Valores que impulsan el desarrollo

Informe de Responsabilidad Corporativa

2008-09

Vodafone España, S.A.U.

vodafone

Índice

Declaración del Presidente Consejero Delegado 3
Perfil de Vodafone 4
Gestión de la Responsabilidad Corporativa 8
Acceso a las Comunicaciones 20
Nuestros Clientes 26
Nuestra Red 36
Medio Ambiente 42
Cadena de Suministros 50
Empleados 52
Fundación Vodafone España 60
Criterios del Informe y Verificación 66
Compromisos 72
Indicadores Clave 75

Informes anteriores RC.

Bienvenido a nuestro 6º Informe de Responsabilidad Corporativa, en el que resumimos las actuaciones de Vodafone España en esta materia, en nuestro ejercicio 2008-09 (1 de abril de 2008 a 31 de marzo de 2009).

En este informe proporcionamos información sobre nuestra gestión y resultados en cada uno de los temas de Responsabilidad Corporativa (RC) considerados más relevantes derivados de la relación con nuestros Grupos de Interés. A lo largo del informe se incluyen conectores tanto a nuestra web **www.vodafone.es/responsabilidad** como a otras direcciones, proporcionando información complementaria a los temas tratados en el propio Informe.

Como en años anteriores, y con el fin de contribuir a la transparencia de nuestras actuaciones, el Informe se ha estructurado de forma tal que, para los temas relevantes, se indica el grado de cumplimiento de nuestros anteriores compromisos, así como los próximos objetivos que responden a nuestra voluntad de seguir avanzando en cada uno de dichos temas.

Alcance de la información y los datos

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.

Guías del Informe

El Informe se ha elaborado teniendo en cuenta, además de las Guías Internas del Grupo Vodafone, las recomendaciones de la "Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad" versión 3.0 (2006) de Global Reporting Initiative (GRI) (www.globalreporting.org), y su suplemento para el Sector de las Telecomunicaciones (2003), así como los principios de la Norma AA1000APS (2008) de AccountAbility. (www.accountability21.net)

Vodafone España ha sometido la autocalificación de este Informe a verificación por parte de una entidad externa independiente, siendo ésta corroborada como A+. GRI también ha confirmado esta calificación, otorgando la máxima calificación A+.

Verificación del Informe

KPMG ha llevado a cabo un proceso de verificación externa del Informe, siguiendo los criterios de las Normas "International Standard on Assurance Engagement 3000" (ISAE 3000) y AA1000AS (Assurance Standard) de 2008.

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:

Vodafone España
Responsabilidad Corporativa
Avenida de Europa, 1.
28108 Alcobendas
Madrid (España)

responsabilidad@corp.vodafone.es
www.vodafone.es/responsabilidad
www.globalreporting.org
www.accountability21.net

Declaración del Presidente Consejero Delegado

Bienvenido al Informe de Responsabilidad Corporativa 2008-09 de Vodafone España: "Valores que impulsan el desarrollo".

Me complace presentar nuestro sexto Informe de Responsabilidad Corporativa, para el que hemos elegido el lema "Valores que impulsan el desarrollo", porque entendemos que en una época de crisis como la actual es cuando se hace aún más patente la necesidad de potenciar la integración de principios y valores éticos, sociales y medioambientales en la estrategia, cultura y procesos de negocio. Estos principios junto con una oferta atractiva en términos de servicio, calidad y precio, contribuyen al éxito y desarrollo en un entorno competitivo y complejo.

El sector de las telecomunicaciones, además de ser uno de los más preparados para el futuro, destaca por su aportación de valor, talento e innovación a la sociedad, y se ha convertido en estos momentos en uno de los potenciales dinamizadores de la economía española.

A través de este Informe queremos reafirmarnos en nuestra apuesta por los principios y valores que nos ayudarán a impulsar este desarrollo de una forma sostenible. Entre las actuaciones contempladas en el mismo resaltaría las siguientes:

- La ampliación del Acceso a las Comunicaciones es una de las mayores oportunidades que tenemos en Vodafone para contribuir de una forma positiva a la sociedad, ayudando a mejorar la comunicación y la calidad de vida de las personas. Así, hemos continuado con el desarrollo de nuevos productos y servicios para colectivos vulnerables (Vodafone Speak, SMS Fácil, etc.). Además, a través de nuestra Fundación seguimos desarrollando proyectos para ayudar a la integración social de esos colectivos, habiendo destinado más de 5,9 millones de euros para ello.

- Continuamos desarrollando actuaciones de Responsabilidad Corporativa orientadas a nuestros clientes, que suman 16,9 millones, lo que supone el 31,4% de la cuota de mercado. Durante este ejercicio, hemos potenciado las actuaciones relacionadas con los servicios de Internet en movilidad, incluyendo aquéllas para fomentar el uso seguro y responsable por menores, la seguridad de los datos de los clientes, o las implicaciones de privacidad de nuestros nuevos servicios.

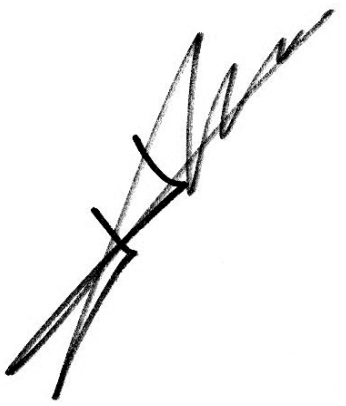
- Hemos invertido 740 millones de euros en el despliegue de nuestra red, en el que hemos tenido en cuenta nuestra Política de Despliegue Responsable y el Código de Buenas Prácticas firmado con la Federación Española de Municipios y Provincias. Esta inversión se ha centrado en potenciar nuestra red 3G, en paralelo con la aceptación que los terminales 3G tiene entre nuestros clientes (el 41,8% de nuestra cartera de clientes dispone de un terminal con esta tecnología).

- También continuamos impulsando las actuaciones relacionadas con la eficiencia energética y el cambio climático, con objeto de avanzar en el cumplimiento de nuestro objetivo de reducir nuestras emisiones de CO_2 en un 50% para el año 2020. A este respecto, en este ejercicio hemos disminuido un 9,2% nuestras emisiones de CO_2 por elemento de red, de forma que desde el inicio de nuestros planes de eficiencia energética en la red hemos evitado la emisión de más de 22.300 Tn. de CO_2.
Por otra parte, creemos que los servicios de comunicaciones son un elemento clave en la lucha contra el cambio climático y por ello, entre otras medidas estamos impulsando la sustitución de viajes por videoconferencias. Hasta la fecha, en Vodafone España el uso de las videoconferencias por nuestros empleados ha supuesto un ahorro de 2.426 Tn. de CO_2.

- Dada la importancia que supone para nuestra empresa la compra de productos y servicios a proveedores (este ejercicio 4.963,8 Millones de euros), fomentamos que nuestros proveedores mantengan altos estándares éticos, ambientales y laborales, colaborando con ellos a través de las etapas de cualificación, evaluación y optimización del proceso de gestión del comportamiento de proveedores.

- Finalmente, deseo realizar una mención muy especial a las políticas y procesos en el ámbito de la gestión de nuestro equipo humano, orientados a mejorar continuamente valores como la credibilidad, la igualdad, el orgullo de pertenencia o el compañerismo. El desarrollo de estas políticas a lo largo de estos años ha sido reconocido en este ejercicio con la Certificación BestWorkplaces 2009, habiendo logrado el 2º puesto en la Categoría de Empresas de más de 1000 empleados, y siendo además la empresa líder dentro de la "Dimensión Respeto".

El panorama económico actual supone un reto importante, y creemos que los sectores que apuestan por el talento y la innovación pueden contribuir notablemente al impulso de la economía. En este sentido, Vodafone España desea contribuir a elevar, a través de una oferta de productos y servicios avanzados, el nivel de competitividad de la economía española fomentando el desarrollo y la integración social. Ante situaciones de incertidumbre como la actual es cuando hay que aplicar, aún más si cabe, soluciones innovadoras, y este principio es aplicable también a la implantación de la Responsabilidad Corporativa.



D. Francisco Román
Presidente Consejero Delegado

Perfil de Vodafone

Vodafone Grupo

El Grupo Vodafone es líder mundial como suministrador de servicios de comunicaciones móviles de voz y datos, incluyendo llamadas de voz, mensajes de texto SMS, mensajes con vídeo e imágenes MMS, acceso a Internet y otros servicios de datos.

El Grupo Vodafone está creciendo de forma acelerada mediante el lanzamiento de servicios que integran la telefonía móvil con la fija, gestionando la conectividad desde el PC, servicios móviles 3G y HSPA, así como de banda ancha fija.

La organización del Grupo Vodafone está dividida en tres regiones, cada una de ellas con su propio Consejero Delegado:
- Europa
- Europa Central y África
- Asia-Pacífico y Oriente Medio

Compañías Filiales (20)

En las que el Grupo Vodafone tiene el control operacional o su porcentaje de participación es superior al 50%.

Europa
- Albania
- Alemania
- España
- Grecia
- Holanda
- Irlanda
- Italia
- Malta
- Portugal
- Reino Unido

Europa Central y África
- Ghana
- Hungría
- República Checa
- Rumanía
- Turquía

Asia-Pacífico y Oriente Medio
- Australia
- Egipto
- India
- Nueva Zelanda
- Qatar

Compañías Asociadas (9)

Donde se comparte el control con al menos otra Compañía:
- Vodafone Fiji
- Indus Towers (India)
- Polkomel (Polonia)
- Omnitel (Vodafone Italia)

Grupo Vodafone, con compañía asociada en:
- Sudáfrica
- Lesoto
- República Democrática del Congo
- Mozambique
- Tanzania

Inversiones en empresas asociadas (3)

Donde se tiene una influencia significativa, pero no el control:
- Verizon Wireless (EEUU)
- SFR (Francia)
- Safaricom (Kenia)

Otras Participaciones (2)

Donde no se tiene una influencia significativa (generalmente con menos del 20% de participación)
- China Mobile (China)
- Bharti Airtel (India)

Datos Grupo Vodafone (a 31 de marzo 2009)

	2008-09	Δ respecto a 2007-08
Facturación Total (millones £)	41.017	**+15,6%**
EBITDA (millones £)	14.490	**+10,0%**
Free cash flow (millones £)[1]	5.722	**-**
Capitalización (miles de millones £) (a 31 de marzo)	64.424	**-19,6%**
Beneficio ajustado por acción (peniques)	17,17	**+37,4%**
Nº clientes proporcionales (millones)	303	**+16,5%**
Dispositivos 3G (millones)	41,6	**+53,7%**
Nº empleados	79.097	**+11,4%**

www.vodafone.com

[1] "Free Cash Flow": Antes del pago de licencias y espectro

Vodafone España

Vodafone España, como empresa que apuesta por el talento y la innovación, está contribuyendo a impulsar el desarrollo de la economía española. Mediante nuestra oferta de servicios avanzados de telecomunicaciones, contribuimos a elevar la calidad de vida y el nivel de competitividad de nuestros clientes particulares y empresariales, y al mismo tiempo fomentamos el desarrollo y la integración social.

En la tabla siguiente se indican los datos más significativos de Vodafone España. La actual situación económica ha tenido un doble efecto en los resultados de Vodafone España, que se refleja:

- de forma negativa, en el descenso de los ingresos por servicios de voz.
- de forma positiva, en la excelente acogida de las tarifas y servicios de Vodafone España que resultan especialmente atractivos en el actual entorno económico y nos han permitido liderar la actividad comercial en el último trimestre del ejercicio 2008-09.

Datos Vodafone España (a 31 de marzo 2009)

	2008-09	Δ respecto a 2007-08
Facturación Total (millones €)	6.982	**-2,6%**
Ingresos por servicios totales (millones €)	6.435	**-4,9%** (*)
Ingresos por servicios de voz (millones €)	4.797	
Ingresos por servicios de mensajería (millones €)	515	
Ingresos por servicios de datos (millones €), excluyendo mensajería	500	
EBITDA (miles)	2.287	**-10,9%**
Nº clientes (miles)	16.910	**+5,4%**
% clientes contrato	59%	**+1,0 p.p.**
Nº clientes ADSL (miles)	456	-
Dispositivos 3G (millones)	7,07	**+34,4%**
ARPU medio mensual (€)**	31	
Nº empleados	4.323	**+9,7%**

(*) Crecimiento orgánico
(**) Excluyendo servicios fijos

1: Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha
2: Cataluña
3: Comunidad Valenciana, Murcia e Islas Baleares
4: País Vasco, Navarra, La Rioja, Cantabria y Aragón
5: Extremadura, Andalucía e Islas Canarias
6: Asturias, Galicia y Castilla y León

Hitos 2008-09

Durante el ejercicio 2008-09 nuestra actividad comercial ha estado muy relacionada con los servicios estratégicos de Vodafone España (en buena medida, consecuencia de la integración de Tele2): "Oficina Vodafone", "Vodafone en tu Casa", líneas móviles asociadas con "Vodafone ADSL", o nuevas líneas relacionadas con la conectividad PC en movilidad.

Se han producido, entre otros, los lanzamientos de:

- "Vodafone en tu casa", que fomenta la sustitución del teléfono fijo por el móvil en los hogares, de forma análoga a como lo hace la "Oficina Vodafone" en los clientes empresariales.
- "Vodafone ADSL". La oferta de Vodafone España integra las ventajas de la banda ancha fija y móvil, así como la versatilidad de los servicios de voz móvil.
- "BlackBerry Storm", diseñado en exclusiva para Vodafone, y que es el primer "smartphone" de RIM con pantalla táctil sensitiva.

Perfil de Vodafone

Vodafone España

Nuestra actividad

En un sector como el de las telecomunicaciones, en el que en una década se ha producido una verdadera revolución tecnológica, Vodafone España continúa ganando espacio, demostrando que es capaz de continuar creciendo.

Así, tras la compra de Tele2, Vodafone España se ha posicionado en el mercado de las "Telecomunicaciones Totales", por el que hemos realizado una apuesta clara. Nuestro liderazgo en tecnología 3G nos ha aportado una clara ventaja competitiva, a la vez que nos permitirá seguir creciendo en nuevas tecnologías y productos de datos, más allá de la voz.

Nuestra actividad (datos a 31 de marzo de 2009)

Red	
Estaciones Base	> 21.000
Emplazamientos coubicados (2G y 3G)	> 5.700
Estaciones compartidas con otras compañías	> 7.200
Centros de Conmutación	35
Servicios	
Llamadas de voz (millones de minutos)	> 35.500
SMS y MMS (millones)	> 4.800
% penetración dispositivos 3G (sobre la base de clientes)	41,8%
Roaming (Acuerdos con operadores de otros países)	1.122
Presencia de Marca y Tiendas	
Tiendas propias	79
Franquicias	180
Transacciones al año (en tiendas propias)	975.933
Nº de empleados de tiendas propias	364
Atención al cliente (media de llamadas/día)	326.027

Principales aspectos de RC asociados a nuestra actividad

Red
Consumo de Energía
Emisiones Radioeléctricas y Salud
Despliegue de Red
Gestión de Residuos
Prevención de Riesgos Laborales
Servicios
Accesibilidad de Productos y Servicios
Impacto socio-económico de las telecomunicaciones
Uso Seguro y Responsable
Información a Clientes
Privacidad y Seguridad
Presencia de Marca y Tiendas
Publicidad y Marketing Responsable
Reutilización y Reciclado de dispositivos
Información clara y transparente de tarifas
Proveedores
Accesibilidad a las instalaciones

Impacto Socio-Económico de las Telecomunicaciones

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) poseen un papel cada vez más protagonista en el impulso y desarrollo de las economías y sociedades modernas. En el ámbito económico, en particular, es patente hoy en día la influencia de las TIC en la mejora de la productividad y la competitividad empresarial. Igualmente, y desde la perspectiva del conjunto de la sociedad, la nueva cultura digital abre nuevos espacios para la comunicación y la transmisión de información, que se traducen directamente en una mayor calidad de vida y bienestar para todos los ciudadanos. A escala internacional, destacan los más de 2,7 billones de euros estimados en 2007 para el total del hipersector de TIC en el mundo, con especial protagonismo de los servicios de telecomunicaciones, que con más de 1 billón de euros, aglutinan más del 37% del total del hipersector[1].

Por otra parte, es una realidad que las Tecnologías de la Información y de la Comunicación favorecen al ahorro de quien las utiliza. Realizar determinadas gestiones de manera telemática sirve no sólo para ahorrar tiempo y dinero, sino que su buen uso incrementa en muchos casos los ingresos de las empresas.

En España, las telecomunicaciones suponen el 4,2% del PIB y una inversión anual superior a los 5.700 millones de euros. El número de empleos directos en el sector a finales de 2007 era de 85.018. Esta cifra supone el 0,4% del empleo total en España y el 0,6% del empleo en el sector servicios[2]. A la cifra de empleo directo generado en el propio sector de las telecomunicaciones, debe sumarse el empleo indirecto generado en todas aquellas empresas proveedoras de productos y servicios para este sector. Si se considera el sector de las TIC en su conjunto, son más de 778.000 los empleos generados, que suponen el 3,8% de la población empleada en España en 2007.

+ de 35.500
millones de minutos de voz cursados

1.122
acuerdos de Roaming

[1] "Informe anual sobre la Sociedad en Red 2007", elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) (www.observatorio.red.es)

[2] Redtel. "Contribución de las Operadoras de Telecomunicaciones al desarrollo económico y social de España". (www.redtel.es)

Impacto Socio-Económico de Vodafone España

El liderazgo de la telefonía móvil en nuestro país, a la cabeza de Europa en uso y penetración de la banda ancha móvil, se concreta, en el caso de Vodafone España, en un continuo impulso innovador, y una excelente contribución al desarrollo de otros sectores.

A 31 de marzo de 2009 la tasa de penetración de la telefonía móvil en España era de 111,5 líneas por cada 100 habitantes y la cuota de mercado de líneas móviles de Vodafone España representaba un 31,4% del total[3] (Fig. 1)

Cuota de mercado de líneas móviles

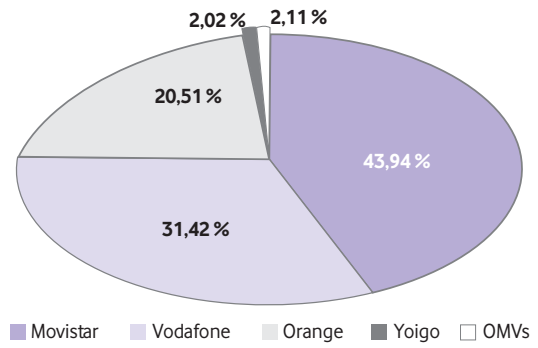


Fig. 1

31,4%
de cuota de mercado en telefonía móvil

Si se mide la contribución de Vodafone España a la economía nacional en función del "Valor Añadido de Caja" (valor de los ingresos por productos y servicios, menos el coste de los materiales, componentes y servicios comprados), se obtiene la evolución de la Fig 2.

"Valor Añadido de Caja" de Vodafone España (millones euros)

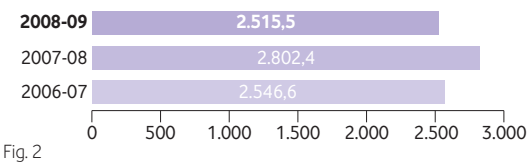


Fig. 2

2.515,5
millones de euros
contribución de Vodafone España a la economía nacional

Por otra parte, en el cuadro siguiente se muestra el "Valor Económico Directo" de Vodafone España.

Valor Económico Directo (millones €)

	2008-09	2007-08	2006-07
Compras de Productos y Servicios	**4.963,8**	4.988,5	4.619,7
Impuestos	**674**	623,6	726,4
Retenido para crecimiento	**-409,9**	1.222,4	698,4
Salarios y Bonos	**191,3**	210,3	223,8
Seguridad Social	**42,9**	40,1	39,6
Contribuciones a Planes de Pensiones	**4,7**	4,5	4,5

Esta contribución de Vodafone España a la economía nacional se ha realizado con una notable inversión propia, habiendo recibido de la Administración las subvenciones que se indican a continuación.

Subvenciones recibidas por la Administración (2008-09) (millones €)	
Subvenciones de capital concedidas en el ejercicio	**1,8**
Subvenciones de explotación	**2,0**

www.vodafone.es
www.observatorio.red.es
www.redtel.es
www.cmt.es

[3] CMT. Nota Mensual Marzo 2009 (www.cmt.es)

Gestión de la Responsabilidad Corporativa

La estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC) de Vodafone está directamente ligada a su estrategia de negocio. El conocimiento de las necesidades y expectativas de nuestros Grupos de Interés crea significativas oportunidades para el desarrollo de nuestro negocio.

RC y Cultura Corporativa

Uno de nuestros seis objetivos estratégicos permanentes en el tiempo es "Ser una Empresa Responsable". La Responsabilidad Corporativa requiere identificar las expectativas de nuestros Grupos de Interés y actuar para intentar satisfacerlas de forma equilibrada.

La implantación efectiva de la RC se lleva a cabo teniendo siempre presente, como elementos de referencia, los Valores y Principios de Negocio de la compañía, basados en recomendaciones internacionales tales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de los Derechos del Niño, y los Principios de la Organización Internacional del Trabajo sobre Derechos Laborales.

Objetivos Estratégicos	Nuestros Valores	Nuestros Principios de Negocio
• **Satisfacer a nuestros Clientes** • **Crear el mejor Equipo Global** • **Aprovechar la Escala y Alcance Global** • **Expandir los Límites del Mercado** • **Ser una Empresa Responsable** • **Aportar elevado Valor para los Accionistas**	Los Valores corporativos reflejan la forma en que se espera que nuestros empleados se comporten dentro del negocio: • **Pasión por nuestros Clientes.** Ante la confianza que nuestros clientes depositan en Vodafone, debemos responder atendiendo a sus necesidades con una calidad y rapidez que satisfaga sus expectativas. • **Pasión por nuestros Empleados.** Creemos en la responsabilidad personal y en la capacidad de tomar decisiones, así como en el poder del trabajo en equipo. Por eso, queremos atraer, formar, recompensar y mantener en nuestra empresa a gente excepcional. • **Pasión por los Resultados.** Nos guiamos por el deseo de ser los mejores y para ello, buscamos la velocidad, flexibilidad y eficiencia en todo lo que hacemos. • **Pasión por la sociedad que nos rodea.** No sólo estamos preocupados por ofrecer a la sociedad aquello que responda a sus necesidades, sino que además, nuestras actividades se fundamentan en el espíritu de colaboración y en el mútuo respeto.	El éxito de Vodafone depende de nuestro compromiso por cuidar la forma en que gestionamos el negocio y por la manera en que interactuamos con nuestros Grupos de Interés. En los Principios de Negocio se recogen las líneas de actuación que deben tener en cuenta todas las personas que desarrollan su labor en la Compañía. **1. Creación de Valor.** Creemos que la competencia en una economía de mercado, llevada a cabo de una manera ética, es la mejor forma de proporcionar beneficios a nuestros Grupos de Interés. En nuestras decisiones primarán los criterios económicos, y también se incluirán consideraciones sociales y medioambientales. **2. Política pública.** Expresaremos nuestras opiniones sobre propuestas de la Administración y otros asuntos que puedan afectar a nuestros Grupos de Interés. **3. Comunicaciones.** Nos comunicaremos de una manera abierta y transparente con todos nuestros Grupos de Interés, dentro de los límites de confidencialidad comercial. **4. Clientes.** Nos comprometemos a proporcionar a nuestros clientes, productos y servicios seguros, fiables y rentables. **5. Empleados.** La relación con y entre los empleados está basada en el respeto hacia el individuo y a los derechos humanos. **6. Conducta Individual.** Esperamos que todos los empleados actúen de una manera honesta, justa y con integridad. **7. Medio Ambiente.** Nos comprometemos a establecer prácticas de negocio sostenibles y a proteger el Medio Ambiente. **8. Las Comunidades y la Sociedad.** Aceptamos nuestra responsabilidad de compromiso con las comunidades e invertiremos en la sociedad de manera que se haga un uso efectivo de nuestros recursos, incluyendo el apoyo a organizaciones benéficas. **9. Seguridad y Salud.** Estamos comprometidos con la seguridad y salud de nuestros clientes, empleados y comunidades en las que operamos. **10. Socios Comerciales y Proveedores.** Nos comprometemos a establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas con nuestros socios comerciales y proveedores.

Nuestra Marca

La Marca es uno de los activos más valiosos para una empresa, y uno de los aspectos que contribuyen a diferenciarse en el mercado. La Imagen o Reputación de Marca, se construye por la acumulación de todas las manifestaciones de la empresa; es decir, la Imagen o Reputación de Marca es diferente para cada persona, porque está construída en función de la experiencia que haya tenido cada persona con la empresa.

La marca de Vodafone refleja nuestro espíritu, los aspectos diferenciadores que nos hacen únicos. Nuestra personalidad queda plasmada en ella y sintetizada en tres conceptos:
- **"Red":** es nuestro color. Define la pasión y el espíritu que nos mueve y lo transmitimos a todo nuestro entorno.
- **"Rock solid":** representa la confianza que generamos asociada a nuestra condición de líder mundial. Somos una empresa sólida, consecuente y honesta.
- **"Restless":** nos motivan los retos y siempre buscamos formas de mejorar la experiencia de cliente.

Gobierno Corporativo

Vodafone dispone de un amplio conjunto de Políticas que nos ayudan a asegurar que los Principios de Negocio se ponen en práctica en el trabajo diario. (Ver fig. 1)

Dentro de un proceso general de alineamiento con las nuevas directrices COSO (Committee Of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission), Organismo Internacional de referencia en el ámbito de la Gestión del Control Interno de las empresas, durante el ejercicio 2008-09, Vodafone ha realizado una revisión en profundidad de los diferentes mecanismos de Gobierno Corporativo y de Gestión del Riesgo.

Como consecuencia directa de esta revisión, se ha rediseñado el "Group Governance and Policy Manual" (GGPM), así como los procesos de auto-aseguramiento a nivel de controles internos de la compañía, tales como el "Entity Level Control Assessment" (ELCA) y el "Key Control Questionnaire" (KCQ).

Vodafone España garantiza el alineamiento de sus políticas y procedimientos locales con el GGPM mediante un proceso definido y coordinado por el departamento de Control Interno. Mediante este proceso se asegura el análisis de cada nueva versión del GGPM, la notificación de cambios a 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, el Presidente Consejero Delegado y el Director de Administración, Finanzas y Control de Vodafone España informan al Grupo Vodafone sobre el grado de cumplimiento de las Políticas incluidas en el GGPM, a través del "Financial Certificate".

Adicionalmente y para obtener una visión consolidada del grado de cumplimiento con las diferentes Políticas recogidas en el GGPM en diferentes entidades del Grupo Vodafone, desde Auditoría Interna se está realizando una "Group Wide Review" (GWR) o auditoría simultánea en el tiempo que implica a un número significativo de Operadoras. A lo largo del ejercicio 2008-09 se han concluído las fases locales de obtención de información y evaluación, y se encuentra en proceso de consolidación de la información a nivel global.

Otros instrumentos utilizados dentro de la actividad de auditoría interna en referencia a controles y buenas prácticas, como son el "Generic Process Model" (GPM) y sus correspondientes "Risk and Control Matrix" (RCM) han sido revisados también para alinearlos con los cambios en el GGPM y para incluir nuevas actividades antes no cubiertas dentro del proceso de auditoría. El nuevo instrumento denominado "Process Reference Model" (PRM), en sustitución del GPM, está operativo para Auditoría Interna y es la base de referencia para su planificación anual.

Relación de Políticas. www.vodafone.com/responsibility

- Política sobre Gestión de la Continuidad de Negocio
- Política de Comunicaciones
- Política sobre Cumplimiento de Requisitos Reguladores
- Política de Cumplimiento de Requisitos de Comportamiento Comercial y de Legislación sobre Competencia
- Política sobre Asesoría Jurídica e Informes
- Política Anti-blanqueo de dinero
- Política sobre Hospitalidad Corporativa
- Política de Derechos de los Empleados
- Política de Seguridad y Salud
- Política de Selección y Gestión de Empleados
- Política sobre Beneficios
- Guías de Cumplimiento Anti-Corrupción
- Política de Gestión del Fraude
- Política sobre Obligación de Informar
- Política de Seguridad
- Código de Compras Éticas
- Política de Privacidad
- Política sobre Calidad de la Experiencia de Cliente
- Política de Precios de Venta
- Política de Despliegue Responsable de Red
- Política de Inversión Social
- Política sobre Donaciones Benéficas
- Código de Conducta sobre Impuestos

Fig. 1

www.vodafone.com/responsibility

Gestión de la Responsabilidad Corporativa

Consejo de Administración y Comité de Auditoría

El **Consejo de Administración** de Vodafone España cuenta con unos altos niveles de Gobierno Corporativo, que son críticos para la integridad de nuestro negocio y para mantener la confianza de los inversores en nuestra compañía. Ver información complementaria en www.vodafone.com/governance

El Consejo de Administración de Vodafone España, S.A.U. está formado por:
- Presidente Consejero Delegado: D. Francisco Román
- Consejero: D. Julián Oncina
- Consejero: D. Antonio Alemán[1]
- Consejero: D. Antonio García-Urgelés
- Secretario: D. Pedro Peña

Funciones de la Presidencia:
El Presidente Consejero Delegado de Vodafone España es Presidente de la Compañía y de su Consejo de Administración, del que forma parte, correspondiéndole, además de las funciones atribuidas por ley y por los estatutos sociales, ejercer la alta dirección y la representación permanente de la compañía.

Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el Consejo de Administración:
Vodafone España cumple todas las pautas internas del Grupo Vodafone establecidas para evitar conflictos de intereses, de política anticorrupción y remuneraciones de directivos, contenidas en el GGPM. Asimismo, los consejeros cumplen con las obligaciones legales de comunicación a la compañía, de cualquier situación de conflicto de interés.

El **Comité de Auditoría** de Vodafone España en un órgano con facultades de información, asesoramiento y propuesta al Consejo de Administración dentro de su ámbito de actuación. Sus funciones principales son supervisar el proceso de información financiera, los sistemas de control interno asociados a los riesgos relevantes de la Compañía, así como las áreas de auditoría tanto interna como externa, asegurar que se produce una adecuada cooperación con el Grupo Vodafone, y proponer y recomendar al Consejo de Administración las áreas de mejoras en la Compañía.

El Comité de Auditoría de Vodafone España está formado por:
- D. Francisco Román
- D. Julián Oncina
- D. Joel Walters

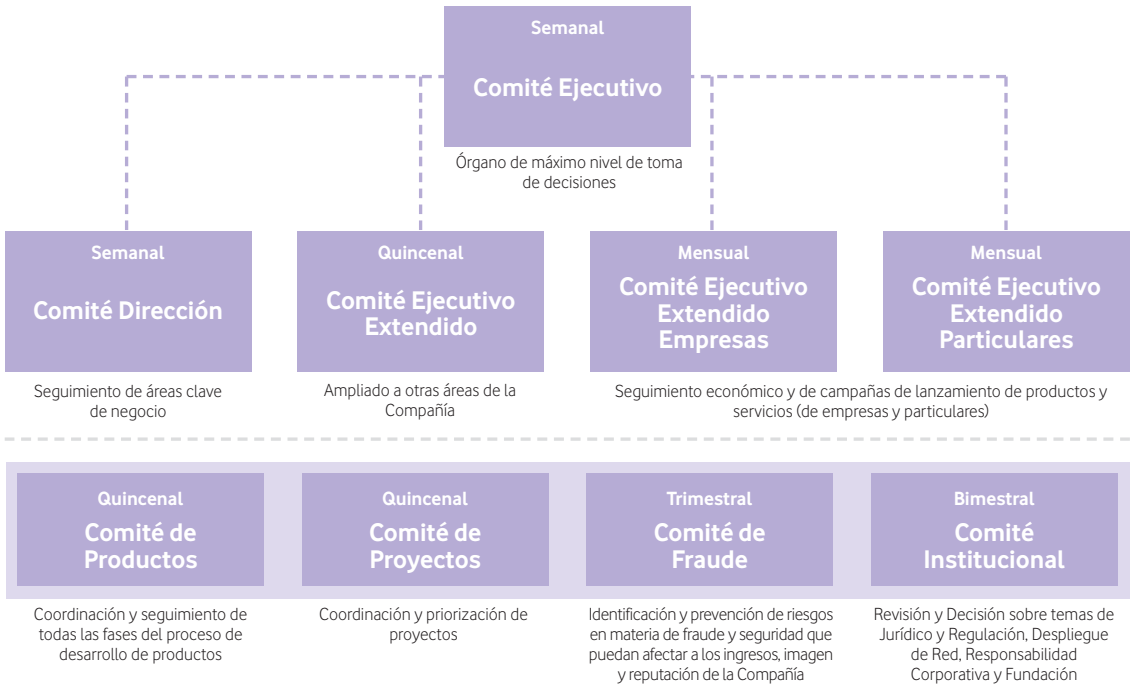
Asistentes no miembros:
- D. José Ángel Hernández
- D. Sergio Regueiro
- D. Pedro Peña

Existe asimismo en Vodafone España un **Consejo Asesor**, compuesto por las siguientes personas:
- Lord Tristan Garel Jones
- D. Pedro Ballvé
- Dª. Helena Guardans
- D. Carlos Barrabás
- D. Gregorio Marañón

Este órgano consultivo se reúne con periodicidad trimestral con el fin de asesorar sobre temas de importancia para la compañía, entre los cuales se incluyen de manera especial aquellos estrechamente ligados a la Responsabilidad Corporativa de la Compañía.

Comités de Decisión

Se ha establecido el funcionamiento de los siguientes Comités de Decisión en Vodafone España, que se reúnen con la periodicidad indicada:



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 de Decisión aplicable.

www.vodafone.com/governance

[1] A fecha 26 de marzo de 2009, el accionista único de Vodafone España acordó el cese de D. Antonio Alemán como consejero de Vodafone España y el nombramiento de D. Miguel Orúe-Echebarría como nuevo miembro del Consejo de Administración.

Ley Sarbanes-Oxley

La "Sarbanes-Oxley Act" (SOX) de 2002 es la Ley Federal de los Estados Unidos de América que surgió en respuesta a una serie de escándalos corporativos contables en los que se vieron involucradas conocidas multinacionales y que desencadenaron una pérdida de confianza en los mercados financieros.

Esta Ley tiene la finalidad de reforzar los mecanismos de Gobierno Corporativo y la información financiera de las compañías 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). De esta forma, Vodafone España, como filial del Grupo Vodafone, está obligada al cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley incluyendo, entre otros requerimientos, la documentación, evaluación y certificación de la eficacia de los controles que conforman el Sistema de Control Interno de Reporte Financiero de la Compañía, así como la certificación, con carácter anual, de la efectividad de dichos controles por el auditor externo.

