En este sentido, el ejercicio 2007-08 ha sido en el que por primera

vez se ha conseguido que más del 50% del despliegue haya sido realizado en instalaciones ya existentes de otras operadoras de telefonía móvil o en torres ya instaladas de otras empresas proveedoras de emplazamientos.

El fuerte compromiso por compartir estaciones base con las otras empresas del sector de la telefonía móvil con red propia nos ha llevado a conseguir instalar nuestras antenas en más de 800 emplazamientos ajenos, permitiendo asimismo que otras operadoras ubiquen sus instalaciones en más de 900 de nuestros emplazamientos.

Es destacable el hecho de que durante el ejercicio 2007-08 Vodafone junto con otras operadoras, han llevado a cabo, tras un importante esfuerzo técnico, el despliegue compartido de la red de acceso para dar cobertura a los nuevos tramos AVE inaugurados este ejercicio: Madrid-Valladolid; Barcelona-Roda de Bara; y Málaga-Antequera.

Red de Acceso 3G

Durante el ejercicio 2007-08 ha comenzado la implantación del acuerdo firmado con Orange en octubre de 2006 por el cual ambas operadoras comparten las infraestructuras de sus redes 3G en poblaciones de menos de 25.000 habitantes, lo que permite una agilización del despliegue por todo el territorio nacional de la tecnología UMTS. Con el citado acuerdo se conseguirá mejorar la cobertura de ambas operadoras en un 25% y la reducción de un 40% el número total de emplazamientos necesarios para el despliegue de redes en esas zonas.

Dentro de este proyecto, y en las poblaciones de menos de 25.000 habitantes, Vodafone y Orange han superado las 800 instalaciones 3G en emplazamientos de la otra operadora, con la consiguiente mejora de cobertura UMTS en estas poblaciones.

Consolidación de emplazamientos 2G

Asimismo, dentro del citado acuerdo firmado entre Orange y Vodafone, se contempla también la consolidación de emplazamientos 2G de ambas operadoras en una única infraestructura y el desmantelamiento de la otra infraestructura.

Durante este ejercicio 2007-08 se ha realizado la consolidación de más de 200 instalaciones existentes 2G.

Relación con los Propietarios de emplazamientos

Durante el ejercicio 2007-08 Vodafone España ha atendido más de 11.000 llamadas de nuestros propietarios de emplazamientos en la Plataforma de Atención al Propietario (Ver www.vodafone.es/comunidades).

El seguimiento de estas llamadas, nos permite resolver de una forma ágil no solo sus consultas, sino también las distintas incidencias originadas en los emplazamientos. (Ver Figura 1)

En la Tabla 3 puede observarse la percepción que tanto el público general, como nuestros clientes tienen sobre las actuaciones que está realizando Vodafone España en lo relativo al Despliegue Responsable de Red.

¿Qué haremos?

- Continuar midiendo la opinión de los Grupos de Interés, sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a Telefonía Móvil y Salud e Intensificar Campañas de Información.
- Continuar midiendo la opinión del público sobre nuestro Despliegue de Red y mejorar la aceptación pública (sobre la base 2006-07).
- Verificar/ Auditar el cumplimiento de la Política de DRR por parte de los subcontratistas. Marzo 2010.

■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Realizar una selección y diseño de sus antenas, que trate de minimizar el impacto ambiental».

Público en general			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2006-07	35	49	16
Media Ejercicio 2007-08	34	51	15

Clientes			
	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2006-07	63	29	8
Media Ejercicio 2007-08	57	33	10

(Tabla 3)



Figura 1



El valor de una compañía se mide por las personas que la componen, y en el caso de Vodafone España estamos convencidos de que nuestro conjunto de acciones individuales contribuyen a conformar tanto la experiencia final de nuestros clientes como la reputación de la compañía y es la razón por la cual se ha desarrollado el plan "Juntos Construimos Vodafone".



Juntos Buscamos

Selección:
saber, adaptar, avanzar.



Juntos Conectamos

Comunicación e Involucración:
fluidez, transparencia, interacción.



Juntos Avanzamos

Desarrollo profesional:
mejorar, aspirar, actuar.



Juntos Valoramos

Compensación y Reconocimiento:
comprender, valorar, reconocer.



Juntos Aseguramos

Wellbeing, bienestar en el trabajo:
velar, cuidar, asegurar.



Juntos Cambiamos

Organización y Cambio:
conocer, asumir, participar.

■ ¿A qué nos comprometimos?

- Elaborar un Plan derivado de la nueva Ley de Igualdad, estableciendo objetivos a alcanzar, y actuaciones a implantar.
- Implantar las actuaciones del Plan de Igualdad. Marzo 2009.
- Establecer un Programa de hábitos saludables en el trabajo.

■ ¿Qué hemos hecho?

Vodafone España, además de ser un importante generador de empleo directo e indirecto, se caracteriza por crear empleo de calidad y por apostar por la diversidad e igualdad de oportunidades (Ver tablas 1 a 5).

Selección y Desarrollo Profesional

Para ayudar a identificar las oportunidades de desarrollo profesional, Vodafone España dispone de la herramienta de evaluación de desempeño denominada "Performance Dialogue". Este es un proceso clave de negocio que se ha revelado como una excelente oportunidad para dar y recibir "feedback", para definir los objetivos de equipo e individuales, así como para acordar las acciones que ayudarán a conseguirlos. Este proceso, al mismo tiempo, contribuye a mejorar el diálogo entre mandos y colaboradores.

En el ejercicio 2007-08, el 99,03% de la plantilla utilizó este proceso.

Además, como una herramienta clave para contribuir al desarrollo profesional, Vodafone España apuesta por la Formación de sus profesionales (Ver tablas 6 y 7).

Durante el ejercicio 2007-08 se han llevado a cabo numerosos programas y acciones relacionados con la Selección y Desarrollo Profesional, entre los cuáles cabe destacar los siguientes:

- **Selección**
 - Implantación de procesos de selección específicos para el personal de tiendas y Atención al Cliente.
 - Lanzamiento de los nuevos programas de Becarios y "Top Talent". (Ver figura 1).
 - Implantación de nueva política y proceso de selección y entrenamiento para los proveedores de servicios de Recursos Humanos.
- **Formación y Desarrollo Profesional**
 - Implantación de la primera fase del Programa "One Way" (programa específico de formación para los gestores de personas de la compañía).
 - Consolidación del sistema "Performance Dialogue".
 - Adaptación del programa de formación corporativa.
 - Incremento significativo de la formación on-line: en el ejercicio 2007-08 la formación "online / blended" ha representado el 25% del total de horas de formación realizadas, habiendo destacado las siguientes iniciativas:
 - Formación corporativa: programas "online" de Inglés (350 empleados y 90 becarios), Programa de Becarios "Basic eLearning Internship program" (BEIP), Catálogo abierto de formación online (tecnología para no tecnólogos, conferencias digitales, etc.) y Formación de acogida para el "Talent program". Asimismo, se han realizado por el canal online, dos cursos transversales obligatorios: "Business Continuity Planning" y "Be the customer", con un impacto superior al 90% de la compañía.

Opinión Interna



L. García Esteban

Vicerrector de alumnos
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID



■ "La Universidad Politécnica de Madrid (UPM) valora las destacadas iniciativas de Vodafone en lo relacionado a los programas de conciliación que lleva a cabo, así como a los beneficios sociales. También valoramos sus programas de atracción, desarrollo y retención de talento.

En un entorno que fomenta la iniciativa, la autonomía y la corresponsabilidad, Vodafone facilita la integración y el desarrollo del estudiante y recién titulado mediante programas de formación específicos, herramientas de colaboración y gestión del conocimiento (teamrooms, wikis, blogs, podcast, etc.), o planes de tutorización, evaluación y desarrollos personalizados."

- Formación de Unidades de Negocio: acciones formativas de productos y servicios en las Escuelas de Ventas de las Unidades de Negocio.

Comunicación Interna

Las herramientas de Comunicación Interna que se utilizan son cada vez más elaboradas y diversas, con el principal objetivo de personalizar al máximo la oferta de comunicación a los diferentes segmentos de clientes internos, para ofrecer un servicio aún más próximo a sus necesidades.

Entre otros, los canales de Comunicación Interna utilizados son:

- Campañas de comunicaciones específicas, en función del objetivo concreto a comunicar.
- Intranet Global.
- Noticias en formato de vídeo accesible desde la Intranet y desde el móvil.
- Comunicación recopilatoria de información "La Repesca semanal".
- Envío de SMS y MMS a móviles de empleados.
- Concursos a través de la Intranet.
- Eventos, convenciones, reuniones internas: organización, comunicación y logística.
- Videoconferencias.

Dentro del Plan llevado a cabo por Comunicación Interna se incluye un conjunto de acciones para dar a conocer a los empleados de Vodafone España el Programa de Responsabilidad Corporativa y sus distintas actividades (Ver Cap. 3: "La Responsabilidad Corporativa en Vodafone").

Durante el ejercicio 2007-08 Vodafone España recibió el "Premio a las Mejores Prácticas en Comunicación Interna", promovido por el Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa.

Beneficios Sociales e Igualdad de Oportunidades

Vodafone ofrece un amplio Programa de Beneficios Sociales entre los que destaca el Plan de Conciliación de la Vida Laboral y Familiar. (Ver www.vodafone.es/rcyempleados) (Ver figura 2).

