

La vida es móvil. Móvil es Vodafone.

Vodafone España, S.A.

Informe de Responsabilidad Corporativa 2005-06

A qué nos comprometimos
Qué hemos hecho
Qué haremos



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

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

Barriz basado predominantemente en materias primas naturales y renovables.



Les invitamos a que nos proporcione su opinión sobre nuestro comportamiento en Responsabilidad Corporativa y sobre este Informe. Para ello, puede dirigirse a:

Jose Manuel Sedes García
Manager de Responsabilidad Corporativa
Avenida de Europa, 1.
Parque Empresarial La Moraleja
28108 Alcobendas
Madrid (España)
o a la dirección de correo electrónico:
responsabilidad@corp.vodafone.es

www.vodafone.es



0. Objetivo del Informe

Este es el tercer Informe de Responsabilidad Corporativa (RC) de Vodafone España S.A., correspondiente a nuestro año fiscal 2005-06 (de 1 de abril de 2005 a 31 de marzo de 2006).

Selección de la información

En este Informe pretendemos proporcionar información y datos relevantes sobre nuestro comportamiento socio-económico, ético y medioambiental. Para determinar el contenido del mismo, hemos realizado numerosas consultas a nuestros Grupos de Interés, seleccionando los temas que les resultan más prioritarios. En el Capítulo 3 "Involucración con nuestros Grupos de Interés" se proporcionan detalles de estos temas.

El informe se ha estructurado de forma tal que quede claramente reflejado para cada actividad, no sólo el grado de cumplimiento de nuestros compromisos pasados, sino también nuestros compromisos futuros.

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

Este informe se ha elaborado considerando tanto los requisitos de las **Guías internas** del Grupo Vodafone para la emisión de Informes de RC, como los requisitos de la versión 2002 (en vigor en el momento de la emisión del presente informe) de la Guía del Global Reporting Initiative (**GRI**) para informes de Sostenibilidad, y el suplemento GRI del Sector de las Telecomunicaciones (2003). En el capítulo 19 "Guía GRI" se puede consultar la localización en nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa de los diferentes indicadores establecidos en la Guía GRI.

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.

Para ofrecer una información objetiva y creíble, nos hemos sometido a un proceso de verificación independiente de acuerdo con la norma AA1000AS, mediante el cual queremos demostrar:

- > Nuestro compromiso en la identificación adecuada de los aspectos sociales, económicos y medioambientales asociados a nuestras actividades.
- > Nuestro compromiso de considerar y responder de forma apropiada a las expectativas de nuestros Grupos de Interés.
- > Nuestro compromiso de comunicar convenientemente a los Grupos de Interés las decisiones adoptadas, así como las acciones acometidas.

Este informe se publica en papel y además está disponible en nuestra página web para facilitar su difusión, (www.vodafone.es/responsabilidad), donde puede encontrar información complementaria sobre los temas tratados. Por otra parte, en la página web del Grupo Vodafone (www.vodafone.com/responsibility) se encuentran disponibles los seis informes publicados por el Grupo hasta la fecha, así como información adicional de carácter corporativo.

Grupo Vodafone



Vodafone España



Contenidos

0. Objetivo del Informe	2
1. Declaración del Presidente y del Consejero Delegado	3
2. Presentación de Vodafone	4
3. Involucración con nuestros Grupos de Interés	7
4. Opiniones de nuestros Grupos de Interés	11
5. La Responsabilidad Corporativa en Vodafone España	13
6. Impacto Socio-Económico de la Telefonía Móvil	16
7. Telefonía Móvil y Salud	19
8. Despliegue Responsable de Red	22
9. Responsabilidad Corporativa y Clientes	24
10. Fundación Vodafone España	30
11. Productos y Servicios Sociales	35
12. Responsabilidad Corporativa en la Cadena de Suministros	39
13. Energía y Cambio Climático	41
14. Residuos y Sustancias que dañan la Capa de Ozono	44
15. Empleados	47
16. Compromisos	52
17. Principales Datos	54
18. Verificación Externa	55
19. Guía GRI	56

La información y datos medioambientales, sociales y los correspondientes a nuestros empleados, han sido revisados por Deloitte, así como el proceso de información al Grupo Vodafone. Su informe de aseguramiento se encuentra en el Capítulo 18. "Verificación Externa"

Deloitte ha llevado a cabo un proceso de verificación externa del Informe de RC de Vodafone España de acuerdo con las Normas International Standard Assurance Engagement 3000 (ISAE 3000) y AccountAbility Standard 1000 (AA 1000 AS) en tres áreas específicas relativas al informe (ver cap. 18 sobre la Informe de Verificación Externa de Deloitte):

- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de RC a lo señalado en la Guía 2002 de GRI y validación de los indicadores.
- La información incluida en el Informe de RC relativa a la aplicación de los principios de la AA1000AS de relevancia, integridad y respuesta adecuada.
- La información proporcionada sobre el grado de avance y cumplimiento de los compromisos en RC para el ejercicio 2005-06, planteados en el Informe de RC 2004-05.

1. Declaración del Presidente y del Consejero Delegado

Este es nuestro tercer Informe de Responsabilidad Corporativa. Ha sido elaborado en conformidad con la Guía de 2002 del GRI, y constituye una presentación equilibrada y razonable del desempeño económico, ambiental y social de nuestra organización.

Desde el inicio de nuestro Programa de Responsabilidad Corporativa, en el año 2001, nos planteamos ser ambiciosos en este ámbito y por ello, establecimos como uno de nuestros seis objetivos estratégicos "Ser una Empresa Responsable". Desde entonces hemos progresado de forma significativa, integrando la Responsabilidad Corporativa en los diferentes procesos de negocio.

En el ejercicio fiscal 2005-06 se ha aprobado el Plan Estratégico de Responsabilidad Corporativa 2005-2010, donde se establecen nuestras prioridades y objetivos en esta materia: Comportamiento Ético, Involucración con los Grupos de Interés y respuesta a sus expectativas, Responsabilidad con los Clientes, Reutilización y Reciclado de Teléfonos Móviles, Eficiencia Energética y Cambio Climático, Accesibilidad y Productos con alto valor social, etc. De esta forma, las actividades desarrolladas en el presente ejercicio, así como los objetivos que nos marcamos para los próximos períodos, se encaminan hacia la consecución de las prioridades y objetivos del citado Plan Estratégico.

A este respecto, quisiéramos destacar por su relevancia a las siguientes actuaciones acometidas en el ejercicio 2005-06, que son descritas, al igual que otras actuaciones, con mayor detalle en el presente Informe:

- > Seguimos desarrollando productos y servicios que ayuden tanto a la integración socio-laboral de colectivos vulnerables (personas con alguna discapacidad, enfermos crónicos, personas mayores, inmigrantes, víctimas de la violencia de género, etc.), como a la respuesta ante emergencias causadas por desastres. Además, merece especial mención la inversión social que continuamos realizando a través de nuestra Fundación en las áreas de innovación para la integración (destacando especialmente los proyectos de telemedicina y teleasistencia), formación, mecenazgo y difusión, habiendo dedicado 5,6 millones de euros a estas actividades en este ejercicio.

- > En cuanto a las acciones orientadas a fomentar un uso responsable de los numerosos servicios del móvil, incluyendo el acceso a Internet y la posibilidad de descargar vídeos e imágenes, hemos introducido controles de acceso a servicios de contenidos en nuestro portal Vodafone Live!, con el fin de que nuestros clientes disfruten de forma segura de las posibilidades que les ofrece la telefonía móvil. Esta actuación responde a la preocupación manifestada por padres sobre el potencial acceso de sus hijos a contenidos para adultos. Asimismo, continuamos desarrollando actividades relativas a la protección contra virus, seguridad y privacidad de la información de clientes, control de "chats", planes de precios, etc.

- > El desarrollo de nuestras actividades puede llevar asociados unos impactos medioambientales que tratamos de minimizar por medio de diversos programas. Así, nuestro primer Plan de Eficiencia Energética ha contribuido al logro del objetivo de ahorrar más de un 3% de consumo de energía por elemento de red; la implantación de la Política y Guías de Despliegue Responsable de Red nos está permitiendo minimizar, entre otros, el impacto visual de nuestras estaciones, encontrándose más del 68% de las mismas en uso compartido o en infraestructuras existentes; las campañas para la Reutilización y Reciclado de Teléfonos Móviles nos han permitido recoger hasta la fecha más de 87 toneladas de terminales y accesorios, evitando la contaminación del entorno y al mismo tiempo haciendo un uso más eficiente de los materiales. Además, hemos continuado con las actuaciones orientadas a responder a la preocupación de una parte de la sociedad sobre los potenciales efectos de las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil en la salud, poniendo a su disposición información objetiva e independiente, y participando en un diálogo abierto y transparente a través de numerosas jornadas y seminarios.

- > Nuestro Código de Compras Éticas ya está incorporado en los contratos con nuestros proveedores, y evaluamos su comportamiento social y ambiental.

Aún teniendo en cuenta que los progresos que hemos logrado a lo largo de estos años han sido especialmente relevantes, somos conscientes de que el reto de la Responsabilidad Corporativa es continuo y por lo tanto continuaremos trabajando para dar cumplida respuesta a los nuevos temas y expectativas que están surgiendo en relación con nuestra tecnología y servicios, y sobre cuyo avance informaremos en el próximo año.



José Manuel Entrecanales
Presidente



Francisco Román
Consejero Delegado



2. Presentación de Vodafone

El Grupo Vodafone es líder mundial en telefonía móvil, proporcionando un amplio abanico de servicios de comunicación de voz y datos (mensajes de texto SMS, mensajes con vídeo e imágenes MMS, acceso a Internet, etc.).

El Grupo Vodafone ha crecido de forma extraordinaria desde su constitución en los años 80, a través de adquisiciones e inversiones en tecnología móvil con gran desarrollo. Los elementos diferenciadores de nuestra marca son la alta calidad de los servicios, la innovación y la confianza.

El Grupo Vodafone cotiza en las Bolsas de Londres y Nueva York, y a 26 de mayo de 2006 tenía una capitalización bursátil de aproximadamente 72.000 millones de libras, ocupando el puesto nº 5 de las grandes compañías en el Financial Times Stock Exchange 100 index (FTSE 100), y el nº 22 en el ranking de las mayores compañías del mundo por capitalización bursátil.

Dónde estamos



Grupo Vodafone

Filiales	% Partic.	Nº clientes (*000)	Asociadas	Redes Aliadas
Albania	99,9	773	Bélgica	Argentina
Alemania	100	29.191	China	Austria
Australia	100	3.177	EEUU	Bahrein
Egipto	50,1	6.615	Francia	Brasil
España	100	13.521	India	Chile
Grecia	99,8	4.479	Islas Fiji	Colombia
Holanda	99,9	3.913	Kenia	Croacia
Hungría	100	2.063	Polonia	Chipre
Irlanda	100	2.075	Sudáfrica	Dinamarca
Italia	76,9	24.056	Suiza	Ecuador
Malta	100	175		El Salvador
N. Zelanda	100	2.068		Eslovenia
Portugal	100	4.276		Estonia
Reino Unido	100	16.304		Finlandia
Rep. Checa	100	2.214		Guatemala
Rumanía	100	6.384		Honduras
				Uruguay

Principales Cifras del Grupo Vodafone

(Datos a 31 de Marzo de 2006)	2005/06	▲ respecto a 2004/05
Facturación total (millones €)	29.400	+ 7,5 % (*)
Ingresos por servicios (millones €)	28.100	+ 6,7 % (*)
Ingresos por servicios de datos, excluida mensajería (millones €)	800	+ 60,4 % (*)
Nº clientes proporcionales (millones)	170	+ 14,9 %
Dispositivos 3G (millones)	7,7	+450%
EBITDA (millones €)	11.766	+ 6,9 % (*)
Dividendo total por acción (peniques)	6,07	+49%
Beneficios ajustados por acción (peniques)	10,11	+ 13 %
Nº empleados (**)	62.672	+8,5%

(*) Crecimiento orgánico

(**) Media del ejercicio fiscal 2005-06

Organizaciones relacionadas con la Responsabilidad Corporativa de las que el Grupo Vodafone es miembro:

- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)
- Forum for the Future (FFF)
- Global e-Sustainability Initiative (GeSI)
- International Business Leaders Forum (IBLF)
- CSR Europe
- Business in the Community (BiTC)

Situación del Grupo Vodafone en rankings de Responsabilidad Corporativa

Según el estudio llevado a cabo por SiRi (Sustainable Investment Research International) a 30 de junio de 2005, Vodafone es la compañía más solicitada en Europa por los fondos socialmente responsables.

Ranking

Gestión de Vodafone

AccountAbility	Vodafone es la nº 3 del Global Fortune 100 en el ranking AccountAbility 2005
Dow Jones Sustainability Index	Vodafone está incluida en el Dow Jones Sustainability Index de 2005
FTSE4 Good Index	Vodafone está incluida en el FTSE4 Good Index
Las 100 Compañías más Sostenibles del Mundo (Corporate Knights)	Vodafone está incluida entre las 100 compañías más Sostenibles del Mundo, según el análisis de Innovest Strategic Value Advisors
Governance Metrics International	Vodafone recibió la máxima puntuación de 10 en 2005

El objetivo de Vodafone España es ofrecer a sus clientes las soluciones más avanzadas para la comunicación móvil, a través de la innovación y las tecnologías de última generación.

Las telecomunicaciones móviles suponen una oportunidad única para el desarrollo de la sociedad de la información en España:

- > Por la generalización de su uso y la aceptación de sus servicios.
- > Porque España está en posiciones punteras en la comparativa internacional.
- > Porque las empresas ya están incorporando la movilidad a su gestión diaria y a la oferta a sus clientes. Redundando en una mayor productividad y competitividad.
- > Porque la movilidad abre nuevos canales de comunicación entre la Administración y el ciudadano.

Vodafone España, contribuye a este desarrollo mediante la prestación de sus servicios a través de redes de telecomunicaciones GSM, GPRS y UMTS.

Los excelentes resultados de Vodafone España son consecuencia del fuerte crecimiento de los servicios de voz y datos, procedente del importante aumento de la base de clientes, así como del lanzamiento de nuevos servicios, tarifas más competitivas, y promociones.

Principales cifras de Vodafone España

(Datos a 31 de Marzo de 2006)	2005/06	▲ respecto a 2004/05
Facturación total (millones €)	5.857	+ 22,6 %
Ingresos por servicios (millones €)	5.300	+ 22 %
Ingresos por servicios de voz (millones €)	4.534	+ 21 %
Ingresos por servicios de datos (millones €)	766	+ 29,3 %
Nº clientes (miles)	13.521	+ 17,9 %
Dispositivos 3G	902.000	+ 925 %
ARPU medio mensual(€)	35,6	+ 3 %
Nº empleados	4.085	+ 1,7 %

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

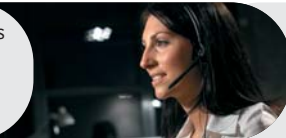
¿Qué hacemos?

Red



- Emisiones Radioeléctricas y Salud
- Consumo de Energía y Cambio Climático
- Gestión de Residuos
- Despliegue Responsable de Red y Cumplimiento de Legislación
- Selección y Planificación de Instalaciones
- Comunicación y Consultas con los Grupos de Interés
- Relaciones con las Comunidades de Propietarios

Servicios de Voz y Datos
Atención al Cliente



- Accesibilidad de los Productos/Servicios
- Control de Contenidos (adultos, violentos, "chats", servicios basados en localización, privacidad, "spam")
- Robo de Teléfonos Móviles
- Uso Responsable del móvil

Presencia de Marca y Tiendas



- Marketing Responsable
- Reciclado de Teléfonos Móviles
- Claridad de tarifas
- Cadena de Suministros (Derechos Humanos, Ética)
- Impacto socio-económico
- Papel de las Comunicaciones en la Ayuda a desastres

Empleo



- Creación de empleo
- Beneficios Sociales
- Formación
- Satisfacción de Empleados
- Desarrollo profesional
- Conciliación Vida Laboral y Personal

¿Qué temas de RC preocupan?

A lo largo del año 2005 (enero-diciembre), Vodafone España ha captado más del 50% de las altas netas de nuestro mercado y el crecimiento de nuestra facturación en cifras absolutas ha supuesto, también, más del 50% del crecimiento de los ingresos del sector de telefonía móvil en España.

A fecha 31 de marzo de 2006, Vodafone España tiene establecidos acuerdos de "roaming" (itinerancia) con 362 operadores en 158 países.