El PCAOB (Public Company Accounting Oversight Board) es la entidad que vela por que las Compañías cumplan con los requerimientos establecidos por la Ley Sarbanes-Oxley. Para ello, dispone de un estándar de auditoría 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 2008, siendo efectivo el nuevo Auditing Standard 6 desde el 29 de Enero de 2008. Por este motivo, en Vodafone se han emprendido las acciones necesarias para asegurar nuestro alineamiento con el AS6 al cierre del ejercicio 2008-09.

Durante el ejercicio 2008-09, Vodafone España ha llevado a cabo 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.

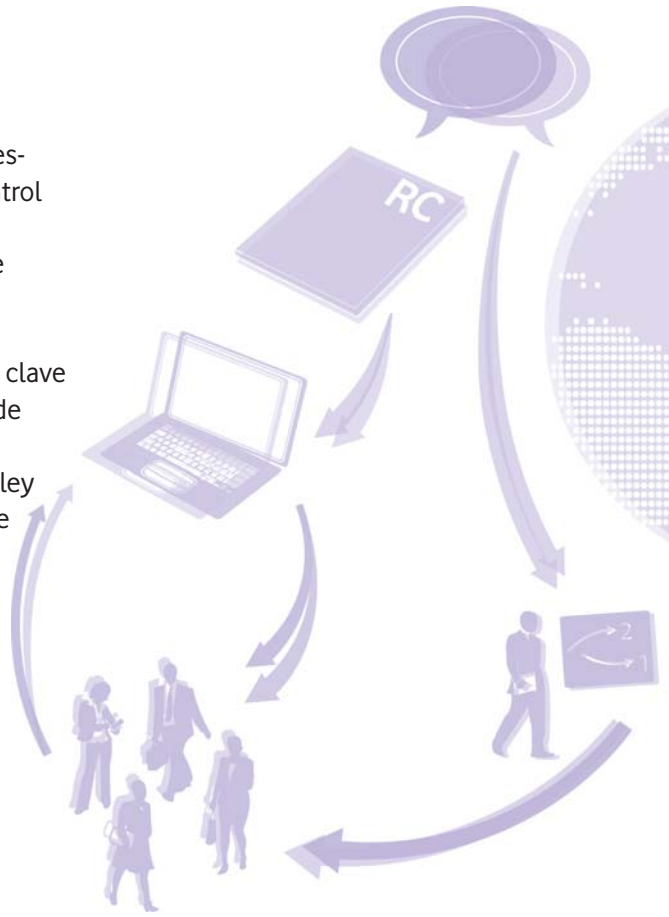
El proceso culmina, anualmente, con la certificación local por parte del Presidente Consejero Delegado y del Director de Administración, Finanzas y Control de Vodafone España, que se envía al Grupo Vodafone.

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 2008-09.

"Key Control Questionnaire" (KCQ): herramienta de control y mejora de la gestión

Adicionalmente a las actividades asociadas estrictamente al cumplimiento de la ley Sarbanes-Oxley, Vodafone España emplea una herramienta de auto-evaluación, denominada "Key Control Questionnaire" (KCQ). 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 2008-09, el KCQ, cumplimentado por los responsables de los procesos clave de negocio y con la revisión y aprobación del Presidente Consejero Delegado 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.



Gestión de la Responsabilidad Corporativa

Actuaciones contra el Fraude y la Corrupción

De acuerdo con los criterios establecidos por el Grupo Vodafone y con los requisitos derivados del cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley, con fecha 1 de septiembre de 2006 se constituyó en Vodafone España el Departamento de Fraude, Riesgo y Seguridad (FRS) cuya tarea principal es defender a los empleados, el negocio y a los clientes contra cualquier riesgo malicioso de origen antisocial. Para ello, cuenta con un Grupo de especialistas en Seguridad TIC, Seguridad Física y Personal, Investigaciones y Gestión de Crisis, y en Planes de Continuidad del Negocio.

Trimestralmente se remite al Grupo Vodafone, el Informe de Fraude, en el cual se detallan la totalidad de incidentes que sobre acciones de fraude y corrupción se hayan podido producir en el respectivo periodo.

Durante el ejercicio 2008-09 se ha emitido la Norma interna que establece los mecanismos adecuados para asegurar que todo el personal de Vodafone España, ya sea propio o subcontratado o proveedor, conozca y entienda su obligación de informar sobre cualquier incidente, o sospecha de incidente, que pueda afectar a la seguridad de Vodafone, incluidos cualquier acto de corrupción.

Con fecha 31 de marzo de 2009 se ha revisado y aprobado por el Comité de Fraude de Vodafone España (en el que se encuentran representados responsables de los departamentos de Auditoría Interna, Gestión de Clientes, Asesoría Jurídica, Revenue Assurance, Unidades de Negocio de Particulares y de Empresas, Recursos Humanos y FRS) el Mapa de Riesgos en el cual se identifican aquellos escenarios posibles de fraude y corrupción. Dicho informe está alineado con los controles establecidos a través de SOX para la Gestión de Riesgos de Fraude y el mismo tiene una revisión anual con objeto de actualizar los escenarios de riesgo contemplados.

Durante el ejercicio 2008-09 no se han registrado incidentes de corrupción en Vodafone España.

Política de Privacidad

Como consecuencia de la auditoría de cumplimiento de la Política de Privacidad, realizada por el Grupo Vodafone durante el ejercicio 2007-08 y superada con éxito por parte de Vodafone España, se han establecido y puesto en marcha una serie de iniciativas que pretenden a grandes rasgos:

- Dar cumplimiento, en la medida de lo posible a la Política de Privacidad del Grupo Vodafone, considerando que en España rige la normativa de Protección de Datos.
- Valorar la situación en materia de Protección de Datos en el proceso de integración de Tele2.
- Valorar el alcance y adecuarnos a la nueva normativa en materia de Protección de datos (Reglamento de Desarrollo de la LOPD).

Diálogo con los Grupos de Interés

En Vodafone consideramos "Grupo de Interés" a todas aquellas personas o colectivos que generan un impacto significativo sobre nuestra actividad o negocio, o que se ven afectados por él. Para su identificación, en pasados ejercicios se elaboró el "Mapa de Grupos de Interés" que incluía una priorización de los mismos en función de su posicionamiento respecto a Vodafone España.

A través de los diferentes canales de comunicación que establecemos con cada Grupo de Interés, se pretende dar respuesta, de una forma equilibrada, a los temas que se consideran más relevantes. Los canales de comunicación establecidos son diversos e incluyen reuniones, encuestas de opinión, alianzas e iniciativas del sector, etc.. Estos canales de comunicación en numerosas ocasiones están soportados por las distintas unidades organizativas de la compañía directamente relacionadas con cada uno de los Grupos de Interés.

Grupos de Interés generales de Vodafone España

- Accionistas (Grupo Vodafone)
- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Administraciones Públicas y Regulador
- Propietarios y Comunidades de Vecinos
- Creadores de Opinión y Conocimiento
- Sociedad y Público en General

Canales de Comunicación

A continuación se describen para cada uno de los principales Grupos de Interés de Vodafone España, los canales de comunicación más significativos que se emplean con cada uno de los Grupos de Interés.

Clientes

Trimestralmente, Vodafone España realiza, a través de una empresa de investigación de mercados, una encuesta dirigida a Clientes y al Público General, mediante la que se conoce la evolución de:

- Sus Expectativas y Prioridades sobre los temas de Responsabilidad Corporativa en los que consideran que deberíamos trabajar.
- Su percepción respecto a nuestro comportamiento en dichos temas de RC.

Además, ponemos a disposición de nuestros clientes distintas vías de comunicación de incidencias y de reclamaciones (www.vodafone.es/particulares), e identificamos aquellos temas de RC donde debemos actuar para introducir mejoras.

Administraciones Públicas y Regulador

Nuestro contacto continuo con representantes de las Administraciones Públicas y del Regulador, en reuniones específicas o sectoriales, nos permite tratar con ellos temas relacionados con la naturaleza de nuestro negocio y nuestra industria.

Vodafone España potencia la participación en organizaciones del sector como otro canal de identificación de sus expectativas (www.vodafone.es/rcenvodafone).

Un ejemplo de estas actividades es nuestra participación continuada en el "Programa de Formación Empresas - Parlamentarios" que impulsa el Círculo de Empresarios. En noviembre de 2008 comenzó el tercer curso de estancias que finalizará en junio de 2009. Como en ediciones anteriores, se mostró en dicho Programa lo esencial de nuestro negocio, así como visitas a centros de red y de clientes para facilitar una mejor comprensión de nuestra actividad por parte de los Parlamentarios.

Propietarios y Comunidades de Vecinos

Como consecuencia de las diferentes "Encuestas de Satisfacción de Propietarios", se puso en marcha en el año 2005 el Centro de Atención al Propietario que nos permite darles respuesta inmediata a sus distintas necesidades, así como analizar las tipologías de éstas.

Empleados

Anualmente se lleva a cabo una Encuesta de Satisfacción de los Empleados, que incluye cuestiones específicas que permiten ir conociendo su opinión en cuanto a nuestro comportamiento en temas de RC.

Además, se mantiene una relación continua con los representantes de los empleados, que permite identificar sus expectativas y necesidades, y que se reflejan en los correspondientes convenios colectivos.

Resumen Canales de Comunicación

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

Sociedad y Público en General

El análisis de las encuestas realizadas trimestralmente nos permite conocer la evolución de las expectativas y percepciones del Público en General sobre aspectos de Responsabilidad Corporativa en empresas de Telecomunicaciones.

Por otra parte, se analizan cómo van variando estas expectativas mediante un seguimiento exhaustivo de las noticias que aparecen en Medios de Comunicación.

Proveedores

En el marco de nuestro Proceso de Gestión del Comportamiento de Proveedores y más concretamente en la etapa de Optimización , Vodafone España establece de forma conjunta con los correspondientes proveedores acciones de mejora a llevar a cabo por éstos en función de los requisitos de ambas partes.

Creadores de Opinión y Conocimiento

A través de diferentes estudios de mercado y de publicaciones específicas, recogemos aquellos temas de RC considerados prioritarios para los expertos y líderes de Opinión en RC.

Periódicamente mantenemos reuniones con las Asociaciones de Consumidores. Durante el ejercicio 2008-09, el lanzamiento de nuevos productos y servicios ha incrementado nuestras tareas divulgativas y formativas, debido a la demanda de estas asociaciones para conocer más a fondo el funcionamiento y uso de los mismos y así poder ofrecer una mejor atención a sus asociados. Dentro de esta actividad se enmarca nuestra participación en congresos de consumo de ámbito estatal y autonómico, así como la participación en seminarios y conferencias en el ámbito universitario sobre las telecomunicaciones y los derechos de los usuarios.

Por otra parte, las diferentes actividades de Formación e Información en las que participamos en Universidades, Escuelas de Negocio, etc., nos permiten conocer sus expectativas o percepciones.

Además, el continuo contacto que mantenemos con las Organizaciones del Tercer Sector nos permite conocer sus necesidades y responder a las mismas a través del lanzamiento de los distintos Productos y Servicios Sociales.

www.vodafone.es/particulares
www.vodafone.es/rcenvodafone

Gestión de la Responsabilidad Corporativa

Priorización de Expectativas

Con la información extraída de los análisis de expectativas y percepciones de los Grupos de Interés, se realiza una priorización de los temas de RC, de forma que se identifican no sólo cuáles son más relevantes para ser tratados en cada uno de los Programas Anuales de Responsabilidad Corporativa y que deben ser contemplados en el correspondiente Informe de RC, sino que además se puede analizar en cuáles se debe focalizar nuestra gestión, mediante la realización de la correspondiente Matriz de Expectativas y Percepción (Ver fig. 2).

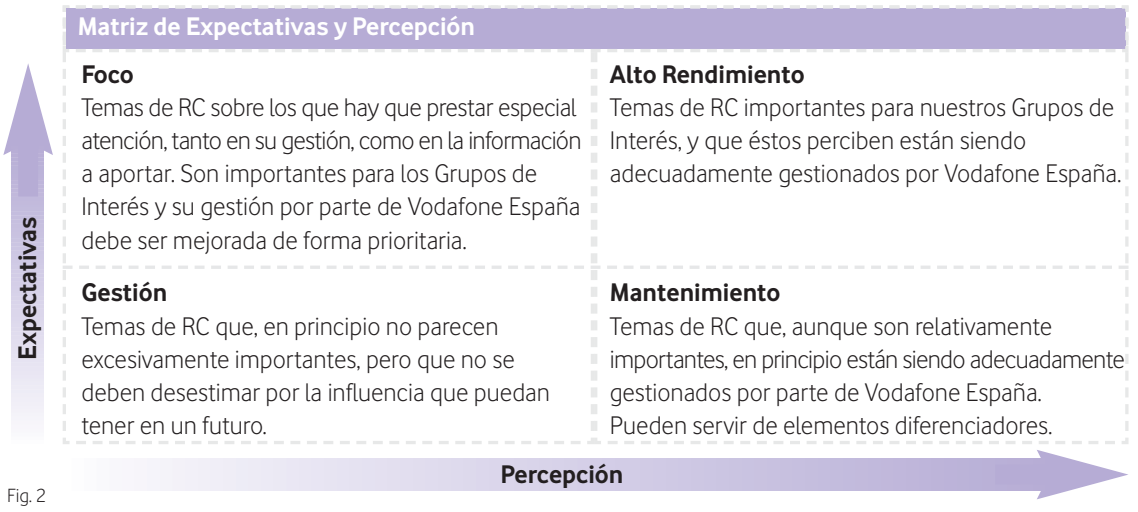


Fig. 2

Una vez hecha la priorización de los temas de RC, y considerando la aplicación del Principio de Precaución, se realiza el correspondiente Análisis de Riesgos identificando los temas de RC más relevantes para nuestro negocio. En la fig. 3 se indican, a fecha 31 de marzo de 2009, los temas de RC prioritarios para nuestros Grupos de Interés, a los cuales pretendemos dar respuesta a través de la publicación de este Informe.

Todo el proceso de identificación y priorización de expectativas y de percepciones de Grupos de Interés se lleva a cabo de acuerdo con el correspondiente procedimiento interno.

Relación de temas RC prioritarios (31/03/09)

1. Productos y Servicios de alto valor social
2. Comunicación clara y transparente de Precios y Tarifas
3. Uso Responsable y Seguro
4. Comunicación sobre Emisiones Radioeléctricas y Salud
5. Impacto en Medio Ambiente
6. Despliegue Responsable de Red
7. Reciclado y Reutilización de Terminales
8. Publicidad/ Marketing Responsable
9. Suministradores
10. Empleados
11. Acción Social

Fig. 3

Estrategia de RC

En el ejercicio 2005-06, el Grupo Vodafone estableció su segundo Plan Estratégico quinquenal de RC que contemplaba las líneas prioritarias de actuación en temas de RC del Grupo Vodafone y sus operadoras.

Estas líneas de actuación están basadas en la involucración con los Grupos de Interés, y en el conocimiento de sus expectativas en los temas de RC que consideran más importantes, con el fin de darles respuesta mediante Programas Anuales y objetivos de Responsabilidad Corporativa.

El actual Plan Estratégico 2005-10 (Ver fig. 4) establece las siguientes prioridades:

- Mantener los más altos niveles de comportamiento ético.
- Entender y responder a las expectativas prioritarias de los Grupos de Interés, llevando a cabo Prácticas de Negocio Responsables.
- Desarrollar actuaciones en tres áreas consideradas clave:
  - Energía y Cambio Climático
  - Responsabilidad con nuestros clientes
  - Reutilización y Reciclado de Terminales
- Utilizar el potencial de las telecomunicaciones para ampliar la accesibilidad de nuestros Productos y Servicios por diferentes colectivos con necesidades especiales.

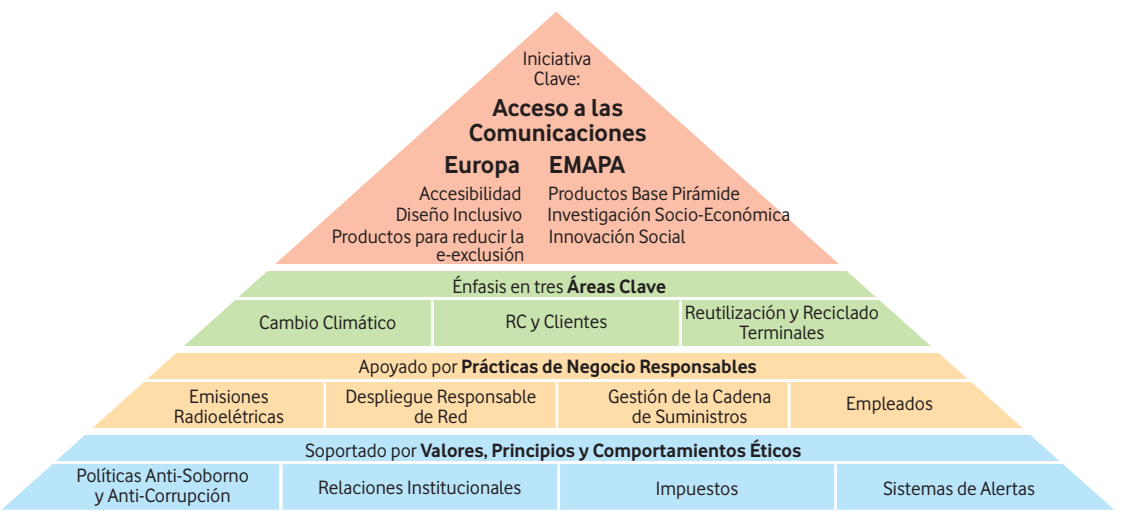


Fig.4

Esta estrategia está contribuyendo a situar a Vodafone España como una de las empresas líderes en RC, como así lo demuestran su posición en diferentes Rankings y los premios recibidos :

Vodafone España: Premios y Reconocimientos

Premios y Reconocimientos recibidos 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 **RSE**.
- 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 Impacto en el Ciudadano**, al proyecto conjunto de Vodafone España 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** consiguió 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** de todo el Grupo Vodafone.
- **Premio Prever 2007** a Vodafone España como entidad destacada por su trayectoria y buen hacer en el campo de la seguridad y salud en el trabajo, otorgado por el Consejo General de Relaciones Industriales y Ciencias del Trabajo.

Premios y Reconocimientos recibidos en el ejercicio 2008-09

- Dentro de los VI Premios Expansión&Empleo a la Innovación en Recursos Humanos, **Francisco Román**, Presidente Consejero Delegado de Vodafone España, recibió el **premio al presidente que más apoya la función de RRHH** dentro de su organización.
- Dentro de los Premios Nacionales 28 de abril a la Prevención de Riesgos Laborales, Vodafone España obtuvo el **Premio a la Labor Informativa y Divulgativa** en la edición 2008.
- **"Vodafone Internet Edition"** reconocido como una de las "100 mejores ideas del año" en los premios de Actualidad Económica.
- **Premio "Muévete Verde"** concedido por la Fundación Movilidad y que reconoce las iniciativas de Vodafone España en el ámbito de la movilidad sostenible.
- **Premio DifuSord 2008** por la iniciativa "Vodafone para Todos", otorgado por la Asociación de Difusión de la Comunidad Sorda.
- **Premio Byte 2008 a la mejor solución de Internet Móvil,** concedido al Módem USB Sitck "Conecta Vodafone" K3715.
- **Premio Genio en la categoría de Cinexperience**, otorgado por CMVOCENTO y que reconoce aquellas campañas innovadoras en su utilización de los medios, en la creación de formatos originales y en el uso de la creatividad aplicada a formatos convencionales.
- **"Vodafone en tu casa"** es reconocido como **Mejor servicio** presentado por las operadoras con red propia durante 2008, según los lectores de Xataka Móvil.
- **"Internet en el móvil de Vodafone"** es reconocido como **Mejor Tarifa de datos 2008**, según los lectores de Xataka Móvil.
- **Vodafone España** es reconocido como Mejor **Operador con red propia 2008**, según los lectores de Xataka Móvil.

Vodafone España: Posición en Rankings relacionados con RC

- **MERCO:** Vodafone España ocupa en la edición 2009 la posición 13 a nivel general (y es, por segundo año consecutivo, la primera filial de las compañías globales con presencia en España).
- **Fundación Empresa y Sociedad**: en su informe publicado en 2008 sobre "Las empresas y cajas de ahorro mejor percibidas por sus actuaciones relacionadas con la integración de personas desfavorecidas", Vodafone España ocupa el 5º puesto de las empresas españolas por sus Productos y Servicios Sociales.
- **Vodafone** España fue **certificada como uno de los mejores lugares para trabajar en España (Great Place to Work)**, logrando el 2º puesto en la categoría de Empresas de más de 1000 empleados y el premio especial a Vodafone España en la categoría de Valores por el "Respeto a las Personas".
- Según el estudio **"Empresa Top para trabajar 2008"** realizado por la organización CFR, Vodafone España vuelve a estar entre las empresas que destacan sobre la media y ofrece a sus trabajadores los mejores beneficios y calidad de vida.

Grupo Vodafone

- **El Grupo Vodafone** ocupó **el primer puesto en el 2008 Accountability Rating**, elaborado entre las empresas del Fortune Global 100, y por tercer año consecutivo se sitúa entre las cinco primeras empresas líderes de este ranking.
- Por segundo año consecutivo, **el Informe de RC del Grupo Vodafone ganó el premio al Mejor Informe en el 2008 Corporate Register Reporting Awards (CRRA)**. En esta edición de 2008, ganó también el premio a la "Relevancia y Materialidad" y a la "Credibilidad a través de la verificación".

Gestión de la Responsabilidad Corporativa

Organización y Gestión de RC

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

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

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

Estos KPIs de RC incluyen indicadores cualitativos y cuantitativos sobre temas tales como eficiencia energética; gestión de residuos; recogida, reutilización y reciclado de terminales; o contribuciones a la comunidad.

Los indicadores cualitativos incluyen cuestiones sobre la gestión de los temas identificados como prioritarios dentro de la Estrategia de RC. Cada indicador lleva asociada una puntuación en función de la importancia del tema.

Las puntuaciones de los indicadores cualitativos y cuantitativos son utilizadas para medir el avance en la Gestión de RC, estableciéndose objetivos anuales de progreso.

Por otra parte, la compartición de esta información 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.

Sistemas de Gestión Certificados

Vodafone España dispone de un Sistema de Gestión Ambiental y un Sistema de Calidad desarrollados según ISO 14.001 y 9.001, respectivamente (www.vodafone.es/responsabilidad).

Estos Sistemas se mantienen actualizados y certificados mediante las correspondientes auditorías de Entidades de Certificación debidamente acreditadas (Ver fig. 5).

Certificado del
Sistema de Gestión de la Calidad

AENOR

Empresa Registrada

UNE-EN ISO 9001

ER-0534/1996

VODAFONE ESPAÑA, S.A.

AENOR

BUREAU VERITAS Certification

Certificación

VODAFONE ESPAÑA, S.A.

MADRID

AVDA. EUROPA 1, PARQUE EMPRESARIAL LA MORALEJA, 28108, ALCOBENDAS

VER ANEXO

NORMA

ISO 14001:2004

TODAS LA ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA EMPRESA A TRAVÉS DE SU OFICINA CENTRAL Y DE SUS GERENCIAS TERRITORIALES: PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES; DISEÑO, CONSTRUCCIÓN, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE TODOS LOS ELEMENTOS DE LA RED TELECOMUNICACIONES, Y TODAS LAS ACTIVIDADES DE OPERACION Y SOPORTE EN OFICINAS

05 diciembre 1997

08 marzo 2010

ENAC

Fig. 5

www.vodafone.es/conocenos
www.vodafone.es/responsabilidad

Comunicación Interna

La misión del departamento de Comunicación Interna es situar al empleado como parte vital del negocio, logrando que se sientan comprometidos con la Compañía y aporten lo mejor de sí mismos para la consecución de los objetivos de ésta. Para ello, el departamento de Comunicación Interna:

- Difunde información relevante de la Compañía: estrategia y resultados.
- Contribuye a que el empleado conozca los productos y servicios de Vodafone España, ayudando a los empleados a comprender el "compromiso Vodafone" e incrementar su vinculación con la compañía.
- Trata que el empleado perciba y valore los beneficios de trabajar en Vodafone.
- Implementa campañas de comunicación y difunde el papel de los managers como comunicadores.

Para alcanzar su misión, el Departamento de Comunicación Interna utiliza diferentes canales:

- Correo electrónico.
- SMS y MMS.
- "Banners" en la Intranet local y global.
- Vodafone al Día (primera pantalla de entrada a Intranet o Internet que encuentra el empleado).
- "Vodafone Tube" (canal de TV interno) que permite videos en vivo y grabados.
- Boletín "La Repesca Semanal".
- Eventos: exposiciones, presentaciones, concursos, etc.
- Campañas especiales multicanal.

Con el fin de mantener la concienciación de los empleados en temas RC, durante el ejercicio 2008-09 se han realizado diferentes actividades y comunicaciones dentro de los temas de RC establecidos como prioritarios en el Programa anual. En la tabla adjunta se muestran algunas de estas comunicaciones.

Productos y Servicios Sociales, y actividades de la Fundación Vodafone España.

- Primer Workshop de Accesibilidad del Grupo Vodafone, celebrado en España.
- Presentación y comunicación en MOVEs ("Mobile Vodafone Expo") de los productos sociales más destacados.
- III Torneo Internacional de Deportes de Playa para Personas Sordas.
- Participación en feria Tifloinnova.
- Campaña para participación de empleados en el Programa de Alimentos de la ONU.
- Accesibilidad de web, tiendas y oficinas.
- Campañas de donación de sangre.
- Campañas SMS solidarios: ONG, catástrofes, etc.

Uso Seguro y Responsable de los productos y servicios de telecomunicaciones. Marketing responsable.

- Campaña Pack High School Musical. Uso responsable del móvil por los menores.

Iniciativas para reducir la contribución al Cambio Climático.

- Día Internacional del Ozono.
- Premio "Muévete Verde", concedido a Vodafone España por la Fundación Movilidad.
- Día Mundial del Medio Ambiente.
- Campaña para compartir coche sobre conducción responsable.
- Día de la Tierra, organizado por WWF/ Adena.
- Contenidos medioambientales en los distintos boletines periódicos de toda la compañía y áreas específicas: Repesca Semanal, Boletín de Gestión de Clientes, Tecnología, etc.

Emisiones Radioeléctricas de Telefonía Móvil y Salud.

- Comunicados de la Organización Mundial de la Salud y otras organizaciones de prestigio en este tema.

Recogida, reutilización y reciclado de Terminales.

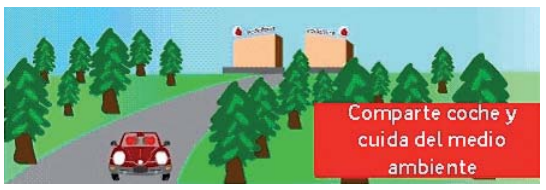
- Campañas para la promoción del reciclado e información para empleados.

Seguridad y Salud.

- Campaña de conducción responsable. Normas de Seguridad Vial. Campaña de Verano y Navidad.
- Plan de Continuidad del Negocio (BCP), simulacros, campaña de concienciación y conocimiento de actuaciones en caso de crisis.
- Comunicaciones sobre nuevos servicios de salud (prescripción de pruebas de Seguro Médico en la oficina), cambios en los reconocimientos médicos (personalización mediante cita previa para realización de extracciones de sangre y completar el reconocimiento cuando están disponibles los resultados de los análisis, etc.).
- Campañas sobre donación de sangre.
- Campañas de divulgación de buenas prácticas.

Generales y relacionados con Empleados.

- Comunicación sobre conciliación de vida personal y laboral.
- Presentación y comunicación Great Place to Work.
- Ranking Merco.



Gestión de la Responsabilidad Corporativa

Opiniones de Expertos en Responsabilidad Corporativa

¿Cuáles son desde su punto de vista los aspectos más destacados/ positivos de nuestra Estrategia de RC y en qué temas cree que podríamos profundizar más (sugerencias para la mejora)?

D. Juan Alfaro
Secretario General del Club de Excelencia en Sostenibilidad

"Vodafone España es una referencia clave en materia de responsabilidad corporativa en nuestro país. Han sido pioneros del concepto de innovación responsable, es decir, la forma de ofrecer servicios, productos y soluciones para todos incorporando desde su concepción inicial atributos de carácter ambiental y social.

Vodafone España es un claro ejemplo de cómo una filial puede desarrollar actividades responsables para la actuación global de la empresa. Innovación, defensa de los valores tradicionales, espíritu abierto y sensibilidad hacia los colectivos desfavorecidos serían los principales tópicos que destacaría en cada una de sus actuaciones. Es sin duda una empresa de la que nunca dejamos de aprender."

D. Marcos González
Periodista Editor de Corresponsables
Director General de Media Responsable

"Destacaría de Vodafone España su firme apuesta desde hace ya unos años por integrar la RSE en su gestión, en todas sus operaciones de negocio, en su día a día. También en tiempos de crisis, lo que es de agradecer. Creo que ello se debe a que muchas de sus políticas 'RC', como sus planes de eficiencia energética para reducir sus emisiones de CO_2, su potente acción social, sus diversas políticas con los trabajadores o sus relaciones transparentes con los medios de comunicación forman parte de su estrategia de su negocio. Y eso es lo que acaba aportando valor a la compañía y a todos sus grupos de interés, y lo que hace que la RSE sea realmente clave y absolutamente necesaria en este cambio de paradigma empresarial en el que nos encontramos".

D. Ignasi Carreras
Director del Instituto de Innovación Social de Esade

"Vodafone tiene una contrastada trayectoria de responsabilidad corporativa.

Destacaría de la misma su vocación estratégica que ha permeabilizado la forma de hacer de las diferentes unidades. Esto es especialmente reconocible en el ámbito de los RRHH y su distinción como una de las mejores empresas para trabajar en España. También cabe valorar su política de reciclado y reutilización de terminales. Por último es una compañía muy activa en diferentes iniciativas para la integración de las personas desfavorecidas.

Un aspecto a profundizar es en el objetivo de la compañía para la reducción de las emisiones de dióxido de carbono. ¿Por qué no fijar el objetivo de cero emisiones?"

Dª María Rodriguez
Representante del Consejo Estatal de la RSE

"Los aspectos más destacados de la estrategia de RSE de Vodafone España son desde mi punto de vista los siguientes:

- Su Política de Marketing Responsable, siendo miembro de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol).
- Sus Políticas dirigidas a Colectivos Vulnerables, tanto los Productos especiales para estos colectivos, como las prácticas de restricción de contenidos clasificados por edades.
- El acuerdo firmado en 2007 con la FEMP (a través de AETIC) para la aplicación del Código de Buenas Prácticas para las Instalaciones de Telefonía Móvil, así como la información disponible a través de web y folletos divulgativos, sobre los aspectos básicos relacionados con Telefonía Móvil y Salud.
- El Servicio de Atención al Cliente particular, y la información en web para consumidores con preguntas y respuestas más usuales, así como la relativa a Calidad de Servicio, Tarifas, Facturación y Pago, y la sección de Avisos, que resulta muy formativa para el consumidor.
- Su Política de Privacidad, garantizando el acceso individual a la información y la seguridad de ésta.
- El establecimiento de compromisos y la realización de evaluaciones a su primer nivel de proveedores para asegurar el cumplimiento de los principios de su Código de Compras Éticas.

Por otra parte, considero que se debería de profundizar más en:

- Mayor información en factura sobre las tarifas y precios contratados (la información en web es importante, pero no suficiente), así como información a los consumidores sobre el Sistema Arbitral de Consumo en caso de reclamación.
- Es fundamental que las evaluaciones a proveedores se realicen en todo el proceso de la cadena de producción (no sólo en el primer nivel)".

Dª Ana Sainz
Directora General de la Fundación Empresa y Sociedad

"De entre todas las actuaciones de integración de personas desfavorecidas que realiza Vodafone, destacan sus productos y servicios especiales, así como la promoción de la investigación en las nuevas tecnologías de la información.

El desarrollo de productos a medida ha permitido que de forma directa accedan a la comunicación personas con dificultades, como son las personas con discapacidad y los mayores, y de forma indirecta, a otros servicios accesibles a través de la telefonía móvil.

La promoción de proyectos de investigación relacionados con las nuevas tecnologías ha posibilitado el avance en áreas como la medicina, la educación y/o la asistencia social.

Es de esperar que en los próximos años Vodafone cierre el círculo en el campo de la acción social, y desarrolle capítulos como el de la integración laboral de personas con discapacidad o el del voluntariado empresarial".

Acceso a las Comunicaciones

Ampliar el acceso a las comunicaciones es una de las mayores oportunidades que tiene Vodafone para contribuir de forma positiva a la sociedad, ayudando a mejorar la calidad de vida y la integración socio-laboral de las personas.

La estrategia de Vodafone España para ampliar el acceso a las comunicaciones está basada en la prevención de la "exclusión evitable", proporcionando productos y servicios que sean más fáciles de utilizar, especialmente por los colectivos vulnerables, lo cual incluye por ejemplo:

- Personas con algún tipo de discapacidad (personas ciegas o con discapacidad visual; personas sordas o con discapacidad auditiva, etc.).
- Personas mayores.
- Enfermos crónicos.
- Inmigrantes.
- Víctimas de la Violencia de Género.

En este sentido, la vida cotidiana de los colectivos vulnerables ha de poder desarrollarse de forma normalizada, pudiendo acceder a los productos y servicios sin limitaciones.

Para ello, la aplicación de las nuevas tecnologías debe ser comprensible y utilizable por parte de los colectivos vulnerables. La tecnología ha supuesto, y supone, una fuente constante de soluciones para estos colectivos, pero al mismo tiempo, en algunas ocasiones los dispositivos tecnológicos existentes en el mercado no son susceptibles de ser utilizados por estas personas por dificultades en su manejo. Estas dificultades se pueden minimizar incorporando el concepto de "diseño para todos" desde el momento del desarrollo de los productos y servicios.

Desde Vodafone España ofrecemos productos y servicios especializados, así como tarifas para aumentar la accesibilidad de estos colectivos. El desarrollo de estos productos y servicios de carácter social se lleva a cabo a través de consultas con las organizaciones representantes de los colectivos afectados, administraciones y expertos en accesibilidad.

Productos y Servicios Sociales comercializados por Vodafone España (previo al ejercicio 2008-09)

Teleasistencia Móvil

El servicio de Teleasistencia Móvil pretende paliar las limitaciones de la teleasistencia tradicional (fija) en cuanto a movilidad, aportando valores añadidos como la independencia y seguridad para las personas dependientes, en cualquier momento.

T-Loop

Realizado en colaboración con FIAPAS, el Pack T-loop favorece, mediante el uso de equipos de inducción magnética, el acceso a la comunicación telefónica móvil a las personas con discapacidad auditiva y que usen audífono de bobina "T".