En el marco de la "Ley de Igualdad Efectiva para hombres y mujeres" de 2007, se establece que las compañías de más de 250 empleados, deberán elaborar y aplicar un Plan de Igualdad que debe ser negociado con los representantes de los trabajadores en el marco de los Convenios Colectivos de ámbito empresarial.

El conjunto de medidas que constituirán nuestro Plan de Igualdad vendrán definidas después del diagnóstico previo de la situación que actualmente estamos abordando. También hemos celebrado Comisiones de Igualdad junto con la representación legal de los trabajadores para avanzar en este sentido.

El Convenio Colectivo vigente incluye los salarios base de los empleados de Vodafone España por categoría profesional, no existiendo ninguna diferencia por razón de sexo. Por otra parte, todos los empleados de Vodafone España tienen una parte de su remuneración variable (al menos un 6%), ligada al cumplimiento de objetivos.

Actualmente nos encontramos en el proceso de negociación del que será nuestro IV Convenio Colectivo de Vodafone España, estando previsto implantar el Plan de Igualdad una vez sea firmado dicho Convenio. Se fijarán entonces los objetivos a alcanzar, las estrategias y actuaciones concretas, así como los sistemas eficaces de seguimiento del cumplimiento de los objetivos.

Relaciones Laborales en Vodafone España

La Dirección de Relaciones Laborales se constituye en cauce permanente de contacto entre los representantes sociales y la dirección de la compañía, canalizando la comunicación, relación y participación entre ambos.

Así, en el momento en el que cualquiera de las dos partes entiende que un asunto resulta de interés, por su relevancia o impacto en nuestros empleados, solicita de la otra la necesidad de reunirse, de una forma natural y siempre reinando un clima de trabajo y cooperación conjunto. Los temas tratados van desde cuestiones individuales de los empleados a la marcha del Grupo Vodafone en el mundo. La evolución del Grupo, los cambios organizativos, las políticas generales que afectan a los empleados tanto individual como colectivamente tratados, etc...son los asuntos

	2005-06	2006-07	2007-08
Nº de Empleados	4.085	3.959	3.939

(Tabla 1)

	2005-06			2006-07			2007-08		
	Indefinido completo	Indefinido parcial	Temporal	Indefinido completo	Indefinido parcial	Temporal	Indefinido completo	Indefinido parcial	Temporal
% Tipología de contratos	97,0	0,7	2,3	96,5	0,7	2,8	96,5	1,3	2,2

(Tabla 2)

	Plantilla por Edad									
	2006-07					2007-08				
	<25	25-34	35-44	45-55	>55	<25	25-34	35-44	45-55	>55
Hombres	48	937	1.105	124	27	36	696	1.250	179	29
Mujeres	25	893	729	63	8	18	684	940	99	8

(Tabla 3)

	Rotación Voluntaria 2007-2008				
	<25	25-34	35-44	45-55	>55
Hombres	0,2%	1,1%	0,7%	0,1%	0,0%
Mujeres	0,1%	0,7%	0,3%	0,0%	0,0%

(Tabla 4)

	2005-06		2006-07		2007-08	
	% Hombres	% Mujeres	% Hombres	% Mujeres	% Hombres	% Mujeres
% de Empleados por sexo	57,3	42,7	56,6	43,4	55,6	44,4
% cargos de dirección por sexo	73,3	26,7	72,4	27,6	72,8	27,2

(Tabla 5)



9 Empleados

	2005-06	2006-07	2007-08
Nº de horas de Formación/empleador	99,3	86,3	72,9

(Tabla 6)

	Especialistas	Mandos Intermedios	Directivos
Nº de horas de Formación/colectivo (ejercicio 2007-08)	76,8	55,6	30,0

(Tabla 7)



Figura 1



(Fig 2)

que con mayor frecuencia forman parte del trabajo entre los representantes sociales y la Dirección de Relaciones Laborales.

Este diálogo posibilita una información con preaviso de aquellos cambios y políticas que merezcan del mismo, permitiendo el establecimiento y la construcción de mecanismos proactivos para tener en cuenta en dichos cambios y políticas las pretensiones de los empleados, impidiendo que se conviertan en problemas por falta de soluciones a tiempo para corregirlos.

Actualmente, en Vodafone España existen 50 representantes sindicales, que se configuran como la representación social de la Compañía. La dotación de medios materiales y humanos supera con creces lo establecido por la Ley para estos casos, dada la importancia que se otorga a la participación en Vodafone España.

El Convenio Colectivo vigente, alcanza a la totalidad de la plantilla

Como ejemplos de temas tratados de manera conjunta entre la dirección de la compañía y los representantes sociales podemos señalar las Comisiones de:

- Formación.
- Seguimiento de aumentos de masa salarial.
- Plan de Igualdad.
- Tecnología.
- Gestión de Clientes.
- Comercial.
- Comisión Paritaria de Seguimiento y Control del Convenio Colectivo de Vodafone España.
- Transporte Colectivo.

Asimismo, el Grupo Vodafone tiene establecido un foro europeo de debate y representación social, el denominado Consejo Consultivo Europeo de Representantes de los Empleados de Vodafone, compuesto por representantes de todas la operadoras europeas, y liderado en estos momentos por un representante español.

Seguridad, Salud y Bienestar

En Vodafone se continúa avanzando en el desarrollo de una cultura que pone el foco en la Seguridad, Salud y Bienestar de los empleados, así como en salvaguardar la de aquéllos que colaboran con nosotros o puedan verse afectados por nuestras actuaciones (clientes, empresas colaboradoras, empresas del sector, organismos oficiales...).

El desarrollo de la cultura preventiva se realiza a través de 6 pilares básicos que se esquematizan en la siguiente figura:



- Rol del equipo de PRL (Prevención de Riesgos Laborales): este pilar implica proactividad; apoyo a los mandos y empleados para que realicen su trabajo; sustitución del trabajo burocrático por la búsqueda del valor añadido; colaboración en vez de control; etc.
- Conocimiento del negocio: alinear e integrar la prevención en el negocio a través del conocimiento de los objetivos del negocio, la estrategia, los valores de la marca, sus necesidades, su entorno competitivo, etc.
- Aportar valor añadido a la compañía, de forma que cualquier actividad realizada en el marco de la PRL, sobrepase el mero cumplimiento formal de unas obligaciones legales.
- Responsabilidad de los empleados claramente definida y comunicada para asegurar la participación y la implicación de todos.
- Hábitos: formación, información y comunicación. Desarrollo de este tipo de iniciativas para lograr cambios de actitud en las personas dentro y fuera del trabajo; es decir, lograr que la seguridad, salud y bienestar se integre en su forma de vida.
- Influir en nuestro entorno porque somos una empresa responsable que persigue lo mejor para todas las personas, ya sean empleados, trabajadores de contratas, clientes, etc. y, por otra parte, facilita la implantación interna de esta cultura el hecho de que nuestro entorno desarrolle hábitos similares.

Iniciativas para la Promoción de la Prevención, la Salud y el Bienestar

Hábitos Saludables

Durante 6 semanas consecutivas se ha desarrollado una campaña de "Hábitos Saludables" para fomentar la salud y bienestar de los empleados de la compañía, que tenía como lema "¿Hábitos saludables? Vodafone se preocupa por ti. Hazlo tú también". El objetivo de dicha campaña ha sido informar de los medios que pone la compañía a disposición de los empleados para desarrollar su bienestar y, lograr el compromiso de estos en el desarrollo de este tipo de prácticas. La campaña ha contemplado 5 aspectos de la salud:

1. "Si quieres reducir el colesterol, hazlo de corazón", orientado al cuidado específico de la salud.
2. "Una dieta verde reduce tus kilos y tus preocupaciones", promoviendo hábitos alimenticios más sanos.
3. "Abandona los malos humos", para fomentar el abandono del tabaco.
4. "Si no te mueves, pierdes.", animando a la realización del ejercicio físico.
5. "Cúdate con una buena sonrisa", complementando lo anterior con el desarrollo y práctica de la salud mental.

La campaña se ha lanzado a través de los manteles individuales utilizados en las cafeterías y restaurantes de la empresa (se han impreso 65.000 en papel 100% libre de cloro) (Ver figura 3), "banners", y ampliación de contenidos en la intranet de la empresa, MMS a los móviles de los empleados y la realización de otros eventos, como la organización de "stands" en los locales de la Compañía para promover el abandono del tabaco, en colaboración con la campaña "HELP" promovida por la UE en la que han participado más de 1.000 empleados.

Hábitos de Trabajo Seguro

Durante el año 2007-08 destaca el desarrollo de las siguientes iniciativas en el ámbito de los Hábitos de Trabajo Seguro:

- Semana de la PRL en la Región: han sido promovidas por las diferentes Direcciones Técnicas Regionales de nuestra Compañía y han tenido como objetivo reflexionar sobre las prácticas y los procesos en materia de PRL desarrolladas por Vodafone España y sus proveedores, así como difundir las políticas preventivas de la empresa y la influencia de estas prácticas en la Responsabilidad Corporativa de la empresa. Esta iniciativa se ha desarrollado en las Regiones Centro, Norte, Noreste, Noroeste, Levante-Murcia y Baleares.
- Campaña "6 meses, 6 causas": en la que a través de mensajes recurrentes, se han difundido metodologías para facilitar el desarrollo de prácticas de seguridad y mejorar el control del trabajo de las empresas externas. El alcance de esta iniciativa ha superado los 120 suministradores.
- Proyecto para actualizar el compromiso de cumplimiento por parte de los suministradores de los requisitos en materia de PRL establecidos por Vodafone y para fomentar el desarrollo de prácticas orientadas a lograr la meta de "0 accidentes de trabajo". El alcance de esta iniciativa ha superado los 120 suministradores.