Principales organizaciones relacionadas con temas de Responsabilidad Corporativa de las que Vodafone España es miembro:



- Club de Excelencia en Sostenibilidad



- Fundación Empresa y Sociedad



- Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España (AETIC)



- Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones (ASIMELEC)

2. Presentación de Vodafone

Durante el ejercicio fiscal 2005-06 es preciso destacar los siguientes Productos y Servicios dirigidos a Clientes Particulares y Empresas:

Productos y Servicios para Particulares

Tarifa Vitamina

Nuevo plan de precios para clientes, tanto de contrato como de prepago, que ofrece una tarifa única y sencilla para todo el día, independientemente del destino de la llamada, ya sean fijos o móviles nacionales.

Promoción "Habla por 1 cent/minuto"

Los clientes de contrato acogidos a esta promoción pueden hablar por 1 céntimo de € el minuto durante toda la vida con otros móviles Vodafone y fijos nacionales, en horario de tarde y todo el fin de semana.

Promoción Navidad

Los clientes acogidos a la promoción de Navidad pueden hablar todo lo que quieran y pagar la mitad hasta el verano de 2006.

Tarifa plana de voz para familias

Permite a los componentes de una misma familia realizar llamadas entre ellos de forma ilimitada, a cualquier hora y cualquier día.

Mensamanía

Durante el pasado año fiscal se realizaron diferentes promociones para el envío de mensajes de voz (SMS) y datos (MMS) con tarifas planas.

Vodafone Simply

Se han lanzado nuevos teléfonos móviles muy fáciles de usar, especialmente diseñados para realizar llamadas de voz y enviar mensajes de texto SMS. Todo ello a través una pantalla grande que facilita la lectura.

MSN – Vodafone: mensajería integrada

El servicio ofrece conversaciones en tiempo real entre teléfonos móviles y ordenadores.

Nueva gama de teléfonos Vodafone live!

Integrada por nuevos móviles más pequeños y ligeros, con mayor duración de batería, servicios más rápidos y precios más competitivos. Con estos nuevos productos, Vodafone se consolida como la operadora española que ofrece la más amplia gama de terminales 3G.



Más información en:
www.vodafone.es/información

Productos y Servicios para Empresas

Planes MAS

Se trata de soluciones de voz y datos de grandes empresas dirigidas a Pymes y Autónomos. Estos Planes MAS incorporan tarifas planas, incluidas dentro del consumo mínimo, que permiten realizar cuantas llamadas se deseen entre los miembros de la empresa y también al número Vodafone o fijo que elijan, de forma ilimitada.

Broker móvil

Basado en Blackberry y lanzado por Vodafone y Bankinter. Este servicio permite operar en tiempo real en el Mercado Continuo y en más de 20 Bolsas internacionales.

Servicio "pulsa y habla"

Ofrece a los usuarios nuevas y mejores posibilidades de comunicación pulsando tan sólo un botón y sin necesidad de aplicaciones o dispositivos adicionales.

Real Mail de Vodafone

Desarrollado junto con Visto Corporation, esta solución posibilita el acceso en tiempo real al correo electrónico desde una variada selección de avanzados dispositivos, algunos de ellos con tecnología 3G.

Blackberry® de Vodafone

Vodafone España ofrece a sus clientes una completa gama de dispositivos BlackBerry (8700v, 7100v, 7290, 7230, 7730) con los que pueden estar siempre conectados a su correo electrónico e Internet, con tarifa plana.

Nuevos servicios HSDPA

Portátiles que integran el acceso a la red móvil de banda ancha de Vodafone, facilitando un acceso inmediato y sencillo desde entornos móviles a Internet, correo electrónico e Intranet de la empresa.

Router 3G/ UMTS

Es un avanzado equipo de comunicaciones desarrollado de forma conjunta por Vodafone, Linksys y Cisco Systems, que ofrece acceso en banda ancha y en movilidad a grupos de usuarios, con el que grupos de hasta 5 personas pueden utilizar la funcionalidad de la red de área local inalámbrica, incorporada ya en la mayor parte de los PCs portátiles, para acceder a los servicios de datos de banda ancha de la red 3G de Vodafone.

Roaming

Vodafone Passport

Los clientes de Vodafone España en "Roaming" pueden realizar sus llamadas al coste de su tarifa nacional más una cuota de conexión. La nueva tarifa Vodafone Passport está disponible desde el 1 de junio de 2005, para clientes de Vodafone España que viajen dentro de Europa (Albania, Alemania, Bélgica, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Malta, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza), y fuera de Europa (Australia, Japón y Nueva Zelanda).

Vodafone Accesible

Son especialmente destacables los Productos y Servicios que dispone Vodafone España para atender a colectivos desfavorecidos (Ver Capítulos 10 y 11). Entre otros, destacan:

- > Blackberry 7100v para personas sordas.
- > T-loop para personas con discapacidad auditiva.
- > Mobile Accessibility para personas con discapacidad visual.
- > Medical Guard Diabetes para personas con diabetes.

3. Involucración con Nuestros Grupos de Interés

Cualquier estrategia de Responsabilidad Corporativa debe estar basada en las relaciones con los Grupos de Interés (GI) y en la satisfacción equilibrada de sus expectativas. De esta forma, se aportará valor añadido y facilitará el cumplimiento de los objetivos.

Un elemento fundamental de nuestro enfoque para gestionar los temas de Responsabilidad Corporativa consiste en el establecimiento de esquemas de comunicación e información con los distintos Grupos de Interés para, por una parte, conocer y entender sus visiones, opiniones, expectativas y prioridades, y por otra, para hacer llegar claramente los mensajes de la compañía sobre nuestras actividades, políticas y programas.

El diálogo, la información fluida y la transparencia son elementos básicos en nuestro Programa de Responsabilidad Corporativa, llegando incluso a acuerdos mucho más amplios, como la participación y colaboración en proyectos, y estableciendo relaciones de confianza con los Grupos de Interés.

Identificación de Grupos de Interés y de sus Expectativas

A través de los diferentes canales de comunicación con nuestros Grupos de Interés obtenemos información sobre los temas de RC prioritarios relacionados con las actividades de nuestra compañía, así como sobre su percepción en cuanto a nuestro comportamiento en temas de RC.

En los reducidos casos en los que no estamos de acuerdo o no podemos dar respuesta a las expectativas, pretendemos explicar nuestra postura de una forma honesta y abierta.

La involucración con nuestros Grupos de Interés adopta diversas formas, incluyendo reuniones, encuestas de opinión, alianzas e iniciativas del sector. La mayor parte de las actividades de involucración con nuestros Grupos de Interés se lleva a cabo por las unidades organizativas de la compañía más relacionadas con el Grupo de Interés en cuestión. De esta forma, la información procedente de los GI es mucho más efectiva, centrándose en los temas específicos y soluciones que pueden aportar los respectivos expertos dentro de nuestra compañía.

A continuación se resumen brevemente los diferentes canales de comunicación que Vodafone España aplica para identificar los Grupos de Interés y sus respectivas expectativas:

¿Me podría decir en cuál (sólo uno) de los siguientes temas operadora de telefonía móvil debería centrarse en el próximo año?

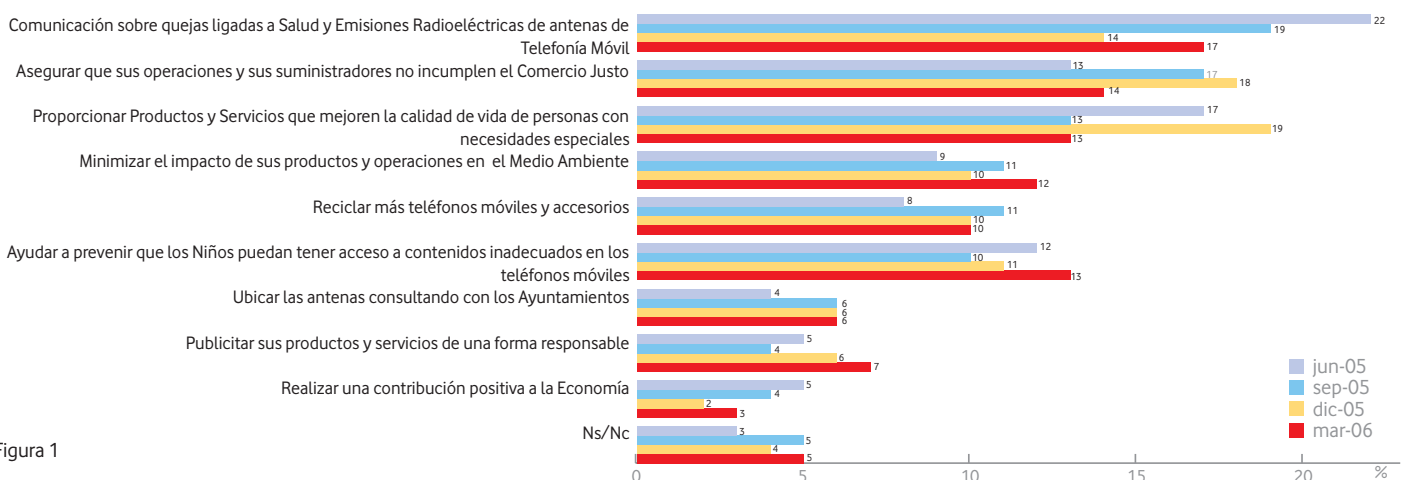


Figura 1

Análisis Estratégico de Grupos de Interés

En el año fiscal 2004-05 Vodafone España realizó un estudio en el que, además de establecer el "Mapa de Grupos de Interés", incluyendo una priorización de los mismos en función de su posicionamiento respecto a Vodafone, se obtuvo una relación de temas prioritarios o expectativas, que constituyó una de las bases de partida para la definición del Programa de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España.

Plan Estratégico de RC del Grupo Vodafone

Durante el año fiscal 2005-06, el Grupo Vodafone ha establecido un Plan Estratégico a 5 años que contempla las líneas prioritarias de actuación en el Programa de Responsabilidad Corporativa del Grupo.

Estas líneas de actuación son consecuencia de la identificación de expectativas realizada por el Grupo a partir de las expectativas de los Grupos de Interés que afectan de forma general a nuestras actividades. Esta identificación es tenida en cuenta también por Vodafone España a la hora de identificar y priorizar las expectativas de nuestros Grupos de Interés.

Encuestas de Percepción/ Opinión

Trimestralmente, Vodafone España realiza, a través de una empresa de investigación de mercados, encuestas dirigidas a clientes y público en general, que nos permiten conocer:

- > Los temas de Responsabilidad Corporativa en los que, en su opinión, deberíamos centrar nuestras actuaciones (ver figura 1).
- > La percepción de estos Grupos de Interés en cuanto al comportamiento de Vodafone España en temas sociales y medioambientales (ver resultados en los respectivos capítulos de este Informe).

La periodicidad de estas encuestas nos ayuda a valorar la evolución de las expectativas y percepciones de nuestros Grupos de Interés, y el Programa de Responsabilidad Corporativa es actualizado en consecuencia.

Grupos de Interés de Vodafone España

Accionistas, Inversores y Entidades Financieras	Administraciones Públicas y Regulador
Clientes	Propietarios y Comunidades de Vecinos
Empleados	Creadores de Opinión y Conocimiento
Aliados Estratégicos y Proveedores	Sociedad y Público en General

3. Involucración con Nuestros Grupos de Interés

Incidencias de Clientes

Vodafone España se involucra con sus clientes a través de diversos sistemas como parte de nuestras actividades normales; por ejemplo, por medio de nuestras tiendas, centros de atención al cliente, y a través de encuestas/entrevistas con clientes.

Por otra parte, a través de las distintas vías de comunicación de incidencias que Vodafone España pone a disposición de sus clientes (Centros de Atención al Cliente, www.vodafone.es, correo, etc...), identificamos aquellos temas donde debemos actuar para introducir mejoras.

Semanalmente, se elabora el informe "Top Five de Incidencias" que determina y resalta las principales acciones de mejora extraídas de los contactos con nuestros clientes; en definitiva, todo aquello que nos permite tener una visión más real y en detalle de lo que nuestros clientes opinan (ver figura 2).

Reuniones con Asociaciones de Consumidores

A través de las reuniones que periódicamente realizamos con las Asociaciones de Consumidores, tratamos de mantener una comunicación constante para conocer sus preocupaciones fundamentales (ver cap. 9: "Responsabilidad Corporativa y Clientes").

Encuesta sobre Emisiones Radioeléctricas y Salud

Considerando que, hasta la fecha, uno de los temas que más preocupan a nuestros Grupos de Interés es el posible efecto en la salud de las emisiones radioeléctricas asociadas a la Telefonía Móvil, anualmente, Vodafone España realiza a través de MORI (Market and Opinion Research International) una encuesta a clientes, público en general, y ONG's sociales y medioambientales, para ampliar el grado de conocimiento de sus expectativas sobre el tema (ver cap. 7: "Telefonía Móvil y Salud").

Encuesta a Propietarios de Emplazamientos

Una de las acciones implantadas como consecuencia de la "Encuesta de Satisfacción de Propietarios" realizada en abril 2004, fue la puesta en marcha, durante el año fiscal 2004-05 del Centro de Atención al Propietario. El grado de utilización del mismo, así como sus resultados, se presentan en el cap. 8 "Despliegue Responsable de Red".

Reuniones con Administraciones y Regulador

Vodafone España se reúne periódicamente, bien en reuniones específicas o sectoriales, con representantes de las Administraciones y del Regulador para tratar temas de interés relacionados con el negocio, incluyendo "Roaming", costes de terminación de llamadas, privacidad de datos de clientes, políticas sobre espectro radioeléctrico, etc. (ver cap. 9: "RC y Clientes").

Encuestas Empleados

Uno de los principales Grupos de Interés son nuestros empleados. Por ello, bienalmente se lleva a cabo una Encuesta de Satisfacción. Las actuaciones derivadas del resultado de la encuesta desarrollada durante el ejercicio fiscal 2004-05, así como el grado de avance de las mismas, se resumen en el cap. 15: "Empleados".

Por otra parte, se mantiene una relación continua con los representantes de los trabajadores, que permite identificar sus expectativas y necesidades, y que se reflejan en los correspondientes convenios colectivos.

Página web de Responsabilidad Corporativa

A través de nuestra web www.vodafone.es/responsabilidad, ponemos a disposición de nuestros Grupos de Interés un canal de comunicación para que puedan expresar cualquier tipo de opinión sobre los temas relacionados con el Programa de RC, así como sugerencias o áreas de mejora.

El nivel de utilización de este canal durante el año fiscal 2005-06, se presenta en las figuras 3 y 4.

Seguimiento de Medios de Comunicación

Vodafone España analiza, desde su Departamento de Comunicación, cómo las actuaciones desarrolladas en el Programa de RC calan en nuestra sociedad a través de los medios de comunicación. Así, durante el ejercicio 2005-06, tanto la prensa, como la radio, televisión y los medios digitales han destacado de forma especial, la aparición de nuestros nuevos productos para personas sordas, ciegas o diabéticas; el uso de la telemedicina, o el programa de la Fundación Vodafone España "El Móvil cerca de ti" para la formación de personas mayores en el uso del móvil.

Incidencias de Clientes: tipología de llamadas

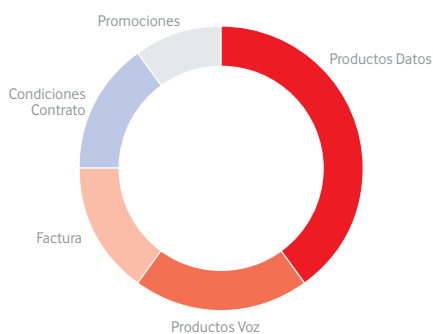


Figura 2

Comunicaciones a través de la web de RC.

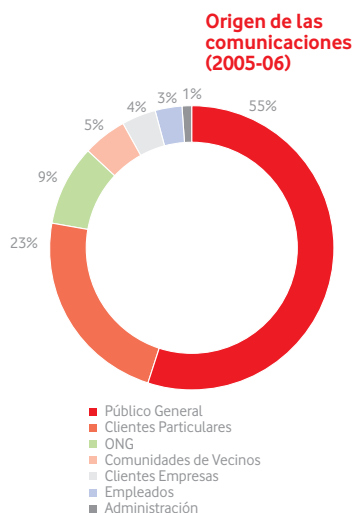


Figura 3

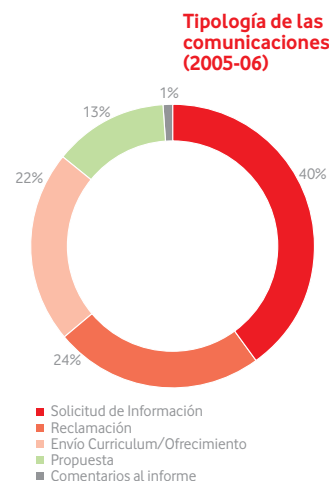


Figura 4

Así mismo, Vodafone España se ha presentado ante los medios de comunicación como una empresa especialmente responsable, respondiendo de forma proactiva ante temas que han ido apareciendo como noticia. La campaña para la conducción responsable orientada al uso seguro del móvil al volante, la escrupulosa medición de las emisiones electromagnéticas de las estaciones, y el control del acceso a contenidos para adultos mediante un código especial, son algunas de las iniciativas que Vodafone España ha llevado a cabo en los últimos meses, y por las que los medios de comunicación han mostrado interés y reconocimiento.