BlackBerry Vodafone Accesible

Lanzada en colaboración con la Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) con el fin de facilitar la comunicación a personas sordas. Permite enviar y recibir correos electrónicos de forma inmediata, y facilita además al usuario comunicarse de distintas maneras, ya sea SMS, mandar y recibir correos electrónicos o vía "chat". Además, se ofrece un Servicio de Atención al Cliente específico para personas con discapacidad auditiva a través de la dirección soportevf_accesible@vodafone.es

Sistema Inteligente de Monitorización de Alertas Personales (SIMAP)

Con este sistema se pretende dar respuesta a las necesidades especiales de atención (a través de la Cruz Roja) y localización de personas enfermas de Alzheimer, empleando los últimos avances en tecnología y telecomunicaciones.

Simap permite, gracias a un programa de avisos, obtener información constante sobre la ubicación y los movimientos de la persona que porta el dispositivo.

Emporia Life

Es un terminal especialmente indicado para las personas mayores o con destreza manual reducida. Dispone de:

- Menú fácil y cómodo
- Gran pantalla con iluminación naranja
- Volumen ajustable
- Botón de llamada de Asistencia en el que se pueden programar hasta cinco números, para llamadas de emergencia: familiares, amigos, teleasistencia...

Mediante acuerdos establecidos con compañías especializadas, se puede acceder a los servicios de teleasistencia móvil a través de este teléfono.

Dicta SMS

Lanzado en colaboración con Spinvox, permite a los usuarios de Vodafone recibir por SMS, los mensajes de voz que les hayan dejado. Dicta SMS ofrece soluciones para aquellos usuarios que encuentran dificultades para escribir un mensaje corto, como personas con movilidad reducida o mayores, o bien para personas con discapacidad auditiva.

Apadrinamientos a través del teléfono móvil

Mediante un acuerdo realizado entre Vodafone España y la Fundación World Vision España, se lleva a cabo esta iniciativa que permite apadrinar niños a través del teléfono móvil.

Para apadrinar a través del móvil, sólo es necesario entrar en el portal de Vodafone live! y enviar los datos personales. A través de este sistema, también es posible solicitar información sobre el apadrinamiento con World Vision, que será enviada posteriormente por correo ordinario. El envío de datos a través del móvil tiene la misma fiabilidad y garantías que las páginas de Internet que cuentan con sistema de seguridad.

Vodafone Mensajes Solidarios

El programa de donaciones lanzado en el año 2004 con 9 ONGs ha ido obteniendo mayor reconocimiento y respaldo entre las organizaciones del tercer sector españolas, contando al final del ejercicio 2008-09, con más de 44 entidades que se benefician de este programa, ampliable en todo momento a todas aquellas ONG que quieran incorporar las nuevas tecnologías móviles en sus campañas por la solidaridad.

Mediante los acuerdos establecidos con las ONG participantes en la iniciativa, se dona a éstas el importe íntegro de los SMS enviados por los clientes.

Las donaciones realizadas a través de este sistema, desde el lanzamiento del programa hasta el 31 de marzo de 2009 superan los 2,7 millones de euros.

www.vodafone.es/vodafoneparatodos

¿A qué nos comprometimos?

- 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.
- Extender el alcance de la accesibilidad de la página web de Vodafone España.
- Implantar Sistema de Gestión de la Accesibilidad en Tiendas (marzo 2010).

¿Qué hemos hecho?

Durante el ejercicio 2008-09 Vodafone España ha continuado profundizando en su estrategia de facilitar el acceso a las comunicaciones a través del "Diseño para Todos". En este sentido, las actuaciones más significativas han sido las siguientes:

Nuevos Productos y Servicios

Vodafone Speak

Dirigido a personas con discapacidad visual, el servicio Vodafone Speak es una nueva aplicación diseñada por Vodafone en colaboración con Code Factory.

Mediante Vodafone Speak, una persona ciega o con discapacidad visual severa no necesita ver su pantalla para poder utilizar el teléfono. Mediante este lector de pantalla, toda la información visual que aparece en la misma es convertida en voz. La aplicación permite a las personas con discapacidad visual utilizar funciones tales como:

- Hacer y recibir llamadas telefónicas, así como enviar y recibir mensajes de texto.
- Acceder a su registro de llamadas.
- Manejar su lista de contactos.
- Fijar alarmas.
- Crear entradas de calendario.
- Navegar por Internet.
- Escuchar ficheros audio.
- Conectar con otros dispositivos vía Bluetooh, Wifi o Infrarrojos.

Mediante un acuerdo de colaboración establecido con ONCE, los usuarios pueden disponer de esta aplicación, más los manuales en braille y audio.

SMS Fácil

Lanzado como una nueva versión del servicio "Dicta SMS", "SMS Fácil" es un servicio de mensajería que permite a los clientes convertir los mensajes de voz en texto. Mediante este servicio, marcando el 115 seguido del nº destino (de cualquier operador), puede dejarse un mensaje de voz que será recibido por el destinatario en formato SMS.

El coste es el mismo que el de una llamada, según plan de precios, y la recepción del SMS es gratis.

El servicio funciona sin necesidad de ser activado, ofreciendo soluciones para personas con movilidad limitada o con dificultades para escribir un mensaje.

+ de 2,7 millones de €
donados a través de Vodafone Mensajes Solidarios

+ de 800.000
personas afectadas con Alzheimer, potenciales beneficiarios de nuestros productos/servicios sociales

cerca de 800.000
personas con discapacidad visual potenciales beneficiarios de nuestros productos/servicios sociales

Acceso a las Comunicaciones

T-Loop Bluetooth

T-Loop Bluetooth es el primer manos libres universal para usuarios de audífonos con bobina T, que permite a las personas con discapacidad auditiva hablar por el móvil sin interferencias.

Este nuevo dispositivo transforma el sonido del móvil en campos electromagnéticos, lo que permite obtener un sonido más claro para los usuarios de este tipo de audífonos.

Atención a Clientes con discapacidad auditiva

Desde julio de 2008, el Área de Gestión de Clientes cuenta con un departamento dedicado exclusivamente a atender, gestionar y solucionar consultas o incidencias que puedan surgirles a nuestros clientes que son personas sordas o que por alguna razón no puedan utilizar los servicios de voz. Para ello, sus consultas han de dirigirse a través de correo electrónico a Soportevf_Accesible@corp.vodafone.es y son atendidos por la misma vía, permitiendo así un servicio inmediato y directo y sobre todo con total autonomía para el Cliente.

Evolución Servicio Mi País

Según datos del INE, el número de extranjeros empadronados a 1 de enero de 2008 ascendía a 5,2 millones, lo que corresponde a un 16,6% más que el año anterior en la misma fecha y un 11,4% del total de la población en España.

En Vodafone España desarrollamos productos y servicios específicos para satisfacer las necesidades de este colectivo de gran representatividad social y extraordinaria participación en la economía nacional.

Durante el ejercicio 2008-09 hemos mostrado de nuevo la continua mejora de nuestras propuestas con las siguientes iniciativas:

- Lanzamiento de "Tu Número Mi País". Una evolución de Mi País que acorta distancias entre nuestros clientes y sus familiares y amigos con unas condiciones más competitivas.
- Se ha triplicado la franja horaria de tarifa reducida para el servicio Mi País.
- Fortaleciendo el rol social que Vodafone España representa, se ha alcanzado un acuerdo con numerosas entidades públicas y privadas para celebrar en el próximo ejercicio 2009-10 los "I Juegos de la Integración" que tienen como objetivo principal la integración social de los inmigrantes por medio del deporte. Un evento singular que tendrá lugar en Madrid y unirá diferentes modalidades olímpicas y paraolímpicas, así como una Carrera Popular a favor de UNICEF.

Participación en Jornadas y Seminarios

Primer Workshop de Accesibilidad Vodafone

Con el fin de compartir las mejores prácticas en el desarrollo de Productos y Servicios Sociales, representantes del Grupo Vodafone y de 11 filiales y asociadas de Vodafone, se reunieron en Madrid en noviembre de 2008 para celebrar el Primer Workshop de Accesibilidad de Vodafone.

En este workshop se presentó el trabajo desarrollado por Vodafone España en la gestión de Productos Sociales y Accesibilidad, definiéndose posteriormente las necesidades y propuestas de los diferentes países del Grupo.

CEAPAT- VODAFONE: "La Telefonía Móvil nos acerca al Futuro"

Con objeto de difundir las acciones que se están llevando a cabo en materia de accesibilidad y usabilidad, el CEAPAT (Centro Estatal de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas) dependiente del IMSERSO, órgano del Ministerio de Sanidad y Política Social, organizó en julio 08, en la sede de Vodafone España, el primer encuentro con carácter exclusivo dentro del campo de las Telecomunicaciones.

En el encuentro participaron de forma activa los usuarios, asistiendo profesionales y entidades del sector, entre los que se encontraban representantes del Gobierno y de las Organizaciones de discapacidad más importantes como el CERMI, ONCE, etc.

Soportevf_Accesible@corp.vodafone.es

ONCE: "Seguimos cumpliendo 70-20"

Como celebración de los 70 años de la creación de ONCE y los 20 años de su Fundación, Vodafone España contribuyó al desarrollo del proyecto "Seguimos cumpliendo".

El proyecto consistió en un circuito en el que los asistentes entraban en contacto directo con el día a día de las personas con algún tipo de discapacidad. Se realizaba una visita guiada con un recorrido vital basado en la experiencia directa de las tres discapacidades (física, intelectual y sensorial –auditiva y visual-) divididas en cuatro áreas temáticas: Accesibilidad, Formación, Empleo y Cultura/ Ocio.

MOVE 08

La oferta de Productos y Servicios Sociales ha estado representada en los diferentes eventos organizados por la Unidad de Negocio Empresas de Vodafone España en el marco del MOVE 08 que se han realizado en todas las direcciones territoriales de la compañía.

Seminarios: "Un Municipio para Todos"

Vodafone España continúa colaborando con Predif (Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos) y el Real Patronato sobre Discapacidad, para el desarrollo del Seminario "Un Municipio para Todos". Durante estas charlas desarrolladas en varios municipios españoles, diferentes profesionales especializados en materia de accesibilidad física y sensorial exponen los resultados de sus estudios con el objetivo de:

- Ayudar a entender qué es la accesibilidad y usabilidad.
- Conocer las necesidades y problemas a los que se enfrentan cada día las personas con discapacidad.
- Concienciar sobre la necesidad de crear y diseñar municipios para todos.
- Enseñar a evaluar y diagnosticar los niveles de accesibilidad de los municipios.
- Incorporar a todos el uso de las TIC.

De esta forma, en Vodafone España queremos contribuir a mejorar la e-inclusión y construir municipios pensados para todos los ciudadanos.

Tifloinnova

Vodafone España participó por segundo año consecutivo en el evento de TifloInnova 2008, celebrado en Madrid en noviembre 2008.

TifloInnova es una Exposición Internacional de Tiflotecnología (disciplina que estudia la adaptación de procedimientos y técnicas para su utilización por las personas con alguna discapacidad visual) organizada por el CIDAT (Centro de Investigación, Desarrollo y Aplicación Tiflotécnica) de la ONCE. La exposición reunió las últimas novedades, productos y tendencias tecnológicas disponibles en el mercado dirigidas a las personas con discapacidad visual.

Vodafone España participó como co-organizador en este encuentro donde, a través de talleres, mesas redondas y demostraciones prácticas, se pusieron en común los últimos productos accesibles para personas con alguna discapacidad visual.

+ de 900.000

personas con discapacidad auditiva, potenciales beneficiarios de nuestros productos/servicios sociales

Avante

El Salón Avante 2008, se celebró en Fira Barcelona del 5 al 7 de junio, reuniendo a expertos, profesionales y usuarios interesados en la creación, desarrollo y comercialización de tecnologías y servicios para mejorar la autonomía y la calidad de vida de las personas.

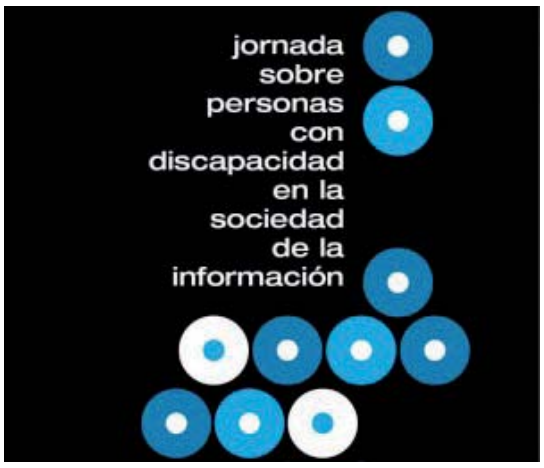
Vodafone España presentó en esta ocasión como primicia el servicio Vodafone Speak.

"Jornada sobre personas con discapacidad en la Sociedad de la Información"

Uno de los objetivos de este encuentro celebrado en diciembre de 2008, fue difundir entre los colectivos de personas con discapacidad y técnicos relacionados con las nuevas tecnologías los avances y las aplicaciones tecnológicas para la mejora de las posibilidades de acceso a la sociedad de la información.

Del mismo modo, la jornada pretendía sensibilizar a la población en general sobre las posibilidades, los avances y la aplicación de la tecnología de la información para la mejora de la atención de las personas con discapacidad.

Vodafone España participó en una mesa de trabajo, con la ponencia "Vodafone: nuevas aplicaciones para la discapacidad en movilidad".



Acceso a las Comunicaciones

Colaboraciones

Proyecto INREDIS

El proyecto INREDIS (Interfaces de Relación entre el Entorno y las personas con Discapacidad), aprobado en julio de 2007, es un proyecto CENIT (Consorcios Estratégicos Nacionales de Investigación Técnica) que se inscribe en la iniciativa del gobierno español INGENIO 2010 y que es gestionada por el CDTI (Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial).

El proyecto tiene como objetivo general 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. INREDIS desarrolla investigación básica en al ámbito de las tecnologías accesibles e interoperables en el periodo 2007-2010 y su presupuesto asciende a 23, 6 millones de euros.

El proyecto INREDIS se gestiona mediante un consorcio empresarial liderado por Technosite, la empresa tecnológica de la Fundación ONCE y un grupo de empresas expertas en diferentes áreas de conocimiento (del que forman parte Vodafone España y su Fundación) que hacen de INREDIS un consorcio multidisciplinar con un gran potencial de desarrollo.

Los objetivos fundamentales de INREDIS se pueden sintetizar en:
- Analizar las necesidades de los usuarios con diversidad funcional y su relación con la tecnología.
- Realizar estados del arte sobre todas las tecnologías implicadas en el proyecto y vigilar las innovaciones a lo largo de su duración.
- Desarrollar una arquitectura de interoperabilidad universal que potencie la accesibilidad de las aplicaciones y productos tecnológicos.
- Investigar diferentes formas de interacción con los dispositivos del entorno, viabilidad de productos de apoyo y software ubicuo y el desarrollo de interfaces adaptativos.
- Desarrollar plataformas experimentales que prueben el salto tecnológico que supone el desarrollo de productos accesibles potenciados por la interoperabilidad tecnológica y la capacidad de interacción y adaptación.

Proyecto Discatel

Vodafone España, junto con la Fundación Alares, SERTEL, la Fundación Integralia y el Centro Especial de Teletrabajo Marktel colaboran en el proyecto Discatel (Proyecto de Investigación sobre Teletrabajo de Personas con Discapacidad en centros de comunicación telefónica), iniciado en enero 2006 y que pretende analizar la productividad empresarial que supondría que las personas con alguna discapacidad trabajen a distancia. Tiene como objetivo principal demostrar la viabilidad técnica, el beneficio social e incluso económico del teletrabajo de "contact center" realizado por personas con alguna discapacidad física o sensorial. A través de este proyecto se pretende favorecer la incorporación de estas personas al mundo laboral, contribuyendo a su desarrollo profesional e intelectual.

Centro de Vida Independiente

Junto con otras empresas punteras en innovación, Vodafone España ha colaborado en la puesta en marcha del primer centro que aúna domótica, asistencia e investigación para personas con dependencia o con discapacidad.

Este centro reproduce una vivienda real totalmente accesible y domotizada, donde los usuarios podrán tener acceso a las ayudas técnicas y tecnológicas más avanzadas y un equipo multidisciplinar realizará un diagnóstico personalizado para minimizar su dependencia de terceras personas. El centro de Vida Independiente , se encuentra ubicado en el Centro Collserola de Barcelona.

El uso de una tecnología de asistencia avanzada por parte de profesionales sanitarios, en combinación con expertos en tecnología, puede producir grandes resultados para este colectivo de personas con dependencia, que pueden ver mejorada su autonomía personal y su calidad de vida y permitirles permanecer en su domicilio con las adaptaciones necesarias.

Ask it

Vodafone España participó en ASK-IT, un proyecto parcialmente financiado por la Comisión Europea bajo el VI Programa Marco en el área de e-Inclusión. La idea que preside el proyecto ASK-IT es desarrollar servicios basados en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que permitirán a las personas con dificultades en su movilidad vivir más independientemente. A través de dispositivos electrónicos convencionales, tales como los teléfonos móviles, PDA o PC portátil, tendrán acceso a información relevante en tiempo real, útil básicamente para viajar pero también para trabajar, ocio o desenvolverse en el hogar.

Las actividades de investigación comenzaron en octubre del 2004 y después de 4 años de trabajo, finalizaron en el último trimestre de 2008. En él participaron más de 50 socios de 13 países europeos, junto con 1 país americano.

La mirada que integra

Vodafone España colaboró en la tercera edición del ciclo de Cine y Discapacidad "La Mirada que integra" organizado por Adimeco (Asociación Nacional de Discapacidad y Medios de Comunicación) y la Obra Social Caja Madrid.

"La Mirada que Integra" pretende ser un escaparate de cómo el cine ha desarrollado la imagen de las personas con discapacidad y/o dependientes, meditar cómo la mirada social sobre este colectivo se ha dejado llevar en muchas ocasiones de estas construcciones míticas, estereotipadas y poco realistas.

Otro de los objetivos es demostrar que se puede proyectar una película accesible a todo tipo de espectadores. Es por este motivo que la accesibilidad a los eventos que integran el III Ciclo "La Mirada que Integra" no sólo son físicos, sino que las películas son audioescritas para personas ciegas y subtituladas específicamente para personas sordas. Asimismo, la sala de proyección dispone de bucles magnéticos para personas con prótesis auditivas (audífonos e implantes cocleares) y lengua de signos para las presentaciones y mesas redondas. También se hacen programas de mano en braille y fácil lectura para personas con discapacidad intelectual.

Accesibilidad Tiendas Vodafone

En línea con el compromiso de Vodafone España de continuar ampliando las actuaciones relacionadas con la accesibilidad de nuestras tiendas, en el ejercicio 2007-08 se lanzó un proyecto de accesibilidad en las tiendas propias de todo el territorio nacional, con objeto de identificar los criterios de accesibilidad a incorporar en el diseño de la nueva imagen de tiendas, previsto a implantar en el ejercicio 2008-09.

Así, durante el ejercicio 2008-09 se han adaptado a la nueva imagen el 31% de nuestras tiendas propias, incorporando los criterios de accesibilidad.

Entre los elementos revisados y modificados, destacan:
- Accesos a tienda (eliminación de barreras arquitectónicas).
- Sustitución de puertas de acceso de manuales a eléctricas, permitiendo de esta forma el acceso autónomo de las personas con movilidad reducida.
- Mobiliario adaptado a alturas adecuadas para el cumplimiento de accesibilidad.
- Implantación de salva-escaleras en el interior de las tiendas, cuando es necesario.

Web accesible

Vodafone ha implantado una nueva versión de su web www.vodafone.es, desarrollada en base a las Pautas de Accesibilidad Web de WAI (Web Accesibility Initiative) de W3C (World Wide Web Consortium).

De esta forma, los usuarios de vodafone.es pueden navegar por las páginas de la web corporativa sin dificultades, incluso con tecnologías poco convencionales y con independencia de su discapacidad o edad.

A fecha de elaboración del presente Informe se estaba a la espera de recibir, tras el correspondiente proceso de auditoría, la certificación pública Nivel AA que acredita que nuestra web, www.vodafone.es, cumple con los estándares internacionales de accesibilidad.

¿Qué haremos?

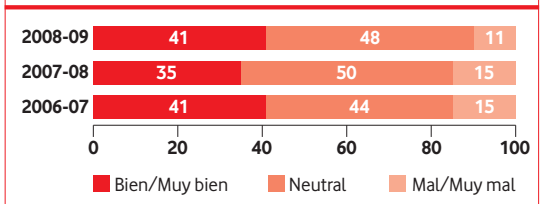
- Introducir, al menos, dos nuevos productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.
- Incrementar el número de Tiendas propias con Nueva Imagen, incorporando criterios de accesibilidad, hasta el 50%.

Opinión de Nuestros Grupos de Interés

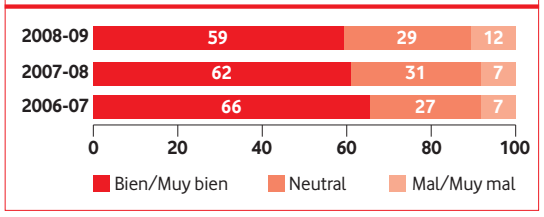
"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?"

"Proporcionar productos y servicios que mejoren la calidad de vida de personas con necesidades especiales"

Público en general



Clientes



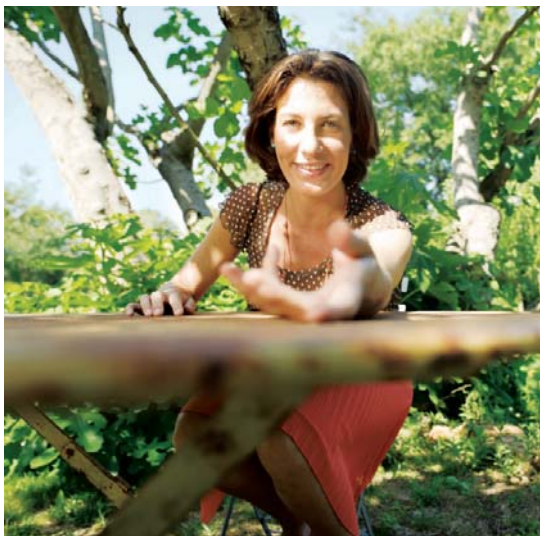
www.vodafone.es

Nuestros Clientes

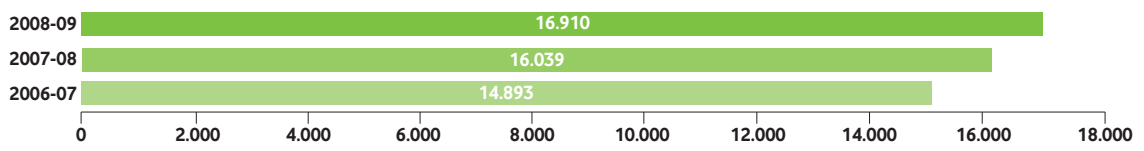
La fidelidad de nuestros Clientes es esencial para lograr el éxito a largo plazo de nuestro negocio. Mantener su confianza depende de que, además de proporcionarles productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas, seamos capaces de comunicarnos con ellos de una forma honesta y de gestionar eficazmente los temas clave, tales como: protección de datos, controles de acceso a contenidos, o la claridad y transparencia de nuestras tarifas y de nuestras actuaciones de marketing.

El alcance de los servicios de telecomunicaciones que ofrecemos se está desarrollando de forma vertiginosa, y estos servicios pueden dar lugar a nuevos temas que preocupan a nuestros Clientes y que, por lo tanto, debemos contemplar y controlar. Por ejemplo, la publicidad a través del móvil puede ser muy útil para nuestros Clientes, pero eso significa que debemos asegurar el control de sus datos personales y ser transparentes en cuanto a la forma en que los utilizamos.

16,9 millones de Clientes



Número Clientes (miles)



Por otra parte, el número de servicios de contenidos disponibles a través del móvil es cada vez mayor. En este ámbito, disponemos de un amplio abanico de iniciativas para controlar el acceso por grupos vulnerables, como los menores, a contenidos que pueden ser apropiados para ellos.

Además, la claridad de nuestras tarifas y de nuestros materiales de marketing es asimismo imprescindible para mantener la confianza de nuestros Clientes. A través de un conocimiento claro de nuestras tarifas pueden controlar su gasto en cualquier momento.

¿A qué nos comprometimos?

- Realizar 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.).
- 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.

¿Qué hemos hecho?

En Vodafone, la escucha activa al Cliente es uno de nuestros principales retos para la consecución de un objetivo prioritario: que nuestros Clientes estén satisfechos.
Por eso, convertimos su satisfacción en un indicador clave para toda la compañía, siendo líderes en el mercado en el índice de satisfacción de Clientes, de acuerdo con las encuestas periódicas que realiza en España una conocida empresa de estudios de mercado.

Nuestra aspiración es ser líderes en satisfacción de Clientes de una forma diferenciada y sostenible en el tiempo. Para ello, tenemos una clara orientación al Cliente y desarrollamos continuas acciones de mejora de nuestros productos y servicios.

65,7%
índice de satisfacción Clientes
Datos acumulados Total Cartera

Orientación al Cliente

Calidad de Servicio

La personalización de servicio

En Vodafone somos conscientes de que las necesidades de nuestros Clientes son diversas y por eso orientamos nuestra actividad a dar a cada Cliente lo que necesita en cada momento, a través del canal más conveniente para él y de acuerdo a sus expectativas.

Así, para los usuarios de habla no hispana, hemos desarrollado plataformas específicas de atención en inglés, árabe y rumano, que complementan a las plataformas de atención en las lenguas nacionales oficiales.

En la misma línea, para Clientes empresa con necesidades concretas, se ofrece un servicio personalizado en la atención, gracias a equipos específicos que gestionan sus cuentas y les asesoran en sus necesidades de telecomunicaciones.

Para poder acercar al cliente a toda la compañía y conocer más y mejor sus necesidades, durante el ejercicio 2008-09 se incluyó dentro de la Formación Corporativa de Vodafone España el Programa "Meet the Customer" (Ver fig. 1).

La especialización

Creemos en la especialización como un elemento clave para conseguir que nuestros Clientes reciban el mejor servicio y por eso continuamos innovando y desarrollando iniciativas para la mejora de nuestros servicios de atención.

Nuestras plataformas de Atención al Cliente se van especializando cada vez más para poder dar la respuesta más ágil y adecuada a nuestros Clientes, incrementando su satisfacción en base a las actividades tendentes a conseguir la resolución al primer contacto.

La innovación

Continuamos nuestra labor de innovación en los servicios de Atención al Cliente para ofrecer el mejor servicio al Cliente.

Entre las mejoras implantadas en el ejercicios 2008-09 cabe destacar las puestas en funcionamiento de:

- El sistema de enrutamiento inteligente basado en la propia información del Cliente.
- El sistema de reconocimiento de voz interactivo (IVR) de nuestro servicio de Atención al Cliente telefónico (Ver fig. 2).
- Las aplicaciones de gestión web (Mi Vodafone y Área de Clientes), incorporando nuevas funcionalidades y servicios (Ver fig. 3), haciendo que las transacciones que realicen nuestros Clientes sean más ágiles y sencillas.

Fig. 3

Programa "Meet the Customer"

Durante el ejercicio 2008-09 continuamos realizando el programa "Meet the Customer", habiendo pasado por él un total de 143 empleados de Vodafone España.

Son sesiones presenciales con una duración aproximada de media jornada de trabajo, que tienen como base principal el contacto real y directo de los participantes con Clientes. Así, los participantes del programa acompañados por profesionales, que en su día a día tienen una relación directa con el Cliente, atienden las llamadas entrantes de clientes a nuestro Servicio de Atención al Cliente y dan solución a sus diversas peticiones.

Los objetivos de este programa son:

- Posibilitar la intervención directa de los empleados en la entrega experiencia Vodafone al cliente.
- Acercar al cliente a los diferentes ámbitos de la compañía.
- Mejorar la contribución al cliente final, desde el entendimiento de la aportación individual y de departamento/área, aportando puntos de vista y mejoras diferentes desde una nueva perspectiva.
- Fomentar el intercambio de conocimiento entre las áreas relacionadas con clientes.

Fig. 1

¿Cómo estamos mejorando nuestro IVR?

El IVR ("Interactive Voice Response") es una tecnología de reconocimiento de voz con la que cuenta Vodafone desde hace más de 5 años y que durante este tiempo ha experimentado una evolución constante. El IVR representa la primera voz que identifica a Vodafone cuando nuestros Clientes llaman al servicio de Atención al Cliente.

Para su mejora continua, se han realizado diferentes estudios, todos ellos en línea con nuestra estrategia, y más concretamente con las iniciativas puestas en marcha en torno a la Especialización de plataformas. El aumento de las plataformas especializadas influye a la hora de que el IVR debe ser capaz de enrutar correctamente las llamadas de nuestros Clientes.

Así, ha sido fundamental la inclusión del "Agente facilitador", que ayuda a nuestro IVR a reconocer las expresiones del Cliente sin que éste perciba su presencia en la llamada. El agente actúa en el caso de que el IVR no haya reconocido en un primer intento su consulta.

Fig. 2

Nuestros Clientes

Este año, además, hemos incorporado capacidades de accesibilidad para personas con discapacidad, completando y ampliando el abanico de servicios hacia nuestros Clientes (ver capítulo de "Acceso a las Comunicaciones").

Asimismo, las capacidades de autogestión en el móvil han supuesto un desarrollo importante a través del servicio *123#, mediante el cual, el Cliente gestiona sus necesidades más comunes a través de un menú en la pantalla de su dispositivo móvil, sin necesidad de tener que recordar los distintos códigos individuales para cada acción que desee realizar.

Desde el ejercicio 2007-08, nuestras dos áreas de autogestión desde www.vodafone.es, Mi Vodafone (www.vodafone.es/mivodafone) para Clientes particulares y Área Clientes (www.vodafone.es/areaclientes) para Clientes empresas, están disponibles también en gallego, euskera y catalán.

Las mejoras implementadas en los servicios de Atención al Cliente junto con la personalización y especialización de nuestros centros de atención, hacen que nuestro servicio sea cada vez más completo y eficiente, transmitiendo la seguridad y confianza demandada por nuestros Clientes.

Otros proyectos de innovación potenciados durante el pasado ejercicio han sido:

- El "E-billing" o Factura Electrónica. La factura electrónica legal supone para nuestros Clientes dejar de recibir la factura en papel para pasar a tener toda su información sobre la factura en la web de Vodafone, contando con la misma validez legal que la factura en papel. El Cliente puede acceder a su factura electrónica desde el área de autogestión web (en el caso de Clientes Particulares a través de "Mi Vodafone" y desde "Área Clientes" para Clientes Empresas).

- "Proyecto Identifícate", para informar a los usuarios de tarjetas telefónicas prepago que tienen la obligación de identificarse ante las operadoras antes del próximo 9 de noviembre (Ver fig. 4). En el caso de Vodafone España, esta campaña está dirigida al 41% de nuestros Clientes que a fecha 31 de marzo de 2009 son Clientes de tarjeta prepago.

Experiencia de Cliente

Con el objetivo de hacer de nuestro conocimiento y relación con el Cliente uno de nuestros principales ejes de diferenciación, desde el inicio del ejercicio 2009-10, el Departamento de Experiencia de Cliente será el responsable de construir una visión común de las necesidades de nuestros Clientes. Su propósito será ofrecer al Cliente una experiencia consistente construida sobre aquellas fortalezas de Vodafone que resultan más relevantes para ellos.

En este sentido, se han definido los siguientes objetivos generales:

- Mejorar los procesos operativos que impactan en la experiencia del Cliente.
- Disminuir las necesidades de consulta o queja por parte de nuestros Clientes.
- Mejorar el proceso de lanzamiento de nuestros productos y servicios.
- Asegurar que la compañía diseña y ejecuta su día a día a través de los ojos del Cliente.

Reclamaciones

La adecuada gestión de las reclamaciones de Clientes es crucial para mantener su confianza y fidelidad.

Durante el ejercicio 2008-09, disminuyó en un 4% el número total de reclamaciones respecto al anterior ejercicio, debido en gran parte a la especialización de plataformas como la de facturación y, al mayor foco para la detección y solución de incidencias de forma proactiva.

El mayor motivo de reclamación fueron los temas relacionados con la factura (Ver fig.5), donde se ha conseguido mejorar la resolución en primer contacto a través de la especialización.

El impacto de la especialización en la resolución en primer contacto se ha notado principalmente en la disminución de las reclamaciones que necesitaban ser tratadas en el siguiente nivel de resolución, donde se ha apreciado un descenso considerable en las reclamaciones de Clientes Particulares. (Ver fig. 6).

"¡Identifícate!": Ley de Conservación de Datos

En febrero 2008, el Ministerio del Interior y las empresas de telefonía móvil que operan en España, presentaron la campaña "¡Identifícate!".

La Ley de Conservación de Datos (25/2007) obliga a todos los operadores móviles a identificar a todos los Clientes de Tarjeta Prepago con los siguientes datos:

- Nombre y Apellidos.
- Tipo y nº de documento.
- Nacionalidad.

La ley obliga a los operadores a disponer de un registro de identidad de los compradores de tarjetas prepago, tanto para las nuevas altas, como para los Clientes actuales:

- Clientes actuales: todos los Clientes de prepago tienen que aportar sus datos en su punto de venta Vodafone. Aquellas tarjetas de las que no se dispongan datos de cliente antes del 8 de noviembre de 2009, tendrán que ser desactivadas.
- Nuevas altas: las tarjetas prepago se preactivarán con restricciones que impedirán que se pueda hacer cualquier uso antes de ser activadas con la propia recogida de datos.

Fig. 4

Motivos de Reclamación 2008-09

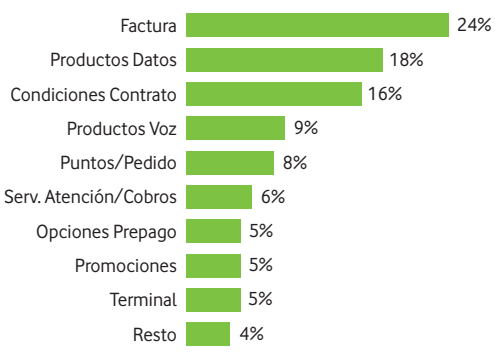


Fig. 5

Evolución Reclamaciones Segundo Nivel 2008-09

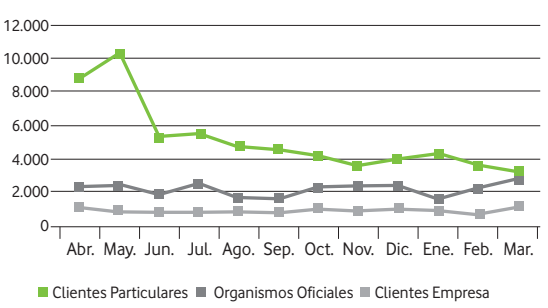


Fig. 6

www.vodafone.es
www.vodafone.es/mivodafone
www.vodafone.es/areaclientes

Un número significativo de nuestros Clientes acuden a la vía Oficial (OMICs, SETSI,...) para buscar una solución negociada. Entre estos Clientes, las tipologías de reclamaciones de mayor peso son las debidas a temas relativos a la factura y a las condiciones de los contratos (permanencias) (Ver fig. 7).