Premio "Prever 2007"

Vodafone España ha visto reconocida su labor en favor de la divulgación e implantación de la PRL en el tejido socio-laboral de nuestro país por la concesión del premio "Prever 2007", siendo el primer operador de telecomunicaciones nacional que lo recibe. Este premio ha sido otorgado por el Consejo General de Relaciones Industriales y Licenciados en Ciencias del Trabajo, y la Consejería de Trabajo de la Xunta de Galicia, y ha contado con la colaboración de algunas de las más importantes entidades dentro del mundo de la PRL como son la Agencia Europea para la Seguridad y Salud en el Trabajo, el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, o la Fundación para la Prevención de Riesgos Laborales.



(Fig 3)





P. Díaz
Director de RR. HH.
Vodafone España



“Vodafone España, como compañía con clara vocación de servicio a sus clientes, tiene entre sus valores más destacados el compromiso con sus empleados. Ello se traduce en una cultura basada en el respeto mutuo y la confianza, lo que permite generar un entorno donde éstos pueden dar lo mejor de sí mismos, al tiempo que facilita el desarrollo de sus capacidades y aspiraciones profesionales.

En la función de RR.HH. de Vodafone creemos que la aplicación de políticas que fomenten y potencien la meritocracia, el compromiso, la diversidad en todos sus términos, la colaboración y el trabajo en equipo, unas relaciones laborales responsables, la orientación a objetivos y resultados y el sentido de la responsabilidad favorece la atracción y retención de los mejores profesionales, y a su vez dar el mejor servicio a nuestros clientes y cumplir con los compromisos con nuestros accionistas”.

Además, se han desarrollado numerosas actividades formativas, entre las cuales destacan las siguientes:

- Medidas de emergencia.
- Conducción segura.
- Bienestar en la Oficina.
- Seguridad Vial.
- Primeros auxilios.

En total se han impartido 1.484 horas de Formación en Prevención.

Accidentalidad y Absentismo

Este año, la evolución de la accidentalidad no ha sido tan positiva como en años anteriores, debido a 5 accidentes con baja ocurridos durante la realización de actividades extralaborales (Reuniones de inicio de ejercicio o Cursos de Formación al aire libre). Sin estos accidentes, nuestros niveles de accidentalidad habrían estado en unos niveles prácticamente iguales a los del año anterior (ver Tabla 8):

Es destacable que un año más, el nº de accidentes muy graves y de fallecidos, tanto de empleados de Vodafone España como de sus proveedores, ha sido cero.

Desde hace unos años hemos empezado a gestionar el absentismo de la empresa. Para poder realizar una gestión precisa del mismo, hemos estado trabajando y aprendiendo sobre cómo establecer un sistema de registro que diera fiabilidad a la información obtenida, lo que ha supuesto que este sistema se haya ido actualizando con el paso del tiempo.

Muy posiblemente este aumento en la fiabilidad del sistema de registro es una de las causas que ha originado el incremento en el índice de absentismo. El ejercicio 2007-08 es el primero en el que se ha utilizado durante todo el tiempo este nuevo sistema de registro y sin embargo, el índice resultante a final de ejercicio apenas se ha visto incrementado respecto al del anterior.

Satisfacción de los Empleados

En octubre de 2007 culminó el proceso de la encuesta a empleados 2007, denominada “People Survey 2007”, alcanzándose un porcentaje de participación del 91%, lo que revela el alto grado de compromiso de los empleados de Vodafone España.

Según los resultados de esta encuesta (Ver tabla 9), el índice que mide el nivel de compromiso y orgullo de pertenencia a la Compañía (Índice de Satisfacción) ha tenido una notable mejoría, respecto al dato del anterior ejercicio.

En líneas generales, los empleados de Vodafone España valoran especialmente el carácter innovador de la empresa, su liderazgo en el mercado y la buena perspectiva de negocio a largo plazo. También destaca como muy positiva la valoración que los empleados de Vodafone España hacen de factores como la comprensión de la estrategia, los objetivos que se plantean alcanzar, o el orgullo sobre los productos y servicios que se ofrecen a nuestros clientes.

Sin embargo, existen otros resultados mejorables, como son los relativos a la planificación y organización del trabajo de los equipos, o la necesidad de favorecer y valorar la aportación de sugerencias y nuevas formas de hacer las cosas.

Los resultados agregados de esta encuesta, forman parte de la información empleada para el diseño y desarrollo de los Planes Estratégicos de la Compañía.

P. Díaz.
Director de RR.HH.Vodafone España

¿Qué haremos?

- Mejorar el Índice de Satisfacción sobre los temas de Bienestar de la Encuesta de Empleados en un 10 % (sobre la base 2007-08). Marzo 2011.
- Implantar las actuaciones derivadas del Plan de Igualdad.
- Implantar un Programa de Acogida para los nuevos empleados.
- Reducir el Índice de Accidentes con Baja en un 10 % (sobre la base 2007-08). Marzo 2011.
- Realizar campañas de uso seguro y saludable de nuestros productos válidas tanto para empleados como para cualquier persona de nuestro entorno.

	2005-06	2006-07	2007-08
Índice de Incidencia ¹	295,64	320,65	456,27
Índice de Frecuencia ²	1,78	1,73	2,61
Índice de Gravedad ³	0,02	0,03	0,07
Índice de Absentismo ⁴	2,53	2,97	3,03

(Tabla 8)

	Encuesta 2006	Encuesta 2007
Índice de Satisfacción	72,9	74
Índice de Satisfacción con la Formación	42	58
Índice de Satisfacción con los Beneficios Sociales	35	50

(Tabla 9)

¹ Accidentes en jornada de trabajo con baja x 100.000/Nº de empleados.

² Accidentes en jornada de trabajo con baja x 1.000.000/Nº de empleados x Nº medio de horas efectuadas anualmente por empleado.

³ Jornadas no trabajadas por accidentes en jornada de trabajo con baja x 1.000/Nº empleados x Nº medio de horas efectuadas anualmente por empleado.

⁴ Porcentaje de jornadas de baja por enfermedad respecto al número de jornadas reales.

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

Vodafone España no es fabricante, por lo que los equipos necesarios para nuestra red o los teléfonos móviles que vendemos a nuestros clientes son adquiridos a fabricantes que a su vez compran componentes y productos a otros proveedores.

A diferencia de otros sectores, nuestros proveedores de equipos de telecomunicaciones y de tecnologías de la información son principalmente grandes multinacionales (con marcas reconocidas y de prestigio) que, o bien disponen de sus propias fabricas o compran a fabricantes independientes (o ambas opciones). También contratamos servicios a otras compañías (nacionales e internacionales), tanto a nivel local como global.

Se entiende por proveedores locales aquéllos cuyas condiciones económicas han sido negociadas y cerradas en contrato por Vodafone España. Por su parte, proveedores globales son aquéllos cuyas condiciones económicas han sido negociadas y cerradas en contrato por “Supply Chain Management” (SCM). Además, existen proveedores mixtos que son aquéllos en los que parte del suministro corresponde a negociación global (normalmente bienes) y otra parte a negociación local (normalmente servicios).

Las compras de nuestros Productos y Servicios ascendieron en el ejercicio 2007-08 a 4.988,5 millones de euros. El 32 % de las compras corresponden a proveedores locales.

■ ¿A qué nos comprometimos?

- Evaluar localmente el comportamiento de 10 proveedores, siendo la Responsabilidad Corporativa uno de los pilares básicos para la evaluación.
- Realizar el seguimiento de todos los suministradores identificados como de alto riesgo en el proceso de cualificación.
- Dentro del proceso de involucración con ONGs, incluir un apartado específico relativo a la cadena de suministros.

■ ¿Qué hemos hecho?

Nuestro Código de Compras Éticas (Ver figura 1) contempla aspectos relacionados con los Derechos Humanos y con los estándares laborales, y se ha incorporado en los contratos con todos nuestros proveedores (tanto globales como locales). (Ver información adicional en www.vodafone.es/rcyproveedores).

Nuestra estrategia consiste en involucrar directamente a todos nuestros proveedores, haciendo énfasis en que ellos a su vez involucren también a sus proveedores, de manera que podamos llegar a toda la cadena de suministros, tengamos o no relación contractual con ellos.

En el marco de nuestro Proceso de Gestión del Comportamiento de Proveedores (“Supplier Performance Management”), consistente en las etapas de Cualificación, Evaluación y Optimización (Ver Figura 2), durante el ejercicio 2007-08 hemos focalizado nuestra actuación en ampliar estos procesos de forma especial a los principales proveedores locales.

La etapa de Cualificación ha sido aplicada durante este ejercicio a los nuevos proveedores incorporados a la base de datos, que después de realizar el proceso de registro y autoevaluación (Ver figura 3), han sido evaluados con un cuestionario basado en los 6 pilares de comportamiento, siendo uno de ellos el correspondiente a la RC (Ver figura 4).