Organizaciones del Sector

Parte de nuestra involucración con Grupos de Interés se lleva a cabo a través de la participación activa en un conjunto de organizaciones relacionadas con diferentes ámbitos de la Responsabilidad Corporativa, tales como el Club de Excelencia en Sostenibilidad, la Fundación Empresa y Sociedad, AETIC, Asimelec, etc.

Temas relevantes para los Grupos de Interés

Una vez identificadas las expectativas de nuestros Grupos de Interés, la información obtenida a través de los diferentes canales de comunicación se utiliza para mejorar las actuaciones de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España. Para ello, se realiza un Análisis de Riesgos, de forma tal que se identifican y priorizan aquellos temas que pueden ser considerados más relevantes (ver tabla en página 10).

Este proceso nos permite identificar aquellos temas sobre los que debemos centrarnos, y actualizar las actuaciones que conforman nuestro Programa de Responsabilidad Corporativa. Nuestro enfoque en la gestión e informe sobre Responsabilidad Corporativa consiste en centrarse en los temas más importantes, alineándonos con los Principios de la Norma AA1000: integridad, relevancia, y respuesta adecuada, según se describe a continuación.

Integridad

Este principio está orientado a asegurar que hemos identificado claramente nuestros GI y comprendido perfectamente sus opiniones y expectativas.

Vodafone España, a través de un estudio específico de análisis de GI y sus expectativas, llevado a cabo en el ejercicio fiscal 2004-05 (y que se mantiene actualizado con los análisis periódicos de expectativas de GI), identificó sus GI, evaluando quiénes están afectados de forma significativa por la compañía y quiénes pueden tener un impacto significativo en la misma. Adicionalmente, obtenemos los puntos de vista de creadores de opinión sobre nuestro Informe de RC (por ejemplo, encargamos un análisis del mismo a la Fundación Empresa y Sociedad), identificando las correspondientes oportunidades de mejora. Asimismo, como se ha comentado anteriormente, también realizamos seguimiento de las noticias en medios de comunicación y encuestas a diversos GI para verificar sus expectativas sobre temas específicos relativos a Vodafone España.

Relevancia

Este principio de la norma AA1000 se refiere a las actuaciones acometidas para evaluar la importancia relativa de los temas y definir el contenido de nuestro Informe de RC.

En primer lugar, es preciso tener en cuenta que no existe una referencia natural para comparar la relevancia de un tema con otro. Independientemente de ello, es importante ser capaces de priorizar esfuerzos y recursos. Con este fin evaluamos la lista completa de temas y analizamos su relevancia.

El proceso de evaluación no es una ciencia exacta y requiere una decisión. Nuestra evaluación para el ejercicio 2005-06 indicó que los temas más relevantes para Vodafone España son: Telefonía Móvil y Salud, Productos y Servicios Sociales, Contenidos, Impacto Medioambiental, Precios, y Cadena de Suministros.

Estos temas son abordados en los apartados apropiados de este Informe, centrándonos en los más relevantes. Nuestra página web también aborda algunos temas adicionales de menor relevancia.

Canales de Comunicación con nuestros Grupos de Interés

	Accionistas, Inversores y Entidades Financieras	Clientes	Empleados	Aliados y Proveedores	Adm. Públicas y Regulador	Propietarios/ Comunidades	Creadores Opinión/ Conocimiento	Sociedad y Público General
Plan Estratégico de RC Grupo Vodafone	•	•	•	•	•	•	•	•
Análisis Estratégico de Grupos de Interés		•	•	•	•	•	•	•
Encuestas de Percepción/Opinión		•						•
Incidencias de Clientes		•						
Reuniones con Asociaciones de Consumidores		•					•	
Encuestas de Emisiones Radioeléctricas y Salud		•					•	•
Encuestas Propietarios de Emplazamientos						•		
Reuniones con Administraciones y Regulador					•			
Encuestas Empleados			•					
Página web RC	•	•	•	•	•	•	•	•
Seguimiento Medios Comunicación	•	•	•	•	•	•	•	•
Organizaciones del Sector				•			•	•

3. Involucración con Nuestros Grupos de Interés

A la hora de identificar los temas relevantes, es preciso tener en cuenta que un proceso basado en preguntar a GI externos que identifiquen temas, siempre tiende a resaltar los aspectos negativos sobre los positivos. Nosotros aceptamos este hecho como una realidad de cómo los Grupos de Interés se relacionan con las compañías, especialmente si son globales, como es el caso de Vodafone. Nuestra evaluación interna de relevancia se centra en las oportunidades que nuestra tecnología ofrece a la sociedad. Creemos que Vodafone España tiene un importante impacto positivo social y económico, a través de una mejora en el acceso a las comunicaciones. Así, hacer llegar las comunicaciones a personas que hasta ahora no podían acceder, es parte de nuestra estrategia de negocio, así como de nuestra RC (Ver Cap 6: "Impacto Socio-Económico de la Telefonía Móvil", Cap. 10: "Fundación Vodafone España", y Cap.11: "Productos y Servicios Sociales").

Respuesta adecuada

Este Principio de la norma AA 1000 se refiere a cómo respondemos a las expectativas de nuestros Grupos de Interés.

El conocimiento e información que obtenemos de la involucración con nuestros GI lo utilizamos para analizar y definir posibles acciones y soluciones. Cuando éstas son factibles realizamos un compromiso adecuado y lo publicamos en este Informe.

Se podría dar algún caso en que no estemos de acuerdo con la opinión expresada por algún GI o que no podamos dar una solución adecuada a alguna de sus expectativas; en esta hipotética situación, explicaríamos clara y públicamente nuestra opinión.

En la tabla adjunta se resume tanto nuestros temas relevantes, como nuestras respectivas respuestas a los mismos.

Elaboración de este informe

Este informe ha sido elaborado en tres fases con objeto de asegurar que está de acuerdo con los principios de la Norma AA 1000

- > Planificación: empezamos con una evaluación de los temas y analizamos las informaciones procedentes de los diferentes GI, para establecer un esquema de su contenido. Mantenemos reuniones con los responsables internos de los temas para analizar cómo informar de la mejor forma sobre cada tema. Adoptamos una estructura sencilla para el Informe ("A qué nos comprometimos; Qué hemos hecho; Qué haremos") para lograr transparencia, consistencia y claridad en nuestro Informe. Esto hace que sea más fácil para sus lectores verificar nuestro progreso con relación a los compromisos del pasado.
- > Borradores: se elaboran dos borradores que son distribuidos para comentarios a los responsables de los correspondientes temas, incluyendo en la distribución del segundo borrador a los miembros de la Dirección.
- > Comprobación: el borrador final es revisado también por nuestro verificador del Informe y sus comentarios son incorporados al documento final. Los verificadores llevan a cabo un proceso formal (ver cap. 18: "Verificación Externa") para comprobar que estamos abordando los temas adecuados de una forma exacta y equilibrada.

Creemos que este Informe proporciona un balance equilibrado de nuestro comportamiento en los temas socio-económicos, éticos y medioambientales que son más relevantes para Vodafone España. Creemos además que este Informe no tiene tergiversaciones u omisiones importantes, y que contiene la información requerida por nuestros GI, para que puedan tomar decisiones informadas sobre Vodafone España.

Respuesta de Vodafone España a las expectativas de sus Grupos de Interés

Tema	Principales Grupos de Interés afectados	Respuesta de Vodafone España
Telefonía Móvil y Salud	Sociedad y Público Gral, Propietarios y Comunidades de Vecinos, Creadores de Opinión/Conocimiento, Clientes, Administraciones y Regulador	Publicación de información objetiva derivada de estudios llevados a cabo sobre el potencial efecto en la salud de las emisiones radioeléctricas de la Telefonía Móvil (ver cap. 7 "Telefonía Móvil y Salud")
Productos y Servicios Sociales	Clientes (personas con alguna discapacidad, con enfermedades crónicas, mayores, etc.), Sociedad y Público Gral., Creadores Opinión, Aliados y Proveedores	Desarrollo de productos y servicios sociales que favorezcan la disminución de barreras y contribuyan a la integración de colectivos desfavorecidos (ver cap. 10: "Fundación Vodafone España" y cap. 11 "Productos y Servicios Sociales")
Temas RC relativos a clientes <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Responsable • Uso Responsable y Contenidos • Precios • Privacidad de datos • Incidencias • Atención al cliente • ... 	Clientes, Creadores de Opinión, Proveedores de Contenidos, Regulador, Sociedad y Público Gral.	Desarrollo de herramientas para favorecer el uso responsable de la telefonía móvil por nuestros clientes: Guías de Marketing Responsable, Control de acceso a contenidos de adultos, Actuaciones "anti-spam", Implantación de políticas tarifarias claras y transparentes, etc. (ver cap. 9 "Responsabilidad Corporativa y Clientes")
Impacto Medioambiental <ul style="list-style-type: none"> • Energía y cambio climático • Residuos • Despliegue Responsable de Red • Reciclado de Terminales 	Sociedad y Público General, Administraciones Públicas, Propietarios y Comunidades de Vecinos, Creadores de Opinión, Clientes	Definición e implantación de Planes de Eficiencia Energética que contribuyan a disminuir el impacto en el cambio climático, de Planes de Gestión de Residuos, Políticas y Guías de Despliegue Responsable de Red (ver cap 8: "Despliegue Responsable de Red"; Cap. 13: "Energía y Cambio Climático"; Cap. 14: "Residuos y Sustancias que dañan la capa de Ozono")
Cadena de suministros	Proveedores, Creadores de Opinión, Sociedad y Público General	Implantación y seguimiento del Código de Compras Éticas (ver cap.12 "RC en la Cadena de Suministros")
Impuestos	Administraciones Públicas	Nuestra Política de Impuestos establece claramente que aplicamos medios legales para minimizar impuestos, pero sin evadir impuestos (ver cap. 5: "La RC en Vodafone España")
Satisfacción empleados	Empleados	Implantación de programas de conciliación de vida laboral y personal, de beneficios sociales, de desarrollo profesional y formación (ver cap. 15: "Empleados")
Ética	Administraciones, Creadores de Opinión, Sociedad y Público General, Empleados	Nuestros Principios de Negocio establecen tolerancia cero en temas de soborno y corrupción, y requieren que todos los empleados cumplan con las leyes y regulaciones anticorrupción aplicables (ver cap 5: "La RC en Vodafone España")

4. Opiniones de Nuestros Grupos de Interés

Vodafone España tiene muy en cuenta las opiniones de sus Grupos de Interés. A continuación se presentan, como ejemplos, extractos de comentarios realizados por diferentes líderes de opinión en temas de RC sobre los retos que Vodafone España está abordando.

Cada uno de estos líderes de opinión en temas de RC ofrece su opinión y comentarios sobre las tres cuestiones siguientes:

1) ¿Cómo cree que la Telefonía Móvil puede ayudar a los principales retos del Desarrollo Sostenible (teniendo en cuenta el triple enfoque: económico, social y medioambiental)?

2) ¿Cómo considera que Vodafone España se comporta en esos temas?

3) ¿En qué temas cree que Vodafone España debería realizar un mayor énfasis?

1) "...El terminal móvil va a ser un elemento cada día más imprescindible y contribuirá al desarrollo sostenible de nuestra sociedad, toda vez que está pasando a ser una herramienta tan útil como los propios ordenadores"

2) "...Durante estos años, hemos podido observar la cada día más creciente implicación de Vodafone España en cuestiones de vital importancia como la teleasistencia, la telemedicina, la telefonía para sordos, la implantación de programas lectores de pantalla en determinados teléfonos para ciegos... Estimamos de gran importancia el hecho de que todas estas acciones son tomadas considerando la opinión de los expertos y, lo que es más importante, de los usuarios finales, destinatarios de estos servicios, sin la colaboración de los cuales, los productos y servicios resultantes, pueden no cumplir las expectativas".

3) "... Quizás un mayor énfasis en servicios especializados para personas con necesidades menos comunes, podría ser interesante. En este sentido:

- Call centers especializados en tercera edad y/o discapacidad
- Tiendas especializadas.
- Acciones de I+D"

Enrique Varela Couceiro
Director de Tecnología Accesible e I+D
FUNDACIÓN ONCE



1) "... Está claro que la RSE en el sector de la telefonía móvil puede contribuir a lograr objetivos sociales y medioambientales tan importantes como:

- Obtener mejores rendimientos sociales de una innovación que puede producir un mayor nivel de inclusión social.
- Mejorar las condiciones laborales
- Favorecer el desarrollo ambiental sostenible
- En la esfera internacional, la telefonía móvil tiene un importante papel que jugar en cuanto a la RSE de acuerdo a los valores europeos."

2) "...

- "Fomentando la innovación para crear productos y servicios que respondan a necesidades de la sociedad. (el creado por Vodafone para los diabéticos es un buen ejemplo).
- Con iniciativas que ayuden a resolver graves problemas de los colectivos sociales con mayor riesgo de exclusión social (mayores, discapacitados y otros colectivos marginales). Es el caso, por ejemplo, de las innovaciones tecnológicas que están desarrollando Vodafone y otras operadoras para aplicarlas al colectivo de sordos, ancianos, y grandes dependientes entre otros."

3) "... Quizá, uno de esos retos, apasionante por el liderazgo que está llevando España y también Vodafone en sus estrategias de incorporación de la mujer al mercado laboral es el conseguir hacer de la Ley de Igualdad una realidad. La mitad de los consumidores son mujeres, la mitad de los clientes de Vodafone son por tanto, también mujeres. Se le presenta pues, a Vodafone España una estupenda oportunidad en este sentido, la de cumplir escrupulosamente con las nuevas leyes de Igualdad y de Conciliación Familiar Españolas."



Francisca Pleguezuelo
EURODIPUTADA

1) "Desde el punto de vista económico, haciendo posible el acceso desde cualquier punto, no sólo al servicio de voz, sino también a las múltiples posibilidades que ofrece la transmisión y recepción de datos..." "...Desde el punto de vista social, ya viene desempeñando un papel fundamental para la provisión de servicios de teleasistencia móvil para personas mayores o mujeres que sufren la violencia de género. O para favorecer la comunicación con y entre personas que tienen discapacidad auditiva..." "...Por último, desde el punto de vista ambiental, hay que explorar posibilidades de toma de datos automatizados (vertidos en ríos, conatos de incendios forestales...) y su transmisión inmediata por la red de telefonía móvil..."

2) "Vodafone es, sin duda un proveedor de comunicaciones móviles que ha hecho posible, no sólo la compleja, larga y costosa investigación conjunta de la teleasistencia móvil, sino que además, hace posible su implantación y desarrollo adoptando una política de costes muy reducidos en las comunicaciones, y de facilitar el acceso, sus conocimientos y su capacidad de gestión para la adquisición de terminales. No ha dudado en ponerse al frente en situaciones internacionales dramáticas como en el tsunami sufrido por Indonesia, facilitando canales de donación entre la población y organizaciones como la nuestra"

3) "Sin lugar a duda, hay dos claves fundamentales: el diseño para todos en los equipos de comunicación y tecnología móvil..." "...Los grandes operadores, que a su vez son grandes compradores de equipos, han de promover entre los fabricantes la investigación para la atención social y el diseño de equipos accesibles para todas las personas (personas mayores y personas con discapacidad). La otra clave tiene más que ver con la posibilidad de acceso al servicio desde el punto de vista económico..." "...estamos hablando de transmisión y recepción de datos y en comunicaciones abiertas o de tipo "on line" permanente sigue suponiendo un coste importante..." "...Por último, desde el punto de vista ambiental, hay un reto que ya se ha comenzado a afrontar y es la reutilización y reciclaje de los terminales móviles..."