Para agilizar el proceso de reclamación Oficial, Vodafone España apuesta por la Mediación, motivo por el que se está trabajando en la potenciación de la vía electrónica para una rápida solución para el Cliente. Actualmente, este canal está abierto con la Comunidad de Madrid y con la Generalitat de Catalunya, pero se está trabajando en ampliar paulatinamente al resto de entidades oficiales.

En octubre de 2008 Vodafone España renovó su Adhesión al Convenio Arbitral de Consumo, en el que ya se someten también a arbitraje las cuestiones relacionadas con la telefonía fija, tras la compra de Tele2.

Tipologías Reclamaciones recibidas Vía Oficial 2008-09

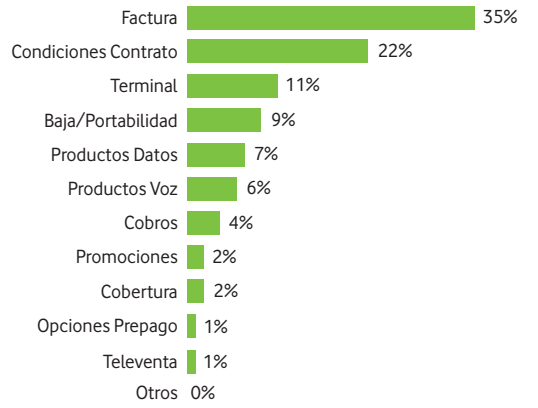


Fig. 7

Transparencia en Precios y Tarifas

Tarifas Nacionales

Durante el ejercicio 2008-09 nuestra oferta de tarifas nacionales siguió evolucionando en beneficio de nuestros Clientes, con la incorporación de nuevos planes de precios, tanto de la modalidad de Contrato como de Prepago.

Así, se completaron las opciones de la tarifa mayoritariamente preferida por nuestros Clientes: 90x1 (habla 90 minutos y paga sólo el primero, en todas las llamadas a otros Clientes Vodafone, todos los días, 24h) con otras dos tarifas que ampliaban el beneficio a todos los operadores por las tardes, o a cualquier hora. La oferta 90x1 quedó de la siguiente manera:

Habla 90 minutos y paga sólo 1 en tus llamadas

90x1 24h	**A Vodafone y fijos cualquier día y a cualquier hora**
90x1 a Todos	**A cualquier operador, de 18 a 8h y fines de semana todo el día**
Super 90x1	**A cualquier operador, cualquier día y a cualquier hora**

Tras un exhaustivo programa de formación de los profesionales de nuestra red de distribución, Vodafone España puso en marcha una campaña de servicio al Cliente, centrada en la experiencia de nuestros Clientes en el punto de venta (Ver fig. 8), convirtiéndose de esta forma en la primera compañía en ofrecer un servicio de asesoramiento personalizado a sus Clientes a través de los puntos de venta. Así, los Clientes pueden recibir información precisa sobre el plan de precios que más les conviene en función de sus necesidades y hábitos de consumo.

Para facilitar la elección de la tarifa más adecuada a cada Cliente, Vodafone España pone a disposición de sus Clientes un recomendador de tarifas en su página web www.vodafone.es/particulares

4%

menos de reclamaciones que el ejercicio anterior

Fig. 8

www.vodafone.es/tarifas
www.vodafone.es/particulares

Nuestros Clientes

Roaming (Itinerancia Internacional)

Durante el ejercicio 2008-09 Vodafone España, en su afán de liderar y diferenciarse de sus competidores mediante un mejor servicio, ha seguido evolucionando su oferta de Roaming con propuestas como la ampliación de Vodafone Passport a siete de sus principales destinos de Roaming fuera de Europa. Así, desde julio de 2008 los Clientes dados de alta en Vodafone Passport pueden utilizar dicha tarifa también en países como USA, México, Brasil, Argentina, Chile, China y Rusia.

Además, se ha reforzado la oferta de Vodafone World ofreciendo un precio uniforme en cada país, independientemente de la red seleccionada. Estas modificaciones suponen una mejor experiencia de Cliente, ya que proporcionan mayor transparencia de tarifas y control del coste.

Por otra parte, adaptándose a la nueva regulación de la Unión Europea iniciada en el ejercicio anterior, Vodafone España continúa haciendo más competitivas sus tarifas de Roaming. Ver www.vodafone.es/particulares

Además, en septiembre 2008 Vodafone España lanzó una Tarifa Diaria para correo que ofrece un mayor control y predecibilidad para el usuario, ya que se pasa a facturar por tiempo (24 horas) y no por Mb como se hacia hasta entonces. Al mismo tiempo, se introduce el concepto de tarificación por zonas para clientes de banda ancha móvil y correo, lo cual permite beneficiarse de esta oferta en cualquier país del mundo donde Vodafone tenga un acuerdo de servicio de datos.

Con respecto al alcance de su cobertura mundial, Vodafone España ha ampliado su oferta con 215 nuevos acuerdos repartidos en voz, datos, prepago y videotelefonía. Actualmente Vodafone cuenta con 1.122 acuerdos de Roaming en 441 redes de 203 destinos en el mundo.

Canon Digital

El 1 de julio de 2008 entró en vigor la Orden PRE/1743/2008, de 18 de junio, que, en desarrollo de lo establecido en el artículo 25 de la Ley de Propiedad Intelectual (RD Legislativo 1/1996, de 12 de abril) sobre la compensación equitativa por copia privada ("Canon Digital"), establecía la relación de equipos, aparatos y soportes materiales sujetos al pago del Canon Digital y las cantidades aplicables a cada uno de ellos. En particular, y por lo que respecta a los equipos que comercializa Vodafone España, la Orden establece la obligación de pago de un Canon Digital de 1,10 euros para los teléfonos móviles con MP3 / MP4 y 0,30 euros para las tarjetas USB o SIM.

Conforme a lo dispuesto en las citadas normas, la obligación de pago del Canon Digital nace en el momento en el que se realiza la transmisión de la propiedad de los equipos por parte de los fabricantes españoles o por parte de los importadores hacia los distribuidores o Clientes finales. En este sentido, Vodafone España, como adquirente de teléfonos móviles y tarjetas SIM para su distribución, adoptó a partir del 1 de julio de 2008 las medidas necesarias para cumplir con su obligación de repercutir el importe del Canon Digital a los distribuidores y Clientes finales (reflejando este hecho en factura, de conformidad con lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual) y liquidar las cantidades correspondientes a las entidades de gestión de los derechos de autor.

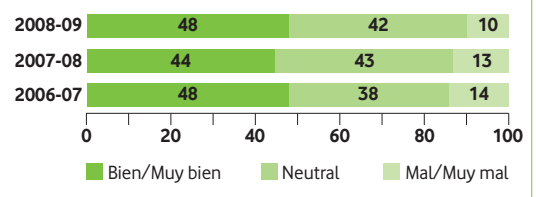
1.122
acuerdos de Roaming

Opinión de Nuestros Grupos de Interés

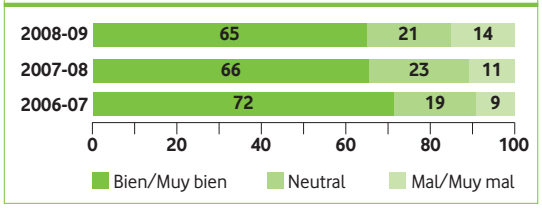
"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?"

"Realizar una comunicación clara y transparente de precios y tarifas"

Público en general



Clientes



www.vodafone.es/particulares

Uso Seguro y Responsable

Nuevas Guías de Marketing Responsable

Para Vodafone, Marketing Responsable significa asegurarse de que todas sus comunicaciones comerciales son legales, dignas, precisas, honestas y veraces. Esto implica ser sensible con todos los sectores de la sociedad, incluyendo mujeres, niños, personas mayores, y colectivos vulnerables.

Vodafone tiene implantada desde el ejercicio 2004-05 su Guía de Marketing Responsable, orientada a garantizar que nuestras comunicaciones comerciales de productos y servicios sean claras y comprensibles, legales, decentes, justas, honestas, veraces y verificables.

Durante el ejercicio 2008-09, se ha editado 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 nuevos aspectos como las políticas de contenidos y guías sobre uso responsable (incluyendo aspectos tales como conducción segura, robo de teléfonos, "bullying" o acoso, "spam" y servicios SMS Premium).

Cumplimiento de códigos de publicidad y marketing

En el ejercicio de su actividad comercial, Vodafone España cumple con toda la normativa de aplicación, tanto desde el punto de vista de protección al consumidor como desde el punto de vista de la actividad publicitaria, entre otras la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; el 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; la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal; así como, obviamente, los valores y derechos reconocidos en la Constitución Española y resto de normativa autonómica.

Todos los departamentos implicados en cada proyecto de creación de Campañas publicitarias de Vodafone España velan por el cumplimiento de la citada normativa y porque dichas campañas no incurran en publicidad ilícita que suponga que las campañas sean susceptibles de ser calificadas de engañosas, desleales, subliminales o en cualesquiera otros aspectos que infrinjan la normativa vigente, utilizando todos los instrumentos que existen para ello. En este sentido, Vodafone España se puede considerar como una de las empresas del sector de las telecomunicaciones que mejor cumplen con las normas de defensa de los derechos de los consumidores, informando positivamente de todas las características de cada campaña y no incurriendo en una publicidad desinformada y engañosa.

Además, cabe destacar que Vodafone España es miembro de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) y que se encuentra adherida al Sistema Arbitral de Consumo en todo el ámbito nacional, en cumplimiento del nuevo Real Decreto de Arbitraje 231/2008, de 15 de febrero, ampliando el objeto del mismo a los productos Vodafone bajo marca Tele2.

A lo largo del ejercicio 2008-09, Vodafone España ha recibido un total de 8 resoluciones por incidencias en materia publicitaria, lo cual significa un número muy reducido si se tiene en cuenta que Vodafone España figura entre las principales empresas del país desde el punto de vista del volumen de publicidad:

- 1 sanción por expediente iniciado por la Comunidad de Madrid (4.600€).
- 1 sanción por expediente iniciado por el Gobierno de Aragón (3.000€).
- 1 sanción por expediente iniciado por la Xunta de Galicia (600€).
- 1 sanción por expediente iniciado por la Junta de Andalucía (3.500€).
- 1 sanción por expediente iniciado por el Gobierno Vasco (4.000€).
- 3 expedientes tramitados por Autocontrol, sin cuantía económica asociada.

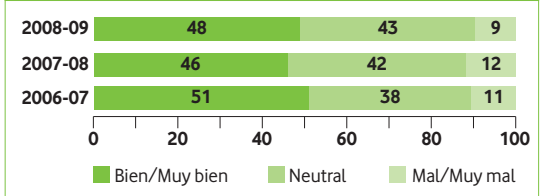
Durante el ejercicio 2008-09, todos los empleados de Vodafone España realizaron un curso de Derecho de la Competencia con el objetivo de asegurar su comportamiento ante competidores, distribuidores, etc.

Opinión de Nuestros Grupos de Interés

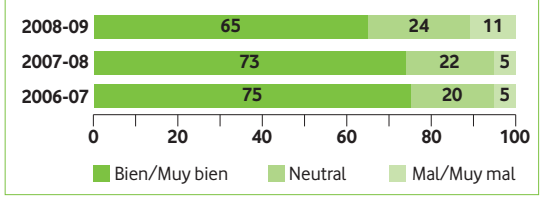
"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?"

"Publicitan sus productos y servicios de una forma responsable (veraz; legal; honesta y leal)"

Público en general



Clientes



Nuestros Clientes

Uso Seguro por Menores

No cabe duda de que las telecomunicaciones en general y la telefonía móvil en particular, han pasado a formar parte destacada en las vidas de las personas. Los teléfonos se conciben fundamentalmente como un dispositivo para comunicarse y como tal, está aumentando el número de padres que adquieren teléfonos móviles para que sean utilizados por sus hijos. Según el estudio "La telefonía móvil en la infancia y la adolescencia" realizado por la Universidad Rey Juan Carlos (www.urjc.es) con el apoyo del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, un 65% de los niños afirma que el principal uso que tiene el móvil es que sus padres les puedan localizar y avisarles por si llegan tarde (un 51%).

Además, según el Eurobarómetro 2008 "Safe Internet for children" (www.ec.europa.eu) los padres que afirman que sus hijos (entre 6 y 17 años) tienen teléfono móvil es en España el 47%, siendo la media europea el 64%. Por otra parte, los padres españoles, en general, se muestran relativamente preocupados por los potenciales riesgos derivados del inadecuado uso de Internet y/o el móvil. (Ver fig 9).

Cuando tu hijo utiliza Internet o un teléfono móvil: ¿Cuánto te preocupa el hecho de que:.....

Fig. 9

El objetivo de Vodafone España es asegurar que los Clientes estén satisfechos tanto con nuestros productos y servicios, como con los controles que implantamos para que se pueda realizar una utilización segura y responsable de los mismos. Para ello, Vodafone tiene establecidas una serie de Políticas sobre Contenidos que se detallan a continuación.

Políticas de Vodafone sobre Contenidos

Controles de Acceso a Contenidos para adultos

Política que asegura que los contenidos para adultos sólo sean accesibles a personas mayores de 18 años. Para ello, hemos implantado sistemas de control tales como el PIN Adulto necesario para acceder a contenidos para adultos en Vodafone live!, el Perfil Joven, para no mostrar en Vodafone live! contenidos no recomendados para menores de 18 años y el Filtro Off-Net que bloquea el acceso desde el móvil a páginas web fuera de Vodafone live! clasificadas para adultos.

Clasificación de Contenidos y Servicios

Documento guía que describe el proceso para asegurar la restricción de contenidos clasificados por edades de acuerdo a la legislación y normativa nacional.

Política de Contenidos de Vídeo y Audio

Política por la cual, cualquier contenido con restricción de edad (+18), especialmente vídeos, se encuentra bloqueado por defecto. Sólo los Clientes con PIN Adulto (proporcionado previa verificación de la edad) pueden tener acceso a ellos.

Clasificación de Juegos y Categorización

Todos los juegos se han valorado y clasificado de acuerdo a PEGI (Pan European Game Information) y se ha incluido texto informativo en el Terminal y en la Web.

www.urjc.es
www.ec.europa.eu

Música

Las canciones clasificadas como explícitas no se comercializan en nuestro Portal Vodafone live!. La discográfica es responsable de la clasificación de cualquier canción, y es la que implementa la política editorial de contenido.

Localización

Esta política recoge los potenciales riesgos derivados del uso inadecuado de los servicios de localización y la necesidad de atender a legislaciones nacionales. El acceso a servicios de localización requiere el consentimiento previo del usuario.

"Spam" y Comunicaciones Maliciosas

Política que recomienda actualizar los procesos existentes para el filtrado de comunicaciones maliciosas y "spam" a las nuevas tecnologías, incluyendo vídeo y mensajería instantánea. Los servicios de SMS Premium, en muchas ocasiones generadores de SMS no solicitados, pueden restringirse.

Redes Sociales y otros servicios interactivos

En línea con el convenio firmado en Bruselas, esta Política recoge las mejores prácticas para mejorar la protección de menores en redes sociales y otros servicios interactivos.

Control de acceso a contenidos

Vodafone España dispone de controles parentales para el móvil desde 2004, para contenidos ofrecidos a través de Vodafone live!:

- Contenidos para Adultos (> 18 años): para acceder a estos contenidos es obligatorio disponer del "PIN Adulto ".
- Contenidos no recomendados para <18 años: El "Perfil Joven" permite bloquear el acceso a estos contenidos.

La solicitud del PIN Adulto y del Perfil Joven, es gratuito.

Por otra parte, para garantizar una navegación segura fuera de Vodafone live!, se puede activar, también de forma gratuita, el Filtro Off-Net, que bloquea el acceso a páginas clasificadas como contenidos para adultos.

Además, por defecto, Vodafone España dispone de sistemas que impiden el acceso a contenidos ilícitos de imágenes de abusos sexuales a menores (de acuerdo con la Base de Datos de la "Internet Watch Foundation"-IWF).

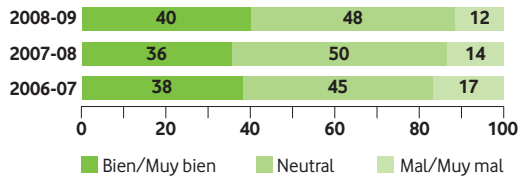
Durante el ejercicio 2008-09 hemos continuado trabajando en el cumplimiento de nuestras Políticas de Control de Accesos a Contenidos, complementando el diseño actual del Perfil Joven, de forma que los "banners" y publicidad para adultos (Marketing en el Móvil) no se muestran al activar dicho perfil.

Opinión de Nuestros Grupos de Interés

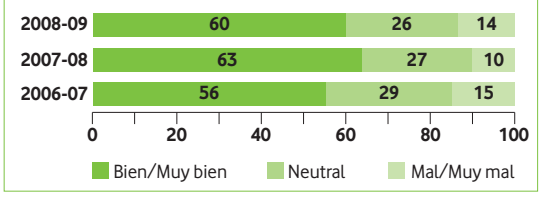
"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?"

"Ofrecer sistemas que permitan una utilización responsable del teléfono móvil"

Público en general



Clientes



Nuestros Clientes

Site Vodafone Familia

Durante el ejercicio 2008-09, se ha desarrollado un "site" especial en la página web de Vodafone (www.vodafone.es/particulares) (Ver fig. 10) . El "site" recoge información sobre terminales, tarifas familiares o servicios más adecuados (de ahorro, control y seguridad) para los padres que desean que sus hijos dispongan de teléfono móvil.

Además, en el ejercicio 2008-09 se han lanzado dos "packs" especiales (julio y diciembre 2008) con contenidos de las películas originales de Disney: High School Musical y High School Musical 3, que incorporaban los controles de acceso de Vodafone preactivados, así como una "Guía para padres" (www.vodafone.es/particulares) con recomendaciones para que los niños usen el móvil de forma responsable e información para los padres con los servicios de Vodafone útiles sobre gestión familiar. En ambos casos, el contenido de las Guías ha sido avalado por Protégeles (www.protegeles.com) (organización de protección de la infancia en Tecnologías de la Información y la Comunicación).

Vodafone Familia

Fig. 10

Participación en iniciativas sectoriales

En Diciembre de 2007, Vodafone España firmó junto a los demás operadores españoles con Red, el "Código de Conducta para el Uso Seguro por los Menores en el Acceso a Servicios de Contenidos" (www.vodafone.es/usoresponsable), como complemento a un acuerdo marco de febrero de 2007 entre la Asociación de Operadores Móviles Europeos (GSME) y la Comisión Europea (www.gsmeurope.com), para incrementar y potenciar las medidas de protección de los menores en el acceso a contenidos a través del móvil.

Con relación a dicho "Código de Conducta", 9 meses después de su publicación, y tal como establecía el propio Código, Vodafone España tenía implantados los compromisos adquiridos en el mismo. De hecho, como se ha indicado anteriormente, Vodafone España contaba ya, desde antes de la firma del citado Código, con los aspectos relativos a la clasificación de contenidos, y de control de acceso para dichos contenidos. Además, hemos continuado nuestras labores de sensibilización hacia usuarios, así como de colaboración con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad. Asimismo, conscientes de que se trata de una cuestión de responsabilidad compartida entre todas las partes involucradas (sector de la telefonía móvil, fabricantes, Gobiernos, ONG, padres y tutores), intentamos garantizar un uso más responsable de la telefonía móvil y una mayor protección de los menores. Por ello, se ha acordado con el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid una verificación independiente de los compromisos adquiridos en el Código de Conducta.

Por otra parte, Vodafone es miembro fundador de la "Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content" (www.gsmworld.com) cuyo objetivo es combatir las imágenes de abusos sexuales a menores a través del móvil. Esta Alianza, presentada durante el "Mobile World Congress 2008", la integran los principales operadores de telefonía móvil europeos, y busca prevenir el consumo de imágenes de abusos sexuales a menores a través de sus redes. Cumpliendo con dicho objetivo, Vodafone España dispone de sistemas que impiden el acceso a este tipo de contenidos ilícitos en el entorno de Internet en el móvil, de acuerdo con la Base de Datos de la IWF (Internet Watch Foundation), una organización auspiciada por la Unión Europea, que identifica las URL's con contenido de abusos sexuales a menores.

Asimismo, Vodafone España firmó en 2007 con el Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid, el "Protocolo para el Uso Adecuado y Seguro de las TIC por niños y adolescentes" (www.vodafone.es/usoresponsable). En relación con este Protocolo, durante el ejercicio 2008-09 Vodafone España colaboró en el estudio 'La telefonía móvil en la infancia y la adolescencia', financiado por el propio Defensor del Menor y realizado por la Universidad Rey Juan Carlos, y que tenía por objeto conocer el papel que los teléfonos móviles juegan en la vida de los menores.

Finalmente, es preciso señalar que, a fecha de publicación del presente informe, Vodafone España ha firmado el "Protocolo de Actuación para la inclusión de información referente a la seguridad de menores en la red", con Red.es, entidad pública empresarial dependiente de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI). Mediante este acuerdo, Vodafone España se compromete a dar a conocer las diferentes herramientas de control parental de que disponemos, mediante la información que se envía junto con las facturas, de forma que padres o tutores dispongan de información sobre las recomendaciones y mejores prácticas para la protección de los menores a su cargo.

www.vodafone.es/particulares
www.vodafone.es/usoresponsable
www.protegeles.com
www.gsmeurope.com
www.gsmworld.com

Conducción Segura

Disponer de un teléfono móvil en el coche puede facilitar el contacto con los servicios de emergencia o asistencia en carretera, si fuera necesario. Sin embargo, es preciso ser consciente de que el uso de los teléfonos móviles con sistema de manos libres mientras se conduce, puede distraer a los conductores e incrementar el riesgo de accidentes.

Durante el ejercicio 2008-09, Vodafone España ha desarrollado y difundido una serie de vídeos que tienen como objetivo concienciar a nuestros Clientes y a los usuarios en general, proporcionando consejos sobre conducción y telefonía móvil. Los vídeos están disponibles tanto en nuestra página web www.vodafone.es/responsabilidad como en www.youtube.com/user/VodafoneHSW

"Spam" y SMS Premium

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, generalmente a un número corto (SMS Premium). Una vez que el usuario ha enviado este SMS Premium puede haber solicitado, sin ser consciente de ello, la suscripción a un servicio que realmente no desea.

Actualmente, Vodafone España tiene capacidad para detectar envíos masivos, analizar la información y si es susceptible de ser "spam", podemos cortar el envío. Asimismo, y a solicitud del Cliente, podemos incluir la restricción de los servicios Premium.

Con la publicación en el año 2008 de la Orden del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que afecta tanto a Operadores de Red como a Prestadores de Servicios SMS, y una vez entre en vigor, además de estas restricciones generales, se incluirán otras para productos de adultos, para alertas y para precios superiores a 1,2€.

Además, toda la numeración estará asociada a un proveedor de contenidos, por lo que el Cliente podrá reclamar directamente. Esta información figurará tanto en los SMS como en la factura.
Si el Cliente no está de acuerdo con el pago de los contenidos Premium, podrá dejar de pagarlos, restringiéndole el acceso a los servicios Premium, pero sin cortarle los servicios de telecomunicaciones.

Consejos para una conducción segura:

- Hablar por teléfono, mandar mensajes, consultar la agenda, etc. mientras conduces te puede distraer.
- Si estás conduciendo, nunca hables por el móvil sin un dispositivo manos libres.
- Para no perder la concentración al volante, evita llamadas complejas o de larga duración.
- Si las condiciones del tráfico están complicadas, para el coche en un lugar seguro antes de recibir o hacer una llamada.
- Si vas acompañado, pide a tu acompañante que marque o conteste tu teléfono.
- En caso de duda, antes de ponerte al volante desvía las llamadas al contestador, apaga el teléfono y devuelve las llamadas cuando estés parado en un sitio seguro.
- Cuando estés en casa, comprueba si tu teléfono dispone de marcación por voz y actívala para poder ser utilizada en el coche.

¿Qué haremos?

- Extender los controles parentales a banda ancha móvil y fija.
- Cumplir con los requisitos de la Mobile Alliance en todos los entornos de navegación (móvil, banda ancha móvil y fija) (Septiembre 2009).
- Ampliar a Internet y nuevas tecnologías en general, la información disponible en guías y consejos sobre el uso responsable del teléfono móvil.

www.vodafone.es/responsabilidad
www.youtube.com/user/VodafoneHSW

Nuestra Red

Nuestros servicios de telecomunicaciones dependen, entre otros componentes, de una amplia red de estaciones base para transmitir y recibir llamadas y datos. Vodafone invierte continuamente en el despliegue de su red para mejorar su cobertura y capacidad para sus Clientes, y para dar soporte a las nuevas tecnologías.

El rápido desarrollo de las telecomunicaciones en general y de la telefonía móvil en particular, ha proporcionado importantes beneficios personales, comerciales y sociales, por lo que la mayor parte de la sociedad desea tener los mejores servicios de telecomunicaciones y la mejor cobertura. Sin embargo, somos conscientes de que el despliegue de nuestra red puede, en ocasiones, ser causa de preocupación para algunas personas, bien por el impacto visual de nuestras estaciones base, o por temas relacionados con las emisiones radioeléctricas.

Cuando realizamos la selección de nuestros emplazamientos, consideramos no sólo los requisitos técnicos y de licencias, sino también, y en la medida que son aplicables, las preocupaciones y expectativas de las comunidades afectadas.

¿A qué nos comprometimos?

Despliegue Responsable de Red

- 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).

Emisiones Radioeléctricas y Salud

- Continuar midiendo la opinión de los Grupos de Interés sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a las Emisiones Radioeléctricas y la Salud, e intensificar Campañas de Información.

¿Qué hemos hecho?

Despliegue Responsable de Red

Durante el ejercicio 2008-09 Vodafone España ha continuado desplegando su red, con especial foco en sus instalaciones 3G. Durante este período se han desplegado cerca de 1.800 nuevos elementos de red. En la actualidad, disponemos de más de 21.000 elementos de red, de los que más de 10.000 disponen de tecnología 3G.

A pesar de la actual crisis económica, Vodafone España ha realizado en el ejercicio 2008-09 una inversión de 740 millones € en el despliegue de su red.

Para el despliegue de los elementos de red, Vodafone España ha tenido en cuenta tanto su Política de Despliegue Responsable de Red (www.vodafone.com/responsibility) y las Guías que la complementan, así como el "Código de Buenas Prácticas para la Instalación de Infraestructuras de Telefonía Móvil" firmado por las operadoras de telefonía móvil con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) (Ver información adicional en www.femp.es/sati).

En este sentido, durante el ejercicio 2008-09, este "Código de Buenas Prácticas" está empezando a desbloquear la situación que se había creado en algunos ayuntamientos (Ver fig. 1).

Más de 1.100 ayuntamientos cambian de criterio y permiten las antenas de telefonía

Los numerosos reveses judiciales y la demanda de servicios a través del móvil ponen fin a un largo conflicto

A. P.

MADRID. Más de 1.100 ayuntamientos de toda España han decidido poner fin al continuo conflicto sobre el despliegue de antenas de telefonía móvil en sus municipios. La solución la han encontrado en el Código de Buenas Prácticas pactado por la FEMP y el sector de telefonía móvil en 2005 y que está empezando a dar sus frutos.

Los vecinos han empujado a los ayuntamientos a buscar la salida. En primer término, el callejón judicial sin salida en el que se han metido con ordenanzas contrarias a la ley y que trataba de impedir el despliegue de antenas, por temor de los demandados de colectivos ciudadanos que protestan contra su instalación. En segundo, la necesidad de los alcaldes de dotar a sus pueblos y ciudades con una buena red de comunicaciones móviles, que les evitara que la mayoría de sus ciudadanos, las empresas, y los propias administraciones que, paradójicamente, recurren cada vez más a los móviles para dar servicios: atención a personas dependientes, telemedicina, protección a víctimas de violencia de género, emergencias 112, etc.

En el plano judicial existe un aluvión de sentencias de tribunales en casi todas las comunidades autónomas que reiteradamente tumban las ordenanzas locales contra las antenas, inspiradas por los colectivos ciudadanos que protestan contra ellas. Además, estas sentencias se han visto corroboradas por una sentencia del Tribunal Supremo que, el mayor de los problemas municipales, entra directamente al fondo de la cuestión que suscita este debate: ¿Nos protege la ley vigente de las antenas para la salud?

Según el Supremo y a la vista de toda la literatura científica publicada, revisada por la OMS (mayo 2006), y empleada por el Gobierno para fijar unos límites de emisión a las antenas, la legislación vigente en España es suficiente para garantizar esa tranquilidad. Son resoluciones judiciales a los ayuntamientos y alcaldes colectivos anti antenas han llevado a miles de corporaciones locales de toda España a alejarse de posiciones populistas y asumir un papel más responsable, ante un bloqueo cuyo coste para la economía española ha sido cuantificado por entidades como el Instituto de Empresa en más del 1% del PIB español.

La solución se la están brindando a los ayuntamientos la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que con ayuda del Ministerio de Industria ha firmado en la pasada legislatura un acuerdo con las empresas de telefonía móvil que desbloquea la situación. De ese acuerdo salió el compromiso de los operadores de acortar un Código de Buenas Prácticas en el que se implicaban aspectos como la compartición de postes entre varios operadores, adaptarlos al entorno en zonas de especial protección paisajística o monumental, etc. Los ayuntamientos, por su parte, asumían las recomendaciones de la Comisión Sectorial creada por el Ministerio sobre el tema, y en concreto un modelo administrativo de tramitación de licencias que reduce de 26 a 6,5 meses el

El Código de Buenas Prácticas pactado por la FEMP y el sector en 2005 está empezando a dar sus frutos

Antena de telefonía móvil en la azotea de un edificio de Barcelona que originó un conflicto vecinal

ABC (Edición Nacional) 28-07-08

Fig. 1

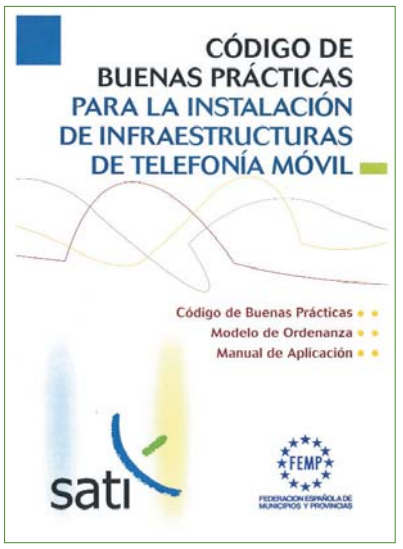
+ de 21.000
elementos de red

740 millones €
de inversión

www.vodafone.com/responsibility
www.femp.es/sati

El acuerdo de las operadoras con la FEMP incluye la creación de un Servicio de Asesoramiento Técnico e Información (SATI) para las corporaciones locales, que cuenta con especialistas en las diversas materias relacionadas con el despliegue de infraestructuras de telefonía móvil para ayudar a los ayuntamientos a desbloquear la situación.

Según este Código de Buenas Prácticas, las operadoras se comprometen a realizar un Despliegue Responsable de su Red, y por su parte, la FEMP pondrá en marcha una ordenanza tipo para los ayuntamientos adheridos al Código, aprobada en abril de 2008, en la que el despliegue de estaciones ordenado y seguro, sea compatible con las necesidades del servicio. Este Modelo de Ordenanza Municipal reguladora de la instalación y funcionamiento de infraestructuras radioeléctricas incorpora la experiencia acumulada en estos últimos años y la jurisprudencia más reciente. Asimismo, se dispone de un "Manual de Aplicación" de este Modelo de Ordenanza.



Cumplimiento de la legislación

En cuanto a la legislación nacional, Vodafone España cumple con la normativa sectorial de telecomunicaciones que afecta al despliegue de red, en especial, con la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

Respecto a la legislación autonómica y local, en términos generales podemos afirmar que, dentro de la medida de lo posible, se cumple con aquella normativa autonómica y local existente que afecta al despliegue de red y al medio ambiente (Leyes Autonómicas en materia de medio ambiente, Ordenanzas municipales reguladoras de la instalación de antenas de telefonía móvil), sin perjuicio de que sobre la misma existe una conocida controversia jurídica en relación a diversos aspectos de legalidad, encontrándose recurridas diversas disposiciones de esta normativa en vía judicial.

Emplazamientos compartidos

Vodafone España apuesta decididamente por un despliegue responsable en el que el impacto visual y medioambiental se minimice en la medida de lo posible. Nuestros esfuerzos han estado dirigidos en este sentido en mejorar la percepción pública sobre la minimización del impacto ambiental de nuestras instalaciones (Ver fig.2).

Durante el ejercicio 2008-09 se ha seguido realizando un despliegue, en el que más del 50% se ha llevado a cabo en instalaciones ya existentes de otras operadoras de telefonía móvil o de otras empresas proveedoras de emplazamientos.

El compromiso por compartir estaciones base con las otras empresas del sector de la telefonía móvil con red propia, nos ha llevado a compartir (tanto en emplazamientos titularidad de Vodafone España, como de otros) más de 1.100 emplazamientos a lo largo del ejercicio 2008-09.

Es destacable el hecho de que durante el ejercicio 2008-09 Vodafone España junto con otras operadoras, han llevado a cabo el despliegue compartido de la red de acceso para dar cobertura a los nuevos tramos AVE inaugurados. Actualmente se encuentra en diseño el tramo Madrid-Levante.

Por otra parte, en base al acuerdo firmado con Orange en octubre de 2006, por el cual ambas operadoras se comprometían a compartir infraestructuras de las redes 3G en poblaciones de menos de 25.000 habitantes, Vodafone y Orange han superado las 1400 instalaciones 3G en emplazamientos compartidos, con la consiguiente mejora de cobertura UMTS en estas poblaciones.

Relación con los propietarios de emplazamientos

Desde que en el año 2004 se pusiera en marcha el Centro de Atención al Propietario, éste se ha consolidado como el mejor canal para atender cualquier consulta o incidencia relacionada con la instalación de Vodafone en la propiedad.

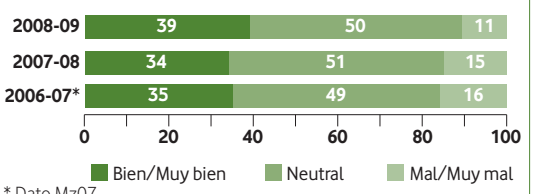
A lo largo del ejercicio 2008-09 se han atendido más de 22.000 llamadas.

Opinión de Nuestros Grupos de Interés

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

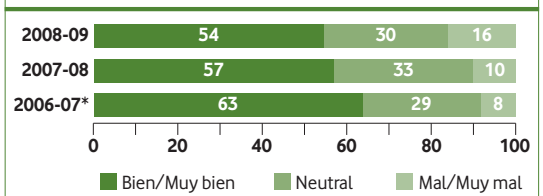
"Realizar una selección y diseño de sus antenas, que trate de minimizar el impacto ambiental"

Público en general



* Dato Mz07

Clientes



* Dato Promedio Dic06+Mz07

Fig. 2

> 50%

del despliegue de 2008-09 sobre instalaciones existentes

+ de 22.000

llamadas en 2008-09 atendidas en el Centro de Atención al Propietario

Nuestra Red

Calidad de Red

El despliegue de nuestras infraestructuras se realiza al mismo tiempo buscando la mejora continua de la Calidad de la Red.