En la etapa de Evaluación, en la que han participado 24 proveedores locales, se les ha evaluado en el pilar de RC, además de su compromiso en relación con nuestro CCE, otros temas tales como la publicación de información en temas de RC; la implantación de estándares laborales, medioambientales, y de seguridad y salud internacionalmente reconocidos; así como los procesos que tienen implantados para controlar los riesgos ambientales o laborales en su propia cadena de suministros.

Al pilar de RC se le asigna un 10% del peso total de las siguientes cuestiones:

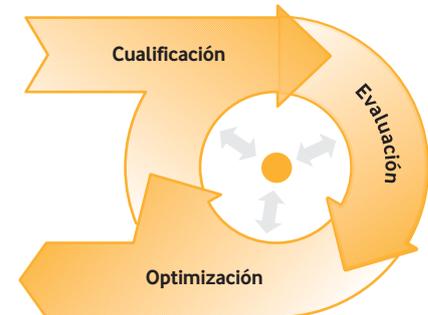
- Aceptación del Código de Compras Éticas de Vodafone.

Aspectos contemplados en el Código de Compras Éticas

1. Actuaciones para evitar la Mano de Obra Infantil.
2. Políticas para impedir Trabajos Forzosos
3. Seguridad e Higiene.
4. Libertad de Asociación.
5. No Discriminación.
6. Políticas para evitar Prácticas Disciplinarias.
7. Horario de Trabajo.
8. Sueldos.
9. Conductas Individuales.
10. Medio Ambiente.

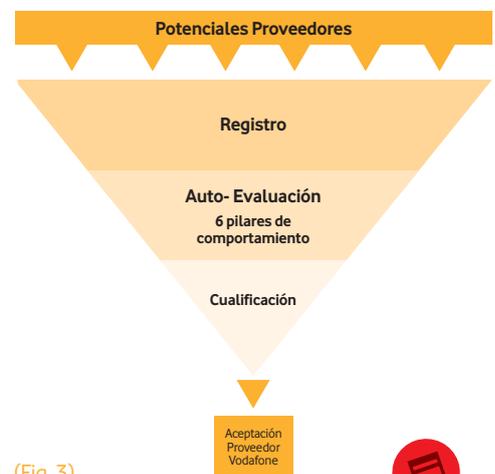
(Fig. 1)

Gestión del Comportamiento de Proveedores



(Fig. 2)

Etapas de Cualificación de Proveedores



(Fig. 3)

6 Pilares de Comportamiento

Responsabilidad Corporativa

Estabilidad Financiera

Características Tecnológicas

Comercial

Capacidad de las entregas

Gestión de la calidad

(Fig. 4)



J. López-Galiacho
Director de Responsabilidad Corporativa. FCC



"FCC, como proveedor de actividades de logística de Vodafone, ha sido seleccionada en el proceso de evaluación socialmente responsable de sus proveedores. Nuestro Grupo valora positivamente este proceso al suponer una motivación e incentivo adicional para el fortalecimiento y consolidación de las políticas de responsabilidad corporativa dentro de cualquier tipo de empresa.

Si bien FCC, condicionado por su cada vez mayor internacionalización, ya tiene implantadas actuaciones de salvaguarda de los valores éticos en el conjunto de sus actividades (adhesión al Pacto Mundial o un Código Ético para nuestro Grupo), estas acciones suponen sin lugar a dudas un acicate para reforzar la visión, misión y valores socialmente responsables de las empresas.

Desde nuestro Grupo, consideramos que sería interesante que en el futuro Vodafone impulsara alianzas con proveedores para la creación de sinergias en actuaciones de responsabilidad corporativa. Sin olvidar la relevancia que puede adquirir la difusión, colaboración y apoyo en estas cuestiones a los proveedores con menor capacidad de implantación de políticas de aseguramiento de los valores éticos".

■ ¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?

«Asegurar que sus suministradores tienen un comportamiento responsable en cuanto a las condiciones laborales y el respeto al medio ambiente».

Público en general

	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	34	51	15
Media Ejercicio 2006-07	37	46	17
Media Ejercicio 2007-08	37	49	14

Cientes

	Bien / Muy Bien	Neutral	Mal / Muy Mal
Media Ejercicio 2005-06	59	35	6
Media Ejercicio 2006-07	57	36	7
Media Ejercicio 2007-08	63	31	6

(Tabla 1)

- Publicación de Informes RC incluyendo su comportamiento en temas de Seguridad, Salud, Bienestar y Medio Ambiente.
- Disponibilidad de certificados de normas medioambientales (como ISO14001 o EMAS) y laborales (como la SA8000).
- Disponibilidad de certificados de Sistemas de Salud y Seguridad (como OHSAS18001).
- Gestión de temas laborales, medioambientales y de seguridad y salud en su propia cadena de suministros.
- Información proactiva a Vodafone en caso de incidencias relacionadas con RC.

Además, en el ejercicio 2007-08 Vodafone instauró los Premios a la Involucración en RC de los proveedores, que pretende mejorar el comportamiento y compromiso en temas de RC de nuestros proveedores. El premio reconoce a aquellos proveedores que han realizado cambios significativos para mejorar la efectividad de su propio programa de RC. En el año 2007 el primer premio fue para Sun Microsystems, y en el 2008 para el Grupo CapGemini.

Después de realizar dicha Evaluación y analizados los resultados, se ha iniciado la etapa de Optimización con ellos, en la cual se han alcanzado acuerdos de mejora, que deberán ser llevados a cabo por los suministradores, con la colaboración de Vodafone España. Para ello, se les está ofreciendo la información, colaboración y seguimiento necesarios, de forma que redunden en la implantación en algunos casos y mejora, en otros, de sus procesos relativos a la RC.

La implantación de los planes de acción establecidos, contribuirán a la mejora de resultados en la siguiente ronda de Evaluaciones, y de esta forma a asegurar en un futuro la excelencia en el comportamiento de nuestros proveedores.

También trabajamos con otras compañías de nuestro sector, a través de asociaciones sectoriales, en el desarrollo e implantación de estándares y normativas para el fomento y la mejora de los productos y servicios ofrecidos por la industria de las telecomunicaciones:

- Eficiencia energética de los equipos.
- Baterías y acumuladores.
- Campos electromagnéticos.
- Residuos (WEEE).
- Envases.
- Responsabilidad ambiental.
- Reglamento REACH, RoHS, etc.

Así por ejemplo, hemos colaborado a través de la Asociación Europea de las Empresas del Sector de las TIC (EICTA), en la emisión de un informe sobre el papel del sector europeo de la tecnología digital frente al cambio climático.

Ver información adicional en: www.eicta.com

Vodafone España continúa realizando encuestas trimestrales a nuestros clientes y público en general sobre cómo perciben nuestras actuaciones orientadas a asegurar que nuestros proveedores tienen un comportamiento responsable en lo relativo a condiciones laborales y respeto al medio ambiente (Ver tabla 1).

Como complemento a estas encuestas, en el pasado ejercicio 2007-08 se realizó también un estudio entre Grupos de Interés (incluyendo ONGs) sobre los factores de Reputación de Vodafone, algunos de ellos relacionados con la Cadena de Suministros, de acuerdo con el compromiso del anterior Informe de RC.

En este estudio se analizan por cada Grupo de Interés la valoración de sus expectativas y percepciones para cada factor de reputación, lo que ha permitido identificar los factores de reputación más prioritarios desde el punto de vista de actuaciones a desarrollar.

¿Qué haremos?

- Evaluar el comportamiento de 30 proveedores locales, siendo la RC uno de los pilares básicos para la evaluación, para verificar que conocen, actúan e informan sobre el cumplimiento de los requisitos del CCE de Vodafone.
- Diseñar e Implantar un Sistema de Gestión de No Conformidades para abordar de forma sistemática los temas RC en la Cadena de Suministros.

Criterios del Informe RC

Alcance y Cobertura del Informe RC

Este es el quinto Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España y cubre nuestro ejercicio 2007-08 (1 de abril de 2007 a 31 de marzo de 2008). Los Informes que hemos realizado hasta la fecha son de carácter anual, correspondientes a cada uno de nuestros anteriores ejercicios.

La información y datos de este informe corresponden a las actividades desarrolladas por Vodafone España en sus oficinas centrales y territoriales, en su red de telecomunicaciones y en sus tiendas propias.

En la web de Vodafone www.vodafone.es se puede consultar información complementaria al presente Informe.

Guías del Informe

Para la elaboración de este Informe, se han considerado tanto los **requisitos de las Guías Internas del Grupo Vodafone**, como los contenidos en diversos estándares y recomendaciones sobre información en Responsabilidad Corporativa, entre los que cabe destacar:

- Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative, en su versión 3.0 de 2006 (GRI3), y el suplemento GRI del Sector de las Telecomunicaciones de 2003.
- AccountAbility1000 Guidelines, de 1999.

Principios del Informe

Nuestro enfoque en la gestión e informe sobre Responsabilidad Corporativa consiste en centrarse en los temas más importantes de nuestra actividad para nuestros Grupos de Interés, alineándonos con los Principios de la norma AA1000. Uno de los principios fundamentales en los que se basa esta norma es el principio de **inclusividad** de expectativas y necesidades de los Grupos de Interés en todas las etapas del proceso. A su vez, el principio de inclusividad se establece en torno a tres pilares:

- El compromiso de Vodafone España de identificar y entender nuestro impacto económico, social y medioambiental.
- El compromiso de Vodafone España de considerar y responder coherentemente con nuestras políticas y prácticas a las expectativas y necesidades de nuestros Grupos de Interés.
- El compromiso de Vodafone España de comunicar convenientemente a nuestros Grupos de Interés nuestras decisiones, acciones e impactos.