Jaime Gregori
Director Captación de Fondos y Colaboración con Empresas
CRUZ ROJA ESPAÑOLA

4. Opiniones de Nuestros Grupos de Interés

1) "... desde la perspectiva de UCE, ser una empresa responsable socialmente no puede consistir tampoco en una afirmación limitada a acciones puntuales de mayor o menor lustre. Así, la apuesta por el Desarrollo Sostenible tiene que ser una convicción integral e integrada en todos los aspectos de la actividad de la empresa"

2) "... Analizando la evolución de los últimos años resulta evidente que Vodafone España se ha planteado seriamente la integración de la Responsabilidad Corporativa en la gestión abordando aspectos relacionados con el compromiso con los grupos sociales de interés (clientes y público en general, empleados, vecinos y por supuesto consumidores y usuarios, a través de sus organizaciones representativas), con un marketing responsable (apostando por el uso responsable de la telefonía móvil), con su preocupación por los productos y servicios de alto valor social (telemedicina, atención a personas con discapacidad auditiva, invidentes...etc.), con los diversos programas de su Fundación, con su preocupación por el estudio de la telefonía móvil y sus repercusiones sobre la salud, con un despliegue responsable de la red o, con sus programas de carácter medioambiental (reutilización, reciclado, energía...)"

3) "... De entrar en un tema concreto insistiríamos en las prácticas de Vodafone España en sus relaciones con los consumidores y usuarios finales. Como empresa responsable socialmente debe reconocer la interlocución de los consumidores a través de sus organizaciones representativas, ofrecer órganos de mediación y participar del diálogo institucional."



Juan Moreno Rodríguez
Secretario General
UNIÓN DE CONSUMIDORES DE ESPAÑA-UCE

1) "... Desde el punto de vista económico, está posibilitando nuevas relaciones entre las personas y las organizaciones, que están contribuyendo de forma incuestionable a su capacidad de crear valor. Desde el punto de vista medioambiental, la telefonía móvil ha hecho posible que numerosos países emergentes hayan pasado de una etapa preindustrial en las telecomunicaciones al siglo XXI sin pasar por la telefonía fija, con el tremendo ahorro de recursos naturales que ello ha conllevado. Finalmente, desde una óptica social, la telefonía móvil está haciendo posible que millones de personas, que hasta hace poco nunca habían podido realizar una llamada de teléfono, tengan acceso a una tecnología que potencia su capacidad de generar recursos y mejora su calidad de vida"

2) "Vodafone es una de las compañías que operan en España que más y mejor está actuando desde el punto de vista de la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial. Las relaciones que mantiene con sus diversos grupos de interés, el desarrollo de productos dirigidos a satisfacer las necesidades de colectivos sociales desfavorecidos, la colaboración desinteresada de sus directivos en jornadas, conferencias, etc. de promoción del desarrollo sostenible y la Responsabilidad Corporativa, o su pertenencia con carácter de miembro fundador al Club de Excelencia en Sostenibilidad, son pruebas tangibles de ello."

3) "... Vodafone España tiene que apostar porque el desarrollo alcance a los más de seis mil millones de seres humanos existentes actualmente, sea ambientalmente sensato y respetuoso con la diversidad cultural y garantice las posibilidades de los seres humanos futuros. Sin duda, la pertenencia de Vodafone España a la Red de Empresas del "Laboratorio de aprendizaje sobre la base de la pirámide" recientemente creada en IESE, es un hito importante en esta dirección."



Migue Ángel Rodríguez
Director del Center for Business in Society (CBS)
IESE BUSINESS SCHOOL

1) "... Es en la vertiente social donde el sector tiene sus mayores retos, relacionados, entre otros, con: la investigación sobre los efectos en la salud de los campos electromagnéticos, los procesos de consulta de las partes interesadas en las zonas de colocación de antenas, o el respeto de los derechos humanos en su cadena de suministro."

2) "... Es destacable el hecho de que, en su Informe de Responsabilidad Corporativa, Vodafone España haga públicos los compromisos cualitativos que asume, así como su grado de cumplimiento".

3) "... Debe seguir caminando hacia una información pública de su comportamiento social y ambiental cada vez más precisa y cuantitativa, que nos permita a los consumidores e inversores premiar a las empresas con un buen desempeño en estas materias."



Víctor Viñuales
Director
FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO

1) "El GRI para este sector de las Telecomunicaciones hace varias recomendaciones, quiero destacar especialmente las que hacen referencia a que los rápidos avances de este sector no impliquen necesariamente obsolescencia del "hardware". También, se anima a fomentar estas iniciativas entre sus proveedores. Además, se debe trabajar en la reducción de todo tipo de barreras para el acceso a la generalidad de la población."

2) "Creo que es una de las operadoras que mayor compromiso tiene con el entorno en el que desarrolla su actividad tanto desde la propia empresa como desde su Fundación. Vodafone realiza diversos programas específicos y su Fundación es una de las más activas en acción social. Nosotros concretamente colaboramos en la reutilización de sus ordenadores fuera de uso para proyectos sociales y creo que esta relación es muy cordial y provechosa para ambas partes y se desarrolla en un clima de confianza y entendimiento mutuo que no siempre se da en todas las relaciones ONG-empresa."

3) "Creo que debe profundizar en la línea que ya ha iniciado: facilitando el acceso a la tecnología de discapacitados y otros colectivos con dificultades especiales, además de incidir más en la gestión de los residuos que genera su actividad priorizando la reutilización de los terminales móviles"



May Escobar
Directora General
FUNDACIÓN BIP-BIP

5. La Responsabilidad Corporativa en Vodafone España

Uno de nuestros seis objetivos estratégicos es "Ser una Empresa Responsable". La Responsabilidad Corporativa requiere entender las expectativas de nuestros Grupos de Interés y actuar para satisfacerlas de forma equilibrada.

Nuestra Estrategia de Responsabilidad Corporativa

Durante el año fiscal 2005-06, se ha desarrollado el Plan Estratégico de Responsabilidad Corporativa a 5 años. En dicho Plan, se establecen las siguientes prioridades de actuación:

- > Mantener los más altos niveles de comportamiento ético.
- > Entender y responder a las expectativas prioritarias de nuestros Grupos de Interés, desarrollando actuaciones en los temas que les preocupan.
- > Hacer énfasis en tres áreas clave: responsabilidad con nuestros clientes, reutilización y reciclado de terminales, y eficiencia energética y cambio climático.
- > Utilizar el potencial de la telefonía móvil para ampliar la accesibilidad a la telefonía móvil por diferentes colectivos.

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

El seguimiento de los temas de RC emergentes nos permite identificar futuros riesgos y oportunidades para nuestra compañía. Este seguimiento se realiza a través de diversos canales de comunicación con nuestros Grupos de Interés (Ver Cap. 3: "Involucración con nuestros Grupos de Interés").

En el año fiscal 2005-06 hemos desarrollado un proceso de gestión de los temas RC por el que, trimestralmente, se registra la evolución en los temas RC más significativos, incorporándose a la estrategia de RC en la medida que sea necesario.

Nuestros Valores

Vodafone ha establecido cuatro Valores, conocidos internamente como "Pasiones". Uno de nuestros Valores es la "Pasión por el Mundo que nos Rodea", y se refiere a cómo Vodafone contribuye a enriquecer la vida de las personas, a través de los productos y servicios que proporciona y a través del impacto que tenemos en el mundo que nos rodea.

Gestión de la RC en el Grupo Vodafone

La responsabilidad última en RC recae en el Comité Ejecutivo del Grupo, reflejando la importancia estratégica que concedemos a la RC. La Directora de Responsabilidad Corporativa del Grupo depende del Director de "Corporate Affairs" del Grupo, el cuál es el miembro del Comité Ejecutivo responsable de la RC. La Gestión de la RC se revisa periódicamente por el Comité Ejecutivo, y al menos, una vez al año por el Consejo de Administración.

El Grupo Vodafone ha establecido reuniones de trabajo cada 6 meses con los Directores de RC de cada una de las Compañías del Grupo, para analizar y definir las estrategias de RC, así como para compartir las mejores prácticas.

Gestión de la RC en Vodafone España

En Vodafone España, el Consejero Delegado tiene la responsabilidad general de la RC, existiendo una Unidad de RC dedicada a su gestión y responsable de la implantación del Programa de RC de Vodafone España, coordinando las actuaciones de las diferentes unidades organizativas implicadas y trabajando también directamente con el equipo de RC del Grupo. La Unidad de RC depende del Director de Relaciones Institucionales, que es el miembro del Comité Institucional con responsabilidad sobre estos temas. El Comité Institucional aprueba y efectúa el seguimiento del Programa de RC de Vodafone España y de sus objetivos, a través de las reuniones periódicas.

Nuestra Evolución en Responsabilidad Corporativa

2001/02

- > Se crea el equipo de RC de VF España
- > El Grupo Vodafone publica su primer Informe de RC

2002/03

- > Se establecen los Valores
- > Se desarrollan los Principios de Negocio

2003/04

- > Se lanzan las Iniciativas Clave de RC
- > Se desarrolla el Código de Compras Éticas
- > Vodafone España publica su primer Informe RC

2004/05

- > Se emite la Guía de Marketing Responsable
- > Se implanta el Código de Compras Éticas
- > Liderazgo de Iniciativa de Guías para el Despliegue Responsable de Red

2005/06

- > Se establece el nuevo Plan Estratégico de RC a 5 años
- > Se aprueba la Política de Despliegue Responsable de Red

Nuestros Valores



Pasión por los Clientes



Pasión por los Resultados



Pasión por nuestros Empleados



Pasión por el Mundo que nos Rodea

Objetivos Estratégicos

- > Satisfacer a nuestros Clientes
- > Crear el mejor Equipo Global
- > Aprovechar la Escala y Alcance Global
- > Expandir los Límites del Mercado
- > **Ser una Empresa Responsable**
- > Proporcionar elevado Valor para los Accionistas

Principios de Negocio

1. Creación de Valor.
2. Política Pública.
3. Comunicaciones.
4. Clientes.
5. Empleados.
6. Conducta Individual.
7. El Medio Ambiente.
8. Las Comunidades y la Sociedad.
9. Salud y Seguridad.
10. Socios Comerciales y Proveedores.

5. La Responsabilidad Corporativa en Vodafone España

La Unidad de RC trabaja de forma conjunta con las unidades organizativas aplicables para asegurar que la RC es incorporada en los Procesos de Negocio de la Compañía.

Periódicamente revisamos el avance en el Programa de RC, con objeto de analizar posibles cambios y para asegurar que continuamente abordamos los temas que son relevantes para nuestra compañía (ver cap. 3: "Involucración con nuestros Grupos de Interés").

Comunicación Interna

La gestión adecuada de la Responsabilidad Corporativa depende, entre otros aspectos, de que nuestros empleados entiendan cada una de las prioridades de RC establecidas y el papel que cada uno debe desempeñar a la hora de implantar nuestras políticas de RC y de comunicarlás a los diferentes Grupos de Interés.

Por este motivo, el Plan de Comunicación Interna 2005-06 ha recogido, entre otros, los siguientes objetivos:

- > Dar a conocer a los empleados de Vodafone España el Programa de Responsabilidad Corporativa y sus distintas actividades
- > Promover la participación de nuestros empleados en actividades de Responsabilidad Corporativa, de forma que contribuyan a lograr el objetivo estratégico de "Ser una Empresa Responsable"

En el año fiscal 2005-06 se distribuyó el tercer Informe Interno de Responsabilidad Corporativa específico para empleados, donde se recoge un resumen de los temas en los que están trabajando cada una de las empresas del Grupo (ver abajo).

La labor de Comunicación Interna en Vodafone ha sido reconocida en el año 2005 con el Premio a la Mejor Estrategia de Comunicación Interna en temas RC, concedido por "International Visual Communications Association", complementando al Premio al Mejor Portal del Empleado para empresas de más de 1.000 empleados concedido en 2004 a Vodafone España por el Observatorio de la Comunicación Interna, del Instituto de Empresa.

Las herramientas de comunicación que se utilizan son cada vez más elaboradas y diversas, con el principal objetivo de personalizar

al máximo la oferta de comunicación a los diferentes segmentos de empleados, para ofrecer un servicio aún más próximo a sus respectivas necesidades, destacando como medio de comunicación interna, la Intranet de la compañía.

Medición del Comportamiento en RC

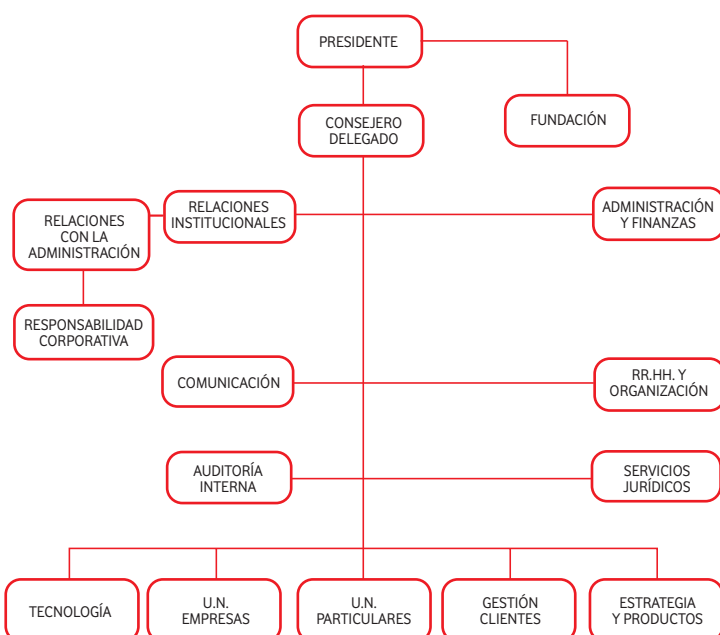
Vodafone ha desarrollado un sistema de información mediante el cual periódicamente se recopilan y comunican sus indicadores de RC, que incluyen indicadores cualitativos y cuantitativos en temas tales como eficiencia energética y cambio climático, gestión de residuos, reciclado de terminales, contribuciones a la comunidad, etc.

Estos indicadores conforman el Sistema de Medida de RC a través del seguimiento de los denominados Indicadores Clave de RC ("Key Performance Indicators", KPIs):

- > KPI de Marco de Gestión de RC: con una periodicidad trimestral se analiza el grado de avance de la Compañía en la Gestión del Programa de Responsabilidad Corporativa. Este KPI considera el avance en el Grado de Compromiso, la Integración de la RC en los Procesos de Negocio, y la Gestión de los temas RC.
- > KPI de Percepción de RC: a través de estudios de mercado, anualmente el Grupo Vodafone obtiene el grado de percepción de sus GI en cuanto al comportamiento social y medioambiental de cada operadora del Grupo. Estos estudios son complementados por Vodafone España realizando análisis trimestrales del nivel de percepción del público general y sus clientes. Al mismo tiempo, en estos análisis trimestrales se obtiene información sobre las expectativas de nuestros Grupos de Interés (ver cap 3: "Involucración con nuestros Grupos de Interés").

Los Indicadores de RC están incluidos en el Cuadro de Mando Integral de la Compañía, a través del correspondiente KPI, del cual se efectúa un seguimiento trimestral del cumplimiento de objetivos.

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.



Comunicación Interna. Intranet Vodafone España

- El 93% de la compañía accede a los contenidos de la Intranet
- El 90% lee los correos enviados por Comunicación Interna
- El 72% accede al contenido enlazado a través del correo

Al mismo tiempo, los Indicadores RC medioambientales forman parte de nuestro Sistema de Gestión Ambiental, implantado y certificado según la norma ISO 14001 desde 1997, y que se mantiene en vigor a través de las correspondientes auditorías de seguimiento.

Adicionalmente, Vodafone España dispone, en aplicación de su Política de Calidad, de un Sistema de Calidad, el cual fue certificado por primera vez en noviembre de 1996, como demostración del cumplimiento de dicho sistema con la norma internacional ISO 9001 (ver abajo).

Comités

Vodafone España tiene establecidos los siguientes Comités:

- > Comité Ejecutivo: su misión es dirigir a Vodafone España hacia la consecución de sus objetivos y prioridades estratégicas.
- > Comité de Operaciones: su objetivo es seguir y controlar las operaciones e iniciativas relevantes para la Compañía.
- > Comité Comercial: su objetivo es adoptar y dar a conocer decisiones sobre las promociones, campañas, planes de marketing y todo lo relacionado con el canal de ventas.
- > Comité de Productos: su misión es efectuar el seguimiento del Plan de Desarrollo de Productos, aprobación del Plan de Productos, etc.
- > Comité Institucional: en él se tratan temas legales, de regulación del mercado, de la Fundación, Relaciones Institucionales, y de Responsabilidad Corporativa.

Gobierno Corporativo

Dado que Vodafone España está participada en el 100% por el Grupo Vodafone, le aplican todas las políticas y actuaciones que, relativas a Gobierno Corporativo, tiene establecidas el Grupo Vodafone tales como sus Principios de Negocio, el Código de Conducta sobre Impuestos, la Política Anti-soborno y Anti-corrupción, etc. (ver abajo).

El Consejo de Administración 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

A este respecto, es preciso resaltar que Vodafone fue una de las 33 compañías (de un total de 3200) que recibieron la puntuación máxima en el "2005 Corporate Governance Ratings", del "Governance Metrics International".