La amplia experiencia que Vodafone España 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 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 (www.vodafone.es/conocenos). Para alcanzar este objetivo, Vodafone dispone de una red de telecomunicaciones 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 reclamaciones a nuestros centros de Atención al Cliente, el Área de Tecnología analiza con detalle las fuentes de problemas y trabaja en su resolución, de cara a convertirlos así en oportunidades de mejora.

Se realizan medidas continuas de Satisfacción a nuestros Clientes, poniendo foco 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 parte del diagnóstico de problemas, se verifican los resultados de las acciones de mejora, porque sólo el Cliente es capaz de decidir si hemos tenido o no éxito en nuestra tarea.

En el ejercicio 2008-09 hemos incorporado a nuestro espectro de medidas el servicio de Banda Ancha que Vodafone España ha empezado a prestar. Se ha tratado con los mismos criterios que nuestras redes de telefonía móvil y se ha incorporado al Proceso de Mejora Continua de la Calidad mencionado anteriormente.

Siguiendo con la dinámica de años anteriores, el foco de Vodafone España en el proceso de mejora y optimización de la red se ha visto nuevamente reconocido por una auditoría externa independiente. En sus conclusiones, la entidad externa auditora certifica que Vodafone España es a nivel nacional el operador que ofrece la mejor tasa de éxito en la llamadas de Voz, el servicio de Datos en movilidad con mayor velocidad y mejores tasa de éxito, y el servicio más rápido y fiable tanto para SMS como MMS (Ver fig. 3).

Durante el ejercicio 2009-10 pretendemos continuar en la misma línea y para ello se potenciará el despliegue de nuestra red 3G. Al acuerdo de compartición de infraestructuras con Orange, se le une ahora un nuevo acuerdo de compartición con Telefónica. Esto nos permitirá acelerar el despliegue de la red 3G (actualmente llegamos al 91% de la población) y consolidar la red 2G de cara a seguir ofreciendo el mejor servicio a nuestros Clientes.

Por otro lado, continuaremos mejorando nuestra Red de Banda Ancha móvil, ofreciendo novedades como HSPA+ y otras tecnologías asociadas que harán aumentar sensiblemente la velocidad ofrecida y abrirán un abanico de servicios que nuestros Clientes podrán utilizar.

Vodafone cumple con el "Reglamento Técnico de prestación de servicio de telecomunicación de valor añadido de Telefonía Móvil Automática". Como consecuencia, realiza un reporte periódico 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.

Los procesos y sistemas de trabajo de Vodafone España, incluyendo los procedimientos de supervisión y mejora de la calidad de red cuentan desde 1997 con la certificación ISO9001.

Fig. 3

91%
población cubierta con 3G

www.vodafone.es/conocenos
www.mityc.es

Emisiones Radioeléctricas y Salud

Cumplimiento Normativo

Las emisiones radioeléctricas son generadas por una amplia gama de dispositivos, incluyendo, mandos a distancia de televisores, sistemas inalámbricos de alarmas de seguridad, teléfonos móviles, etc. Los teléfonos móviles generan estas emisiones cuando envían y reciben llamadas e información a través de la red de telecomunicaciones.

Considerando la preocupación que en algunas personas crea este tema, el Grupo Vodafone continúa colaborando en la realización de actividades de investigación.

Tanto la OMS (Organización Mundial de la Salud) (www.who.int/es) como numerosos estudios realizados por entidades de reconocido prestigio concluyen que no hay evidencia que demuestre que exista ningún efecto perjudicial conocido en la salud como consecuencia de la exposición a dichas emisiones por debajo de los límites recomendados en las Guías de Emisiones Radioeléctricas de la ICNIRP (www.who.int/es), en las cuales se basa la normativa española en esta materia.

De acuerdo con nuestra Política de Seguridad y Salud, todas nuestras estaciones base, así como los teléfonos móviles que vendemos, cumplen con las Guías de la ICNIRP (www.icnirp.de).

Por otra parte, Vodafone España cumple tanto el RD 1066/2001, 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", como con la 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. En este sentido, Vodafone España ha realizado cerca de 4.500 mediciones de emisiones radioeléctricas de estaciones base, constatando que en el 100% de los casos los niveles de emisión se encontraban muy por debajo de los límites establecidos en el Real Decreto.

Comunicación e Información

Durante diciembre de 2008 y enero de 2009 la consultora Nunwood realizó un estudio para el Grupo Vodafone, con el objeto 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 de terminales de telefonía móvil. El estudio se realizó a través de una serie de entrevistas realizadas a autoridades locales, organismos de sanidad, ONGs, medios de comunicación, miembros de la comunidad científica y académica, y asociaciones empresariales.

De acuerdo con este estudio, Vodafone sigue siendo considerada la empresa del sector, que más en serio se toma sus responsabilidades en cuanto a sus teléfonos móviles, antenas y salud en comparación con otras operadoras de telefonía móvil o fabricantes de teléfonos. Concretamente se ha alcanzado un 78 % como media de los 3 últimos años.

Vodafone España continúa realizando encuestas trimestrales a nuestros Clientes y Público en general sobre nuestras acciones de comunicación relacionadas con las emisiones radioeléctricas (Ver fig. 4).

cerca de 4.500
mediciones de estaciones base

Opinión de Nuestros Grupos de Interés

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

"Informar sobre las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil y su relación con la salud"

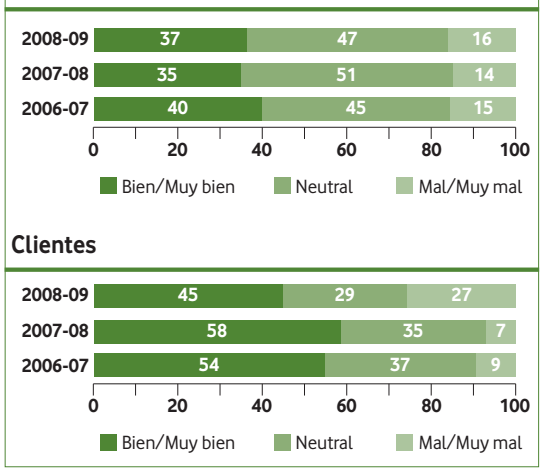


Fig. 4

www.who.int/es
www.icnirp.de

Nuestra Red

Durante el pasado ejercicio 2008-09 se han intensificado nuestras Campañas de Información dirigidas fundamentalmente a nuestros principales Grupos de Interés en este tema, tal y como se describe a continuación:

Municipios

Hemos continuado colaborando con la FEMP a través de su Servicio de Asesoramiento Técnico e Información a los ayuntamientos (SATI) (www.femp.es/sati).

Con la aprobación en abril de 2008 del "Modelo de Ordenanza Municipal reguladora de la instalación y funcionamiento de infraestructuras radioeléctricas" se pretende dar respuesta a la demanda generalizada de los Gobiernos Locales de disponer de herramientas que les facilite la gestión rápida y con todas las garantías técnicas, jurídicas, medioambientales y sanitarias, tanto de las expectativas de los ciudadanos que solicitan servicios de telecomunicaciones de calidad, como de los preocupados por los aspectos sanitarios, además de facilitar los trámites en la concesión de licencias para la instalación y funcionamiento de las infraestructuras necesarias.

En este sentido, el SATI nació con la vocación de ser un servicio de consulta y asistencia al que puedan recurrir todos los Gobiernos Locales y para ello, estamos promoviendo la adhesión de los Ayuntamientos al Código de Buenas Prácticas. Dentro de sus actividades, durante el ejercicio 2008-09 se han realizado diferentes Jornadas de Divulgación (Ver fig. 5).

Jornadas SATI

- Conferencia internacional "Iniciativas público-privadas para el despliegue de redes de nueva generación" (Sevilla, 10 a 12 de diciembre de 2008).
- "El reto de la Telefonía Móvil" (Palma de Mallorca, 3 y 4 de octubre de 2008).
- Jornadas de formación interna sobre el funcionamiento y control de las estaciones base de telefonía móvil, dentro del Plan de Formación Continua FEMP 2008.
- "Infraestructuras de Radiocomunicación en el ámbito municipal: ¿cómo mejorar su implantación?" (Madrid, 17 y 18 de noviembre de 2008).
- "Buenas Prácticas en Telefonía móvil y Desarrollo Local", (La Palma, 29 de octubre de 2008).
- Diversas Jornadas dirigidas a técnicos municipales en Sanlúcar de Barrameda, Palma de Mallorca, Parla, etc.

Fig. 5

Comunidad Científica

Vodafone España colabora con el recientemente creado **CCARS** (Comité Científico Asesor en Radiofrecuencias y Salud). Esta es una institución independiente, formada por reconocidos expertos en Medicina, Física, Química, Biología, Derecho y otras disciplinas, bajo el patronazgo de la Fundación General de la Universidad Complutense.

En los últimos años la percepción del riesgo de los campos electromagnéticos ha aumentado significativamente entre la sociedad. Este riesgo percibido ha de ser contrastado con las investigaciones científicas actuales, por lo que se necesita una entidad capaz de transmitir información objetiva, independiente y basada en el método científico. El CCARS brinda estas funciones a la sociedad. La misión principal del Comité es proporcionar elementos de juicio objetivo, información y asesoramiento de carácter científico y técnico a las administraciones públicas y al conjunto de la sociedad sobre cuestiones relativas a las radiofrecuencias y la salud.

El CCARS ha emitido un "Informe sobre Radiofrecuencias y Salud 2007-2008", que es el primer informe anual que emite en España una institución científica privada independiente sobre el estado de las Emisiones de Campos Electromagnéticos en nuestro país. En él se resume la visión generalizada de los comités nacionales e internacionales acerca de la valoración de riesgos relacionados con la exposición a señales de radiofrecuencias en ambientes residenciales, públicos u ocupacionales (Ver Fig. 6) (www.ccars.es).

Por otra parte, el CCARS se ha hecho eco del Informe BioInitiative, publicando la traducción del informe que sobre este documento ha elaborado el Health Council of the Netherlands, y destacando además en su web que "El Comité Científico Asesor en Radiofrecuencias y Salud suscribe en su totalidad el informe holandés acerca del BioInitiative Report",en cuanto a que este último "no es un reflejo objetivo y equilibrado sobre el estado actual del conocimiento científico. Por lo tanto, el informe no proporciona ningún fundamento para la revisión de criterios actuales sobre la exposición a campos electromagnéticos. El informe CCARS argumenta que cualquier efecto de los campos electromagnéticos en sistemas biológicos debería ser evitado, ignorando la distinción entre efecto y daño. "

Algunas conclusiones del "Informe sobre Radiofrecuencias y Salud 2007-08". CCARS

1. Los niveles de exposición a Radiofrecuencias de Telefonía Móvil de la población española son extremadamente bajos. Los límites medidos por las autoridades competentes son inferiores a los establecidos como seguros.
2. La percepción negativa de las emisiones de las estaciones base no se corresponde con los datos disponibles. La verificación de los bajos niveles de exposición permite afirmar que es improbable que las Radiofrecuencias de Telefonía Móvil sean un factor de riesgo para la salud.

...

7. Es recomendable que las autoridades competentes y especialmente las sanitarias, apliquen programas y desarrollen actividades de información y educación sobre los efectos de las radiofrecuencias.
8. En su conjunto, los comités nacionales o internacionales en protección ante radiofrecuencias coinciden en concluir que los avances recientes en el conocimiento científico/técnico, no justifican cambios en los presentes niveles de referencia y límites de exposición a radiofrecuencias para el público o los trabajadores.

Fig. 6

www.femp.es/sati
www.ccars.es

Estamentos políticos

En este apartado, además de las habituales relaciones y sesiones formativas e informativas que Vodafone España ha llevado a cabo con miembros de las dos Cámaras y con Europarlamentarios españoles (en el marco del Programa Empresa-Parlamentarios), es destacable respecto a estos últimos mencionar las actuaciones y visitas llevadas a cabo en el Parlamento Europeo en relación con la reciente aprobación del denominado "Informe Ries" y su impacto en la vida de nuestro país (Ver Fig. 7).

El pleno de Parlamento Europeo aprobó el 2 de abril de 2009 el "Informe Ries" (Frederique Ries: europarlamentaria belga), relativo a la necesidad de establecer más y mejores controles sobre las Ondas Electromagnéticas en el seno de la UE, y en especial, en lo relativo a las Antenas de Telefonía Móvil, si bien es preciso mencionar que esta iniciativa parlamentaria no es vinculante.

¿Qué haremos?

Despliegue Responsable de Red

- Verificar/ Auditar el cumplimiento de la Política de Despliegue Responsable de Red por parte de los subcontratistas.

Emisiones Radioeléctricas y Salud

- Continuar impulsando tareas concretas de comunicación sobre "buenas prácticas" de las comunicaciones móviles y su relación con la salud.
- Intensificar las actuaciones con asociaciones de consumidores, colectivos profesionales y otros Grupos de Interés, para transmitir los mensajes apropiados sobre el despliegue de redes de comunicaciones móviles.

Informe Ries: Su repercusión en España:

La demanda de los Ayuntamientos españoles para crear "zonas de exclusión" o "zonas de seguridad" es uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los operadores a la hora de desplegar sus infraestructuras.

Muchas de las Ordenanzas están basadas en esta falsa idea de "proteger" las zonas donde habitualmente están niños, ancianos, enfermos, etc. El "informe Ries" hace especial énfasis en esta problemática.

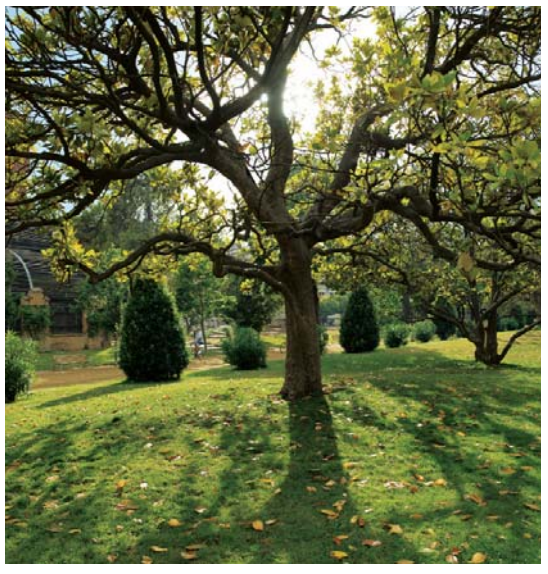
Sin embargo, en el caso de España es importante tener en cuenta que:

- La recomendación del Parlamento Europeo pide "garantizar que al menos las escuelas, guarderías, residencias de ancianos, y centros de salud se sitúen a una distancia específica fijada de acuerdo con criterios científicos de este tipo de equipos": Actualmente, todos los criterios científicos aseguran que las antenas próximas a colegios, guarderías, centros de salud, etc., son absolutamente seguras.
- El informe europeo sugiere que se publiquen "mapas con los niveles de exposición a estas Ondas": El Ministerio de Industria Turismo y Comercio y algunas comunidades autónomas disponen ya de estos mapas a los que se puede acceder libremente a través de internet.
- El Europarlamento insta a compartir infraestructuras y antenas "con el objeto de reducir su número y la exposición de la población": Desde hace años, los operadores españoles de Telefonía Móvil compartimos infraestructuras, e incluso recientemente, hemos suscrito nuevos acuerdos para fortalecer esta estrategia de colaboración.

Fig. 7

Medio Ambiente

Vodafone tiene un compromiso con el desarrollo sostenible en sus operaciones, lo que significa que tenemos en cuenta los impactos de nuestra actividad en el entorno, tanto de nuestra red (en todas las fases: diseño, construcción, operación y mantenimiento), como de nuestras tiendas y oficinas, así como del ciclo de vida de los equipos que compramos y/o vendemos.



Para controlar los impactos ambientales que genera, Vodafone España tiene implantado un Sistema de Gestión Ambiental de acuerdo con la norma internacional ISO 14.001, que fue certificado en 1997 y que se ha ido revisando y adaptando a lo largo del tiempo.
Nuestra política ambiental tiene por objetivo que Vodafone España sea reconocida por nuestros clientes, empleados y entorno social como una empresa respetuosa y comprometida con la protección del medio ambiente. Entre nuestros principios se encuentran el cumplimiento de la legislación y normativa ambiental aplicable, la optimización del uso de recursos (en especial de energía eléctrica), el fomento del reciclaje, y la utilización de tecnología, productos y servicios respetuosos con el medio ambiente. Asimismo fomentamos la formación en medio ambiente tanto entre nuestros empleados, como entre nuestros proveedores.

Hemos asumido la responsabilidad de reducir nuestros impactos directos en el medio ambiente, y al mismo tiempo hay que tener en cuenta que nuestra tecnología también tiene un enorme potencial para ayudar a nuestros clientes y al público en general a reducir sus propios impactos ambientales, a través de los efectos positivos asociados a los nuevos hábitos y patrones de consumo que surgen cuando se usan nuestros productos, servicios y aplicaciones.

Las vídeo y tele-conferencias, por ejemplo, reducen significativamente la necesidad de viajes, con las reducciones en emisiones de CO_2 asociadas. En Vodafone España, por ejemplo, durante el ejercicio 2008-09 hemos reducido el número de viajes realizados por nuestros empleados, lo que ha supuesto una reducción de nuestro impacto ambiental. De esta forma, junto con otras empresas de nuestro sector, estamos explorando nuevas vías con las que poder ayudar a terceros a reducir sus emisiones.

Nuestra actividad se basa en la utilización de equipos de red y teléfonos móviles y otros dispositivos. Aunque Vodafone no fabrica estos equipos, queremos asegurarnos de que cumplen con criterios de sostenibilidad a lo largo de su ciclo de vida. Esto incluye desde la compra de equipos que cumplen con la legislación ambiental aplicable, hasta el consumo de energía que necesitan, el reciclado de los equipos de red, y la promoción de sistemas de recogida de teléfonos de nuestros clientes para su reutilización y reciclaje.

¿A qué nos comprometimos?

Energía y Cambio Climático

- Reducir un 8% el consumo de energía previsto en Red sobre la base del ejercicio 2005-06 (Marzo 2010).
- Conseguir una reducción del 35% de las emisiones de CO_2/Mb de tráfico (Marzo 2010).
- 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 la implantación de los Sistemas de Reutilización y Reciclado con el fin de aumentar en un 17% los teléfonos recogidos el ejercicio anterior.

Energía y Cambio Climático

Como toda actividad empresarial, las telecomunicaciones precisan del consumo de energía. Este consumo además lleva asociado unas emisiones de CO_2 que tienen influencia en el Cambio Climático.

El consumo de energía por Vodafone España se produce en tres focos diferentes:
- Red: Estaciones Base que envían y reciben señales de radiofrecuencia, Centros de Conmutación y de Datos para direccionar las llamadas y captar la información.
- Oficinas y Centros de Atención al Cliente (CAC).
- Tiendas.

Según se observa en la figura 1, más del 87% de la energía eléctrica consumida, tiene lugar en las operaciones de red.

Durante el ejercicio 2008-09 el consumo absoluto de energía en la red creció un 6,7% (Fig 2). Este incremento es reflejo no solo del continúo crecimiento de nuestra red, sino también de la adquisición de Tele2. No obstante, gracias a nuestros Planes de Eficiencia Energética estamos consiguiendo controlar estos consumos; de hecho, hemos conseguido mantener en este ejercicio nuestro consumo específico por elemento de red y disminuirlo un 14,12% desde 2006-07 (Fig. 3).

Estos consumos de energía llevan asociados unas emisiones de CO_2 que de igual forma estamos consiguiendo controlar en términos absolutos (Fig. 4), y en términos de emisiones de CO_2 por elemento de red ha disminuido en un 9,2% respecto al ejercicio anterior y el 25% con respecto al 2006-07 (Fig. 5).

Las distintas iniciativas que estamos desarrollando, y que se describen a continuación colaboran en el cumplimiento del objetivo del Grupo Vodafone de reducir para 2020 las emisiones de CO_2 en un 50% sobre la base del ejercicio 2006-07.

Plan de Eficiencia Energética 2006-10

Para aumentar la eficiencia energética de nuestra red, en el ejercicio 2006-07 se estableció el Plan de Eficiencia Energética 2006-10, continuación del realizado en el periodo 2003-06.

Este Plan de Eficiencia 2006-10 contempla proyecciones para inversiones en tecnologías más eficientes y objetivos de mejora tanto en nuestra red de Acceso como en los Centros de Conmutación (Ver fig. 6).

Plan de Eficiencia Energética (2006-10)

Actuaciones en los Centros de Conmutación
- Instalación de sistemas de refrigeración con "Free Cooling".
- Apagar zonas no ocupadas.
- Retirada de obstáculos en falso suelo para conseguir una mejor refrigeración.
- Cierre de algún Centro de Conmutación.

Actuaciones en la Red de Acceso
- Instalación de sistemas de extracción de calor ("plenums") en estaciones con equipos partidos de aire acondicionado que no disponen de "Free Cooling".
- Instalación de nuevos equipos de aire acondicionado más eficientes energéticamente.
- Elevación de la temperatura de consigna de la Red de Acceso.
- Instalación o cambios de nuevos equipos más eficientes energéticamente en las nuevas estaciones 3G.
- Acuerdos de compartición con otros operadores.

Fig. 6

Considerando la planificación para la implantación de cada una de las medidas, Vodafone España estableció el objetivo de disminuir un 8% el consumo de energía previsto desde el inicio del ejercicio 2006-07 hasta el fin de 2009-10. Ello implica conseguir un ahorro en emisiones de CO_2 de, al menos, el 8% y de una disminución en las emisiones de CO_2 respecto al tráfico cursado del 35%.

Distribución Consumo Energía Eléctrica (2008-09)

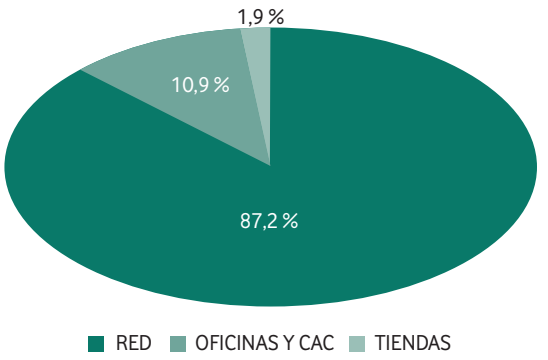


Fig. 1

Consumo absoluto de energía en la red (Mwh)

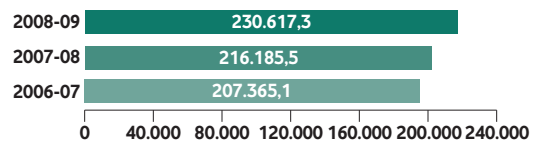


Fig. 2

Consumo de energía por elemento de red (Kwh/Estación Base)

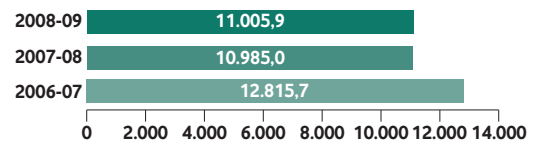


Fig. 3

Emisiones de CO_2 derivadas del consumo de energía en la red (Ton)

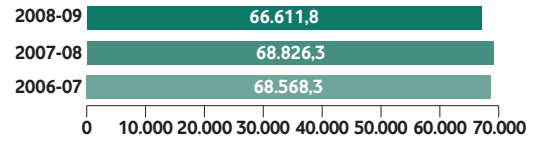


Fig. 4

Emisiones de CO_2 por elemento de red (Kg/Estación Base)

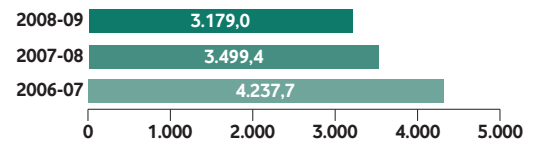


Fig. 5

9,2%
disminución de emisiones de CO_2 por elemento de Red respecto a 2007-08

Medio Ambiente

Durante el ejercicio 2008-09, por la aplicación del Plan, hemos conseguido unos ahorros de 32.533,0 Mwh, lo que supone un ahorro de emisiones de CO_2 de 8.936,8 Tn (Ver figs. 7 y 8).

Desde el inicio de nuestros Planes de Eficiencia Energética (ejercicio 2003-04) hemos logrado una reducción total de energía de 73.314,1 Mwh, lo que supone un ahorro de emisiones de CO_2 de 22.333,9 toneladas, equivalente a la cantidad que absorbería un área forestal de 3.126,8 Ha en un año.

Consumos de Energía en Oficinas y Tiendas

Aunque la relevancia del consumo de energía es menor que el asociado al funcionamiento de la red, también estamos realizando actuaciones en nuestras Oficinas y Tiendas (Figs. 9 y 10). Entre éstas, cabe citar:

- Definición de un nuevo Plan de Eficiencia Energética que contempla nuestras Oficinas principales.
- Utilización de cartelería recordando el uso eficiente de la energía.
- Nuevos horarios de encendido y apagado.

A lo largo del ejercicio 2008-09 se ha controlado el consumo de energía en las Oficinas frente a 2007-08, aún teniendo en cuenta la absorción de las actividades de Tele 2, y en el caso de tiendas, el aumento del consumo es debido en gran medida a que ha aumentado el nº de Tiendas, en este ejercicio de 74 a 79 tiendas propias.

Por otra parte, en el ejercicio 2008-09, Vodafone España fue una de las empresas que se sumó a la campaña de "La Hora del Planeta" organizada a nivel internacional por WWF contra el Cambio Climático:

- Apagando las luces de los letreros luminosos de nuestras oficinas.
- Poniendo nuestra red a disposición de nuestros clientes para que pudieran realizar donaciones a favor de WWF.
- Realizando una campaña interna entre los empleados.

Movilidad Sostenible

En Vodafone España somos conscientes de que los desplazamientos que realizan nuestros empleados tienen un impacto significativo. Por ello, estamos estableciendo medidas que contribuyan a una Movilidad Sostenible, es decir una movilidad que busque compatibilizar una mayor eficiencia y competitividad económica, con una minimización de los impactos ambientales asociados y que además contribuya a una mayor seguridad vial. A continuación se describen dos de las actuaciones en el ámbito de la movilidad sostenible.

Salas de Videoconferencia

Durante el ejercicio 2008-09 se ha potenciado la utilización de salas de videoconferencia entre nuestros empleados, optimizando el número de viajes y de desplazamientos (Figs. 11, 12 y 13) y por lo tanto el impacto ambiental asociado en emisiones de CO_2 (Fig. 14).

Con la instalación de las salas de videoconferencia, además:

- Se facilita la conciliación de la vida personal y laboral.
- Las reuniones y la formación se pueden mantener de una forma rápida y eficaz.
- Se aumenta la eficiencia en costes.

	2005-06 y 2006-07	2007-08	2008-09	TOTAL
Total Salas de Videoconferencias (acumulado)	29	47	57	--
Nº de Videoconferencias Nacionales	8.086	3.584	5.296	16.966
Nº de Videoconferencias Internacionales	1.875	4.594	6.610	13.079
Estimación ahorro emisiones CO_2 (Tn)[1]	546	769	1.111	**2.426**

Fig. 14

PEE 2006-10. Ahorro energía (Mwh)

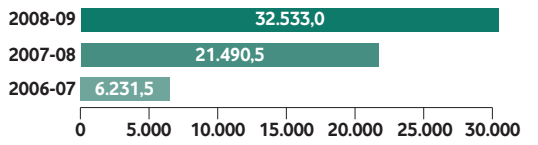


Fig. 7

PEE 2006-10. Reducción emisiones CO_2 (Tn)

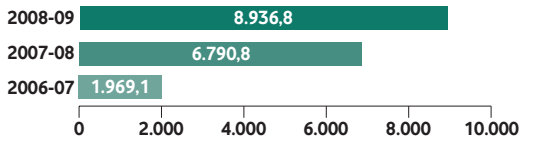


Fig. 8

Consumo eléctrico oficinas (Mwh)

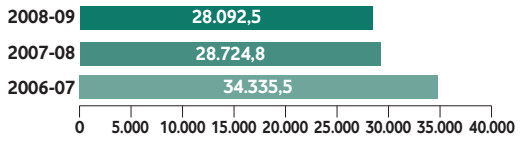


Fig. 9

Consumo eléctrico tiendas (Mwh)

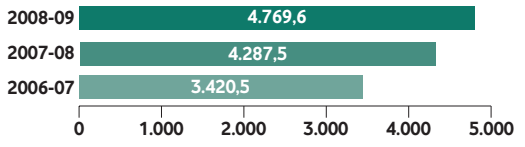


Fig. 10

Nº Vuelos cortos/Nº Empleados

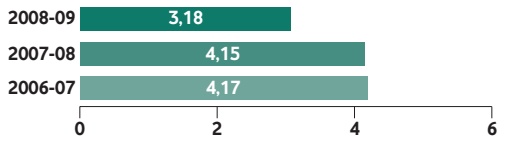


Fig. 11

Nº Vuelos largos/Nº Empleados

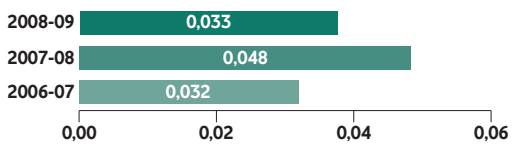


Fig. 12

Consumo flota vehículos (Miles litros)

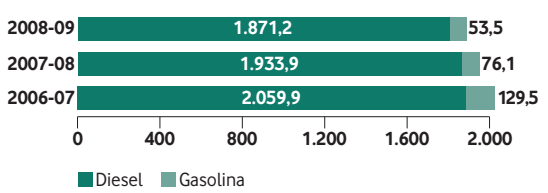


Fig. 13

73.314,1 Mwh
ahorrados desde 2003 en la red

[1] Estimación del ahorro emisiones en base al número y tipo de videoconferencias realizadas y el número de personas de cada videoconferencia.

La potenciación de la utilización de Salas de Videoconferencia por parte de Vodafone España recibió el Premio "Muévete Verde 2008" de la Fundación Movilidad.

Por otra parte, desde que en el año 2000 se implantaron las primeras lanzaderas para el personal con turno de noche del Servicio de Atención al Cliente, enlazando nuestra sede principal en Alcobendas (Madrid) con dos nodos de transporte público cercanos, se ha ido evolucionando el servicio de lanzaderas hasta contar en la actualidad con treinta trayectos diarios, más el servicio que presta una lanzadera realizando constantemente el recorrido entre las dos sedes principales de Madrid. Una media de 325 empleados utilizan diariamente estos servicios para sus traslados de ida y vuelta, con el consiguiente ahorro de emisiones de CO_2 derivado del uso de transporte colectivo en lugar del privado.

Foro Proclima Madrid
Además, Vodafone España es una de las empresas adheridas al "Foro Proclima Madrid", habiendo manifestado su voluntad de contribuir a la consecución de los objetivos de reducción del impacto ambiental impulsados por el Ayuntamiento de Madrid, mediante la incorporación de vehículos menos contaminantes en las respectivas flotas de vehículos de las empresas adheridas al Foro.

En este sentido, Vodafone España se ha comprometido a la renovación de al menos el 6% de los vehículos pertenecientes a su flota de empresa por vehículos menos contaminantes antes del año 2012.

22.334 Tn de CO_2
ahorradas desde 2003 en la red

11.906
videoconferencias realizadas en 2008-09

2.426 Tn de CO_2
ahorradas desde 2005-06 a través del uso de videoconferencias

Consumos de materiales y residuos

Las telecomunicaciones están evolucionando continuamente, lo cual significa que tanto los teléfonos como los equipos de red se convierten rápidamente en obsoletos. Ahora bien, tanto los teléfonos como los equipos de red, una vez llegado el final de su vida útil, pueden ser reutilizados o reciclados, con notables beneficios sociales y medioambientales.

Para ello, es esencial realizar una gestión efectiva del "final de su vida útil", puesto que estos equipos pueden contener tanto materiales valiosos, como algunos potencialmente peligrosos para el medio ambiente si no se gestionan adecuadamente.

Reutilización y Reciclado de Terminales

Se estima que la vida media de uso de un teléfono móvil en España es de 18 meses. En la mayoría de las ocasiones, los nuevos teléfonos reemplazan a los antiguos que siguen funcionando perfectamente.

- Los teléfonos móviles que continúan estando en buenas condiciones se pueden reacondicionar y reutilizar en países en vías de desarrollo o emergentes, lo cual tiene un evidente e importante beneficio social, ya que con esta actuación se facilita el acceso de estos países a la telefonía móvil, así como un beneficio medioambiental, ya que se evita la necesidad de utilizar nuevas materias primas para fabricar nuevos teléfonos móviles.
- En el caso de teléfonos móviles que ya no funcionan, se pueden recuperar sus componentes (Batería, pantalla, carcasa, circuito electrónico, etc....), y tras un proceso de tratamiento y reciclado adecuado, los metales, plásticos y otros materiales pueden ser utilizados en otros procesos productivos de una forma eficaz, rentable y compatible con el medio ambiente.

Con este objetivo, Vodafone España viene desarrollando programas para la reutilización y reciclaje de teléfonos móviles, para promover entre los clientes y el público en general la entrega de sus teléfonos móviles en desuso para gestionarlos adecuadamente, ya sea mediante su reutilización o su reciclaje.

Vodafone España ha diseñado su Plan de Reutilización y Reciclaje de terminales como una solución social y medioambiental, aceptando, además de los teléfonos móviles, sus baterías, cargadores y accesorios.

Medio Ambiente

Reciclado: Iniciativa Tragamóvil

Vodafone España participa desde el año 2001 en la iniciativa de recogida y reciclaje de teléfonos móviles "Tragamóvil" (www.tragamovil.com), promovida por ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones), que con la entrada en vigor del Real Decreto 208/2005 sobre la gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, se constituyó en un sistema integrado de gestión, que agrupa a los principales operadores de telefonía móvil y a la mayor parte de fabricantes.

Los teléfonos móviles, baterías y sus accesorios (así como cualquier otro equipo de telecomunicación) recogidos a través de la iniciativa "Tragamóvil", se envían a una planta de tratamiento para su desmontaje y reciclado. Casi el 100% de estos materiales son nuevamente utilizados por la industria como materia prima de otros productos. Además, este sistema evita daños al medio ambiente, teniendo en cuenta que se está impidiendo que los componentes y materiales potencialmente peligrosos que están contenidos en los residuos, lleguen a nuestro entorno pudiendo provocar la contaminación de suelos, aguas superficiales o acuíferos.

Plan de Reutilización

Como complemento al sistema anterior, Vodafone España lanzó en 2006 un programa para la recogida de teléfonos móviles usados de clientes particulares que, además de los beneficios ambientales (comunes con la iniciativa "Tragamóvil"), añade beneficios sociales para países en vías de desarrollo o emergentes, a la vez que aporta incentivos a nuestros clientes por su entrega. Se trata del Plan de Reutilización de Vodafone lanzado en colaboración con una empresa especializada en la recogida, reutilización y reciclado de teléfonos móviles y accesorios.