A partir del cumplimiento de este principio general de inclusividad, Vodafone España pretende asegurar el cumplimiento del resto de principios descritos por la AA1000:

- **Exhaustividad:** inclusión de todas las áreas de actividad relacionadas con el comportamiento ético, social y medioambiental, aclarando, si aplica, qué aspectos han sido incluidos y cuáles excluidos y las razones de dicha exclusión.
- **Materialidad:** inclusión de información significativa para nuestros Grupos de Interés y de su valoración sobre nuestro comportamiento.
- **Integración:** integrando el Programa de Responsabilidad Corporativa en nuestra gestión (políticas, sistemas y operaciones).

- **Periodicidad y oportunidad de la información:** actuando de una forma periódica, sistemática y oportuna en el tiempo, para apoyar el proceso de toma de decisiones tanto de la empresa como de sus Grupos de Interés.
- **Calidad de la Información:** informando sobre el comportamiento de una forma comparable, equilibrada, relevante y comprensible.
- **Verificación:** siendo verificada la información por tercera parte independiente y competente.
- **Accesibilidad:** realizando una comunicación adecuada y efectiva a nuestros Grupos de Interés, y con acceso fácil para ellos.
- **Mejora Continua:** con el objetivo de mejorar nuestro comportamiento.

Rigor y Verificación

Las Guías internas del Grupo Vodafone para el proceso de recopilación de información y datos establecen los indicadores clave de Responsabilidad Corporativa, así como el sistema para documentar las fuentes de los datos, comprobar su exactitud, y aprobación por un miembro del Comité de Dirección.

Tanto la información como los datos recogidos en el Informe han sido verificados por una firma auditora independiente (SGS). Su informe de aseguramiento se encuentra en el Capítulo 11: "Anexos. Informe de Verificación".

La autocalificación A+ de Vodafone España ha sido corroborada por SGS, y posteriormente GRI ha revisado todo el proceso, concediendo al Informe la máxima calificación posible que se puede otorgar: A+.

		2002 In Accordance					
		C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory	Self Declared						✓
	Third Party Checked		Report Extremely Assured		Report Extremely Assured		✓
Optional	GRI Checked		Report Extremely Assured		Report Extremely Assured		



Tabla de Indicadores GRI

Punto	Pág.	Definición	Verificación
Estrategia y Análisis			
1.1	5	Declaración del máximo responsable.	✓
1.2	11-12	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	✓
Perfil de la Organización			
2.1	Port.	Nombre de la organización.	✓
2.2	6	Principales marcas, productos y/o servicios.	✓
2.3	8	Estructura operativa.	✓
2.4	2	Localización de la sede principal.	✓
2.5	3	Países en los que opera.	✓
2.6	Porta.3	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	✓
2.7	6	Mercados servidos: zonas geográficas, sectores y tipos de clientes.	✓
2.8	4,68	Dimensiones de la organización informante.	✓
2.9	4	Cambios significativos del periodo.	✓
2.10	7	Premios y distinciones recibidos.	✓
Parámetros del Informe			
Perfil del Informe			
3.1	2,41	Periodo cubierto por la información.	✓
3.2	41	Fecha de la memoria anterior más reciente.	✓
3.3	41	Ciclo de presentación de memorias.	✓
3.4	2	Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	✓
Alcance y Cobertura del Informe			
3.5	41	Proceso de definición del contenido.	✓
3.6	41	Cobertura del informe.	✓
3.7	41	Existencia de limitaciones de alcance.	✓
3.8	N.A.(1)	Aspectos que puedan afectar a la comparabilidad informativa.	✓
3.9	9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	✓
3.10	27	Efectos de las correcciones de información de informes anteriores.	✓
3.11	N.A.(1)	Cambios significativos respecto a periodos anteriores sobre alcance y cobertura.	✓
Índice de Contenidos de GRI			
3.12	42-43	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web.	✓
Verificación			
3.13	41	Política y prácticas sobre verificación externa.	✓
Gobierno, Compromisos y Participación de los Grupos de Interés			
Gobierno			
4.1	9,10	Estructura de gobierno.	✓
4.2	9,10	Características de la Presidencia del Consejo.	✓
4.3	9,10	Consejeros independientes o no ejecutivos.	✓
4.4	10	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	✓
4.5	35	Vínculo entre las retribuciones de los directivos y el desempeño de la organización.	✓
4.6	9-11	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	✓
4.7	8,9	Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad.	✓
4.8	8,9	Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad.	✓
4.9	8,9	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo.	✓
4.10	8,9	Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad.	✓
Compromisos con Iniciativas Externas			
4.11	12	Principio de precaución.	✓
4.12	17-20	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad.	✓
4.13	12	Principales asociaciones a las que pertenece y grado de implicación.	✓
Participación de los Grupos de Interés			
4.14	12	Relación de grupos de interés de la organización.	✓
4.15	11	Procedimiento para la definición de los GI.	✓
4.16	11-12	Enfoques utilizados para la participación de los GI.	✓
4.17	12	Aspectos de interés surgidos de la participación de los GI.	✓
Económico			
Enfoque de Gestión			
	4,8-12,39		✓
Desempeño Económico			
EC1	7	Valor económico directo generado y distribuido: ingresos y costes de explotación, retribuciones a empleados, donaciones, beneficios no distribuidos, pagos a proveedores y gobiernos.	✓
EC2	N.A.(2)	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	✓
EC3	7	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales (planes de pensiones).	✓
EC4	7	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	✓
Presencia en el Mercado			
EC6	39	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	✓
EC7	8	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	✓

Punto	Pág.	Definición	Verificación
Impactos Económicos Indirectos			
EC8	47	Inversiones en infraestructuras y servicios para el beneficio público.	✓
Ambiental			
Enfoque de Gestión			
	8-12,27-33		✓
Materiales			
EN1	29	Materiales utilizados por peso o volumen.	✓
EN2	29	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	✓
Energía			
EN3	27	Consumo directo de energía por fuentes de energía primarias.	✓
EN4	27	Consumo indirecto de energía por fuentes de energía primarias.	✓
Agua			
EN8	29	Captación total de agua por fuentes.	✓
Biodiversidad			
EN11	N.A.(3)	Terrenos adyacentes ubicados en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas (indicando localización y tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas).	✓
EN12	N.A.(4)	Impactos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos y áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	✓
Emisiones, Vertidos y Residuos			
EN16	27,30	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	✓
EN17	27,30	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	✓
EN19	30	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	✓
EN20	N.A.(5)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire, por tipo y peso.	✓
EN21	29	Vertidos de aguas residuales, según naturaleza y destino.	✓
EN22	29	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	✓
EN23	N.A.(6)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	✓
Productos y Servicios			
EN26	28-29	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción del impacto.	✓
EN27	29	% de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	✓
Cumplimiento Normativo			
EN28	31	Coste de las multas significativas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	✓
Social			
DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO			
Enfoque de Gestión			
	8-12,34-38		✓
Empleo			
LA1	35	Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región.	✓
LA2	35	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	✓
Relaciones Empresa/Trabajadores			
LA4	36	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	✓
LA5	36	Período mínimo de preaviso y prácticas de negociaciones con empleados y/o sus representantes, en relación con cambios organizativos.	✓
Salud y Seguridad en el Trabajo			
LA7	38	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	✓
LA8	37-38	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	✓
Formación y Educación			
LA10	36	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	✓
Diversidad e Igualdad de Oportunidades			
LA13	35	Composición de órganos de gobierno y plantillas, por sexo, edad, pertenencia a minorías (diversidad).	✓
LA14	35	Relación entre salario base de los hombres respecto a las mujeres, por categoría profesional.	✓
DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS			
Enfoque de Gestión			
	8-12,34-40		✓
Prácticas de Inversión y Aprovisionamiento			
HR1	39	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	✓
HR2	39-40	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas que han sido adoptadas en consecuencia.	✓
No Discriminación			
HR4	11	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	✓
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos			
HR5	35-36	Actividades contra libertad de asociación, y el derecho de convenio colectivo y medidas correctoras.	✓

Punto	Pág.	Definición	Verificación
Explotación Infantil			
HR6	8	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	✓
Trabajos Forzados			
HR7	8	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	✓
DESEMPEÑO DE SOCIEDAD			
Enfoque de Gestión			
		8-12,13-20,31-33	✓
Comunidad			
SO1	13-20 31-33	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos de las operaciones de la organización en las comunidades.	✓
Corrupción			
SO2	9-11	Porcentaje y nº total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	✓
SO3	9-10	Porcentaje empleados formados en políticas y procedimientos anticorrupción.	✓
SO4	11	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	✓
Política Pública			
SO5	11	Posición y participación en el desarrollo de políticas públicas y de actividades de "lobby".	✓
Cumplimiento Normativo			
SO8	22	Valor monetario de sanciones y multas significativas, y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes y normas.	✓

DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD POR PRODUCTOS

Punto	Pág.	Definición	Verificación
Enfoque de Gestión			
		8-12,21-24,31-32	✓
Salud y Seguridad del Cliente			
PR1	31-32	Fases de ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	✓
Etiquetado de Productos y Servicios			
PR3	32	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios.	✓
Comunicaciones de Marketing			
PR6	21-23	Programa de cumplimiento con las leyes, o adheridos a estándares y códigos voluntarios relacionados con las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, promoción y patrocinios.	✓
Cumplimiento Normativo			
PR9	22	Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	✓