Cumplimiento de la Ley Sabarnes-Oxley

La Ley americana Sarbanes-Oxley fue publicada en julio 2002 con el objetivo de reforzar los mecanismos de Gobierno Corporativo y el reporte financiero de las sociedades que cotizan en la Bolsa de Nueva York, como es el caso del Grupo Vodafone.

La Sección 404 de esta Ley exige la documentación, evaluación y certificación de la eficacia de los controles y procedimientos internos en lo referente a la información financiera contenida en las Cuentas Anuales; asimismo, requiere la certificación de Auditores Externos al cierre de ejercicio. El Grupo Vodafone tiene la obligación de cumplir con esta Ley a partir del cierre del ejercicio fiscal que finaliza el 31 de marzo de 2007.

Durante el ejercicio 2005-06, Vodafone España ha llevado a cabo la documentación y evaluación de los controles de los Procesos de Negocio y de los entornos de control de Tecnologías de la Información de la Compañía, habiéndose identificado los controles críticos necesarios para mitigar los riesgos inherentes al negocio. Actualmente se inicia una nueva etapa en la que realizaremos la evaluación que acredite la eficacia de los mencionados controles para asegurar el cumplimiento de esta Ley.

Para confirmar el funcionamiento de los controles operativos y financieros asociados a los Procesos de Negocio de la compañía, Vodafone España emplea una herramienta de auto-evaluación, denominada "Key Control Questionnaire" (KCQ), constituyendo uno de los elementos clave del sistema de control interno empleado con carácter anual.



Extractos del Código de Conducta sobre Impuestos de Vodafone

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

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

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

Soborno y Corrupción

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

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

6. Impacto Socio-Económico de la Telefonía Móvil

La Telefonía Móvil está contribuyendo de manera significativa al crecimiento de la economía y proporciona beneficios a la sociedad, aumentando el bienestar de los ciudadanos y proporcionando soluciones de valor para empresas.

Desde Vodafone España contribuimos de forma directa a la economía nacional a través de la riqueza que generamos, los impuestos y licencias que pagamos, los proveedores a los que compramos, y las personas que empleamos.

Al mismo tiempo, también estimulamos el desarrollo económico proporcionando un mayor acceso a las comunicaciones, que a su vez amplía el acceso a otros servicios tales como financieros, educación, salud, etc.

Contribución Económica de la Telefonía Móvil

La economía española precisa del impulso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para proseguir su senda de crecimiento mediante el incremento de la productividad. De hecho, en la Figura 1 se puede ver la contribución de las TIC al crecimiento del Valor Añadido Bruto en España.

Centrándonos en el sector de la telefonía móvil, España ocupa actualmente un lugar destacado entre los países de la UE, habiendo tenido el mercado de las comunicaciones móviles una evolución vertiginosa en los últimos años (ver figuras 2, 3, 4 y 5).

A finales de Marzo 2006 España contaba con 44,33 millones de clientes de telefonía móvil y la tasa de penetración de la telefonía móvil en la población española era del 100,5%. Se entiende por "cliente", el número de tarjetas SIM activas, esto es, todas las sujetas a contrato post-pago y todas aquellas sujetas a contrato prepago que, a criterio de las compañías operadoras, se consideren activas en los últimos tres meses del período de referencia.

La cadena de valor de los servicios móviles de voz no ha variado significativamente desde la prestación de los primeros servicios de telefonía analógica, o de 1G. El papel principal lo desempeña el operador, que integra verticalmente el negocio, siendo habitualmente el proveedor del terminal de usuario, del acceso a la red y del transporte de la información.

De este modo, el operador normalmente sólo cuenta con un agente externo, el suministrador de equipos y terminales, que provee al operador de la infraestructura de red necesaria para el despliegue de la red móvil, y de los terminales con los que el operador prepara sus ofertas de servicio y promociones. Al mismo tiempo, el operador gestiona la plataforma de soporte y operación del negocio, es decir, el desarrollo de los sistemas de facturación, atención al cliente, marketing, distribución y venta.

Cadena de Valor de los Servicios Móviles de Voz



Fuente: GAPTEL. Informe Septiembre 2005

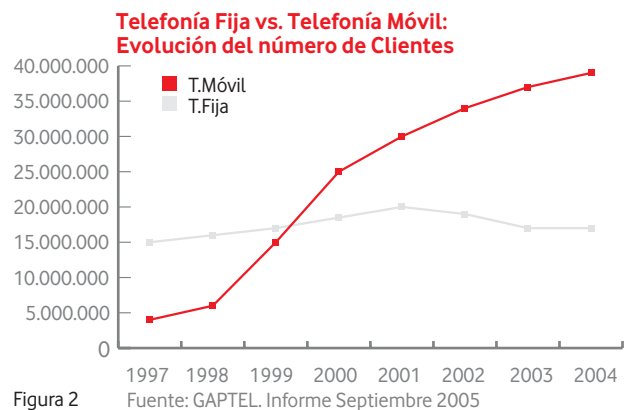


Figura 2

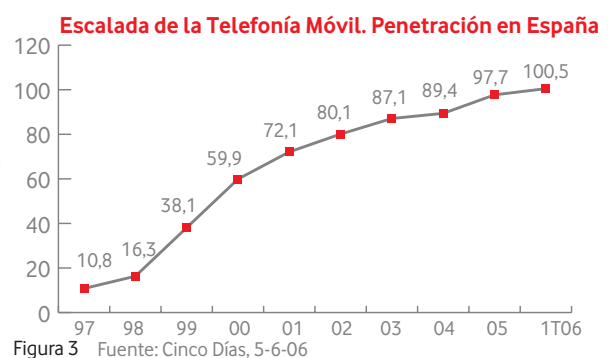


Figura 3

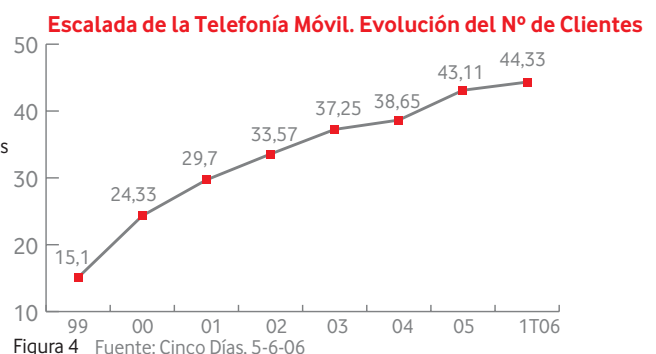


Figura 4

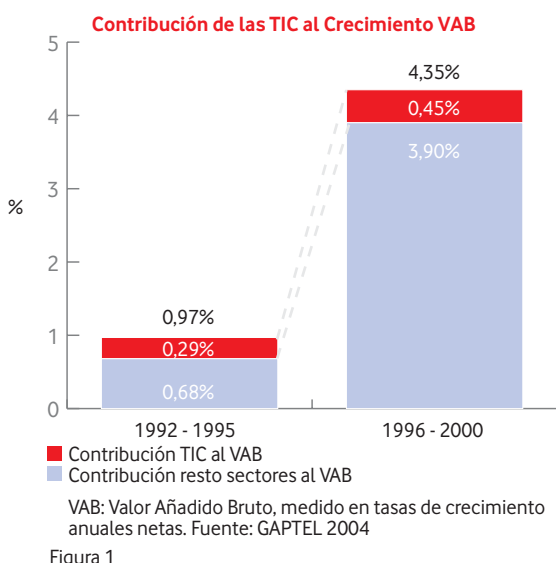


Figura 1

Este modelo se ha mantenido vigente en las diferentes generaciones de telefonía móvil desarrolladas. Sin embargo, el proceso de convergencia de los servicios de comunicaciones iniciado con las redes 2,5G (GPRS) y que continúa en las redes 3G (UMTS), ha provocado que los tradicionales eslabones de la cadena de valor presentada se modifiquen ligeramente para dar cabida a nuevos agentes y nuevas formas de prestación de servicios, más próximas al mundo Internet y de los contenidos.

Para medir la contribución de Vodafone España a la economía nacional, se puede emplear como indicador el denominado "Valor Añadido de Caja", que consiste en el valor de las ventas menos el coste de los materiales, componentes y servicios que compramos a nuestros proveedores. Con este indicador, Vodafone España aportó 2.203 millones de € a la economía nacional en el año fiscal 2005-06, representando un aumento del 18,2% con relación a los 1.864 millones de € del año fiscal 2004-05.

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

Valor Económico Directo de Vodafone España (millones €) Pagos por:

Compras de Productos y Servicios	4049,3
Impuestos	557,9
Retenido para Crecimiento	1158,1
Salarios y Bonos	194,5
Seguridad Social	38,1
Contribuciones a Planes de Pensiones	4,1

Contribución Social de la Telefonía Móvil

Es innegable que el móvil ha influido notablemente en la forma de relacionarse y comunicarse, de hecho ha supuesto una revolución en la comunicación entre personas (ver figura 7 página siguiente).

La importancia del móvil como herramienta en la vida cotidiana de cada individuo se muestra en la figura 6.

Evolución Cuotas de Mercado de la Telefonía Móvil en España

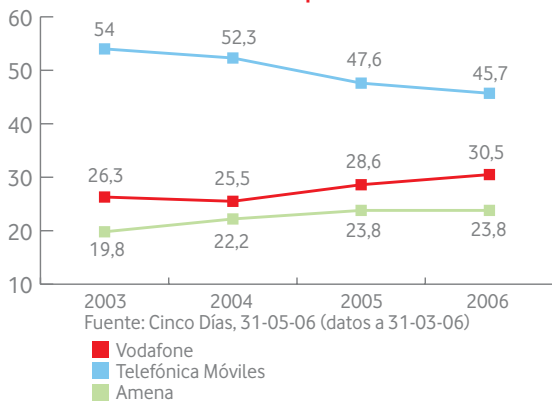


Figura 5

Telefonía Móvil y Accesibilidad

La Ley 51/2003 de Igualdad de Oportunidades, no Discriminación y Accesibilidad Universal de las personas con discapacidad, establece la obligatoriedad de que los bienes y servicios públicos sean accesibles a todos los ciudadanos, sean cuales sean sus posibilidades físicas, económicas, de género, etc.

En este sentido, los Sistemas de Comunicación y de acceso a la Información deben configurarse y/o proyectarse de tal manera que permitan a todos los usuarios emitir y recibir información, independientemente del grado de discapacidad, edad u otra limitación.

La demanda y utilización de tecnología por personas con discapacidad y mayores crece a un ritmo significativo, en consonancia con una sociedad tecnificada y global. El propio avance de la tecnología implica que cada vez tengamos una sociedad más longeva, lo que a su vez provoca que existan mayor número de personas con algún tipo de discapacidad, muchas veces asociada a la edad.

La tecnología debe poder adaptarse fácilmente a circunstancias y usuarios diversos, y así encontramos diversidad de productos pensados para compensar limitaciones, potenciar funciones o posibilitar actuaciones. Las soluciones tecnológicas adecuadas ofrecen beneficios económicos y sociales, y permiten un aprovechamiento de potencialidades de todas las personas, y una mejor atención a la diversidad.

El desarrollo tecnológico y la convergencia entre las nuevas plataformas están ofreciendo nuevos servicios que están incrementando la presencia de las TIC en nuestro día a día. El acceso de las personas discapacitadas a la Sociedad de la Información es crucial para su integración, participación y desarrollo como todos los ciudadanos, con los mismos derechos.

Está demostrado que la influencia de las TIC es de gran utilidad en las situaciones de discapacidad y que la puesta en común con representantes de las organizaciones, expertos en tecnologías, y miembros de la Administración desemboca en posibles soluciones con proyección de futuro para los más de 3,5 millones de personas que en nuestro país sufren algún tipo de discapacidad.

El uso de la Telefonía Móvil en España

(Informe de Millward Brown para la Fundación Vodafone España)

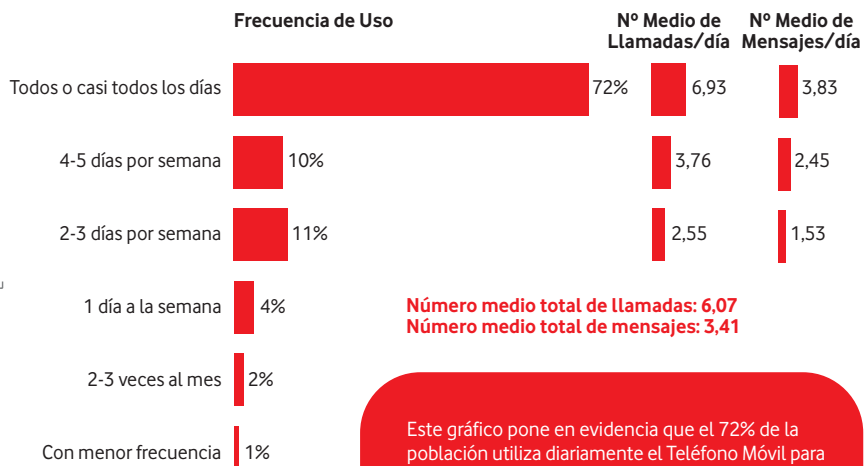


Figura 6

Este gráfico pone en evidencia que el 72% de la población utiliza diariamente el Teléfono Móvil para hacer un promedio de 6,93 llamadas al día y para enviar un numero medio de 3,83 mensajes.

6. Impacto Socio-Económico de la Telefonía Móvil

Las características de los nuevos entornos móviles y ubicuos facilitados por las TIC y especialmente por la telefonía móvil, son un elemento claro de cómo la tecnología facilita soluciones a algunos de los problemas que nos encontramos en diversos colectivos.

Es evidente que esta nueva oferta tecnológica debe ir complementada con una oferta de nuevos servicios, entre los que se encuentren empresas que se dediquen de forma específica a ser proveedores de servicios, canalizando toda aquella información de interés para las personas con necesidades especiales y que abarque todas las dimensiones posibles: ocio, vacaciones, inserción laboral, formación, gestión de prestaciones ortopédicas, y servicios de cuidados y atención en general, añadiendo valor a la simple prestación de servicios.

Un porcentaje relevante de las personas con necesidades especiales requiere la prestación de cuidados sociales y sanitarios en el hogar. Por otra parte, uno de los sectores donde la Telefonía Móvil genera más valor es el de la Salud, mejorando la eficiencia en los hospitales y en la calidad de vida de los enfermos.

Por último, es preciso considerar que el progreso de las TIC es vertiginoso, por lo que hay que prestar especial atención a la "brecha digital", evitando su incremento en estos colectivos con necesidades especiales. Para ello, los "Itinerarios Estratégicos" deben incluir líneas específicas de innovación en las tecnologías mencionadas con anterioridad, tanto para la extensión y

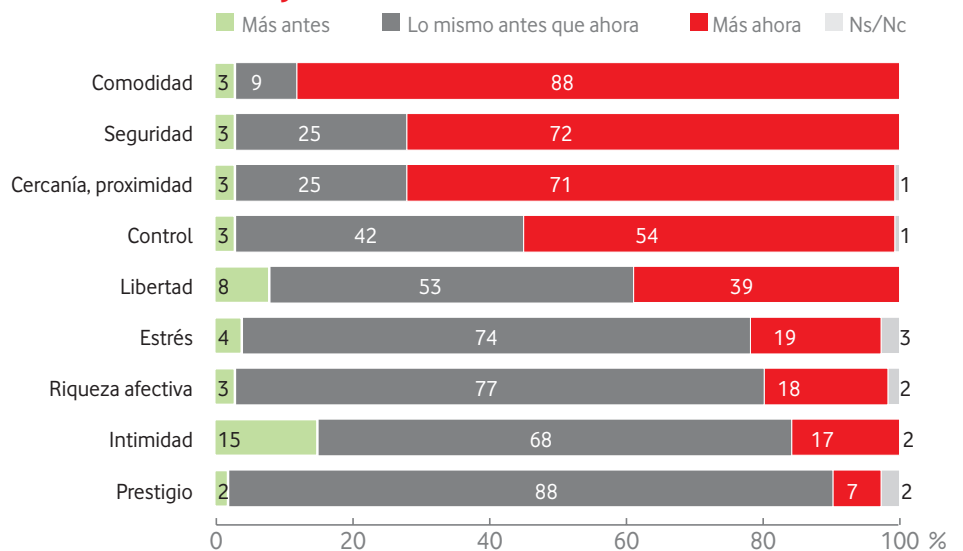
consolidación de las ya existentes, como para la adopción temprana de las tecnologías anticipativas.