Este programa está ya a disposición de los clientes de Vodafone España en los más de 2.000 puntos de venta Vodafone (propios, franquicias o distribuidores), y el cliente recibe a cambio de la entrega del teléfono móvil en desuso, una cantidad de puntos que puede acumular en su programa de fidelización para la renovación de terminales.

Este Plan de Reutilización tiene diversos beneficios:

- Beneficia al cliente porque le ofrecemos puntos para su programa de fidelización y además se le facilita un lugar donde depositar los teléfonos que ya no usa, asegurando que sus teléfonos serán reutilizados o reciclados de forma medioambiental y socialmente responsable.
- Beneficia al medio ambiente porque se evita el impacto que se podría ocasionar si los teléfonos se depositaran directamente en el entorno y se permite el reciclado de materiales en la fabricación de nuevos equipos.
- Es beneficioso para países en desarrollo porque les facilita el acceso a la telefonía móvil de una forma más económica.

Vodafone España ha reutilizado y reciclado más de 275.000 terminales en el ejercicio 2008-09 lo que supone un incremento del 62,5% con relación a los recogidos en el ejercicio anterior (Fig. 15).

Número de terminales recogidos

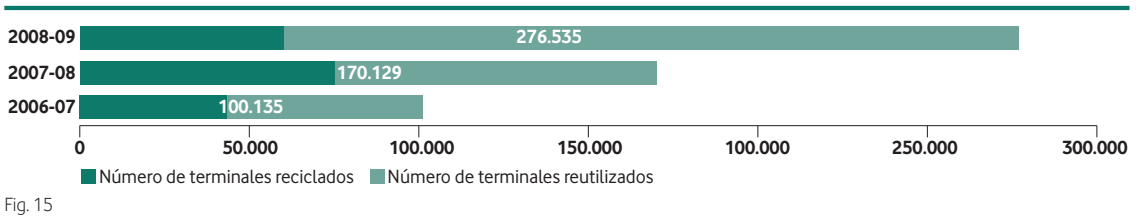


Fig. 15

276.535

terminales recogidos (62,5% más que en ejercicio anterior)

www.tragamovil.com

Cinco Sentidos 22-04-09

Una vez que los teléfonos móviles llegan a las instalaciones de tratamiento, se someten a la siguiente jerarquía de procesos para minimizar el impacto medioambiental:

1. Reutilización: es la primera prioridad porque al reutilizar el producto se alarga la vida de éste, ayudando a conservar los recursos naturales. Los teléfonos y accesorios se examinan y renuevan antes de enviarlos a países de Europa del Este, Oriente Medio, Asia y África (Ver fig. 16)
2. Reutilización de componentes: se recuperan los componentes de los teléfonos estropeados para su utilización como piezas de recambio.
3. Reciclado de materiales: los teléfonos que están seriamente dañados se destinan al reciclado y siguen un proceso por el cual se recuperan materiales y se emplean para otros procesos productivos. Algunos ejemplos de reciclado: los teléfonos móviles contienen metales y plásticos, que se extraen y se vuelven a utilizar para la fabricación de nuevos equipos; el níquel obtenido de las baterías puede, por ejemplo, servir para la fabricación de cacerolas de acero inoxidable; los plásticos mezclados (aquellos que contienen metales y plásticos) se envían a una empresa en Suecia especializada en su reciclado; otros plásticos se someten a un proceso de granulación y sirven para la fabricación de conos de tráfico o parachoques, etc.

La composición que se obtiene del reciclaje de los teléfonos móviles suele presentar aproximadamente:
- 60% de plásticos.
- >20% de metales.
- 16% de materiales cerámicos.
- <1% de metales preciosos.

En febrero de 2009, Vodafone, junto con otros 17 operadores y fabricantes de telefonía móvil, se comprometió a implantar como estándar industrial un cargador universal (y eficiente energéticamente) para el 1 de enero de 2012. Este cargador universal evitará que los clientes tengan que reemplazar su cargador cada vez que adquieren un teléfono nuevo, disminuyendo así las cantidades de este residuo (además, este nuevo cargador universal está previsto que disminuya el consumo de energía en "stand by" en más de un 50%).

En Vodafone España medimos la percepción de nuestros clientes y público en general en lo que respecta a nuestro comportamiento relacionado con el reciclado y reutilización de terminales (Ver fig. 17).

Equipos de Red

En Vodafone España reutilizamos nuestros equipos de red internamente en la medida de lo posible, y los que no se pueden reutilizar, se envían a un gestor especializado para su reciclaje (Ver fig. 18).

Consumo de papel

Seguimos la misma filosofía para el resto de residuos que generamos (papel, tóner, etc...) (Figs. 19, 20 y 21). Como se puede observar, el consumo de papel en nuestras oficinas se está reduciendo cada año, como consecuencia de la implantación de nuevas herramientas internas de comunicación y de campañas de sensibilización.

También estamos implantando soluciones que favorecen la reducción del consumo de papel en los procesos de facturación a nuestros clientes, a través del fomento de la facturación electrónica, que permite a los clientes ver su factura a través de nuestra Web (dentro de Mi Vodafone). Los clientes pueden así:
- Ver el importe de su última factura y las anteriores (con un histórico de más de 12 meses).
- Descargarse la factura en formato pdf y Excel (con un histórico de más de 12 meses).
- Ver y analizar el detalle completo de las llamadas, mensajes, conexiones, etc. de cada factura (con un histórico de 12 meses como máximo).
- Programar avisos vía SMS y/o email para conocer cuándo tiene una nueva factura disponible en Mi Vodafone.
- Darse de alta en la opción "Factura sólo electrónica". Los clientes que se decidan por esta opción pueden acceder, además de a todo lo anterior, a una descarga de cada factura en formato legal que pueden utilizar para presentar a organismos oficiales.

Destino de los teléfonos móviles reutilizados

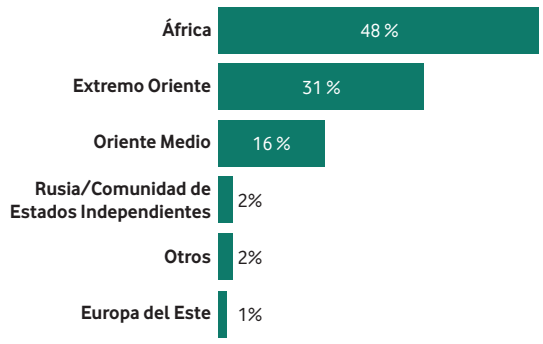
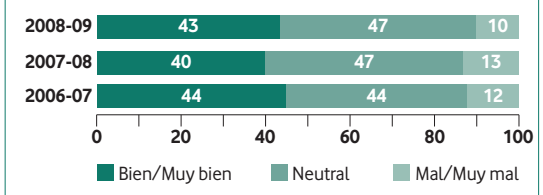


Fig. 16

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

"Reciclar más teléfonos móviles y accesorios"

Público en general



Clientes

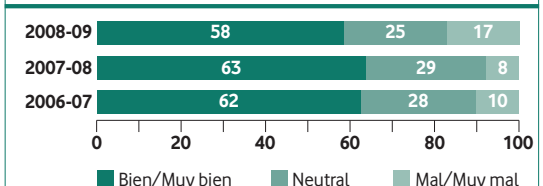


Fig. 17

Equipos de Red Reciclados (Tn)

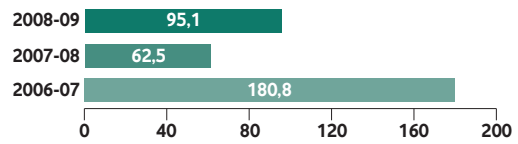


Fig. 18

Papel reciclado (Kg)/Empleado

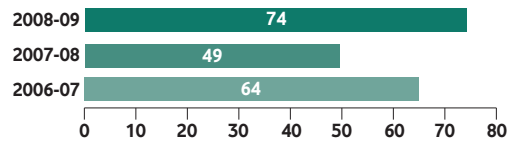


Fig. 19

Consumo de papel en oficina (Tn): Contenido en papel reciclado.

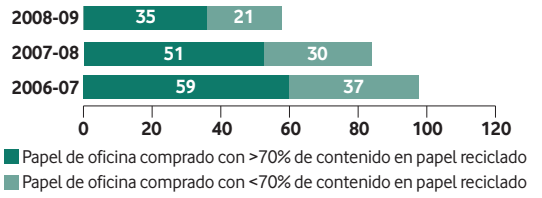


Fig. 20

Papel consumido (Kg)/Empleado

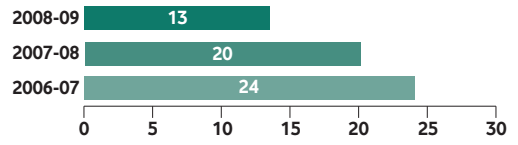


Fig. 21

Medio Ambiente

Envases

En cuanto a los envases utilizados para la puesta en el mercado de nuestros productos durante el año 2008 hemos utilizado 184,6 toneladas de papel y cartón y 57,8 toneladas de plástico, todos ellos declarados a Ecoembes, y se han elaborado unas Guías Vodafone específicas de embalaje para nuestros proveedores, en las que se incluyen aspectos relacionados con el fomento de:

- La utilización de materiales procedentes de procesos de reciclado, con altos contenidos en material reciclable, y bajos consumos energéticos en su fabricación.
- La reducción de volumen y peso (para minimizar la utilización de recursos y los impactos asociados al transporte).
- La minimización de sustancias tóxicas y de la huella de carbono.

Otros temas ambientales

Aunque no es un aspecto ambiental significativo en nuestro negocio, controlamos también el consumo de agua. En el ejercicio 2008-09 consumimos 121.287m³ de agua, que captamos y vertemos en la red de saneamiento. Hemos implantado una serie de medidas en algunas de nuestras oficinas que nos han permitido mantener, aún habiendo incorporado las operaciones de Tele2, nuestro consumo con respecto al año pasado (Fig. 22).

Por otra parte, en el ejercicio 2008-09 no hemos tenido constancia de ningún vertido accidental.

En cuanto a nuestras emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono, venimos implantando un plan de sustitución de equipos de refrigeración (R22 por R407 o R410) que nos está permitiendo disminuir nuestras emisiones (el ligero aumento en el último ejercicio es debido a la incorporación de las instalaciones de Tele 2) (Fig. 23).

Asimismo, controlamos las sustancias que utilizamos que pueden tener un potencial de calentamiento Global (GWP) (Fig. 24).

Todas estas actuaciones se complementan con el seguimiento que periódicamente se realiza de la 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 ambiental (Fig. 25).

Consumo de agua m³

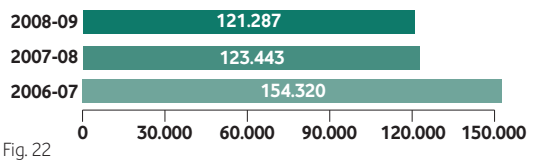


Fig. 22

ODP (Potencial de agotamiento del ozono)

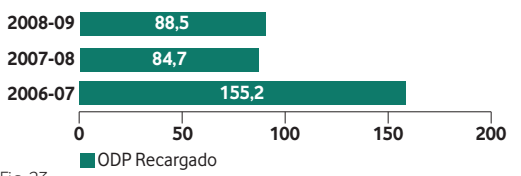


Fig. 23

GWP (Potencial de calentamiento global)

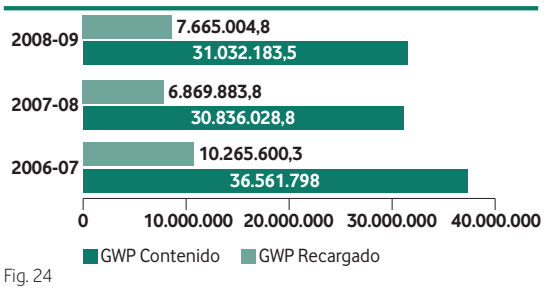


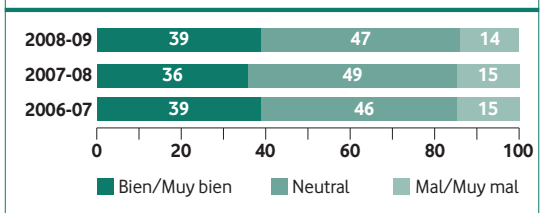
Fig. 24

Opinión de Nuestros Grupos de Interés

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

"Realizar actuaciones para reducir el impacto de su actividad sobre el Cambio Climático"

Público en general



Clientes

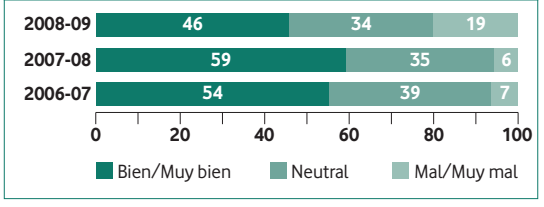


Fig. 25

¿Qué haremos?

Energía y Cambio Climático

- Reducir un 8% el consumo de energía previsto en Red desde 2006-07 (Marzo 2010).
- Conseguir una reducción del 35% de las emisiones de CO_2/Mb de tráfico desde 2006-07 (Marzo 2010).
- 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).
- Desarrollar un nuevo Plan de Eficiencia Energética que contemple la Red y Oficinas.
- Renovar el 6% de los vehículos de flota de empresa por vehículos menos contaminantes (Marzo 2012).

Terminales y Residuos

- Emplear en el proceso de facturación papel con certificación de gestión forestal sostenible.
- Implantar bolsas más ecológicas en Tiendas.
- Desarrollar un curso "online" para la formación y sensibilización de empleados en materia ambiental.

Cadena de suministros

Vodafone fomenta que sus proveedores mantengan altos estándares éticos, ambientales y laborales, y colabora con ellos en la consecución de este objetivo.

Vodafone no es fabricante de terminales, ni de equipos de red, ni de productos de marketing, pero compramos productos y servicios a proveedores por un valor de 4.963,8 millones de euros.

4.963,8
millones de euros en la compra de Productos y Servicios

La cadena de suministros del sector de las telecomunicaciones tiene muchos niveles, desde la extracción de materias primas, pasando por el procesado de materiales, la fabricación de componentes, y finalmente el montaje de productos finales. Aunque Vodafone mantiene sus relaciones comerciales con empresas que venden productos ya acabados, somos conscientes de la influencia que podemos tener en el resto de la cadena, y por eso hemos desarrollado un Código de Compras Éticas.

El Código de Compras Éticas (CEE) de Vodafone www.vodafone.es/rcyproveedores (Ver fig. 1) establece los principios de comportamiento social y medioambiental que deben cumplir nuestros proveedores. Evaluamos su cumplimiento periódicamente tanto a los nuevos proveedores como a los incluidos en el listado de segmentación de proveedores, que son los más críticos para Vodafone España. Nuestra estrategia consiste en involucrar a nuestro primer nivel de proveedores (proveedores directos), asegurándonos de que cumplen con dicho Código y transmitiéndoles la necesidad de que ellos actúen de la misma manera con sus propios suministradores.

También participamos en asociaciones industriales para mejorar los estándares de Responsabilidad Corporativa a través de la cadena de suministros del sector TIC. Un ejemplo es la implicación directa de Vodafone en el grupo de trabajo gestionado en asociación con la Coalición Ciudadana del Sector de la Electrónica (EICC: Electronic Industry Citizenship Coalition) y la Iniciativa Global e-Sustainabiliy (GeSi), a través del cual se elaboró el informe, "Responsabilidades sociales y ambientales en el suministro de Metales para el sector electrónico" (www.gesi.org) que proporciona una mayor claridad sobre los diferentes metales utilizados por el sector TIC y que analiza las posibles vías para involucrarse con las actuales iniciativas del sector minero que apoyan prácticas responsables.

Aspectos contemplados en el Código de Compras Éticas

1. Evitar la Mano de Obra Infantil.
2. Impedir Trabajos Forzosos.
3. Seguridad y Salud.
4. Libertad de Asociación.
5. No Discriminación.
6. Evitar Prácticas Disciplinarias.
7. Horario de Trabajo.
8. Sueldos.
9. Conductas individuales.
10. Medio Ambiente.

Fig. 1

¿A qué nos comprometimos?

- Evaluar el comportamiento de 30 proveedores locales, siendo la RC uno de los pilares básicos en 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.

¿Qué hemos hecho?

Vodafone ha definido un modelo de segmentación de proveedores críticos, utilizando criterios económicos (basados en la facturación del ejercicio previo) y del impacto que el suministro pueda tener para el negocio de Vodafone (temas de responsabilidad corporativa y de continuidad de negocio). De esta forma, se ha creado un listado de proveedores estratégicos y preferentes que suponen aproximadamente el 75% del gasto total de Vodafone España, y que incluye a aquellos suministradores con los que estamos trabajando conjuntamente en la aplicación de nuestro Proceso de Gestión del Comportamiento de Proveedores ("Supplier Performance Management") (Fig.2).

Mediante el Proceso de Gestión del Comportamiento de Proveedores (SPM), consistente en las etapas de Cualificación, Evaluación y Optimización de Proveedores (Fig. 3), en el ejercicio 2008-09 hemos evaluado a 30 suministradores locales.

Modelo de Segmentación de Proveedores Vodafone

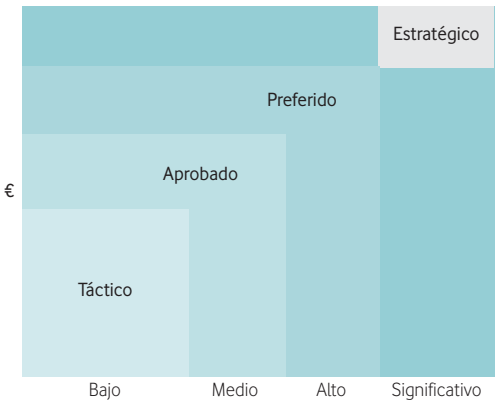


Fig. 2

www.vodafone.es/rcyproveedores
www.gesi.org

En dicha evaluación se analizan seis temas o "pilares", uno de los cuales es el de Responsabilidad Corporativa (los otros pilares de comportamiento analizados son: Estabilidad Financiera, Características Tecnológicas, Comercial, Capacidad de entrega y Gestión de la Calidad). Dentro del pilar de Responsabilidad Corporativa se evalúa, además de su estado de 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; los procesos que tienen implantados para controlar los riesgos ambientales o laborales en su propia cadena de suministros; y su contribución al cambio climático. Con la aplicación de este proceso SPM nos aseguramos además de que los suministradores evaluados conocen, actúan e informan sobre el cumplimiento de los requisitos del "Código de Compras Éticas de Vodafone".

Una parte importante del proceso SPM es la etapa de Optimización. Una vez finalizada la etapa de evaluación y comunicados los resultados a los suministradores, se organizan reuniones ("Feedback Session") en las que se analizan conjuntamente (proveedores y evaluadores) los resultados y oportunidades de mejora resultantes de la evaluación, se analizan las causas raíz de las no conformidades, se priorizan y se acuerdan los proyectos de mejora.

El seguimiento de los planes de acción acordados en las reuniones "Feedback Session", incluye la gestión de las no conformidades aparecidas tanto en la Evaluación como las surgidas durante el periodo posterior a la misma. Para este proceso se realiza un seguimiento bimestral a través del documento denominado Seguimiento Optimización.

Después de dos años de evaluaciones locales, los suministradores se encuentran en una etapa de madurez dentro de este proceso, viéndose reflejada en la actuación y aplicación de estándares tanto en materia de RC como en el resto de los aspectos evaluados. Dicha madurez se manifiesta por los resultados medios obtenidos en las dos evaluaciones realizadas, que han pasado del 66,5% en octubre de 2008 al 76,5% en octubre de 2009.

Gestión del Comportamiento de Proveedores

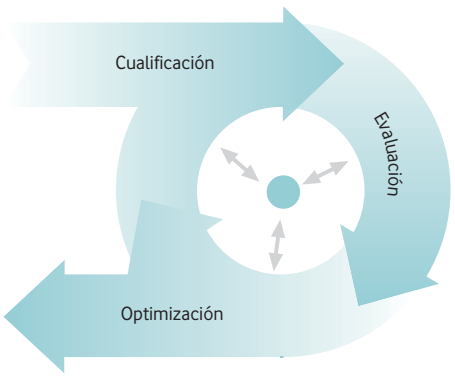


Fig. 3

Los planes de acción acordados se refieren a temas como el compromiso de reporte público de información relativa a la Responsabilidad Corporativa (emisión de informes de RC), a sus emisiones de gases efecto invernadero, a certificaciones en materia ambiental o laboral, o a mejoras en los procesos de gestión de los temas de RC en su propia cadena de suministros.

En la figura 4 se ve nuestra evolución de la percepción que tanto nuestros clientes como el público en general tienen respecto a nuestras actuaciones orientadas a asegurar que nuestros proveedores tienen un comportamiento responsable en lo relativo a condiciones laborales y respeto al medio ambiente.

Carbon Disclosure Project

Vodafone España participa por segundo año consecutivo en la iniciativa: Carbon Disclosure Project (CDP) Supply Chain. Mediante esta iniciativa pretendemos mejorar el comportamiento de nuestros proveedores en el ámbito del cambio climático, ayudándoles a identificar y reducir su impacto en el medio ambiente, y sensibilizando sobre las amenazas y oportunidades asociadas al cambio climático.

CDP es una organización no lucrativa, y su metodología como estándar industrial para el reporte de las emisiones de carbono está ampliamente reconocida (www.cdproject.net).

La participación de nuestros proveedores es voluntaria, y gratuita, y únicamente requiere motivación para informar públicamente sobre la huella de carbono asociada a su organización.

De los 44 proveedores a los que invitamos en el ejercicio 2008-09, 23 optaron por participar en la iniciativa.

Según CDP, en relación con otras compañías que han participado en el proyecto, los proveedores de Vodafone España proporcionaron una alta tasa de respuesta, aportando en la mayoría de los casos, detalles sobre determinadas áreas clave como los riesgos, los niveles de emisión y las actividades.

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

"Garantizar que los proveedores con los que trabajan ofrecen unas adecuadas condiciones de trabajo y respetan el medio ambiente"

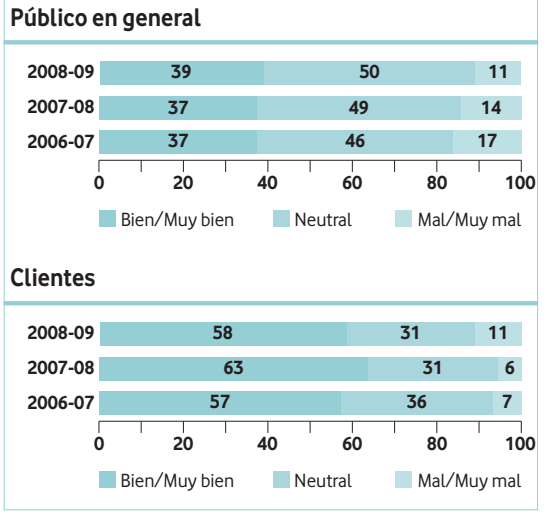


Fig. 4

¿Qué haremos?

Elaborar "Guía Trabajar con Vodafone" y difundirla entre nuestros principales proveedores.

www.cdproject.net

Empleados

En Vodafone confiamos en nuestros empleados porque ellos son los que nos ayudan a lograr excelentes servicios para nuestros Clientes y de esta forma alcanzar y mantener nuestro éxito. Nuestro objetivo es tener las personas más cualificadas y motivadas, y para ello tratamos de proporcionar un buen ambiente de trabajo, tratándoles con respeto, y ofreciendo incentivos atractivos, así como oportunidades de desarrollo profesional.

Durante el ejercicio 2008-09, como consecuencia de la integración de Tele2 en Vodafone España, se produjo un incremento significativo en el número de empleados (Fig.1).

Vodafone España continúa siendo un importante generador de empleo directo e indirecto, siendo éste además de calidad, con un elevado porcentaje de contratos indefinidos (Fig. 2). Por otra parte en las figuras 3 y 4 se muestran los rangos de edades y el índice de rotación voluntaria.

Número Empleados

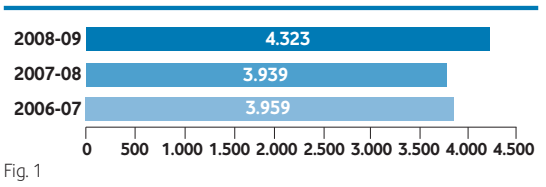


Fig. 1

Tipología contratos 08-09

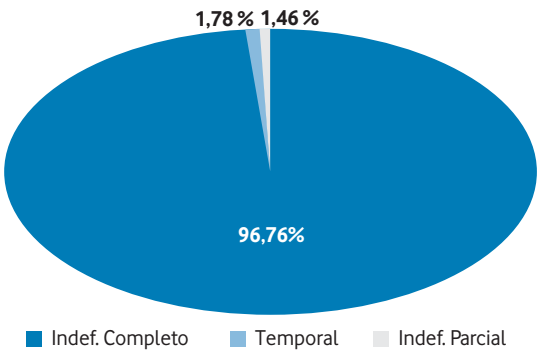


Fig. 2

¿A qué nos comprometimos?

- 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.
- Implantar un nuevo Programa de Acogida para 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, tanto para empleados como para cualquier persona de nuestro entorno.

4.323 empleados

98,2%
de contratos indefinidos

Plantilla por edad

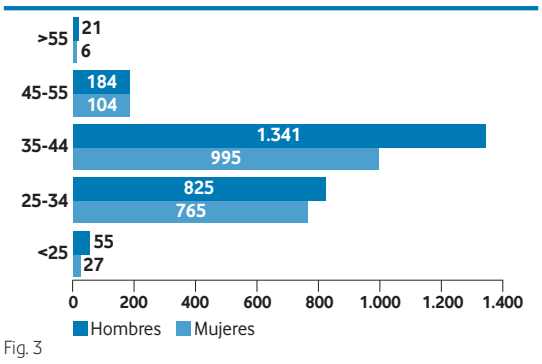


Fig. 3

Rotación voluntaria [1]

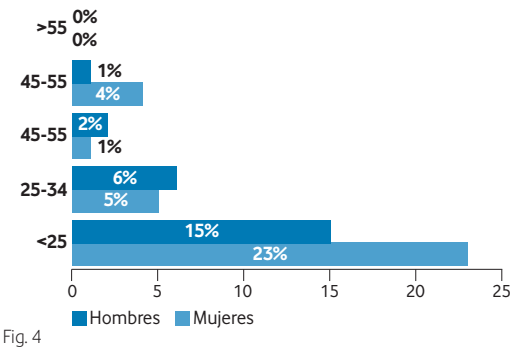


Fig. 4

[1] En las bajas voluntarias se excluyen las generadas en procesos tipo Ransharing o sinergias con Tele2.

¿Qué hemos hecho?

Selección, Desarrollo profesional y Formación

Vodafone España dispone de políticas y procesos que garantizan la igualdad de oportunidades para todos los candidatos que participen en un proceso de selección, así como la no discriminación por razón de sexo, raza, estatus social, apariencia física, etc. guiándose, en todo momento, por criterios de capacidad, profesionalidad e idoneidad al puesto.

Durante el ejercicio 2008-09 se ha desarrollado un nuevo Programa de Acogida (Ver fig.5) cuyo objetivo es generar una experiencia de empleado muy positiva en la primera fase del ciclo de vida del empleado, acelerando la fase de adaptación al puesto de trabajo y a la compañía mediante las acciones y herramientas que se han desarrollado, entre ellas:

- Web de Acogida.
- Guías de actuación basadas en los roles y responsabilidades de las personas implicadas en el proceso de acogida.
- Formación Inicial a los responsables de los nuevos empleados.
- Celebración de sesiones presenciales periódicas dirigidas a los nuevos incorporados.
- Desarrollo de un Itinerario de formación, compuesto por 5 módulos (Ver figura adjunta).
- Seguimiento del proceso de acogida durante el primer mes en la Compañía.

El desarrollo profesional en Vodafone se entiende como la mejora continua de conocimientos, aptitudes y actitudes de todos y cada uno de los empleados de la Compañía, con objeto de conseguir:

- La mayor aportación individual y colectiva a los objetivos del negocio.
- El crecimiento personal y profesional de los empleados, permitiendo así mayores posibilidades profesionales.

En este sentido, a lo largo del ejercicio 2008-09, y dentro del segundo año del Programa de Desarrollo Directivo One Way (Ver fig. 6), se ha procedido a la implementación de diversas iniciativas. En una primera fase se ha procedido a una evaluación del clima organizacional y los estilos de liderazgo de cada uno de los mandos de la empresa que gestionan personas. Este proceso se ha complementado con sesiones de "feedback" individual y "coaching" personal a lo largo de 4 meses.

Tras este periodo, y en función de las respectivas necesidades, se han implementado diversos programas de desarrollo, desde talleres presenciales sobre estilos de liderazgo, a seminarios sobre conceptos estratégicos tales como "Execution", "Collaboration" y "Play Different" .

Nuevo Programa de Acogida:

Datos Significativos

- Lanzamiento del proyecto: julio de 2008.
- Sesiones presenciales realizadas: 9.
- Nº de personas formadas: 174.
- Valoración media de las sesiones presenciales: 8,38 (en escala de 10).

Fig. 5

One Way 2008-09: Datos Significativos

- 380 Managers.
- 94 Directores.
- 480 Informes de "feedback".
- 1.548 sesiones individuales presenciales.
- 458 sesiones telefónicas.

Fig. 6

Empleados

La gestión del desempeño es uno de los pilares básicos de la gestión de personas que promueve Vodafone. Tras varios años trabajando en la implantación del "Performance Dialogue", este proceso se ha convertido en parte del día a día de la organización, como demuestra el 99 % de cumplimentación del formulario 2008-09. Además, todos los nuevos empleados, como parte de su acogida, son introducidos en este proceso desde el inicio de su andadura en la compañía.

La acogida e integración de nuevos empleados que procedían de Tele 2 ha supuesto un proyecto de alto impacto este año. Potenciando el uso de las iniciativas ya en marcha en la organización, se han adaptado a las necesidades específicas del colectivo, incluyendo:

- Eventos de Acogida específicos (simultáneos en todas las sedes).
- Acceso a un programa de formación "online".
- Sesiones de formación de "Performance Dialogue".
- Sesiones de inducción cultural (Rol del mando en Vodafone, Encuesta de Satisfacción de empleados, Gestión del Cambio, etc.).
- Programa para nuevas incorporaciones en One Way (evaluación y "feedback" individual e itinerario de desarrollo).

Algunos Datos de Formación

Como una herramienta clave para contribuir al desarrollo profesional, Vodafone España apuesta por la formación de sus profesionales (Ver figs. 7 y 8).

99%
de empleados participan en proceso de Evaluación de Desempeño

238.405
total nº horas de formación (todos los colectivos)

8,33
valoración media de la formación (todos los programas)

Número de horas de formación por colectivo

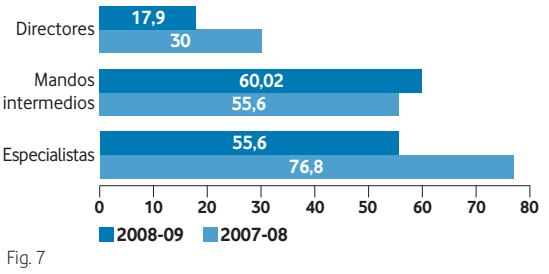


Fig. 7

Número de horas de formación por empleado

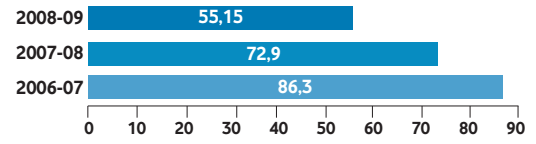


Fig. 8

Beneficios Sociales e Igualdad de Oportunidades

Los empleados de Vodafone España cuentan con un amplio Programa de Beneficios Sociales que se resume en la figura 9:

- **Plan de Pensiones.** Vodafone España ofrece la posibilidad de realizar aportaciones individuales al Plan de Pensiones. La compañía aporta 2 veces la aportación del partícipe, con un máximo del 4% del salario regulador.
- **Seguro de Salud.** Vodafone España ofrece a sus empleados con contrato indefinido o antigüedad superior a un año, el pago del 100% de coste de la póliza.
- **Seguro de Vida y Accidentes.** Desde el momento de la incorporación a la Compañía, todos los empleados disponen de una póliza colectiva de Seguro de Vida y Accidentes.
- **Retribución variable.** Todos los empleados que no están en planes de incentivos comerciales, tienen un bono variable vinculado a los objetivos estratégicos de la compañía. El porcentaje de bono abonado al término del correspondiente ejercicio dependerá del porcentaje de consecución de cada uno de los objetivos.
- **Acciones.** Vodafone dispone de Planes por los que se otorgan Acciones a todos los empleados como forma de participación en los resultados de la empresa.
- **Plan Relat.** Vodafone ofrece hasta un 50% de descuento en el consumo de telefonía móvil particular, así como en el servicio "Navega y Habla" o en "Vodafone en tu casa".
- **Tienda del Empleado** donde se pueden adquirir artículos de telecomunicaciones a precio ventajoso.
- **Ticket Restaurante.** Vodafone España ofrece a todos sus empleados la cantidad de 7,81€, de lunes a jueves y durante los 9 meses de jornada ordinaria (de septiembre a junio).
- **Visa Oro.** Vodafone España ofrece una Visa Oro Corporate, sin coste alguno, que incluye seguro de accidentes y asistencia en viaje gratuito.
- **Oficina Virtual Bancaria.** Es una oficina con todos los productos y servicios de una oficina bancaria tradicional, con importantes ventajas para los empleados de Vodafone España y en la que se pueden realizar todas las operaciones bancarias a través del móvil, por Internet o por teléfono con un agente.
- **Premio al Mérito.** Si a la vez que se está trabajando en Vodafone España, se cursa una titulación universitaria o Formación Profesional de grado superior, puede optarse a este premio que trata de reconocer el esfuerzo de compaginar estudios y trabajo.
- **Premio a inventores.** Vodafone España fomenta la innovación. Así, los empleados que registren su patente a nombre del Grupo Vodafone podrán recibir una determinada cantidad, dependiendo de la etapa en la que se encuentre su patente.

Fig. 9

Durante el ejercicio 2008-09 cabe destacar la excelente integración de Tele2 donde se realizó una armonización de beneficios sociales para este colectivo valorada muy favorablemente.

Dentro del conjunto de Beneficios Sociales, Vodafone España cuenta con un **Plan de Conciliación de la Vida Laboral y Familiar**, uno de cuyos objetivos fundamentales es integrar el principio de igualdad en todas nuestras actuaciones. Dicho Plan de Conciliación contempla diversas iniciativas que se resumen en la fig. 10.