INDICADORES ESPECÍFICOS DEL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES

OPERACIONES INTERNAS

Punto	Pág.	Definición	Verificación
Inversiones			
I01	32	Inversiones de Capital en la infraestructura de red, por países o regiones.	✓
I02	N.A.(7)	Costes de la extensión de la red a todas las zonas y grupos con menores ingresos que no son rentables. Describir la legislación y los mecanismos regulatorios aplicables.	✓
Seguridad y Salud			
I03	37	Prácticas para asegurar la seguridad y salud del personal de campo involucrado en la instalación, operaciones y mantenimiento de mástiles, estaciones base, cables y otras estructuras externas. Relatar temas de seguridad y salud incluidos trabajo en altura, shock eléctrico, exposición a EMF y campos de frecuencia de radio, y exposición a sustancias químicas peligrosas.	✓
I04	32	Cumplimiento con los estándares de exposición a radiofrecuencia (RF) de las emisiones de terminales con respecto al ICNIRP (Comisión Internacional de protección ante radiaciones no ionizantes).	✓
I05	32	Cumplimiento con las guías de exposición a radiofrecuencia (RF) de las emisiones procedentes de estaciones base con respecto al ICNIRP (Comisión Internacional de protección ante radiaciones no ionizantes).	✓
I06	32	Políticas y prácticas con respecto a la tasa de absorción específica (SAR) de terminales.	✓
Infraestructura			
I07	32-33	Políticas y prácticas con respecto a la ubicación de antenas y emplazamientos de transmisión incluidas las consultas a las partes interesadas, compartición de emplazamientos e iniciativas para disminuir el impacto visual. Describir la manera de evaluar las consultas y su cuantificación, donde sea posible.	✓
I08	6,33	Número y porcentaje de emplazamientos individuales, compartidos y en infraestructuras existentes.	✓

Punto	Pág.	Definición	Verificación
Proporcionando Acceso			
Reduciendo la Brecha Digital			
PA1	16	Políticas y prácticas que permitan el desarrollo de las infraestructuras de telecomunicación y el acceso a los productos y servicios de telecomunicaciones en remotos y en áreas de baja densidad de población. Incluir una explicación de los modelos de negocio aplicados.	✓
PA2	13-20	Políticas y prácticas para superar las barreras de acceso y utilización de los productos y servicios de telecomunicaciones, incluidos el lenguaje, la cultura, analfabetismo y falta de educación, ingresos, discapacidades y edad. Incluir una explicación de los modelos de negocio aplicados.	✓
PA3	26	Políticas y prácticas para asegurar la accesibilidad y la fiabilidad de los productos y servicios de telecomunicaciones, y las cantidades, donde sea posible, de los periodos y localizaciones de las caídas de red.	✓
PA4	26	Cuantificar el nivel de disponibilidad de los productos y servicios en aquellas áreas en las que opera la organización. (Ejemplos: número de clientes/compartición de mercados, mercado direccionable, porcentaje de población cubierto, porcentaje de terreno cubierto).	✓
PA5	13-16	Número y tipos de productos y servicios de telecomunicación proporcionados para los sectores de la sociedad seleccionados que no generan o generan pocos beneficios.	✓
PA6	16	Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y apoyo en catástrofes.	✓

Acceso a Contenidos

PA7	22-23	Políticas y prácticas para gestionar asuntos relacionados con los derechos humanos y el acceso y utilización de productos y servicios de telecomunicación. (Ejemplo: participación en iniciativas relacionadas con la libertad de expresión, censura, limitación de accesos, registro, temas de seguridad en colaboración con el gobierno, robos, crímenes, contenidos no éticos, protección de niños, etc.).	✓
-----	-------	---	---

Relación de Clientes

PA8	32	Políticas y prácticas para comunicar al público temas relacionados con los campos electromagnéticos.	✓
PA9	31-32	Cantidad invertida en programas y actividades de investigación en campos electromagnéticos. Descripción de aquellos en los que se está participando actualmente y los que ha fundado la organización.	✓
PA10	24-25	Iniciativas para asegurar la claridad de las facturas y tarifas.	✓
PA11	21-22	Iniciativas para informar a los clientes sobre las características del producto y las aplicaciones que promuevan un uso responsable, eficiente, efectivo y ambientalmente correcto.	✓

Aplicaciones Tecnológicas

Eficiencia de Recursos

TA1	28	Aportar ejemplos de la eficiencia de recursos en los productos y servicios proporcionados.	✓
TA2	6,28	Ejemplos de productos, servicios o aplicaciones de telecomunicaciones, que tengan el potencial de reemplazar físicamente objetos. (Ejemplo: una agenda por una base de datos en la red o un viaje por una videoconferencia).	✓
TA3	6-7	Revelar cualquier cuantificación de transporte y/o cambios de recursos derivados del uso por el cliente de los productos o servicios de telecomunicaciones enumerados arriba. (Aportar alguna indicación de escala, tamaño del mercado o ahorros potenciales).	✓
TA4	6-7	Indicar la estimación del efecto rebote (consecuencias indirectas) del uso de los productos y servicios mencionados arriba, así como las lecciones aprendidas para futuros desarrollos. Esto puede incluir las consecuencias tanto sociales como medioambientales.	✓
TA5	24	Descripción de las prácticas relativas a los derechos de propiedad intelectual y a las tecnologías de fuente abierta.	✓

N.A.(1) - No se han producido cambios significativos que afecten a la comparabilidad de la memoria.

N.A.(2) - Las actividades de Vodafone España no tienen consecuencias financieras directas y significativas debido al Cambio Climático.

N.A.(3) - Nuestras estaciones están distribuidas por el territorio nacional, pero la superficie ocupada es mínima debido al pequeño volumen de las infraestructuras.

N.A.(4) - Nuestra actividad no tiene ningún impacto significativo en la biodiversidad (de acuerdo con nuestro Sistema de Gestión Ambiental).

N.A.(5) - Nuestras emisiones a la atmósfera de NOx, SOx, no son significativas.

N.A.(6) - Dato no significativo en Vodafone España.

N.A.(7) - La obligación del Servicio Universal no aplica a Vodafone España.





ALCANCE

SGS ICS Ibérica, S.A. (en adelante SGS) ha realizado, a petición de VODAFONE ESPAÑA, S.A. (en adelante VODAFONE ESPAÑA) la verificación independiente del documento INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2007-08 VODAFONE ESPAÑA. El alcance de la verificación incluye el texto y datos contenidos en el documento de referencia; no incluyendo la información y/o datos referenciados y no introducidos en dicho documento.

INDEPENDENCIA

La información contenida en el documento verificado y su elaboración es responsabilidad de VODAFONE ESPAÑA. SGS no ha participado ni asesorado en la elaboración del documento verificado, limitándose a actuar como verificador independiente, comprobando la adecuación de los contenidos del mismo. El contenido de este Informe de Verificación y las opiniones contenidas en el mismo son únicamente responsabilidad de SGS.

Política de Independencia, Imparcialidad e Integridad

SGS ICS reconoce la importancia de realizar una evaluación totalmente imparcial e independiente de los Sistemas de Gestión de sus Clientes. Así pues, es objetivo de SGS ICS garantizar el mantenimiento de dicha imparcialidad e independencia a todos los niveles: estratégico y político, decisiones referentes a la certificación y evaluación. Con ese fin se han establecido diversos controles.

Los miembros del equipo directivo y del equipo verificador deben regirse por las siguientes reglas:

a) Tienen absolutamente prohibido participar en el proceso de verificación/certificación de una Organización si durante los dos años anteriores a la fecha de su posible intervención le han proporcionado cualquier servicio de asesoría relacionado.

b) Tienen prohibido comentar su actividad con cualquier otro miembro del personal de SGS ICS no directamente involucrado en el proceso de certificación de una Organización, tal y como recoge el Acuerdo de Confidencialidad/No Difusión firmado al comienzo de los trabajos, a menos que la Organización expresamente especifique otra cosa.

La designación de los miembros del equipo evaluador tendrá en cuenta posibles conflictos con actuales o pasados empleos. No serán designados para evaluar una Organización, quienes tengan o hayan tenido relación laboral como consultores o empleados de la misma en los dos últimos años, o tengan familiares en primer o segundo grado ocupando puestos directivos en dicha Organización.

En el caso de que alguna empresa de SGS haya hecho consultoría relacionada, para una Organización que quiera obtener el certificado de SGS ICS, los evaluadores de SGS ICS que intervengan en el proceso no podrán pertenecer a dicha empresa.

Todos los Evaluadores, Auditores y Expertos Técnicos propios y subcontratados por SGS ICS deberán firmar el Acuerdo de Confidencialidad/No Difusión. Este acuerdo obliga al interesado a declarar antes de hacerse cargo de la evaluación cualquier interés comercial o de otro tipo que pudiera tener en la Organización a auditar. También le obliga a mantener la confidencialidad.

Los miembros del Comité Consultivo de SGS ICS que tomen decisiones referentes a la certificación o evaluación se rigen por las mismas reglas que los equipos auditores.