Desde Vodafone España, tratamos de favorecer y promover el acceso y uso de los servicios de la Sociedad de la Información, especialmente de los colectivos de discapacitados y otros grupos vulnerables, a través de:

- > La extensión de la infraestructura adecuada en cobertura y capacidad, como elemento posibilitador básico del acceso a los nuevos servicios.
- > La colaboración con los responsables públicos y la sociedad civil en el establecimiento de medidas, regulatorias o tarifarias, para favorecer la inclusión de los colectivos específicos en la nueva Sociedad de la Información.
- > El cumplimiento escrupuloso de las normas y estándares sobre accesibilidad y discapacidad en los servicios ofertados, así como la integración efectiva de la filosofía del "diseño para todos" en los procesos de desarrollo de productos y servicios.
- > La orientación de los programas y acciones de Responsabilidad Corporativa hacia la inclusión específica de los colectivos de discapacitados y otros grupos sociales vulnerables, de forma que contribuyan especialmente a la disminución de la "brecha digital".
- > La puesta a disposición de colectivos específicos de discapacitados, de las infraestructuras y terminales adecuados.
- > La promoción de la difusión de buenas prácticas y proyectos innovadores en relación con las TIC y la discapacidad.



Aspectos en los que más ha variado su vida con ayuda de la Telefonía Móvil



Según este gráfico, los aspectos en los que más ha variado la vida de los usuarios desde que han adquirido el teléfono móvil han sido los relativos a comodidad (88%), seguridad (72%), cercanía y proximidad (71%), y control (54%).

Figura 7

Fuente: Informe de Millward Brown para la Fundación Vodafone España

7. Telefonía Móvil y Salud

Para Vodafone, la seguridad de nuestros clientes, público general y empleados es fundamental. Por ello, venimos realizando numerosas actuaciones para responder a la preocupación de una parte de la sociedad sobre los potenciales efectos de las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil en la salud, y estamos comprometidos en reducir dicha preocupación poniendo a disposición de nuestros Grupos de Interés información objetiva, y participando en un diálogo abierto y transparente.

El rápido crecimiento de la telefonía móvil ha proporcionado importantes beneficios personales, comerciales y sociales. Sin embargo, algunas personas están preocupadas por los posibles efectos de las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil (de estaciones base o de teléfonos móviles) en la salud.

Las emisiones radioeléctricas son generadas por una amplia gama de dispositivos, incluyendo teléfonos móviles, mandos a distancia de televisores, sistemas inalámbricos de alarmas de seguridad, etc.

La comunidad científica ha estado efectuando durante los últimos 60 años un seguimiento de la situación para comprobar si la exposición a los campos de radiofrecuencia de diferentes frecuencias tiene algún efecto en la salud humana.

En Vodafone España no se realizan actividades de investigación de este tipo ya que son realizadas y coordinadas a nivel Grupo Vodafone.

El amplio uso de la telefonía móvil ha provocado un interés científico especial y se ha llevado a cabo una intensa investigación sobre los potenciales efectos en la salud de la exposición a diversos rangos del espectro de frecuencias, teniendo en cuenta, además, que la potencia de emisión de las estaciones base es mucho más baja que las de otras fuentes de emisión, como por ejemplo la radio o la televisión.

Así, la inversión total en el mundo relativa a las investigaciones científicas sobre los posibles efectos de las emisiones radioeléctricas en la salud ha sido de 250 millones de dólares.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) concluye que del análisis de los estudios científicos realizados por organizaciones de prestigio, cubriendo todo el rango de frecuencias de 0-300 GHz, no se demuestra 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 (1998). Igualmente, la OMS concluye que los síntomas atribuidos a la hipersensibilidad a las emisiones radioeléctricas no pueden ser asociados de forma científica a la exposición a campos electromagnéticos.

La posición y políticas de Vodafone en este asunto se basan en los estudios de grupos expertos realizados bajo los auspicios de agencias nacionales o internacionales de la salud, tales como la OMS o el grupo de expertos del Ministerio de Sanidad y Consumo.

Por otra parte, es preciso destacar que el despliegue de las infraestructuras de telefonía móvil se está haciendo en España con tres ámbitos de garantías:

- El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que regula el marco de normas y recomendaciones, de acuerdo con los informes científicos y técnicos de ámbito nacional e internacional; y que efectúa mediciones.
- Los suministradores que aplican las normas e instalan equipos homologados.
- El cumplimiento escrupuloso por Vodafone España de esas normas y el empleo de los equipos previamente homologados. Las emisiones de estos equipos son posteriormente comprobadas y medidas periódicamente por inspectores profesionales titulados e independientes, mediante proyectos que son visados por el Colegio de Ingenieros Superiores de Telecomunicaciones. Además cada estación es inspeccionada por técnicos de la Dirección General de Telecomunicaciones.

Cumplimiento de la legislación

Vodafone España cumple con la normativa vigente relativa a Emisiones Electromagnéticas:

- Real Decreto 1066/2001, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento que establece condiciones de protección del dominio público radioeléctrico, restricciones

Los teléfonos móviles funcionan con los mismos principios que la televisión y la radio, empleando emisiones radioeléctricas para comunicar información. La telefonía móvil requiere una red de estaciones base para conectar las llamadas de los teléfonos de los clientes. La potencia de emisión de los teléfonos móviles se ajusta automáticamente al mínimo necesario para comunicarse con las estaciones base, de forma que cuanto más cerca esté la estación base, menor es la potencia que emite el teléfono.



Tanto los terminales móviles que vendemos, como las estaciones base de nuestra red, cumplen con las normas nacionales e internacionales relativas a la exposición humana a campos electromagnéticos.

7. Telefonía Móvil y Salud

a las emisiones radioeléctricas y medidas de protección sanitaria frente a emisiones radioeléctricas. Este Real Decreto recoge los criterios de la Recomendación del Consejo de Ministros de Sanidad de la Unión Europea, de 12 de julio de 1999, relativa a la exposición del público en general a campos electromagnéticos.

- > 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.

A qué nos comprometimos

- > Continuar la involucración con el público general, clientes, creadores de opinión, administraciones y empleados, sobre los aspectos relativos a la telefonía móvil y salud.
- > Indicar en la página web, los niveles SAR (Tasa Específica de Absorción) de los diferentes tipos de terminales comercializados por Vodafone.

Qué hemos hecho

Con objeto de intentar disminuir la preocupación en este ámbito, Vodafone España viene desarrollando diversas actividades, englobadas en las siguientes categorías:

- > La involucración con las comunidades locales, como parte de nuestro proceso de Despliegue Responsable de Red (Ver cap. 8: "Despliegue Responsable de Red").
- > La difusión de información fácilmente entendible a través de diversos canales, incluyendo página web y folletos divulgativos, para que el público pueda formar opiniones basadas en informaciones de expertos en salud.
- > El compromiso de informar a clientes y público general sobre nuevas conclusiones relevantes de investigaciones científicas publicadas por expertos.

En el año fiscal 2005-06, Vodafone España ha continuado mejorando las comunicaciones con un amplio rango de Grupos de Interés, incluyendo clientes, público general, empleados, Administraciones (a nivel nacional, autonómico y local), creadores de opinión, autoridades sanitarias, etc. A través de estas comunicaciones les hemos proporcionado información actualizada, consistente y relevante sobre los desarrollos en las investigaciones relativas a la telefonía móvil y la salud.

Análogamente, hemos llevado a cabo encuestas a los Grupos de Interés para determinar los niveles de preocupación y las razones que la sustentan.

Campañas de Comunicación

Las campañas de comunicación se han centrado en proporcionar información objetiva sobre el tema, llevándose a cabo, entre otros, los siguientes tipos de actuaciones:

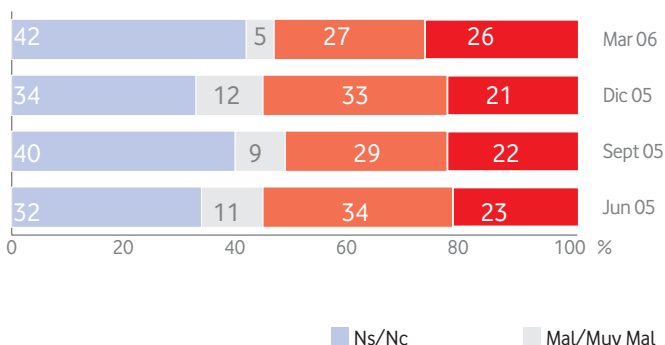
- > Jornadas dirigidas al público en general donde han participado expertos sanitarios.
- > Reuniones con representantes de las diferentes Administraciones.
- > Reuniones y jornadas con Asociaciones de Consumidores.
- > Reuniones con la Comisión Sectorial para el Despliegue de Infraestructuras de Radiocomunicación, constituida por el Ministerio de Industria el 15 de julio de 2004, donde están representadas todas las Comunidades Autónomas, los ayuntamientos (a través de la FEMP), el sector de las telecomunicaciones a través de los Colegios Profesionales de Ingenieros de Telecomunicación y AETIC, y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Por lo que respecta a las campañas de comunicación internas, en el año 2005-06, Vodafone España se ha centrado en aumentar el nivel de información y conocimiento sobre este ámbito en los empleados en contacto directo con clientes y en el personal directivo.

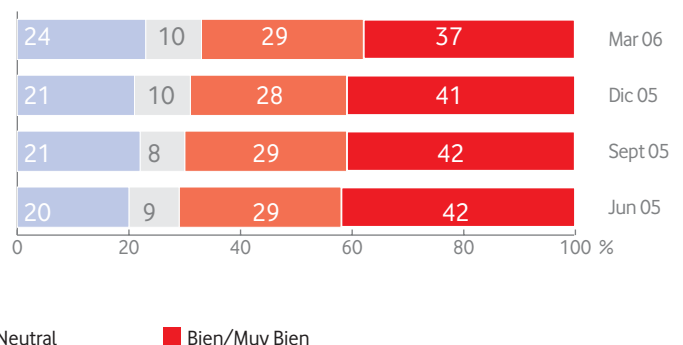
"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?"

Comunicación sobre quejas ligadas a salud y emisiones radioeléctricas de antenas de telefonía móvil y teléfonos móviles.

Público General



Clientes



Opinión de los Grupos de Interés

Vodafone encarga encuestas independientes anuales y trimestrales, dirigidas al público general y a clientes para conocer la opinión de estos Grupos de Interés con relación a su nivel de preocupación y a nuestras actuaciones relativas a la Comunicación en temas de Telefonía Móvil y Salud.

De estas encuestas realizadas por MORI se deduce que:

- > Las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil, y su potencial relación con la salud es un tema sensible, pero no es una de las preocupaciones sanitarias prioritarias del público en general: está situado en el puesto 11-12 de los temas citados por los encuestados. (ver figura 1).
- > El principal desencadenante de la preocupación del público general es información que han oído o leído sobre los potenciales efectos en la salud (76% de los que opinan que están preocupados).
- > El conocimiento sobre el tema es muy limitado: el 30% cree que los teléfonos móviles pueden funcionar sin una estación base cercana. (ver figura 2).
- > Un porcentaje significativo de los encuestados cree que el sector está ocultando información, y un 17 % desearían que su operadora fuera proactiva a la hora de suministrar información.

Respecto a este último punto, Vodafone España realiza trimestralmente encuestas a nuestros clientes y público en general sobre nuestras acciones de comunicación relacionadas con las emisiones radioeléctricas de telefonía móvil, observándose que los clientes tienen una opinión mucho más positiva que el público en general (ver gráfico página 20).

Acuerdos con Municipios

Durante el ejercicio fiscal 2005-06, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España (AETIC) firmaron un acuerdo de colaboración para la creación de un Código de Buenas Prácticas sobre los criterios que deben regir el despliegue de antenas de telefonía móvil.

Por otra parte, la FEMP y las operadoras de telefonía móvil también suscribieron un acuerdo para crear dentro de la FEMP un Servicio de Asesoramiento Técnico e Información (SATI) a los Ayuntamientos, al objeto de mejorar la capacidad de éstos para gestionar las actividades relacionadas con el despliegue de estaciones base y la regulación local sobre antenas.

Niveles SAR

Cuando una persona está expuesta a un campo de radiofrecuencia, éste penetra unos centímetros en su cuerpo y es absorbido en forma de calor. Esta tasa específica de absorción es lo que se llama SAR (Specific Absorption Rate).

La Comisión Internacional para la Protección contra las Radiaciones No Ionizantes (ICNIRP) ha establecido unos niveles de SAR para los teléfonos móviles (medidos en vatios por Kg), estableciendo un máximo de 2 vatios por Kg. Todos los teléfonos móviles comercializados por Vodafone cumplen con los límites del ICNIRP, de forma que tienen unos valores máximos de SAR de entre 0,24 y 1,05 vatios por Kg en la prueba de cabeza y de 0,25-1,94 vatios por Kg en la prueba de cuerpo.

En la página web de Vodafone España se referencian los niveles SAR de los teléfonos móviles comercializados. Por otra parte, también se incluyen unas Guías, coherentes con los consejos de la OMS, para aquellos clientes que desean reducir la exposición a las emisiones radioeléctricas de sus teléfonos móviles.

Más información en:
www.vodafone.es/antenasysalud
www.who.int/peh-emf/research/en
www.who.int/mediacentre/factsheets/fs296/en

Qué haremos

Establecer objetivos respecto a la opinión de los Grupos de Interés sobre el comportamiento de Vodafone en cuanto a Telefonía Móvil y Salud (marzo 2008).

"Antenas y Salud" ocupan un bajo lugar en la lista de preocupaciones sobre la salud

Preocupaciones sobre la salud
 (Temas más mencionados + Antenas y teléfonos)

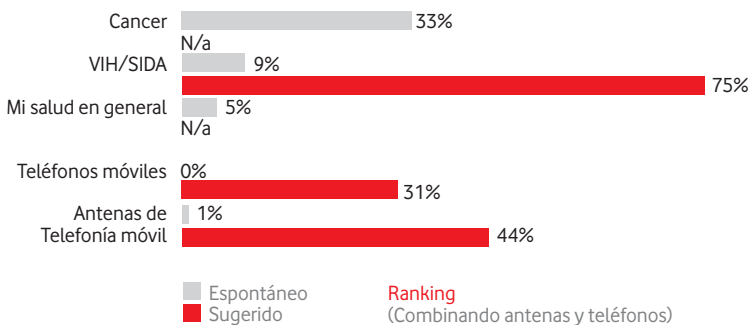


Figura 1

Ranking
 (Combinando antenas y teléfonos)
11º **12º**

30% del Público no entiende la necesidad de las antenas para el funcionamiento de la telefonía móvil

"Los teléfonos móviles pueden funcionar sin que exista una antena cerca de ellos"

"La calidad de la cobertura de la red se ve afectada por el número de antenas que tenga el operador"

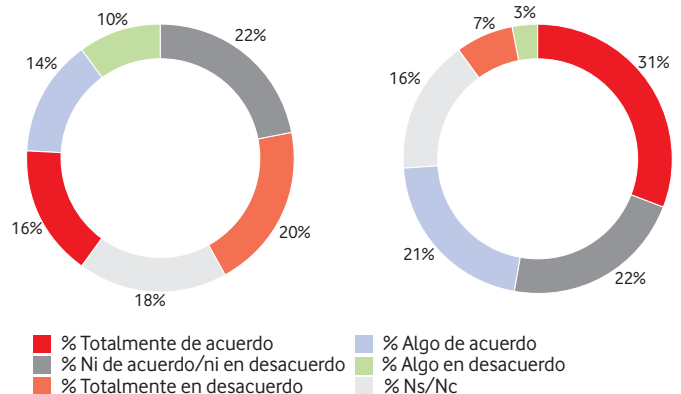


Figura 2

8. Despliegue Responsable de Red

Nuestros servicios de telefonía móvil se proporcionan por medio de una red de estaciones base que transmiten y reciben Voz y Datos. Somos conscientes de que en ocasiones el desarrollo de nuestra red puede generar preocupaciones a una parte de las comunidades del entorno de las estaciones. Por ese motivo, realizamos consultas con los Grupos de Interés locales y pretendemos minimizar dichas preocupaciones de la comunidad.

Vodafone España invierte continuamente en el desarrollo de su red para mejorar su cobertura y capacidad para nuestros clientes y para garantizar el acceso a las nuevas tecnologías, tales como UMTS. En un primer nivel, la Red está constituida por un conjunto de estaciones base (cada una de las cuales contiene transmisores y receptores), una estructura soporte y una caseta que contiene los equipos de red. Cada estación base proporciona cobertura a un área específica, que puede variar de los 5 Km en campo abierto, a menos de 100 metros en áreas muy edificadas o en el interior de los edificios.

La comunicación y las consultas con los Grupos de Interés locales juegan un papel importante a la hora de seleccionar y alquilar emplazamientos para estaciones base.