- **Maternidad.** Permiso Previo: Vodafone España ofrece a todas las futuras madres la posibilidad de solicitar un permiso retribuido de 15 días de descanso antes de la fecha prevista de alumbramiento.
- **Paternidad.** Además de los 13 días naturales ininterrumpidos contemplados en la Ley, Vodafone España ofrece 5 días laborables de permiso desde la fecha de nacimiento o efectividad de la adopción.
- **Ampliación del periodo de lactancia.** Se amplía el plazo de 1 a 2 horas diarias y de 9 a 12 meses, sin que afecte al salario.
- **Cuidado de hijos.** Vodafone España ofrece la posibilidad de reducir la jornada entre 1 y 4 horas hasta que el niño tenga 8 años. También se puede solicitar una excedencia para su cuidado hasta que el niño tenga 4 años, teniendo derecho a la reserva del puesto de trabajo durante el primer año.
- **Cuidado de familiares.** Puede solicitarse una reducción de jornada entre 1 y 4 horas para el cuidado de familiares hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad, que por edad o enfermedad no puedan valerse por sí mismos y no desempeñen actividad retribuida, así como solicitar excedencia de hasta 2 años (con reserva del puesto de trabajo durante el primero).
- **Seguros de Salud para familiares.** Vodafone España ofrece la posibilidad de dar de alta a los familiares directos y los que convivan con los empleados (hasta 64 años de edad), con ventajosos descuentos.
- **Ayudas económicas familiares.** Vodafone España ofrece ayudas mensuales para niños de 0-4 años, familias numerosas, o para hijos discapacitados hasta que éstos cumplan 15 años.
- **Flexibilidad en los horarios de trabajo.** Para aquellos departamentos o unidades en los que sea posible, se podrá reducir entre 30 y 45 minutos el tiempo destinado a la comida en la jornada normal. Los horarios tanto de entrada como de salida tienen 45 minutos de flexibilidad.

Fig. 10

En las figs. 11 y 12 se puede ver la evolución del porcentaje de mujeres en plantilla y del porcentaje de cargos de dirección ocupados por mujeres.

Relaciones Laborales

Vodafone España tiene un interés permanente en mantener cauces de relación estables y productivos con la representación de sus trabajadores.

Este diálogo posibilita una información con preaviso de aquellos cambios y políticas que precisen 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.

El pasado mes de julio de 2008 se procedió a la firma del IV Convenio Colectivo de Vodafone, el cual consolida la situación previa durante toda la vigencia del mismo, que será de tres años, ampliable a uno más, desde la firma del mismo.

El Convenio Colectivo 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 8%).

Dentro de este IV Convenio se han ampliado los beneficios sociales recogidos en el anterior convenio, tales como el disfrute de un día de permiso retribuido a elegir por el empleado entre el 24 y el 31 de diciembre, en aras a potenciar la conciliación familiar en esos días tan señalados.

Durante este ejercicio se ha realizado la auditoría interna para la elaboración de un diagnóstico previo en cumplimiento de lo señalado en la Ley para la Igualdad efectiva entre hombres y mujeres en el seno de nuestra Compañía. El resultado de dicho diagnóstico previo ha sido compartido con la representación de los trabajadores en la Comisión de Igualdad.

% Empleados por sexo

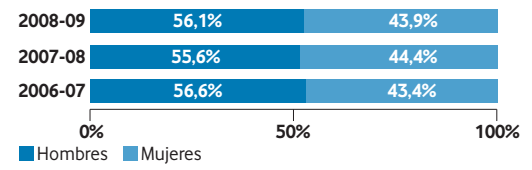


Fig. 11

Evolución % de puestos de dirección por sexos

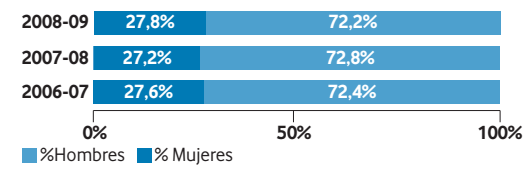


Fig. 12

Empleados

Asimismo, hemos iniciado los trabajos de negociación que han de culminar con el acuerdo sobre las actuaciones a llevar a cabo basadas en las situaciones detectadas en el diagnóstico previo.

Otros hechos significativos a lo largo del ejercicio han sido:

- Una vez finalizado el plazo de vigencia del anterior certificado de excepcionalidad, se ha obtenido de la Dirección General del Servicio Público de Empleo Estatal un nuevo certificado de excepcionalidad por el plazo de tres años, durante los cuales Vodafone España a través de donaciones a entidades entre cuyos fines se encuentre el desarrollo de actividades de inserción laboral y creación de empleo de personas con discapacidad, cumplirá con la Ley de Integración Social de Minusválidos (LISMI).
- El pasado mes de julio de 2008, se alcanzó un acuerdo con la representación de los trabajadores de Tele2 en el que se recogen las condiciones de integración de los empleados provenientes de la Compañía Tele2, que desde el 1 de octubre de 2008 forman parte de la plantilla de Vodafone España.

Seguridad, Salud y Bienestar

En Vodafone España un año más hemos desarrollado, en línea con nuestra visión, valores corporativos y principios de negocio, diferentes actuaciones orientadas a crear cultura de Seguridad, Salud y Bienestar en los empleados, y a salvaguardar a aquéllos que colaboran con nosotros o puedan verse afectados por nuestras actuaciones (clientes, empresas colaboradoras, empresas del sector, organismos oficiales...).

En Vodafone España, el concepto de cultura preventiva considera como elemento esencial para su desarrollo el que las actuaciones realizadas tengan la finalidad de aportar valor añadido a las personas e impactar en el negocio a través de 6 pilares básicos (Ver fig. 13). Dichos pilares han sido actualizados este año a partir de una evolución del modelo anterior, como consecuencia del espíritu "restless" (mejora continua) que tenemos los empleados de la empresa. Los pilares son:

- Rol del equipo de PRL: 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 fiscalización, etc.
- Conocimiento del negocio, cultura y marca: para integrar la prevención en el negocio es clave alinear todas las actuaciones con su estrategia, los valores de la marca, sus necesidades, su entorno competitivo, etc. a través del conocimiento del negocio.
- Productos a medida: en línea con lo anterior, se busca interesar y comprometer a los empleados a través del desarrollo de actuaciones que son a medida de sus necesidades (lenguaje, integrada en sus procesos, que realmente lo demanden, etc.). El objetivo es cambiar el concepto de responsabilidad en el sentido "culpabilidad", por el sentido de "voy a hacer lo que esté en mi mano".
- Innovar: de nuevo es dar un paso más en la línea de lo anterior. Enfocar las actividades preventivas de forma atractiva y minimizando la burocracia facilitan el interés y la implicación de las personas.
- Comunicación: en el sentido de ir más allá de la información y la formación. Su objetivo es desarrollar "hábitos", es decir, es pasar del "conocimiento" a que estas iniciativas persigan lograr cambios de actitud en las personas. Al mismo tiempo, el desarrollo de campañas de difusión de buenas prácticas internas, están permitiendo demostrar que es posible poner en práctica lo establecido en el sistema de gestión, superando en muchos casos las expectativas iniciales.
- 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.. Además, para desarrollar la cultura preventiva, es importante integrar la seguridad, salud y bienestar en la forma de vida de las personas, traspasando las fronteras de la empresa y del puesto de trabajo.

Pilares para la cultura preventiva:

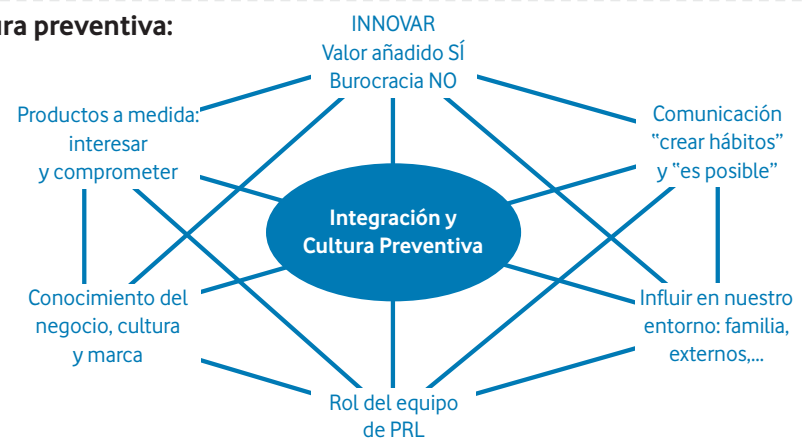


Fig. 13

Iniciativas para la Promoción de la Seguridad, Salud y Bienestar

Como actuación preventiva más destacada de este ejercicio, resaltamos el desarrollo de una campaña de sensibilización sobre el uso del móvil en el coche en el ámbito laboral y personal, diseñada tanto para empleados, como para clientes, proveedores y cualquier otro usuario de móvil.

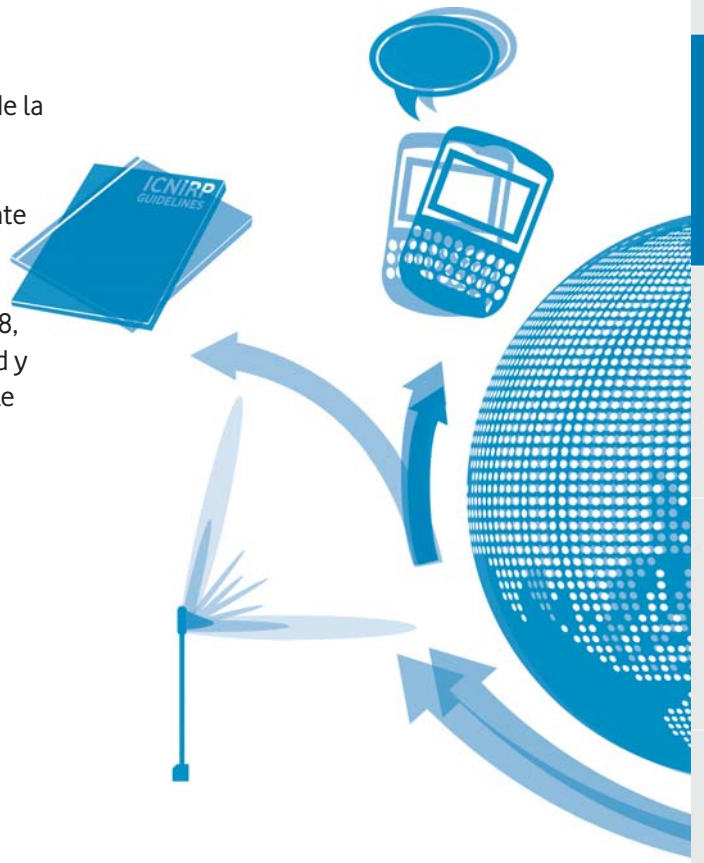
Esta campaña de sensibilización sobre el "Uso del móvil al volante" es gratuita y apoya el desarrollo de la cultura preventiva en la organización. Se han realizado versiones en portugués e inglés porque la campaña también ha sido realizada en Portugal, Irlanda y Australia (www.youtube.com/VodafoneHSW).

Las actuaciones de Vodafone España en materia de Seguridad Vial han sido incluidas como buena práctica en el nº 194 de la revista "Tráfico y Seguridad Vial" editada por la DGT en formato papel y electrónico.

Otras actuaciones de interés:

- Acreditaciones para trabajar en altura: adecuación del número de empleados acreditados reduciéndolo a 116 empleados (40% de los empleados acreditados inicialmente).
- Campaña de divulgación de Buenas Prácticas: para demostrar que la prevención se puede realizar, lograr una presencia periódica atractiva, fomentar la mejora continua y la colaboración, hemos estado identificando aquello que se está haciendo bien en las diferentes regiones organizando una campaña en la que hasta el momento se han enviado 7 buenas prácticas.
- Integración de empleados provenientes de Tele2 en la cultura preventiva de Vodafone España y gestión de las actividades con mayor riesgo.
- Formación: 994 empleados han participado en las actuaciones formativas (suponen 2.263 horas). PRL ha participado en todas las sesiones de acogida de nuevos empleados. Lanzados 2 nuevos cursos e-learning (Información Básica de Seguridad Vial y Gestión de PRL). Los cursos tienen una valoración media global por encima de 3 sobre 4.
- Control de contratas: colaboración en el desarrollo e implantación de una herramienta informática para automatizar y optimizar el control de trabajadores externos de Tecnología.
- Reconocimientos médicos: se han realizado 1.293 reconocimientos médicos a empleados, lo que representa un 30% de la plantilla, habiendo sido ofertado al 100% de los empleados. Se ha mejorado la realización mediante el desarrollo de un sistema de cita previa y la entrega personalizada de los resultados.
- Consultas médicas asistenciales: se han realizado más de 6.000 actuaciones médicas a empleados.
- Otras actuaciones en materia de salud: los médicos que trabajan en la empresa han sido habilitados para la prescripción a empleados de pruebas médicas incluidas en la cobertura de la póliza de Seguro Asistencial. Esta actuación ayuda a los médicos de empresa a ampliar conocimiento de las patologías de los empleados, y a los empleados les supone un ahorro importante de tiempo, al evitarse una cita con su médico para realizar un trámite básicamente burocrático.

Una consecuencia del desarrollo de estas actuaciones se refleja en la "People Survey" de 2008, en la cuestión "¿Cómo valorarías a tu compañía a la hora de interesarse por la Seguridad, Salud y Bienestar de los empleados?" donde se ha producido un aumento de 18 p.p. frente a la "People Survey" de 2007



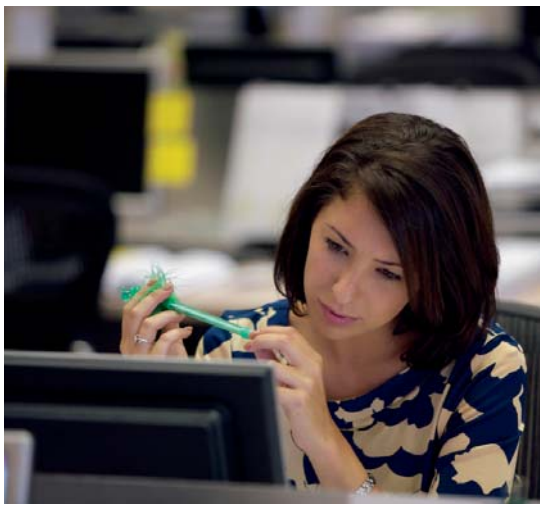
www.youtube.com/VodafoneHSW

Empleados

Accidentalidad y Absentismo

En las figuras 14 a 16 se puede ver la evolución de nuestros índices de accidentalidad más representativos.

La evolución de la accidentalidad está afectada en gran medida por los 6 accidentes con baja ocurridos durante la realización de actividades extralaborales ("Kick off" de inicio de actividades del ejercicio o cursos de formación al aire libre).



Un año más, el número de accidentes muy graves y de fallecidos relativos a empleados de Vodafone España o de sus contratas, ha sido cero. Tampoco ha habido ningún incidente grave en alguna de nuestras instalaciones.

Por otra parte, destaca el impacto positivo de nuestras actuaciones en seguridad vial. Teniendo una flota de aproximadamente 1.000 vehículos, los empleados sólo se han visto afectados por 2 accidentes con baja y uno sin baja. Por lo que respecta a los accidentes de coche "in itinere", por tercer año consecutivo hemos logrado un importante descenso en el número de accidentes con baja, quedando reducido este año a 10 (Ver figs. 17 y 18).

Respecto al Índice Absentismo[5], se ha reducido un 7% respecto del índice del año anterior (Ver fig. 19). Se confirma la tendencia a la reducción de este índice que se inició el año anterior. Se considera que esto es consecuencia de la buena acogida de las campañas de hábitos saludables, los planes de acción derivados de la Encuesta de Empleados, así como de los primeros resultados del Programa "One Way" realizado para los mandos de la compañía.

Índice de Incidencia[2]

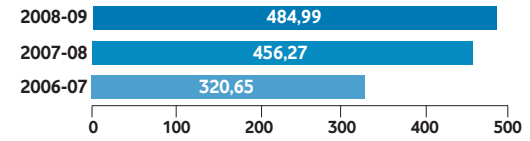


Fig. 14

Índice de Frecuencia[3]

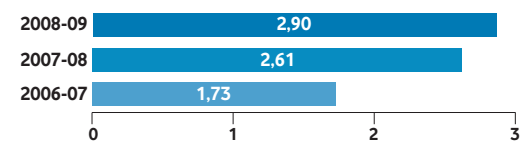


Fig. 15

Índice de Gravedad[4]

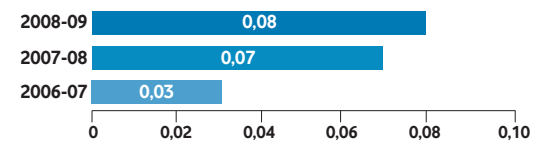


Fig. 16

Accidentes de tráfico (vehículos de flota)

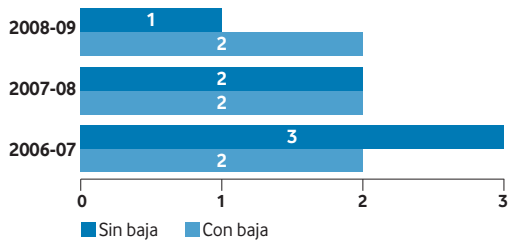


Fig. 17

Accidentes de tráfico "in itinere"

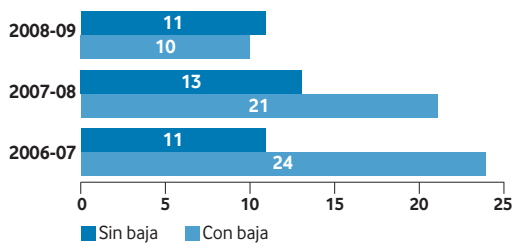


Fig. 18

Índice de Absentismo

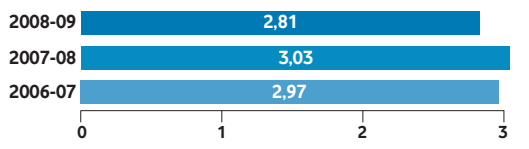


Fig. 19

[2] Accidentes en jornada de trabajo con baja x 100.000/ Nº de empleados.
[3] Accidentes en jornada de trabajo con baja x 1.000.000/ Nº de empleados x Nº medio de horas efectuadas anualmente por empleado.
[4] 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.
[5] Porcentaje de jornadas de baja por enfermedad entre el número de jornadas reales.

Satisfacción de los Empleados

En el mes de noviembre de 2008 se completó la "Encuesta de Empleados 2008", en la que se plantearon preguntas que, por un lado, permiten conocer el grado de vinculación y compromiso de los empleados con la Compañía y, por otro, preguntas para valorar cómo los Directores y Mandos Intermedios gestionan a sus equipos, y cuyos resultados componen el "Manager Index".

Un 93% de empleados de la Compañía participaron en dicha encuesta, y de acuerdo a sus resultados (Fig. 18), el índice que mide el nivel de compromiso y orgullo de pertenencia aumentó en 2 puntos respecto al pasado año, llegando a un 76%, lo que indica el alto nivel de compromiso de los empleados de Vodafone España.

En base a los resultados de la encuesta, se ha elaborado el "People Plan", el cual recoge todas aquellas iniciativas de la compañía encaminadas a reforzar o mejorar el conjunto de la encuesta.

Todas estas actuaciones han contribuido a que Vodafone España fuera galardonada con la Certificación BestWorkplaces 2009, concedida por el Great Place to Work Institute, habiendo logrado el primer puesto dentro del sector Tecnologías de la Información, y el segundo puesto en la Categoría Global de Empresas de más de 1000 empleados.

93%

de empleados completaron la Encuesta de Empleados 2008

Índice satisfacción empleados

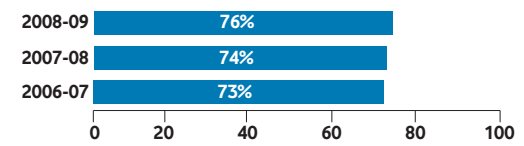


Fig. 20

vodafone

Somos un Great Place to Work

Somos una de las 50 compañías certificadas como uno de los mejores lugares para trabajar del mundo. Y además, hemos logrado un **primer puesto**, dentro del sector Tecnología de la Información, y el **segundo puesto**, dentro del ranking de las 50 compañías que han recibido el galardón.

Como ves, nuestro esfuerzo por mejorar cada día valores como la credibilidad, la igualdad, la pertenencia y el compañerismo ha sido recompensado. Y de especial forma la tolerancia, ya que hemos sido la empresa que mejores apreciaciones ha obtenido dentro de la "Dimensión Respeto".

Muchas gracias a todos aquellos que os animasteis a participar en la encuesta de valoración **BestWorkplaces 2009**, organizada por el prestigioso **Great Place to Work Institute**.

Y por supuesto, ¡enhorabuena! Este premio es de todos los que hacemos posible Vodafone.

BEST WORKPLACES ESPAÑA 2009

CincoSentidos

Cuando los empleados ponen nota a sus empresas

Respeto, trato justo y compañerismo. Así son los 50 mejores lugares para trabajar actualmente en España

Los 50 mejores lugares para trabajar en España

Cifras optimistas y más empleo

Cinco Días 22-04-09

¿Qué haremos?

- 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).
- Desarrollo del "People Plan", derivado de la Encuesta de Satisfacción de Empleados 2008, poniendo especial foco en mejorar la colaboración entre equipos y la gestión del cambio.
- Realizar Programa de Formación dirigido a toda la Compañía en la estrategia "Total Telecommunication".
- Implantación del primer Plan de Igualdad de la Compañía.
- Reducir el Índice de Accidentes con Baja en un 10% sobre la base 2007-08 (Marzo 2011).
- Realizar nueva campaña de uso seguro de nuestros productos y servicios válida tanto para empleados como para cualquier persona de nuestro entorno.

76%

índice de satisfacción de empleados

Fundación Vodafone España

La Fundación Vodafone España, de acuerdo al plan de actuación aprobado por su Patronato, ha continuado realizando en el ejercicio 2008-09 diversas actividades en las áreas de innovación, formación, mecenazgo y difusión. Su objetivo general ha sido potenciar y desarrollar las telecomunicaciones, haciendo especial hincapié en proyectos relacionados con las TIC y su apoyo a la vida independiente de grupos vulnerables.

¿A qué nos comprometimos?

- 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.

+ de 5,9 millones de euros dedicados a proyectos sociales

¿Qué hemos hecho?

Innovación

La Fundación Vodafone España ha desarrollado en el ejercicio 2008-09 diversos proyectos de I+D+i tanto a nivel nacional como europeo. Para ello colabora con diferentes entidades como las Administraciones, Universidades, Centros de Investigación, Empresas de Innovación y Asociaciones que trabajan con grupos vulnerables. Estas investigaciones se realizan sobre tres líneas de trabajo: Mayores y vida independiente, Accesibilidad y E-salud.

Mayores y vida independiente

Las iniciativas que en esta área se han desarrollado van dirigidas a la promoción de la autonomía personal de los mayores, fomentando su participación social y el autocuidado de su salud mediante el uso de nuevas tecnologías como la solución de videoatención.

"3G para todas las generaciones"

Iniciativa en la que colaboran Cruz Roja Española, Qualcomm y Fundación Vodafone España con el fin de promover soluciones de apoyo, para evitar el aislamiento y la soledad de las personas mayores. La plataforma de videoatención desarrollada falicilita la comunicación desde el televisor; y gracias a la tecnología de banda ancha móvil, permite a los mayores realizar videollamadas a los teléfonos móviles 3G de sus familiares y al Centro de Atención de Cruz Roja, así como el acceso a contenidos multimedia personalizados.

TELPES – Soluciones de Teleasistencia para Personas Sordas

El proyecto TELPES, liderado por FCNSE y en el que participan CNSE, Cruz Roja Española, Universidad Politécnica de Madrid y Fundación Vodafone España, tiene como misión identificar el tipo de servicios de teleasistencia que son necesarios dentro de la comunidad de personas sordas mayores y con discapacidad auditiva, analizando su valor y prioridad, así como la capacidad actual de las TIC para soportarlos. Este proyecto cuenta con el apoyo del Plan Avanza.

PERSONA. Perceptive Spaces Promoting Independent Aging

Incluido en el VI Programa Marco de la Comisión Europea el proyecto "PERSONA" trabaja con el concepto de "vida asistida por el entorno" (AAL, Ambient Assisted Living) con el objetivo de crear una plataforma de acceso a servicios dirigidos a personas mayores que les permita permanecer el mayor tiempo posible en su entorno. Más información en www.aal-persona.org

"M-AvanTIC" . Los Mayores Avanzan con las TIC

La Fundación Vodafone España, Cruz Roja Española y el Instituto de Salud Carlos III presentaban en diciembre de 2008 los resultados de este proyecto que ha contado con el apoyo del Plan Avanza. Su objetivo ha sido demostrar cómo las TIC mejoran la calidad de vida de las personas mayores y sus cuidadores mediante el fomento de la vida activa, mantenimiento de relaciones personales, y la evaluación y detección precoz de los estados de dependencia. Más de 100 mayores de toda España han participado en los programas de "Estimulación Cognitiva" tanto en el móvil como a través de la televisión y "Modelado de Comportamiento" desarrollados.

Fundación TECSOS

Creada en 2002 gracias a la colaboración entre Cruz Roja Española y Fundación Vodafone España, con el objeto de investigar y desarrollar nuevos servicios que fomenten el envejecimiento saludable, la prevención de la dependencia y aporten soluciones de teleasistencia. Desde entonces, trabaja para resolver las necesidades sociales y mejorar las condiciones de vida de las personas y grupos socialmente desfavorecidos, mediante la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, especialmente las móviles, y su desarrollo y utilización.

Para ello, la Fundación TECSOS promueve y realiza actividades de investigación, asistencia, prevención, formación, concienciación y colaboración. En este último ejercicio ha colaborado en los proyectos nacionales "M-AvanTIC", "TELPES", y "3G para todas las generaciones", además de liderar el proyecto "e-Informa" dentro del Plan Avanza.

Este proyecto, e-Informa, se ha dirigido a la creación de contenidos y aplicaciones para el ocio, la cultura, la salud y la integración de las personas mayores en la Sociedad de la Información. Estos contenidos digitales se aplican en tres plataformas tecnológicas: telefonía móvil (SMS, MMS y correo electrónico); contenidos web utilizables en servicios de e-información y e-learning; y contenidos digitales disponibles a través de la plataforma de videoatención.

Accesibilidad

Se participa en proyectos que promocionan y crean nuevas soluciones para garantizar la accesibilidad de las TIC a personas con diversidad funcional.

AEGIS. Open Accessibility Everywhere: Groundwork, Infrastructure, Standars

AEGIS está incluido en el VII Programa Marco de la Comisión Europea dentro de la 2ª llamada Accesible and Inclusive ICT. El objetivo de este proyecto es desarrollar y validar las soluciones TIC, basadas en software libre o código abierto, que aseguren la accesibilidad en los ordenadores, teléfonos móviles, PDA, Internet, etc. a usuarios con discapacidades medias o severas. Más información en: www.aegis-project.eu

INREDIS. Interfaces de Relación entre el Entorno y las personas con Discapacidad

Es un proyecto CENIT (Consorcios Estratégicos Nacionales de Investigación Técnica) que se inscribe en la iniciativa del gobierno español INGENIO 2010 y que es gestionada por el CDTI (Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial). Su objetivo es 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. Más información en: www.inredis.es

www.aal-persona.org
www.aegis-project.eu
www.inredis.es

Fundación Vodafone España

E-Salud

Las principales iniciativas en este campo puestas en marcha en el ejercicio 2008-09 han sido:

HeartCycle. Compliance and Effectiveness in HF and CHD Closed-loop Management
HeartCycle está integrado en el VII Programa Marco de la Comisión Europea dentro de la 1ª llamada de e-Salud. Busca proporcionar una solución de gestión de pacientes que han sufrido un fallo cardiaco o padecen algún tipo de enfermedad coronaria.Más información en http://heartcycle.med.auth.gr

Proyecto con la Organización Nacional de Transplantes
Desarrolla una nueva plataforma -haciendo uso de una solución tecnológica móvil- que se encarga del envío inmediato a los responsables designados por el Sistema Nacional de Trasplantes de información médica relevante sobre los órganos disponibles por la ONT para la realización de un trasplante, reduciendo el tiempo necesario para la toma de decisiones.

Unidad de Telemedicina y E-salud en el Instituto de Salud Carlos III
Apoyo a esta unidad que continúa su labor en el desarrollo de iniciativas que promuevan el uso de las TIC para el bienestar, la promoción de la vida independiente y la salud. Destacar en este ejercicio el proyecto RECADO para la rehabilitación en casa de enfermos con cardiopatías de bajo riesgo realizado con el Hospital Puerta de Hierro de Madrid.

Formación

Cursos de Postgrado

En colaboración con diferentes universidades españolas la Fundación Vodafone España sigue realizando diversos Masters que potencian la enseñanza de los desarrollos tecnológicos de última generación. 134 alumnos han participado en los siguientes postgrados que se han impartido en el curso 2008-09:

- Cátedra Vodafone – Universidad Politécnica de Madrid – Máster en Comunicaciones Móviles (IX Edición).
- Máster en Comunicaciones Móviles – Universidad Politécnica de Cataluña (XIV Edición).
- Curso de Especialista en Comunicaciones Móviles – Universidad de Sevilla (VII Edición).
- Máster en Informática aplicada a las Telecomunicaciones Móviles – Universidad de Málaga (VI Edición).
- Máster en Gestión en Red y Recursos para Personas Dependientes – Universidad Oberta de Catalunya (II Edición).
- Máster Oficial en Telemática y Redes de Telecomunicación – Universidad de Málaga – (I Edición).

Aulas Fundación Vodafone España

Las Aulas Fundación Vodafone son centros de formación gratuita en TIC que se ponen en marcha gracias a acuerdos con ayuntamientos, asociaciones de grupos vulnerables, ONGs, etc... Estas salas, equipadas con ordenadores multimedia conectados en red y con acceso a internet, ofrecen cursos de aprendizaje en el manejo del ordenador, acceso a Internet, ofimática, etc.... Son cursos gratuitos de niveles básicos, dirigidos a los sectores menos favorecidos de la sociedad por sus condiciones económicas, personales y culturales. En este ejercicio han recibido formación 2.700 personas, en el total de las aulas.

Durante el ejercicio 2008-09 las siete Aulas abiertas al público han registrado más de 120.000 usos. Dichos espacios han sido:

- Aula Fundación Vodafone España – Ayuntamiento de Alcobendas.
- Aula Fundación Balia – Fundación Vodafone España.
- Aula Fundación Vodafone España – Ayuntamiento de Fuenlabrada.
- Aula Ayuntamiento de Mataró – Fundación Vodafone España.
- Aula Ayuntamiento de Málaga – Fundación Vodafone España.
- Aula Fundación Vodafone España – ASPAYM Murcia.
- Aula Fundación Vodafone España - MDPL.

http://heartcycle.med.auth.gr

Proyecto ESTALMAT

Proyecto de formación para detectar, orientar y estimular el talento precoz en matemáticas en niños entre 12 y 13 años. Durante dos años estos chicos y chicas con capacidades especiales para las ciencias exactas acuden a clases tutorizadas fuera del horario escolar. El proyecto se ha impartido en el curso escolar 2008-09 a 512 alumnos, distribuidos en 28 provincias de 8 Comunidades Autónomas (Madrid, Cataluña, Andalucía, Galicia, Valencia, Canarias, Cantabria y Castilla y León.

Otros Cursos y Seminarios

La Fundación Vodafone España organiza en colaboración con ayuntamientos, universidades, asociaciones y diversas entidades, numerosos encuentros, jornadas, cursos y seminarios en los que se tratan las últimas investigaciones que se generan en torno a cuatro líneas temáticas: Telemedicina, Teleasistencia e Integración; Tecnología; Ética y Responsabilidad Corporativa; y Sociedad de la Información.

En este ejercicio se han realizado 25 seminarios con más de 4.400 asistentes.

Mecenazgo

El apoyo a la integración social y laboral de personas con discapacidad ha continuado siendo uno de los objetivos prioritarios de la Fundación Vodafone España en el ejercicio 2008-09. Esta actividad se ha canalizado desde el área de Mecenazgo y en colaboración con diversas asociaciones a nivel local y nacional. Estas iniciativas se pueden englobar en las siguientes líneas de actuación:

Programas de Inserción Laboral

Cursos de formación laboral para personas dependientes y orientados a favorecer su integración en el mercado laboral. Entre otros, destacan los cursos de telemarketing realizados por la Fundación Afim o de cuidado de ganado caballar, promovidos por Afanias.

Apoyo a la infancia

Con el fin de ayudar al colectivo infantil y juvenil, se han desarrollado diversos proyectos que han fomentado las ideas de salud, deporte y educación. Se han llevado a cabo en colaboración con entidades como Fundación Horizontes Abiertos, que busca rehabilitar y reinsertar mujeres ex reclusas con hijos menores para lo que cuentan con varios hogares de inserción; o, en colaboración con la Fundación ANAR, el teléfono de atención para familias con conflicto.

Deporte y Ocio Adaptado

La integración de grupos vulnerables a través del ocio y deporte adaptado ha constituido un apartado importante de la actividad fundacional en 2008-09. Se han patrocinado diversos cursos de deportes adaptados como buceo, esquí, golf, vela, baloncesto o carreras en sillas de ruedas. Para los más pequeños, se han apoyado diversas iniciativas como son el campamento de verano "El bosque de los sueños" (en el que participan niños con y sin discapacidad) y las colonias de verano que organiza la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC). Por último destacar la función accesible del musical "La Bella y la Bestia" para el que se acondicionó especialmente el teatro, permitiendo un aforo de más de 1.000 personas, con alguna discapacidad física o sensorial.

Fundación Vodafone España

Formación de Mayores y Grupos Dependientes

Estos cursos de formación tienen como objetivo enseñar a las personas mayores a utilizar las funciones básicas de un teléfono móvil. Las clases se dividen en dos partes: una primera parte teórica sobre los componentes de un móvil, y una segunda parte práctica para aprender a realizar y recibir llamadas, mensajes de texto y crear una agenda de contactos. Casi 7.900 mayores de distintas Comunidades Autónomas se han beneficiado de esta actividad en el ejercicio 2008-2009. Con ellos, son ya más de 46.000 los formados en toda España, desde el inicio del programa en 2004.

Proyecto "Construye un nuevo mundo"

La Fundación Vodafone España promueve la acción y el compromiso sociales de personas a tiempo completo durante un año en un proyecto social con la Entidad No Lucrativa (ONG, Asociación, etc.) que ellas elijan ofreciéndoles una remuneración a cambio.

"Construye un nuevo mundo" tiene como objetivo apoyar el voluntariado como una actividad que ponga en marcha proyectos sostenibles que aporten un beneficio para la sociedad.