Reconociendo la importancia de garantizar que la Dirección de SGS ICS no tiene intereses comerciales en los productos o servicios que puedan ser evaluados, SGS ICS requiere a sus Directores la declaración de cualquier otra actividad económica o financiera diferente de las directamente relacionadas con su trabajo en SGS ICS.

Igualmente el personal de SGS ICS se ha comprometido a cumplir un código de conducta cuyo resumen es el siguiente:

- No ceder a las presiones de los clientes en ningún sector de nuestro negocio con el fin de obtener un tratamiento favorable en otro sector.
- No aceptar un cargo o empleo en la Empresa de un competidor o cliente, salvo en el ejercicio de sus funciones en SGS.
- No tener participación en un proveedor, cliente o competidor de SGS, salvo si se trata de valores negociados públicamente, y cuyo límite no pueda influir significativamente ni crear una dependencia excesiva.
- No aceptar un despacho o un empleo fuera de SGS sin haber obtenido previamente la autorización.
- No aceptar ningún beneficio personal, para sí mismo o sus parientes, que pueda influir o parecer influir en su juicio o acciones cuando ejerce sus funciones para SGS.
- No obtener ventajas personales de las oportunidades comerciales de SGS, así como no utilizar la propiedad o los recursos de la Compañía para fines personales.
- Abstenerse de divulgar cualquier hecho confidencial del que puedan tener conocimiento en el ejercicio de sus funciones.

SGS ICS tiene completa autoridad en relación con su actividad de evaluación y certificación; esta actividad es absolutamente independiente de cualquier otra actividad de las empresas de SGS en España.

SGS ICS se compromete a analizar adecuadamente cualquier nueva actividad con el fin de evaluar su impacto en el cumplimiento de los requisitos de ENAC.

VERIFICACIÓN

Metodología y equipo verificador

Se ha empleado la metodología de verificación, establecida por SGS, consistente en procedimientos de auditoría según ISO 19011 y mecanismos de verificación de acuerdo a Guías GRI (G3) de 2006 y su suplemento del sector de las telecomunicaciones de 2003, así como la Norma AA1000 Assurance Standard (2003), entre éstos se encuentran:

INFORME DE VERIFICACIÓN

- Entrevistas con el personal responsable de la obtención y preparación de los datos
- Revisión de documentos y registros (tanto internos como públicos)
- Comprobación de datos y validación de los mismos con las fuentes.

En particular, para ésta verificación los datos del área económica se evaluaron en conformidad con la certificación de auditoría de las cuentas anuales de la sociedad, efectuada por Deloitte, S.L., Informes de Reporting y Auditoría de Cuentas realizados para VODAFONE GRUPO y, adicionalmente, datos contables trazables a través de herramientas informáticas y de sus registros correspondientes.

Se ha realizado una revisión del grado de avance y cumplimiento de los compromisos en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2007-08, planteados en el Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al ejercicio 2006-07, así como de las actuaciones realizadas por VODAFONE ESPAÑA en relación a los requerimientos de los Grupos de Interés.

En el Anexo 11 del Informe de Responsabilidad Corporativa 2007-08 referente a los Indicadores GRI, se relacionan los indicadores verificados, no habiéndose puesto de manifiesto ningún error o ausencia significativa una vez realizada nuestra revisión.

El equipo verificador estuvo formado por personal de SGS: D. Álvaro Rodríguez de Roa Gómez, D^a Isabel López Guerrero y D^a Belén de Rábago Gómez y se configuró con base en su conocimiento, experiencia y calificaciones para la realización de esta tarea.

Valoración del cumplimiento de los principios de la AA1000AS

El Informe de Responsabilidad Corporativa ha sido evaluado siguiendo los principios de la Norma de Aseguramiento AA1000AS. La aplicación de los principios de RELEVANCIA, EXHAUSTIVIDAD Y CAPACIDAD DE RESPUESTA otorga al Informe de Responsabilidad Corporativa de VODAFONE ESPAÑA de credibilidad y calidad en la información aportada.

- *Materialidad o Relevancia*, El Informe de Responsabilidad Corporativa de VODAFONE ESPAÑA aporta una representación justa y equilibrada de aspectos relevantes al respecto del desempeño económico, social y ambiental.
- *Exhaustividad*, VODAFONE ESPAÑA dispone de mecanismos y sistemas que le permiten conocer las expectativas de los grupos de interés e identificar la información de relevancia para incorporar a su Informe de Responsabilidad Corporativa.
- *Capacidad de Respuesta*, VODAFONE ESPAÑA dispone de procesos efectivos para gestionar e informar de la respuesta dada a las expectativas de sus grupos de interés.

ÁREAS DE MEJORA

- Ampliar Información aportada en el Informe de RC procedente de las acciones desarrolladas tanto en las áreas de Empleados, Fundación y Productos y Servicios Sociales con el fin de mostrar claramente el esfuerzo y trabajo desarrollado por la organización.

PUNTOS FUERTES

- La inclusión de directivos y empleados de VODAFONE ESPAÑA, como stakeholder clave en la Gestión del RC en VODAFONE ESPAÑA, supone un claro posicionamiento y avance interno en esta vertiente y una consolidación de la estrategia de comunicación interna hacia los empleados de los valores de GRI y la importancia para la organización
- Es destacable el esfuerzo preventivo y de seguimiento que se está realizando por parte de VODAFONE en todo lo referente a la Ley Sarbanes Oxley, así como su Cuestionario de Autoevaluación Interno (KCQ) y los procesos asociados al mismo.
- El evaluación y seguimiento del personal de la organización para alinear los objetivos de la organización con los objetivos del personal que la compone
- La labor llevada a cabo por la Fundación VODAFONE ESPAÑA para aportar a la sociedad trabajos y proyectos que no sólo tengan una repercusión instantánea sino que tengan continuidad en el tiempo creando tejido estructural en el área en el que actúan
- La aplicación del I+D+I en la mejora de los servicios a los colectivos vulnerables de la sociedad

CONCLUSIONES

- En base a la verificación realizada, el equipo verificador de SGS considera que:
- El documento INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2007-08 de VODAFONE ESPAÑA contiene información y datos fiables que representan de manera coherente actividades y resultados para el periodo reflejado, y ha sido elaborado de acuerdo a los requisitos de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad G3 de 2006 del Global Reporting Initiative (GRI), así como el suplemento del sector de las telecomunicaciones (2003) y de la Norma AA1000.
 - El Nivel de Aplicación GRI, declarado por VODAFONE ESPAÑA (A+), es apropiado.
 - VODAFONE ESPAÑA dispone de sistemas de gestión para identificar y responder a los impactos sociales, económicos y ambientales de sus actividades, incluyendo la identificación y respuesta a los puntos de vista de las partes interesadas.

María Belén de Rábago
Madrid, 18 de julio de 2008
SGS ICS Ibérica, S.A



Tema	Nos comprometimos a:	¿Qué hemos hecho?	Progreso	¿Qué haremos?	Fecha
Productos y Servicios Sociales	Desarrollar nuevas campañas de difusión sobre la tecnología disponible para los distintos colectivos de discapacidad.	Realizados folletos divulgativos para los colectivos de personas mayores y/o con discapacidad.	✓ 100 %	• Introducir al menos un nuevo producto con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.	• marzo 2009
	Introducir 2 nuevos productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.	Realizado: Emporia Life, Teleasistencia, Nuevo T-Loop, Servicio "Medicronic Salud", Dicta SMS.	✓ 100 %	• Extender el alcance de la accesibilidad de la página web de Vodafone España.	• diciembre 2008
	Continuar con las actuaciones para aumentar el porcentaje de Tiendas Propias y Franquicias Practicables o Accesibles; tanto en el acceso al local como en el interior de la zona de venta y atención al público.	Lanzado proyecto de implantación de un Sistema de Gestión de Accesibilidad en Tiendas.	✓ 100 %	• Implantar Sistema de Gestión de la Accesibilidad en tiendas.	• marzo 2010
Fundación Vodafone España	Potenciar la aplicación de las TICS para el apoyo a grupos dependientes, en más entornos del interesado (su hogar, el barrio y la ciudad).	Lanzados proyectos con la Fundación Tecsos, CNSE, e Instituto de Salud Carlos III: Proyectos Platas e Inredis.	✓ 100 %	• Realizar al menos 2 proyectos con el objetivo de fomentar el uso de las TIC's para proporcionar soluciones en el campo de la salud, la promoción de la autonomía personal, y la integración social y laboral de las personas con discapacidad.	• marzo 2009
	Realizar 30 encuentros con instituciones docentes y ONGs sobre las aplicaciones sociales de las nuevas tecnologías.	Realizados más de 30 encuentros, con casi 6.000 asistentes.	✓ 100 %	• Contribuir a la incorporación de las personas mayores y otros colectivos dependientes a la Sociedad de la Información: formación de 15.000 mayores.	• marzo 2009
	Ampliar los desarrollos multimedia de la website para facilitar el acceso a la información a otros grupos vulnerables, como las personas mayores.	Incorporado nuevo icono para poder ver vídeos cortos, recogiendo las actividades más significativas de la Fundación.	✓ 100 %	• Fomentar el Diseño para Todos y la Accesibilidad: obtener certificación europea en Accesibilidad de la página web de la Fundación.	• marzo 2009
Clientes	Lanzar un Programa de Concienciación "on line" sobre temas de Privacidad para describir la Política de Privacidad de Vodafone y lo que significa para los empleados.	Realizado Curso "Seguridad de la Información", conteniendo información sobre temas de Privacidad.	✓ 100 %	• Campaña de Comunicación relativa al Código de Conducta para el uso más seguro del móvil por menores en el acceso a contenidos y de sus actuaciones derivadas (criterios de clasificación y controles de acceso a contenidos, portal para el sector educativo, etc.).	• septiembre 2008
	Continuar con las campañas de comunicación en temas de RC dirigidas a clientes.	Se han realizado comunicaciones a clientes sobre diversos temas RC (Informe RC, Productos y Servicios Sociales, Contenidos, etc.) tanto a través de folletos, como de "stuffers" de facturas.	✓ 100 %		
	Lanzar Perfil Joven.	Lanzado y funcionando correctamente.	✓ 100 %	• Complementar el diseño actual del Perfil Joven, con objeto de que posibilite de forma más directa su activación en el entorno Vodafone live! (contenidos On Net), la activación del Filtro Off Net (contenidos Off Net) y la restricción para Marketing en el Móvil.	• marzo 2009
	Continuar con "chats" sujetos a control parental.	Todos los chats sujetos a control de accesos.	✓ 100 %		
	Continuar con el desarrollo de sistemas para protección contra Virus y "Spam" en todo el entorno de navegación "off-net". Plataforma "Anti-Spam".	Actualmente trabajando en el tema.	En proceso		
	Continuar con el establecimiento de sistemas de restricciones para los SMS Premium. Control de altas y bajas.	Implantando restricciones de acuerdo a la Orden Ministerial. Previsto antes de fin de Noviembre 08.	En proceso	• Desarrollar y difundir Guías sobre Uso Seguro y Responsable del móvil.	• marzo 2009