La selección de un emplazamiento y el diseño de cada nueva estación base representa un reto, de forma tal que se debe lograr un equilibrio entre un amplio rango de consideraciones relativas al despliegue de red con el objeto de satisfacer tanto requisitos técnicos y comerciales, como preocupaciones de la comunidad en la que se ubica. Por ejemplo, las torres más altas pueden mejorar la cobertura para nuestros clientes, y al mismo tiempo pueden tener un mayor impacto visual. (Ver Cuadro 1)

Si bien la mayor parte del despliegue de estaciones base no genera controversia, cuando se produce el caso de preocupaciones ante estaciones base, escuchamos los puntos de vista de los implicados, tratando de adaptarnos a ellos, en la medida que sea posible, y proporcionando información o soluciones que den respuesta a dichas preocupaciones

Vodafone apuesta decididamente por un despliegue responsable, en el que el impacto visual y medioambiental se minimice en la medida de lo posible.



BTS en Hotel Meliá Tamarindos. Playa de San Agustín. Gran Canaria.

Qué hemos hecho

Política y Guías de Despliegue Responsable de Red

En este año fiscal 2005-06 se ha comunicado la Política de Despliegue Responsable de Red (DRR) a nuestros equipos de Implantación de Red y se han actualizado las Guías que la complementan, incorporando las aportaciones de dichos equipos. Las Guías describen las mejores prácticas y recomendaciones para cumplir con los objetivos de la Política de DRR en los siguientes apartados: cumplimiento legal, impacto medioambiental, emisiones radioeléctricas, planificación y selección de emplazamientos, comunicación y consultas, y relación con los propietarios.

Las Guías de DRR contienen ejemplos de mejores prácticas en cuanto a soluciones de diseño para reducir el impacto visual, incluyendo la utilización de estructuras existentes para colocar nuestras estaciones, la construcción de casetas pintadas o de materiales acordes con el entorno, etc.

Hemos establecido una serie de indicadores clave para medir nuestro comportamiento con relación a la Política y las Guías, sobre los que comenzaremos a informar a partir del ejercicio fiscal 2006-07.

En el ejercicio fiscal 2005-06 hemos encargado una encuesta a público general sobre telefonía móvil y salud (ver cap. 7: "Telefonía Móvil y Salud"), que incluía algunas cuestiones sobre preocupaciones relacionadas con el despliegue de estaciones base.

Los resultados de la encuesta han demostrado que, de aquéllos que son conocedores de la existencia de una estación base en su entorno,

Criterios para la selección de emplazamientos

Aspectos Técnicos

- > Buena Cobertura y Capacidad de Comunicación.
- > Construcción resistente y segura.
- > Despliegue Eficiente.
- > Visión Directa con otras estaciones por cuestiones de transmisión.
- > Fácil acceso y mantenimiento.
- > Suministro eléctrico.

Preocupaciones de la Comunidad

- > Cumplimiento niveles Emisión Radioeléctrica.
- > Impacto Visual en el paisaje.
- > Cumplimiento de normativas de planificación urbanística.
- > Acceso a la Información y Consultas.

Cuadro 1

Reacciones al emplazamiento de una antena en el vecindario (sobre clientes residenciales conscientes de antenas en su vecindario - espontáneo)

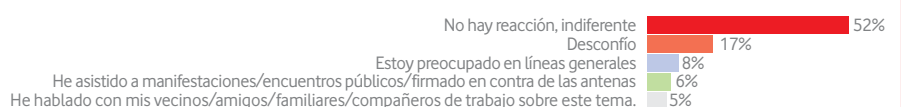


Figura 1

la mayor parte(52%) era indiferente con relación a la misma, una minoría consideraba que no podía influir en dónde se colocaba la estación, y un porcentaje muy reducido había realizado algún tipo de queja sobre la ubicación de la estación. (1)

Objetivos de despliegue

Durante el año fiscal 2005-06 Vodafone España ha cumplido el 100% de sus objetivos de despliegue, al lograr la instalación de unas 2.900 nuevas estaciones base, de las que casi el 70% disfrutaban de tecnología UMTS. De esta forma, Vodafone España dispone de una extensa red de más de 14.000 elementos de red, lo que garantiza una cobertura y capacidad de comunicación de excelente calidad.

Estos objetivos de despliegue de infraestructuras de red han supuesto una inversión de 587,1 millones de € en el año fiscal 2005-06.

Usos compartidos

En el año fiscal 2005-06 hemos continuado fomentando el uso conjunto de infraestructuras con otros operadores. Así este año hemos desplegado cerca de 200 nuevas estaciones en infraestructura ajena, mientras que otros operadores han usado más de 100 estructuras de Vodafone España. Como novedad, en este ejercicio se ha iniciado el uso compartido de azoteas con otros operadores, contribuyendo de manera eficaz a la reducción del impacto visual en entornos urbanos.(2)

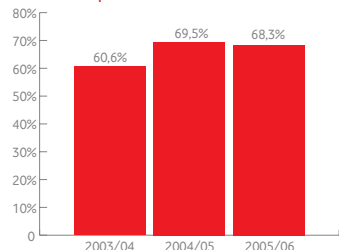
Con las actuaciones de uso compartido, se han generado menos residuos durante la construcción y se han consumido menos recursos y energía. Al mismo tiempo, es preciso tener en cuenta que en algunos casos el uso compartido de emplazamientos puede causar un ligero mayor impacto visual que las estaciones base individuales, ya que normalmente necesitan estructuras más altas y robustas para alojar las antenas adicionales.

Cumplimiento legal y actuaciones relativas a Emisiones Radioeléctricas

Vodafone España cumple con la normativa sectorial de telecomunicaciones que afecta al despliegue de red, esto es, la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

Con relación a la normativa autonómica y local existente que afecta al despliegue de red (Ordenanzas municipales reguladoras

%BTS Compartidas o en Infraestructuras Existentes



Más información en:
www.vodafone.es/comunidades

Figura 2

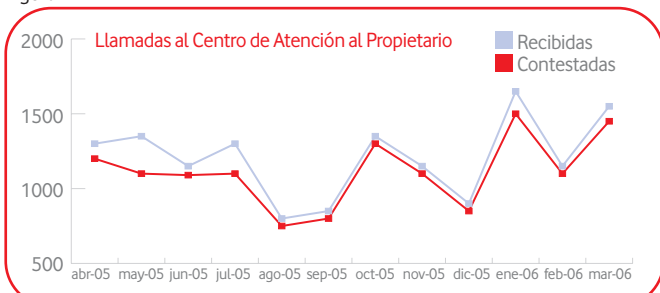


Figura 3

de la instalación de antenas de telefonía móvil), existe en España una controversia jurídica que afecta a las operadoras de telefonía móvil, en relación a su legalidad. En este sentido, el cumplimiento de la normativa autonómica y local se realiza en algunas ocasiones en los términos que resultan de las decisiones judiciales que los Tribunales adoptan. En este sentido, no se ha producido ninguna sanción ni multa firme por importe significativo relacionado con incumplimiento de normativa.

Por otra parte, Vodafone España ha realizado con éxito la certificación anual de sus elementos de red, proceso que requiere la realización de una extensa campaña de mediciones de la red de estaciones base, con objeto de constatar el nivel de emisiones radioeléctricas. El resultado ha acreditado, una vez más, que la totalidad de las estaciones de Vodafone España emiten a unos niveles de emisiones radioeléctricas notablemente por debajo de los límites permitidos por la normativa vigente.

Todas las estaciones base de Vodafone España cumplen la legislación estatal sobre emisiones radioeléctricas, y sus emisiones normalmente están entre 1/50 y 1/1000 de los límites de la legislación, dependiendo de la cantidad de tráfico en la red y de si la estación se encuentra en una zona urbana de alta densidad de población o en una zona rural. (Ver Cap. 7: "Telefonía Móvil y Salud").

Compromisos con Grupos de Interés

Por otra parte, Vodafone España ha firmado, a través de la Asociación del sector (AETIC) con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) un Código de Buenas Prácticas mediante el cual se compromete a desplegar su red buscando siempre la máxima integración con el entorno, actuando con transparencia suministrando el máximo de información a los ciudadanos y a las administraciones públicas, y compartiendo, en la medida de lo posible, sus estaciones con otros operadores de telefonía móvil. (Ver Cap. 7: "Telefonía Móvil y Salud").

Asimismo, hemos participado activamente en los seminarios de formación para Ayuntamientos que han tenido lugar en diversos municipios de España, con el objetivo de explicar a los correspondientes técnicos el funcionamiento de una red de telefonía móvil y la seguridad de la misma.

Gestión de Propietarios de Emplazamientos

Durante el año fiscal 2005-06 se ha consolidado el Centro de Atención al Propietario, un servicio de Vodafone España para facilitar la comunicación entre la compañía y los propietarios de emplazamientos de estaciones base. Durante el ejercicio fiscal 2005-06 hemos recibido casi 14.500 llamadas de propietarios, y se han atendido con un nivel de servicio (% de llamadas contestadas antes de 30 segundos) por encima del 80%. Es destacable que más del 50% de las consultas o solicitudes quedaron resueltas en la primera llamada. Además, se han generado 6.204 incidencias que fueron resueltas por nuestros técnicos. En ocasiones ha sido necesario subsanar algunas deficiencias, por lo que las contrataciones de Implantación de Red han realizado 400 actuaciones. (3)

Qué haremos

Establecer objetivos respecto a la opinión de los Grupos de Interés sobre el comportamiento de Vodafone España en los temas de Despliegue Responsable de Red.

9. Responsabilidad Corporativa y Clientes

En Vodafone somos conscientes de que para generar confianza entre nuestros clientes es fundamental comunicarse con ellos de una forma honesta, tanto en el material de marketing e información de productos, como en las tarifas y facturas.

Vodafone España valora su reputación a largo plazo con clientes y por ello actúa permanentemente para lograr y mantener su confianza y fidelidad. En este sentido, hemos identificado varios temas clave para mantener la confianza de nuestros clientes, tales como: la responsabilidad de nuestros anuncios y del material de marketing, cómo gestionamos la privacidad de la información y datos personales de nuestros clientes, o la claridad de nuestras tarifas.

Para lograr estos objetivos es necesario que las comunicaciones con nuestros clientes y con nuestros potenciales clientes sea siempre clara, transparente y precisa.

En Junio 2005, Vodafone España recibió el premio TopBrands, organizado por The Brand Council, por "**Desarrollar un Marketing Excepcional**". The Brand Council, autoridad independiente sobre temas de marcas, fue creado en 1995 en el Reino Unido para promover la disciplina de Marca y rendir homenaje a las marcas excepcionales en cada país.

A qué nos comprometimos

- > Desarrollar una campaña de comunicación a clientes sobre aspectos relevantes de Marketing Responsable.
- > Implantar Plan de Formación en Marketing Responsable.

Qué hemos hecho

Programa de Marketing Responsable

Para Vodafone España, Marketing Responsable (MR) significa asegurarse de que todas sus comunicaciones son legales, dignas, precisas, honestas y veraces. Esto implica ser sensible con todos los sectores de la sociedad, incluyendo mujeres, niños, ancianos y minorías.

En Vodafone estamos convencidos de que el Marketing Responsable ayuda a captar y fidelizar clientes, porque los consumidores valoran cada vez más a aquellas compañías que se preocupan tanto por los productos y servicios que ofrecen, como por la publicidad que hacen de ellos.

Durante el ejercicio fiscal 2005-06, Vodafone España ha continuado implantando la Guía de Marketing Responsable que desarrolló en el 2003-04, y que contempla el cumplimiento de unos principios básicos:

- > Información comprensible, justa, honesta y exacta.
- > Respeto a todas las personas y grupos.
- > No utilización de estereotipos.

Como complemento al plan de comunicación, sobre la Guía de MR realizada en el ejercicio 2004-05 (externa a las agencias de Marketing e interna a nuestro personal de Marketing), en el ejercicio 2005-06 se ha procedido a desarrollar un curso "on-line" sobre MR que se pondrá a disposición de todo el personal relacionado con las actividades de Marketing.

Por otra parte, Vodafone España ha continuado en este año fiscal con la realización de encuestas trimestrales a nuestros clientes y público general, con objeto de obtener su opinión sobre nuestras actividades de MR, observándose la alta consideración que tienen nuestros clientes sobre nuestras actuaciones en esta área (ver figura 1).

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

Publicitar sus productos y servicios de una forma responsable.

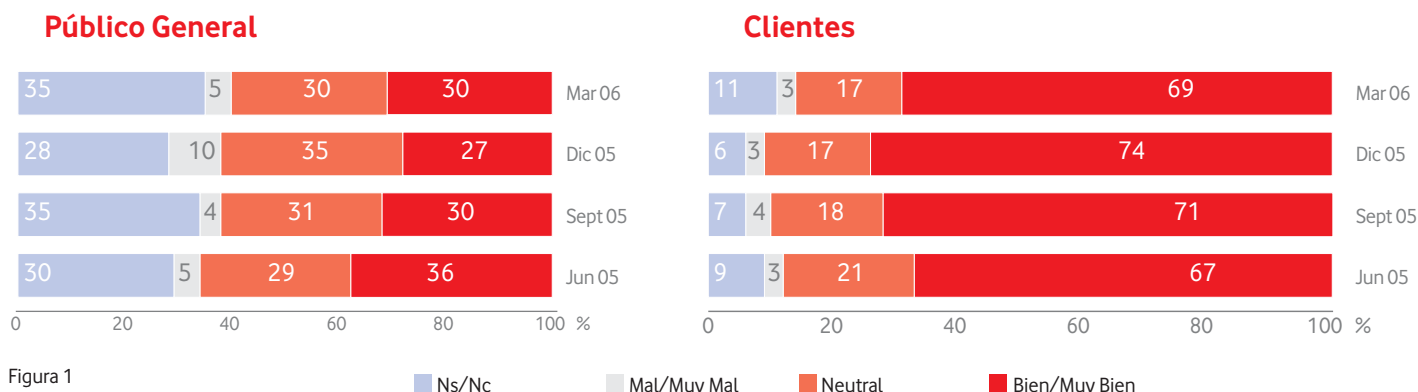


Figura 1

■ Ns/Nc ■ Mal/Muy Mal ■ Neutral ■ Bien/Muy Bien

Cumplimiento de Códigos de Publicidad y Marketing

En el ejercicio de su actividad comercial Vodafone España cumple con todas las normas de carácter general que pueden afectar a la actividad publicitaria (Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios; Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, etc.), velando por la protección del consumidor, así como por los valores y derechos reconocidos en la Constitución.

Todos los departamentos implicados en la creación y diseño de las campañas publicitarias vigilan cuidadosamente no incurrir en publicidad engañosa, desleal, subliminal o en cualesquiera otros aspectos que infrinjan la normativa vigente.

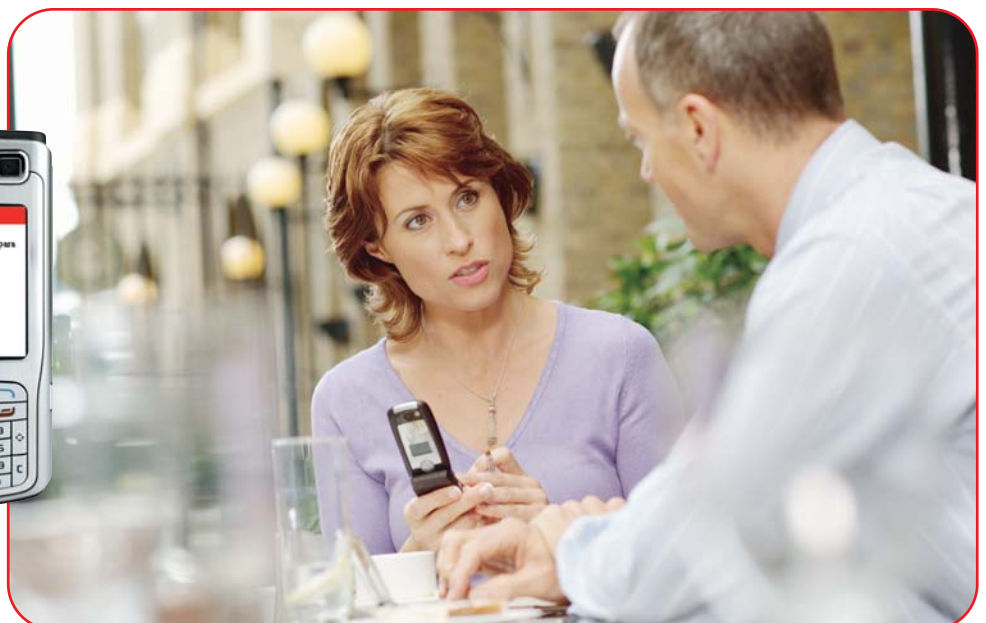
En este sentido, Vodafone España utiliza los instrumentos necesarios para informar al consumidor, informando positivamente de las características de cada campaña.