Los ganadores de la I Edición realizada en el ejercicio 2008-09 fueron:
Rafael Llamas, Asociación Voluntarios Oncológicos Infantiles, (AVOI) Málaga:
Informático de profesión, su proyecto se centró en la utilización de las TIC en la animación sociocultural de niños hospitalizados. También impartió cursos de informática en los que participaron 80 pacientes infantiles ingresados por largos períodos de tiempo. Para dar continuidad a su labor formó más de 200 nuevos voluntarios de la asociación.

Amadeo Sánchez, Asociación Valenciana de Fibrosis Quística. Valencia:
Durante un año ha dejado su trabajo de enfermero en el Hospital La Fe de Valencia para dedicarse a cuidar de una manera más personalizada a enfermos de fibrosis quística de la Comunidad Valenciana. Atendió a domicilio a más de 160 personas afectadas y formó a casi una decena de profesionales en el tratamiento de esta dolencia y a más de 30 cuidadores.

Noelia Martínez, Asociación ICTUS de Aragón. Zaragoza:
Dar a conocer qué es el ictus, cómo prevenirlo y cómo tratarlo, ha sido la tarea que ha desempeñado. Para ello ha impartido charlas a más de un millar de personas, ha creado más de 400 puntos de información permanente sobre este trastorno cardiovascular y ha puesto en marcha grupos de voluntarios, de ayuda y de autoayuda. Por otra parte, ofreció atención individual a más de 250 afectados de Ictus y familiares.

Difusión

Publicaciones

Las siguientes publicaciones han sido editadas o co-editadas en el ejercicio 2008-09:
- El cerebro: avances recientes en neurociencia.
- Pecado Original. X Edición de cuentos "Don Daniel" de La Rebotica.
- Tecnología en la vida diaria. Editado en DVD.
- Guía de la nutrición cardiosaludable.

Accesibilidad de la web

Mantenido el nivel de accesibilidad Doble AA de los nuevos contenidos web y realizada la primera fase de estudio y viabilidad de la Certificación Europea; sus siguientes fases se llevarán a cabo en próximos ejercicios.

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

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, la Fundación Vodafone España convocó en el ejercicio 2008-09 la 2ª Edición de estos Premios a la Innovación y al Desarrollo en Comunicaciones Móviles.

En esta Edición los ganadores fueron:

- Premio al "Proyecto de Innovación en el ámbito de la investigación" para el trabajo "Holtin inteligente llevable para la monitorización por eventos de señales ECG en pacientes con arritmias paroxísticas y síncopes esporádicos", presentado por el equipo de trabajo formado por el Hospital Universitario de Gran Canaria Dr. Negrín, la Consejería de Sanidad del Gobierno de Navarra y la Universidad Pública de Navarra.
- Premio al "Proyecto de Innovación Móvil en el ámbito del desarrollo empresarial" para "Proyecto OBERÓN. Sistema de navegación en transporte urbano para dispositivos móviles basado en inteligencia ambiental y soporte para la discapacidad" presentado por el grupo de investigación Human Communication and Interaction Research Group, adscrito al Departamento de Informática de la Universidad de Oviedo.

Premio Vodafone de Periodismo – IX Edición

La IX Edición de los Premios Vodafone de Periodismo han estado centrados en la evolución tecnológica de los sistemas de comunicación en banda ancha móvil, "Movilidad y banda ancha", así como en los beneficios que la movilidad implica, tanto desde el punto de vista social y de integración, como también desde el económico, profesional y cultural.

Los ganadores de esta Edición fueron:

- Premio a un Profesional de la Comunicación: Ramón Muñoz (Diario El País).
- Premio Especial a la Trayectoria Profesional: Luis Lada (Asesor del presidente y del Comité Ejecutivo de Telefónica).
- Premio Especial a la Trayectoria Profesional a Título Póstumo: Miguel Ángel Eced.

Foundations Day

El día de la Fundación, es una iniciativa que pretende dar a conocer las actividades que la Fundación Vodafone España realiza. Este año, en su primera edición, el evento se centró en los empleados de la operadora en España y para ello se prepararon diversas actividades en las que los trabajadores pudieron participar. Destacar la exposición informativa que se instaló en la sede de Madrid con los principales proyectos en los que la Fundación participa.

Esta actividad es común a las 25 Fundaciones que Vodafone tiene en los diferentes países en los que opera, que se celebró el mismo día en todo el mundo y contó con el apoyo de Vittorio Colao, Consejero Delegado del Grupo Vodafone.

Premios

En el ejercicio 2008-09, distintas instituciones han considerado reconocer públicamente la labor de la Fundación Vodafone España:

Premio Foro Justicia y Discapacidad
Concedido por el Consejo General del Poder Judicial por la contribución a la integración laboral de personas que padecen discapacidad.

Premio Imserso "Infanta Cristina 2008"
En la Categoría de Experiencias Innovadoras por la participación de la Fundación Vodafone España en el Proyecto Platas.

Silla de oro
"Silla de oro" 2008 de ASPAYM Cuenca a la Fundación Vodafone España por su contribución a la integración laboral de personas con discapacidad.

¿Qué haremos?

- Lanzar dos proyectos que ayuden al desarrollo de la vida independiente de mayores y personas con diversidad funcional: una red de apoyo a mayores desde la televisión y la aplicación de códigos de bidi a actividades cotidianas.
- Ampliar y consolidar la presencia de la Fundación en las redes sociales. Lanzar páginas en YouTube y Facebook.
- Realizar al menos tres acciones de apoyo a la inserción laboral de personas con discapacidad en colaboración con otras tantas entidades no lucrativas.

Criterios del Informe y Verificación

Criterios del Informe

Alcance y cobertura del Informe RC

Este es el sexto Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España y cubre nuestro ejercicio 2008-09 (1abril de 2008 a 31 de marzo 2009). Los Informes que hemos realizado hasta la fecha son de carácter anual, correspondiendo 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.

La información de cada uno de los capítulos se complementa con información adicional en la web de Vodafone www.vodafone.es/responsabilidad, donde 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 de diversas normas y recomendaciones sobre información en Responsabilidad Corporativa, entre los que cabe destacar:

- Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting , versión 3.0 de 2006 (GRI3), y el suplemento GRI del Sector de las Telecomunic
- Norma de Principios de AccountAbility AA1000APS (2008).
- Norma de Aseguramiento AA 1000AS (2008).

Principios del Informe

Nuestro enfoque en la gestión e informe sobre Responsabilidad Corporativa consiste en centrarse en los temas más importantes de nuestra actividad derivados de la involucración con nuestros Grupos de Interés, alineándonos con los Principios de la norma AA1000APS:

- **Inclusividad:** participación de nuestros Grupos de Interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad.
- **Relevancia:** determinación de los temas relevantes para Vodafone España y sus Grupos de Interés, alineados con los procesos de toma de decisiones y la estrategia de la organización.
- **Capacidad de respuesta:** reflejo de cómo Vodafone España responde a los temas relevantes identificados a través de la involucración con sus Grupos de Interés.

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, así como el cumplimiento de los principios de la norma AA1000APS, han sido verificados por una firma auditora independiente (KPMG). Su Informe de Verificación se encuentra en uno de los apartados de este capítulo del Informe.

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

						A+
Obligatorio Auto Declaración		Externamente verificado		Externamente verificado		✓
Opcional Comprobación por Tercera Parte						✓
Comprobado por GRI						A+ GRI REPORT GRI CHECKED

www.vodafone.es/responsabilidad

Informe de Verificación

KPMG Asesores S.L.
Edificio Torre Europa
Paseo de la Castellana, 95
28046 Madrid

Informe de Revisión Independiente del Informe de Responsabilidad Corporativa 2008/2009 de Vodafone España S.A.U. según las normas ISAE 3000 y AA1000 AS (2008)

¿Cuál ha sido el alcance de nuestra revisión?

Hemos sido requeridos por la Dirección de Vodafone España S.A.U. (en adelante Vodafone España) y a quien dirigimos este Informe de Revisión Independiente para revisar la información no financiera correspondiente al ejercicio 2008-09 (1 de abril de 2008 a 31 de marzo de 2009) contenida en su Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 (en adelante el Informe), el cual está a disposición del público en general y cuyo alcance se describe en la introducción al Informe (página 2).

En cuanto a la información financiera incluida en este informe, nuestra labor se ha limitado a comprobar que proviene de las cuentas anuales de Vodafone España, que han sido auditadas por terceros independientes.

Responsabilidades

El contenido, la preparación, el mantenimiento de los sistemas de información que aportan los datos y la integridad del Informe de Vodafone España son responsabilidad de su Dirección. Nuestra responsabilidad es llevar a cabo el trabajo de revisión de acuerdo con las normas y procedimientos descritos en la carta de encargo acordada con Vodafone España y elaborar nuestras conclusiones en relación con el alcance anteriormente descrito.

¿Cuáles han sido los criterios que he mos utilizado en nuestra revisión?

Nuestra revisión se ha planificado y desarrollado de acuerdo con:

- ***La Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de International Federation of Accountants (IFAC),***
- ***los criterios contenidos en la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España,***
- ***los requisitos para una revisión del tipo 2 de la Norma AA1000 AS (2008) de Accountability y***
- ***la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative Versión 3 (GRI G3) de acuerdo al nivel declarado por la compañía.***

En lo relativo a la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y de la Guía de GRI G3 hemos seguido los criterios utilizados por parte de Vodafone España, que se describen en el capítulo Gestión de la Responsabilidad Corporativa y el capítulo Criterios del Informe y Verificación.

El presente informe de revisión no debe entenderse como un informe de auditoría.

KPMG Asesores, S.L., sociedad española de responsabilidad limitada, es una filial de KPMG Europe LLP y firma miembro de la red KPMG de firmas independientes afiliadas a KPMG International, sociedad suiza.

Reg. Mer Madrid, T. 14.972, F. 53, Sec. 8 , H. M -249.480, Inscrip. 1.ª
N.I.F. B-82498650

Competencia, imparcialidad e independencia

El trabajo que hemos realizado se ha llevado a cabo por un equipo de especialistas en verificación y desarrollo sostenible empresarial. Nuestro trabajo se ha realizado cumpliendo las políticas de independencia de KPMG, las cuales se basan en el Código de Ética Profesional de la IFAC.

¿Cuál ha sido el trabajo que hemos realizado?

Hemos analizado los principales riesgos de negocio de Vodafone España relacionados con el desarrollo sostenible.

Hemos mantenido reuniones con responsables de Vodafone España con el fin de conocer los enfoques de gestión aplicados, las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las expectativas de las partes interesadas, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe de la compañía.

Hemos analizado los procesos de recopilación y control interno de los datos cuantitativos y otras informaciones de carácter cualitativo del Informe de Vodafone España, con el fin de conocer la fiabilidad de la información mediante la aplicación de procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo, así como los procesos de la compañía utilizados para aplicar los principios de la Norma AA1000 APS (2008).

Hemos comprobado que todo ello se encuentre adecuadamente soportado por documentación interna o de terceros, incluyendo el nivel de aplicación A+ de la Guía Global Reporting Initiative en su Versión 3 (GRI G3) cuya autodeclaración ha recibido la confirmación de Global Reporting Initiative.

Nivel de revisión

Los procedimientos llevados a cabo en nuestra revisión se corresponden con el nivel limitado definido en la Norma ISAE 3000 que es consistente con el nivel moderado de la Norma AA1000 AS (2008).

¿Cuáles son nuestras conclusiones?

Basándonos en el alcance y los trabajos descritos anteriormente, y los criterios de revisión utilizados, no hemos observado circunstancias que nos indiquen que los datos recogidos en el Informe no hayan sido obtenidos de manera fiable, que la información no esté presentada de manera adecuada, ni que existan desviaciones ni omisiones significativas.

Asimismo, y en cuanto a la aplicación por parte de Vodafone España a nivel corporativo de los Principios definidos por AA1000 APS (2008), nuestras conclusiones son las siguientes:

Exhaustividad

Los mecanismos utilizados por la compañía para identificar sus grupos de interés a nivel corporativo, así como para dialogar y entender sus necesidades, se describen en el apartado Diálogo con los Grupos de Interés del capítulo Gestión de la Responsabilidad Corporativa. Basándonos en el alcance y los trabajos descritos, no hemos encontrado desviaciones ni omisiones significativas en la información que figura en el informe.

Informe de Verificación

Relevancia de los contenidos

El proceso utilizado por la compañía para seleccionar los contenidos que se han decidido incluir o no en el informe se describe de manera general en el apartado Gestión de la Responsabilidad Corporativa del capítulo Gestión de la Responsabilidad Corporativa. Basándonos en el alcance y los trabajos descritos, no hemos encontrado desviaciones ni omisiones significativas en la información que figura en el informe.

Capacidad de respuesta

La información sobre la forma en la que se diseñan, desarrollan, evalúan y comunican las respuestas que la compañía realiza para atender a las necesidades planteadas por sus grupos de interés a nivel corporativo se describe de manera general en el capítulo Gestión de la Responsabilidad Corporativa y de manera particular en los diferentes enfoques de gestión correspondientes a los indicadores de desempeño. Basándonos en el alcance y los trabajos descritos, no hemos encontrado desviaciones ni omisiones significativas en la información que figura en el informe.

Como parte de nuestro trabajo hemos elaborado un informe a la Dirección en el que se indican nuestras recomendaciones a Vodafone España en relación a su Informe. Las dos principales recomendaciones son:

- ***Considerar a la cadena de franquicias como un grupo específico en la relación de Grupos de Interés.***
- ***Documentar el resultado de la priorización de los distintos asuntos clave y su relación con la gestión de los riesgos y oportunidades de negocio.***

KPMG Asesores, S.L.

José Luis Blasco Vázquez
Socio

29 de julio de 2009

Criterios del Informe y Verificación

Indicadores GRI

Punto	Pág.	Definición
Estrategia y Análisis		
1.1	3	Declaración del máximo responsable
1.2	13-14	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades
Perfil de la Organización		
2.1	Portada	Nombre de la organización
2.2	5-6	Principales marcas, productos y/o servicios
2.3	10	Estructura operativa
2.4	2	Localización de la sede principal
2.5	4-5	Países en los que opera
2.6	Portada, 4	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica
2.7	5	Mercados servidos: zonas geográficas, sectores y tipos de clientes
2.8	5, 75	Dimensiones de la organización informante
2.9	5	Cambios significativos del periodo
2.10	15	Premios y distinciones recibidos
Parámetros del Informe		
Perfil del Informe		
3.1	2, 66	Periodo cubierto por la información
3.2	66	Fecha de la memoria anterior más reciente
3.3	66	Ciclo de presentación de memorias
3.4	2	Punto de contacto para cuestiones de la memoria
Alcance y Cobertura del Informe		
3.5	66	Proceso de definición del contenido
3.6	66	Cobertura del informe
3.7	66	Existencia de limitaciones de alcance
3.8	N.A. (1)	Aspectos que puedan afectar a la comparabilidad informativa
3.9	16	Técnicas de medición para elaborar los indicadores
3.10	N.A. (1)	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	70-71	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web
Verificación		
3.13	66	Política y prácticas sobre verificación externa
Gobierno, Compromisos y Participación de los Grupos de Interés		
Gobierno		
4.1	10	Estructura de gobierno
4.2	10	Características de la Presidencia del Consejo
4.3	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	55	Vínculo entre las retribuciones de los directivos y el desempeño de la organización
4.6	11-12	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno
4.7	16	Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad
4.8	8	Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad
4.9	16	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo
4.10	16	Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad
Compromisos con iniciativas externas		
4.11	14	Principio de precaución
4.12	60, 62, 63	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad
4.13	13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación
Participación de los Grupos de Interés		
4.14	13	Relación de grupos de interés de la organización
4.15	13	Procedimiento para la definición de los GI
4.16	13	Enfoques utilizados para la participación de los GI
4.17	14	Aspectos de interés surgidos de la participación de los GI
Económico		
Enfoque de Gestión		
5-7, 13-14, 16		
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	50	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales
EC7	16	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales
Impactos Económicos Indirectos		
EC8	60	Inversiones en infraestructuras y servicios para el beneficio público
Ambiental		
Enfoque de Gestión		
13-14, 16, 36-49		
Materiales		
EN1	46	Materiales utilizados, por peso o volumen
EN2	45-46	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados
Energía		
EN3	43-44	Consumo directo de energía por fuentes de energía primarias
EN4	43-44	Consumo indirecto de energía por fuentes de energía primarias
Agua		
EN8	48	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 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	43, 48	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso
EN17	43, 48	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso
EN19	48	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	48	Vertidos de aguas residuales, según naturaleza y destino
EN22	45-47	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento
EN23	48	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos
Productos y Servicios		
EN26	43-45	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción del impacto
EN27	46	% de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos
Cumplimiento Normativo		
EN28	37	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		
13-14, 16, 52-59		
Empleo		
LA1	52	Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región
LA2	52, 55	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región*
Relaciones Empresa/Trabajadores		
LA4	55	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo
LA5	55	Período mínimo de preaviso y prácticas de negociaciones con empleados y/o sus representantes, en relación con cambios organizativos
Seguridad y Salud en el Trabajo		
LA7	58	Tasas de absentismo, accidentes y enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región
LA8	57	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	54	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado
Diversidad e Igualdad de Oportunidades		
LA13	55	Composición de órganos de gobierno, dirección y plantilla, por sexo, edad, pertenencia a minorías (diversidad)

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.
*Desglose por región, dado que Vodafone España presta sus servicios específicamente en el mercado español.

Punto	Pág.	Definición
LA14	55	Relación entre salario base de los hombres respecto a las mujeres, por categoría profesional**
Desempeño de Derechos Humanos		
Enfoque de Gestión		
13-14, 16, 50-59		
Prácticas de Inversión y Aprovisionamiento		
HR1	50	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	50-51	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	9, 55-56	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos		
HR5	55-56	Actividades contra libertad de asociación, y el derecho de convenio colectivo y medidas correctoras
Explotación Infantil		
HR6	8-9	Actividades con riesgo de explotación infantil, y medidas correctoras
Trabajos Forzados		
HR7	8-9	Actividades con riesgo de trabajos forzados o no consentidos, y medidas correctoras
Desempeño de Sociedad		
Enfoque de Gestión		
13-14, 16, 20-25, 36-40, 60, 65		
Comunidad		
SO1	20, 36, 60	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos de las operaciones de la organización en las comunidades
Corrupción		
SO2	9, 11-12	Porcentaje y nº total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción
SO3	9, 12	Porcentaje empleados formados en políticas y procedimientos anticorrupción
SO4	12	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción
Política Pública		
SO5	9	Posición y participación en el desarrollo de políticas públicas y de actividades de "lobby"
Cumplimiento Normativo		
SO8	31	Valor monetario de sanciones y multas significativas, y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes y normas
Desempeño de la Responsabilidad por Productos		
Enfoque de Gestión		
13-14, 16, 31-34, 39-41		
Salud y Seguridad del Cliente		
PR1	39-41	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 seguridad y salud de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.
Etiquetado de Productos y Servicios		
PR3	39	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios.
Comunicaciones de Marketing		
PR6	31	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	31	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		
Inversiones		
IO1	36	Inversiones de Capital en la infraestructura de red, por países o regiones.
IO2	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		
IO3	57	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.
IO4	39	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).
IO5	39	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).
IO6	39	Políticas y prácticas con respecto a la tasa de absorción específica (SAR) de terminales.
Infraestructura		
IO7	37	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.
IO8	37	Número y porcentaje de emplazamientos individuales, compartidos y en infraestructuras existentes.
Proporcionando acceso		
Reduciendo la Brecha Digital		
PA1	40	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	20-25, 60-65	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	38	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	38	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	20	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	20	Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y apoyos en catástrofes.
Acceso a Contenidos		
PA7	31-34	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	39-40	Políticas y prácticas para comunicar al público temas relacionados con los Campos electromagnéticos.
PA9	40-41	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	29	Iniciativas para asegurar la claridad de las facturas y tarifas.
PA11	31-35	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	43-44	Aportar ejemplos de la eficiencia de recursos en los productos y servicios proporcionados.
TA2	44	Ejemplos de productos, servicios o aplicaciones de telecomunicaciones, que tengan el potencial de reemplazar físicamente objetos (ej.: 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	30	Descripción de las prácticas relativas a los derechos de propiedad intelectual y a las tecnologías de fuente abierta.

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.
**El ratio es 1.

Compromisos

¿A qué nos comprometimos?	¿Qué hemos hecho?		¿Qué haremos?	
Productos y Servicios Sociales		Progreso		Fecha
Introducir un producto con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.	Realizado: Se han introducido tres productos/servicios (Vodafone Speak, SMS Fácil, Sia Bluetooth)	100%	Introducir, al menos, dos nuevos productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.	Marzo 2010
Extender el alcance de la accesibilidad de la página web de Vodafone.	Realizado. Lanzada la nueva versión accesible de www.vodafone.es	100%		
Implantar Sistema de Gestión de la Accesibilidad en las tiendas propias (marzo 2010).	En proceso: desarrollando el Sistema de Gestión.	Finalización Marzo 2010	Incrementar el nº de Tiendas propias con Nueva Imagen, incorporando criterios de accesibilidad, hasta el 50%.	Marzo 2010
Fundación Vodafone España		Progreso		Fecha
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.	Realizado. Lanzados proyectos: "3G para todas las generaciones" Telpes, HeartCycle (e-salud) y Aegis (e-inclusión).	100%	Lanzar dos proyectos que ayuden al desarrollo de la vida independiente de mayores y personas con diversidad funcional: una red de apoyo a mayores desde la televisión y la aplicación de códigos de bidi a actividades cotidianas.	Marzo 2010
Contribuir a la incorporación de las personas mayores y otros colectivos dependientes de la Sociedad de la Información: formación de 15.000 mayores.	Formadas más de 10.500 personas.	75%	Ampliar y consolidar la presencia de la Fundación en las redes sociales. Lanzar páginas en YouTube y Facebook.	Marzo 2010
Fomentar el Diseño para Todos y la Accesibilidad: certificado europeo en Accesibilidad de la página web.	Realizada la primera fase de estudio.	50%	Realizar al menos tres acciones de apoyo a la inserción laboral de personas con discapacidad en colaboración con otras tantas entidades no lucrativas	Marzo 2010
Clientes		Progreso		Fecha
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.).	Realizada Campaña de Comunicación. Se ha realizado, además el Site "Vodafone Familia".	100%	Extender los controles parentales a banda ancha móvil y fija.	Marzo 2010
Complementar el diseño actual del Perfil Joven, con objeto de que posibilite de de forma más directa su activación en entorno Vodafone live! (contenidos On Net), la activación del Filtro Off Net (contenidos Off Net) y la restricción para Marketing en el Móvil.	Realizado. Disponibles Activación de Pin adulto, Perfil Joven y Filtro Off-net.	100%	Cumplir con los requisitos de la Mobile Alliance en todos los entornos de la navegación (móvil, banda ancha móvil y fija).	Sep. 2009
Desarrollar y difundir Guías de Uso Seguro y Responsable del móvil.	Realizado: "Guía para Padres", "Consejos para una conducción segura",...	100%	Ampliar a Internet y nuevas tecnologías en general, la información disponible en guías y consejos sobre el uso responsable del teléfono móvil.	Marzo 2010
Energía y Cambio climático		Progreso		Fecha
Reducir un 8% el consumo de energía previsto en Red (marzo 2010).	Desarrollando el Plan de Eficiencia Energética 2006-10.	Finalización Marzo 2010	Reducir un 8% el consumo de energía previsto en Red desde 2006-07.	Marzo 2010
Conseguir una reducción del 35% en las emisiones de CO_2/Mb de tráfico (marzo 2010).	Desarrollando el Plan de Eficiencia Energética 2006-10.	Finalización Marzo 2010	Conseguir una reducción del 35% de las emisiones de CO_2/Mb de tráfico desde 2006-07.	Marzo 2010
Reducir las emisiones de CO_2 con objeto de contribuir a la consecución del objetivo del Grupo de reducir el total de emisiones en un 50% respecto al 2006-07 (marzo 2020).	Implantando nuevas medidas para contribuir al objetivo	Finalización Marzo 2020	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
			Desarrollar un nuevo Plan de Eficiencia Energética que contemple la Red y Oficinas.	Marzo 2010
			Renovar el 6% de los vehículos de flota de empresa por vehículos menos contaminantes.	Marzo 2012

¿A qué nos comprometimos?	¿Qué hemos hecho?		¿Qué haremos?	
Terminales y Residuos		**Progreso**		**Fecha**
Continuar con la implantación de los Sistemas de Reutilización y Reciclado con el fin de aumentar en un 17% de los teléfonos recogidos el ejercicio anterior.	Realizado: Se ha aumentado un 62,5% lo recogido el año anterior.	100%	Emplear en el proceso de facturación papel con certificación de gestión forestal sostenible.	Marzo 2010
			Implantar bolsas más ecológicas en Tiendas.	Marzo 2010
			Desarrollar un curso "online" para la formación y sensibilización de empleados en materia ambiental.	Marzo 2010
Emisiones Radioeléctricas y Salud		**Progreso**		**Fecha**
Continuar midiendo la opinión de los GI, sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a las Emisiones Radioeléctricas y Salud e intensificar Campañas de Información.	Realizadas encuestas de opinión y campañas de información.	100%	Continuar impulsando tareas concretas de comunicación sobre "buenas prácticas" en telecomunicaciones y su relación con la salud.	Marzo 2010
			Intensificar las actuaciones con asociaciones de consumidores, colectivos profesionales y otros Grupos de Interés, para transmitir los mensajes apropiados sobre el despliegue de redes de comunicaciones móviles.	Marzo 2010
Despliegue Responsable de Red		**Progreso**		**Fecha**
Continuar midiendo la opinión del público sobre nuestro Despliegue de Red y mejorar la aceptación pública (sobre la base 2006-07).	Realizadas encuestas de opinión. La aceptación pública sobre la base 2006-07 ha aumentado.	100%	Verificar/Auditar el cumplimiento de la Política de Despliegue Responsable de Red por parte de los subcontratistas.	Marzo 2010
Verificar/Auditar el cumplimiento de la Política de Despliegue Responsable de Red por parte de los subcontratistas (marzo 2010).	En progreso.	Finalización Marzo 2010		
Empleados		**Progreso**		**Fecha**
Mejorar el Índice de Satisfacción "Wellbeing de People Survey" en un 10% sobre la base 2007-08 (marzo 2011).	En progreso. El índice de Satisfacción ha aumentado en la People Survey 2008.	Finalización Marzo 2011	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.	En progreso. Realizado diagnóstico previo.	50%	Implantación del primer Plan de Igualdad de la Compañía.	Marzo 2010
Implantar un Programa de Acogida para los nuevos empleados.	Realizado.	100%	Realizar Programa de Formación dirigido a toda la Compañía en la estrategia "Total Telecommunication".	Marzo 2010
Reducir el Índice de Accidentes con Baja en un 10% sobre la base 2007-08 (marzo 2011).	En progreso.	Finalización Marzo 2011	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.	Realizadas campañas (alguna colgada en youtube).	100%	Realizar nueva campaña de uso seguro de nuestros productos y servicios válida tanto para empleados como para cualquier persona de nuestro entorno.	Marzo 2010
			Desarrollo del "People Plan", derivado de la Encuesta de Satisfacción de Empleados 2008, poniendo especial foco en mejorar la colaboración entre equipos y la gestión del cambio.	Marzo 2010
Proveedores		**Progreso**		**Fecha**
Evaluar el comportamiento de 30 proveedores locales, siendo uno de los pilares básicos para la evaluación la RC, para verificar que conocen, actúan e informan sobre el cumplimiento de los requisitos del Código de Compras Éticas de Vodafone.	Evaluados 30 proveedores.	100%	Elaborar "Guía Trabajar con Vodafone" y difundirla entre nuestros principales proveedores.	Marzo 2011
Diseñar e Implantar un Sistema de Gestión de No Conformidades para abordar de forma sistemática los temas RC en la Cadena de Suministros.	Implantado sistema de seguimiento de No Conformidades.	100%		

Glosario de Acrónimos y Abreviaturas

2G/3G: Segunda/Tercera Generación de Telefonía

AA1000APS: AA 1000 AccountAbility Principles Standard

AA1000AS: AA 1000 Assurance Standard

ADSL: Asynchronous Digital Subscriber Line

AECC: Asociación Española contra el Cáncer

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

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

ASIMELEC: Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones

ASPAYM: Asociación de Parapléjicos y Grandes Minusválidos

BCP: Business Continuity Plan (Plan de Continuidad del Negocio)

BTS: Base Transceiver Station (Estación Base)

CAC: Centro de Atención al Cliente

CCE: Código de Compras Éticas

CCARS: Comité Científico Asesor en Radiofrecuencias y Salud

CDP: Carbon Disclosure Project

CDTI: Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial

CEAPAT: Centro Estatal de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas

CENIT: Consorcios Estratégicos Nacionales de Investigación Técnica

CERMI: Comité Español de Representantes de Minusválidos

CIDAT: Centro de Investigación, Desarrollo y Aplicación Tiflotécnica

CMT: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

CNSE: Confederación Estatal de Personas Sordas

COCEMFE: Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España

COSO: Committee of Sponsoring Organisations

CRE: Cruz Roja Española

CRRA: Corporate Register Reporting Awards

DRR: Despliegue Responsable de Red

EBITDA: Earnings Before Interests, Tax, Depreciation and Amortization

ELCA: Entity Level Control Assessment

EMF: Electromagnetic Fields (Emisiones Radioeléctricas)

FEMP: Federación Española de Municipios y Provincias

FRS: Fraude, Riesgo y Seguridad

GGPM: Group Governance and Policy Manual

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

GRI: Global Reporting Initiative

GWP: Global Warning Potential (Potencial de Calentamiento Global)

HSDPA: High Speed Downlink Packet Access

INREDIS: Interfaces de Relación entre el Entorno y las personas con Discapacidad

ISAE 3000: International Standard on Assurance Engagement 3000

ISO: Internacional Organization for Standarditation

IVR: Interactive Voice Response

IWF: Internet Watch Foundation

KCQ: Key Control Questionnaire

KPI: Key Performance Indicator

LISMI: Ley de Integración Sociolaboral de los Minusválidos

LOPD: Ley Orgánica de Protección de Datos

MERCO: Monitor Español de Reputación Corporativa

MMS: Multimedia Messaging Service (Servicio de Mensajes Multimedia)

MOVE: Mobile Vodafone Expo

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

NYSE: New York Stock Exchange

ODP: Potencial de Agotamiento del ozono

OMIC: Oficina Municipal de Información al Consumidor

OMS: Organización Mundial de la Salud

ONCE: Organización de Ciegos de España

ONG: Organización No Gubernamental

PC: Personal Computer

PEGI: Pan European Game Information

PIB: Producto Interior Bruto

PIN: Número de Identificación Personal

PREDIF: Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos

PRL: Prevención de Riesgos Laborales

PRM: Process Referente Model

RC: Responsabilidad Corporativa

RCM: Risk Control Matrix

RD: Real Decreto

SAR: Specific Absortion Rate

SATI: Servicio de Asesoramiento Técnico e Información

SETSI: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información

SIMAP: Sistema Inteligente de Monitorización de Alertas Personales

SIM: Subscriber Identity Module

SMS: Short Message Service (Servicio de Mensajes Cortos)

SOX: Sarbanes-Oxley

SPAM: Comunicaciones Comerciales Electrónicas sin autorización del destinatario

SPM: Supplier Performance Management

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación

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

UNICEF: The United Nations Children's Fund (El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia)

UPC: Universidad Politécnica de Cataluña

UPM: Universidad Politécnica de Madrid

UPV: Universidad Politécnica de Valencia

USB: Universal Serial Bus

WAI: Web Accessibility Initiative

WWF: World Wildlife Foundation

Indicadores Clave

Económicos

	2008-09	2007-08	2006-07
Facturación total (millones €)	**6.982**	7.170	6.637
Facturación por servicios (millones €)	**6.435**	6.576	5.992
EBITDA (millones €)	**2.287**	2.566	2.312
Valor Añadido de Caja (millones €)	**2.515,5**	2.802,4	2.546,6
Compras de Productos y Servicios (millones €)	**4.963,8**	4.988,5	4.619,7
Inversiones (millones €)	**740**	744	807
ARPU medio mensual (€) (excluido servicios fijos)	**31**	35,4	35,2
% clientes contrato	**59%**	58%	54,8%
Nº de clientes (millones)	**16,91**	16,04	14,89
Dispositivos 3G (miles)	**7.070**	5.264	2.890
% Penetración Dispositivos 3G (sobre la base de clientes)	**41,8%**	32,8%	19,4%

Medioambientales

	2008-09	2007-08	2006-07
Consumo Energía en la Red (Mwh)	**230.617,3**	216.185,5	207.365,1
Emisiones CO_2 derivadas del consumo de Energía en la Red (Tn)	**66.611,8**	68.826,3	68.568,3
Consumo Energía por elemento de red (Kwh/BTS)	**11.005,9**	10.985,0	12.815,7
Emisiones de CO_2 por elemento de red (Kg/BTS)	**3.179,0**	3.499,4	4.237,7
Consumo de Energía por cliente (Kwh/nº clientes)	**13,6**	13,5	13,9
Emisiones de CO_2 por cliente (Kg/nº clientes)	**3,9**	4,3	4,6
Eficiencia Energética: Ahorro energía (Mwh acumulados desde 2003-04)	**73.314,1**	40.781,1	19.290,6
Eficiencia Energética: Ahorro emisiones de CO_2 (Tn acumuladas desde 2003-04)	**22.333,9**	13.397,1	6.606,3
Videoconferencias: Ahorro emisiones de CO_2 (Tn acumuladas)	**2.426**	1.315	546
Nº de Terminales Reciclados y reutilizados (unidades)	**276.535**	170.129	100.135
Papel consumido por empleado (Kg)	**13**	20	24
Papel Reciclado por empleado (Kg)	**74**	49	64
Envases puestos en mercado. Papel y Cartón (Tn)	**184,6**	136,3	228,4
Envases puestos en mercado. Plástico (Tn)	**57,8**	67,7	55,4
Consumo de Agua (m^3)	**121.287**	123.443	154.320

Sociales

	2008-09	2007-08	2006-07
Recursos dedicados por la Fundación Vodafone España a proyectos sociales (miles €)	**5.937**	6.123,3	5.887,3
Nº de Alumnos en Cursos Universitarios y de Postgrado (acumulado histórico)	**1.925**	1.791	1.620

Empleo

	2008-09	2007-08	2006-07
Número de empleados	**4.323**	3.939	3.959
% Contratos indefinidos (completo y parcial)	**98,2%**	97,8%	97,2%
% Mujeres	**43,9%**	44,4%	43,4%
% Mujeres en Cargos Directivos	**27,8%**	27,2%	27,6%
Nº horas formación/ empleado	**55,2**	72,9	86,3
Índice Incidencia Accidentes	**485,0**	456,3	320,7

FSC
Fuentes mixtas
Grupo de producto de bosques bien gestionados y otras fuentes controladas
Cert no. TT-COC-003094
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council

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.

ELEMENTAL CHLORINE FREE GUARANTEED
PH NEUTRAL
LONG-LIFE ISO 9706

vodafone