Tema	Nos comprometimos a:	¿Qué hemos hecho?	Progreso	¿Qué haremos?	Fecha
Energía y Cambio Climático	Reducir en un 8% el consumo de energía previsto en Red (marzo 2010).	Desarrollando el Plan de Eficiencia Energética 2006-2010.	En proceso	• Reducir en un 8% el consumo de energía previsto en Red.	• marzo 2010
	Conseguir una reducción del 35% en las emisiones de CO ₂ /MB de tráfico (marzo 2010).	Desarrollando el Plan de Eficiencia Energética 2006-2010.	En proceso	• Conseguir una reducción del 35% en las emisiones de CO ₂ /MB de tráfico.	• marzo 2010
	Implantar Sistemas de Medida Directa de Energía en más de 10 emplazamientos.	Implantados en más de 40 emplazamientos.	✓ 100 %	• Reducir las emisiones de CO ₂ con objeto de contribuir a la consecución del objetivo del Grupo Vodafone de reducir el total de emisiones en un 50% respecto al 2006-07.	• marzo 2020
Terminales y Residuos	Continuar con los sistemas de recogida de dispositivos para su reutilización y reciclaje, realizando una auditoría sobre su funcionamiento.	Sistemas funcionando y realizada auditoría.	✓ 100 %	• Continuar con la implantación de los Sistemas de Reutilización y Reciclado con el fin de aumentar en un 17% los teléfonos recogidos el ejercicio anterior.	• marzo 2009
Telefonía Móvil y Salud	Ampliar las actividades de involucración con los Grupos de Interés con objeto de mejorar su opinión sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a Telefonía Móvil y Salud (con relación a los resultados de las encuestas 2006-07).	La situación continúa en la línea de años anteriores, si bien con menor reflejo en prensa de noticias alarmantes.	✓ 100 %	• Continuar midiendo la opinión de los GI sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a la Telefonía Móvil y Salud e intensificar Campañas de Información.	• marzo 2009
Despliegue Responsable de Red	Formación/Comunicación sobre Políticas y Guías de Despliegue Responsable de Red (DRR) a Empleados y Proveedores.	Impartida formación sobre DRR en cursos internos y externos a proveedores.	✓ 100 %	• Continuar midiendo la opinión del público sobre nuestro Despliegue de Red y mejorar la aceptación pública (sobre la base 2006-07). • Verificar/Auditar el cumplimiento de la Política de DRR por parte de los subcontratistas.	• marzo 2009
	Evaluar cumplimiento por Vodafone España de la Política de DRR.	Seguimiento periódico del cumplimiento de los diferentes puntos de la Política, a través de la medida de diferentes indicadores.	✓ 100 %		• marzo 2010
	Continuar midiendo la opinión del público sobre nuestro Despliegue de Red y mejorar la aceptación pública (sobre la base 2006-07) (marzo 2009).	En progreso.	En proceso		
Empleados	Elaborar un Plan derivado de la nueva Ley de Igualdad, estableciendo objetivos a alcanzar y actuaciones a implantar.	Elaborada propuesta de Plan para analizar en el proceso de negociación colectiva con representantes de trabajadores.	✓ 100 %	• Mejorar el Índice de Satisfacción sobre los temas de Bienestar de la Encuesta a Empleados en un 10% (sobre la base 2007-08).	• marzo 2011
	Implantar las actuaciones derivadas del Plan de Igualdad (marzo 2009).	En progreso.	En proceso	• Implantar las actuaciones derivadas del Plan de Igualdad.	• marzo 2009
	Establecer un Programa de hábitos saludables en el trabajo.	Realizada campaña: "¿Hábitos saludables? Vodafone se preocupa por ti. Hazlo tú también".	✓ 100 %	• Implantar un Programa de Acogida para los nuevos empleados. • Reducir el Índice de Accidentes con Baja en un 10% (sobre la base 2007-08). • Realizar campañas de uso seguro y saludable de nuestros productos válidas tanto para empleados como para cualquier persona de nuestro entorno.	• marzo 2009 • marzo 2011
Proveedores	Evaluar localmente el comportamiento de 10 proveedores, siendo uno de los pilares básicos para la evaluación la Responsabilidad Corporativa.	Realizado. Evaluados 24 proveedores.	✓ 100 %	• Evaluar el comportamiento de 30 proveedores locales, siendo la RC uno de los pilares básicos para la evaluación, para verificar que conocen, actúan e informan sobre el cumplimiento de los requisitos del CCE de Vodafone. • Diseñar e Implantar un Sistema de Gestión de No Conformidades para abordar de forma sistemática los temas RC en la Cadena de Suministros.	• marzo 2009
	Realizar el seguimiento de todos los suministradores identificados como de alto riesgo en el proceso de cualificación.	En los nuevos proveedores cualificados este año no ha surgido ninguno de alto riesgo. No ha sido necesario, por tanto seguimiento específico.	✓ 100 %		• marzo 2009
	Dentro del proceso de involucración con ONG's, incluir un apartado específico relativo a la cadena de suministros.	Realizado estudio entre Grupos de Interés (incluye ONG) sobre factores de Reputación de Vodafone, algunos de los cuales están relacionados con la cadena de Suministros.	✓ 100 %		

Principales Datos de Vodafone España

Económicos	2007-08(% Δ)*	2006-07	2005-06
Facturación total (millones €)	7.170 (+8,0 %)	6.637	5.857
Facturación por servicios (millones €)	6.576 (+9,7 %)	5.992	5.300
EBITDA(millones €)	2.566 (+11,0 %)	2.312	2.010
Compras de Productos y servicios (millones €)	4.988,5 (+8,0 %)	4.619,7	4.049,3
ARPU medio mensual (€)	35,4 (+0,6 %)	35,2	35,6
Nº de clientes (millones)	16,04 (+7,7 %)	14,89	13,52
Dispositivos 3G (miles)	5.264 (+82,1 %)	2.890	902

Medioambientales	2007-08(% Δ)*	2006-07	2005-06
Consumo Energía en la Red (Mwh)	216.185,5 (+4,3 %)	207.365,1	169.446,1
Emissiones CO ₂ derivadas del consumo de Energía en la Red (Tn)	68.826,3 (+0,4 %)	68.568,3	58.661,7
Eficiencia Energética: Ahorro energía (Mwh acumulados desde 2003-04)	40.781,1 (NA)	19.290,6	13.059,1
Eficiencia Energética: Ahorro emisiones de CO ₂ (Tn acumuladas desde 2003-04)	13.397,1 (NA)	6.606,3	4.637,2
Nº de Terminales Reciclados y Reutilizados (unidades)	170.129 (+69,9 %)	100.135	69.745
Papel Reciclado (Tn)	196,7 (-24,0 %)	258,7	290,2

Sociales	2007-08(% Δ)*	2006-07	2005-06
Recursos dedicados por la Fundación Vodafone España a proyectos sociales (miles €)	6.123,3 (+4,0 %)	5.887,3	5.677,9
Nº de Alumnos en Cursos Universitarios y de Postgrado (acumulado histórico)	1.791 (NA)	1.620	1.424

Empleo	2007-08(% Δ)*	2006-07	2005-06
Nº de empleados	3.939 (-0,5 %)	3.959	4.085
% Contratos indefinidos (completo y parcial)	97,8 % (+0,6 p.p.)	97,2 %	97,7 %
% Mujeres	44,4 % (+1,0 p.p.)	43,4 %	42,7 %
% Mujeres en Cargos Directivos	27,2 % (-0,4 p.p.)	27,6 %	26,7 %
Índice Incidencia Accidentes	456,3 (+42,2 %)	320,7	295,6

* p.p.: puntos porcentuales.

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 destinada 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.