Protección de Datos de Clientes

Vodafone España maneja información confidencial de millones de clientes y estamos firmemente comprometidos con el cumplimiento de la legislación nacional sobre protección de datos de carácter personal.

La forma en que gestionamos esta información es una parte fundamental de la responsabilidad general hacia nuestros clientes. Además, en noviembre de 2005 Vodafone adoptó una Política de Privacidad que afecta a la recogida, almacenamiento y uso de la información confidencial de nuestros clientes, prohibiendo el comercio de este tipo de información.

En los casos de solicitud de colaboración, bajo requerimiento legal por parte de autoridades, gestionamos esta obligación con la debida consideración para los diversos intereses.



Contenidos

Los servicios que ofrece la telefonía móvil representan un gran avance tecnológico y enriquecen nuestras posibilidades de comunicación, incluyendo mensajes multimedia, descargas de imágenes y de vídeos, juegos y acceso a internet.

Al mismo tiempo, dichos servicios pueden originar nuevas preocupaciones y así, a través de diversos canales de comunicación con clientes (ver cap. 3: "comunicación con nuestros Grupos de Interés"), éstos han expresado su preocupación sobre diversos temas relacionados con contenidos en el móvil: contenidos violentos o para adultos, servicios de chat, servicios basados en localización, "spam", etc.

Nuestro objetivo es conseguir que nuestros clientes estén satisfechos con nuestros servicios y con los controles sobre su uso; esta es la razón por la que adoptamos diversas prácticas sobre el control de contenidos.

Contenidos violentos o para adultos

Nuestros clientes pueden acceder a servicios de información y realizar descargas de contenidos en sus teléfonos móviles a través de nuestro portal Vodafone live!. Los padres están especialmente preocupados sobre la posibilidad de que sus hijos puedan acceder a contenidos inadecuados y desean que los operadores de telefonía móvil proporcionen los pertinentes controles.

Vodafone España ha continuado desarrollando sistemas de control de acceso a contenidos que permiten proteger a los menores del acceso a contenidos inadecuados para ellos. Así, disponemos de los siguientes controles de acceso en función de la clasificación del contenido al que se pretenda acceder:

- > **Contenidos aptos para todos los públicos:** están disponibles por defecto para todos los usuarios. No existe ningún mecanismo de control de acceso para estos contenidos.
- > **Contenidos no recomendados para menores de 18 años:** disponibles para todos los usuarios por defecto, pero que Vodafone España ha considerado susceptibles de control

9. Responsabilidad Corporativa y Clientes

parental. Si un cliente lo desea podrá desactivar el acceso a estos contenidos para sí mismo o para los menores a su cargo.

- > **Contenidos no aptos para menores de 18 años:** contenidos desarrollados específicamente para el mercado de adultos. Están bloqueados para todos los usuarios por defecto, y requieren de un código especial (PIN adulto) para acceder a los mismos. Este PIN adulto se proporciona a nuestros clientes, previa verificación de su mayoría de edad.

Para el año fiscal 2006-07, Vodafone España está preparando la ampliación de estos sistemas de control a todo el entorno de navegación "off-net", es decir, fuera del portal Vodafone live!.

Chat Wap y Chat SMS

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

Ambos tipos de Chat están controlados en el portal Vodafone live! por herramientas automáticas que bloquean la publicación de mensajes que contienen determinadas palabras previamente establecidas por Vodafone España, y además están controlados por moderadores que supervisan los mensajes que se difunden en sus salas. Ambas herramientas pretenden evitar que se publiquen mensajes inadecuados según la normativa establecida por Vodafone España.

El objetivo para el año fiscal 2006-07, es ampliar los actuales controles de acceso a este tipo de servicios, de forma que, el Chat general y "moderado" estará sujeto a control parental, y aquellos padres que lo deseen podrán desactivar el acceso a este servicio para sus hijos o los menores a su cargo. Por otro lado, existirán chats específicamente para adultos, para los que será necesario disponer del PIN adulto si se quiere acceder a estos servicios.

"Spam"

El "spam" (comunicaciones comerciales electrónicas no solicitadas por el destinatario) es causa de molestias para los usuarios de la telefonía móvil, ya que terceras partes pueden usar nuestra red para enviar mensajes de publicidad a nuestros clientes, siendo especialmente sensibles los mensajes enviados a nuestros clientes para suscribirse a servicios "Premium".

Por este motivo, hemos desarrollado una Política Anti-Spam y estamos abordando el "spam" en los dos extremos del proceso:

- > Comprobando comportamientos de envíos extraordinariamente altos y desconectando al remitente.
- > Proporcionando filtros de "spam" para que nuestros clientes puedan evitar mensajes no solicitados.

Actualmente Vodafone España ha desarrollado un conjunto de iniciativas que permiten bloquear el "spam" y Virus en el servicio Vodafone Mail. Esta iniciativa consiste en una serie de filtros para la detección de correos que contengan "spam", y si algún mail es detectado como tal es eliminado directamente.

Por otra parte, cada cliente tiene potestad para definir qué direcciones de su agenda deben ser clasificadas como emisoras de "spam", y pasarlas a una lista para bloquear la recepción de correo desde esas direcciones.

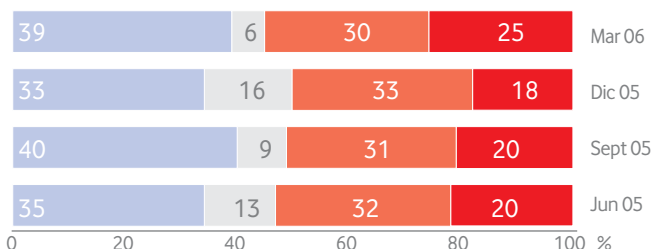
Adicionalmente a nuestra Política Anti-Spam, el Grupo Vodafone ha participado en el desarrollo del Código de Práctica de la Asociación del Sector de la Telefonía Móvil (GSMA). Este Código ha sido publicado en Febrero 2006 y compromete a los operadores de red a trabajar conjuntamente para investigar los casos de "spam" a través del móvil y adoptar acciones cuando sea necesario.

Para el ejercicio fiscal 2006-07, con la apertura del mundo "off-net" para los clientes, Vodafone España desarrollará una serie de sistemas de seguridad para proteger contra los Virus y "spam", a los clientes que naveguen a través del móvil fuera del entorno Vodafone live!

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

Ayudar a prevenir que los niños tengan acceso a contenidos inadecuados (para adultos) en los teléfonos móviles.

Público General



Clientes

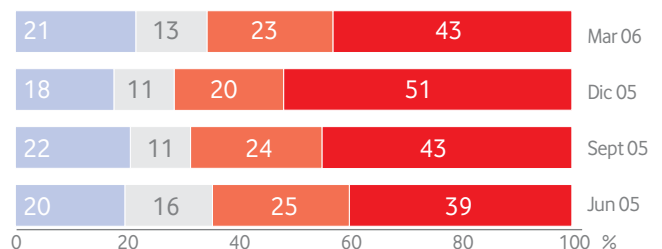


Figura 2

■ Ns/Nc ■ Mal/Muy Mal ■ Neutral ■ Bien/Muy Bien

SMS Premium

Nuestros clientes se pueden suscribir a servicios proporcionados por terceros a través de su cuenta Vodafone (por ejemplo, recibir mensajes de texto sobre noticias, o cada vez que su equipo de fútbol marque un gol). Sin embargo, hemos recibido algunas quejas sobre servicios de suscripción confusos en los que a nuestros clientes no se les había hecho saber que habían entrado en un contrato de suscripción, no sabiendo cómo cancelar estos servicios. Hay que tener en cuenta que en buena parte de estos casos el problema radica en anuncios en medios de comunicación, sobre los que Vodafone España no tiene ningún tipo de control.

Vodafone ha desarrollado en el año fiscal 2005-06 una guía en la que se dan las pautas para requerir que los proveedores de estos servicios realicen anuncios claros, y que envíen un texto de confirmación de clientes cuando se suscriben, explicando los cargos aplicables e indicando de forma clara cómo darse de baja.

Servicios de Localización

Los servicios de localización identifican la ubicación de un teléfono móvil para proporcionar información local bajo petición y permite la localización de clientes.

Vodafone desarrolló una Política sobre Servicios de Localización en el ejercicio fiscal 2004-05 para proteger la privacidad de la información de los clientes y asegurar que los servicios de localización no pueden ser empleados sin su previo consentimiento. En el año fiscal 2005-06 hemos puesto en marcha un cuestionario de autoevaluación para evaluar el cumplimiento de dicha Política.

Los usuarios de este tipo de servicios pueden solicitar su inscripción en distintos tipos listas, de forma tal que, en función de la lista en la que se encuentre el usuario, la mecánica de los servicios de localización será diferente:

- > Lista Blanca: el usuario admite ser localizado por defecto.
- > Lista Gris: el usuario autoriza ser localizado para un determinado servicio.
- > Lista Negra: el usuario nunca autoriza ser localizado.

Como resultado de todas las actuaciones anteriores sobre contenidos, los clientes de Vodafone España tienen una opinión muy positiva sobre nuestras actividades en este ámbito (ver figura 2, página 26).

Gestión de Derechos Digitales

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

Atención al Cliente

Vodafone España es una compañía que tiene como objetivo prioritario la satisfacción de nuestros Clientes. La base sobre la que se fundamenta nuestra política de satisfacción es el enfoque en el Servicio de Atención al Cliente.

El Servicio de Atención al Cliente es un servicio fundamental y crítico en la actividad de una Operadora de Telecomunicaciones. A través de él, el cliente puede llevar a cabo diferentes procesos (ver figura 3):

- > Solicitar información.
- > Comprar/ Activar un servicio.
- > Uso del servicio (información, facturación...).
- > Solicitudes de Bajas y Recuperaciones.
- > Gestión de Incidencias.

Calidad de Servicio

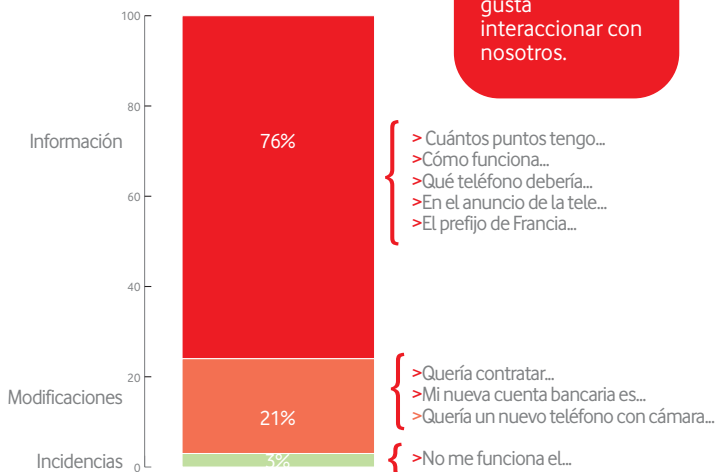
En el informe "Las Telecomunicaciones en la Empresa 2005" elaborado por el Grupo Penteo, se recogen datos de una investigación de mercado realizada en las empresas españolas. Según este estudio, el principal criterio de las empresas a la hora de elegir su operadora de comunicaciones es la Calidad de Servicio.

El concepto de Atención al Cliente ha evolucionado

Ventanilla tradicional	Información	Atención al Cliente Profesional
...de vuelva usted mañana	Buenos días...	Buenos días señor García...
...o vaya a la otra ventanilla	...disculpe usted	...cuál es el motivo de su llamada...
...con un cartel de estoy tomando un café..	...pero no me es posible ayudarte	...quiere que le ampliemos la información vía e-mail o fax.
...que depende de la buena voluntad del empleado concreto	...pues no dispongo de información	...estará activo mañana... ...le comunico que su petición ha sido resuelta.

Servicio de Atención al Cliente

¿Qué quieren los clientes?



No es un servicio de reclamaciones: a los clientes les gusta interactuar con nosotros.



Figura 3

9. Responsabilidad Corporativa y Clientes

Así lo señalaron el 75% de las empresas encuestadas. En segundo lugar se sitúa el soporte y el mantenimiento (69%), y en tercero el precio (45%).

En este informe, Vodafone España es la operadora móvil mejor valorada (7,2). Vodafone España obtiene la mejor valoración en atención comercial, integración, soporte técnico, tarifas y tecnologías disponibles.

En Vodafone España consideramos incidencia todo aquello que se encuentra fuera de la definición de Solicitud Información, o de la solicitud de modificación y/o activación de un servicio (ver figura 4).

Involucración con Asociaciones de Consumidores

Al igual que en años anteriores, hemos venido desarrollando acciones con asociaciones de consumidores de representación nacional, encaminadas a mantener una comunicación constante que nos permita en todo momento conocer qué es lo que interesa y preocupa a los consumidores. Por ello, este año hemos centrado principalmente nuestras actividades en dos áreas:

- > Por un lado, hemos continuado con jornadas informativas relativas a Telefonía Móvil y Salud con la doble finalidad de divulgación e información sobre el funcionamiento de las telecomunicaciones móviles y la necesidad de estaciones base.
- > Por otra parte, hemos iniciado reuniones trimestrales con objeto de tener una información y un conocimiento más cercano en el tiempo ante las expectativas e incidencias que respecto a los productos y servicios de Vodafone España tienen sus asociados.

Otro objetivo de estas reuniones es informar a las asociaciones de consumidores de los cambios de tarifas o servicios, con anterioridad a que éstos se produzcan y una vez que han sido autorizados. De esta forma, conseguimos que las asociaciones estén informadas y puedan dar mejor servicio a sus asociados ante cualquier incidencia que pudiera producirse por este hecho. En estas reuniones Vodafone España obtiene información de gran

valor que le permite mejorar aquellos aspectos que puedan estar originando incidencias, bien de interpretación, facturación, o de cualquier otro tipo.

Otra actividad llevada a cabo también con Asociaciones de Consumidores ha sido la divulgación de los folletos de Marketing Responsable entre sus asociados, como por ejemplo con el relativo al Uso Responsable del Móvil.

Robos de Teléfonos Móviles

Para combatir el robo de teléfonos móviles, desde mayo de 2003 está en funcionamiento en España el sistema de bloqueo de terminales robados.

Una vez el cliente comunica a su operador el robo de su terminal, éste queda bloqueado en las 3 redes de telefonía móvil españolas mediante el uso del IMEI (International Mobile Equipment Identity), número que identifica el terminal. En la actualidad están bloqueados más de 400.000 terminales por este motivo, que se pueden volver a utilizar si su respectivo legítimo propietario lo recupera.

Planes de Precios

Uno de los temas que se observa preocupan más a nuestros clientes y al público en general es la disponibilidad de unos sistemas de tarificación o estructuras de planes de precios claros y sencillos. Dentro de las actuaciones destacables del pasado año fiscal 2005-06 orientadas a proporcionar tarifas más sencillas, cabe destacar:

Tarificación por segundos

Con el lanzamiento de la Tarifa Vitamina, Vodafone ha sido el primer operador en España en introducir en el mercado la facturación por segundos desde el primer segundo como uno de los beneficios de esta nueva Tarifa, destinada a aquellos clientes que habitualmente realizan llamadas cortas. Este nuevo plan de precios amplía las opciones tarifarias que se ofrecen al cliente, dejando en sus manos la elección sobre la que más le interesa.

Total incidencias recibidas a través de organismos oficiales

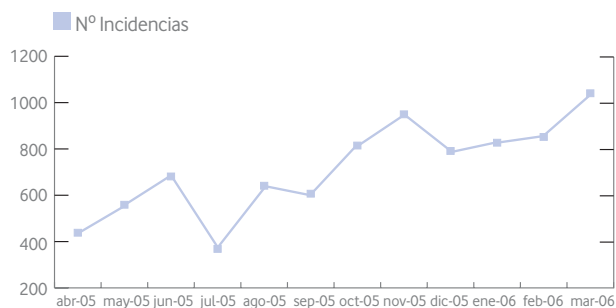


Figura 4

Opciones Tarifa Vitamina

- > Vitamina al segundo: factura por segundos desde el primer segundo
- > Vitamina minutos 60x1: habla 60 minutos y paga sólo el primero
- > Vitamina mensajes al 50%: todos los SMS a móviles nacionales se reducen a la mitad.
- > Vitamina 10 € gratis: saldo extra de 10 € si se alcanza un consumo mensual de 20€ en llamadas nacionales.

La vida es móvil. Móvil es Vodafone.

Tarifa Vitamina

Refuerza tu capacidad de comunicación en Tarjeta y Contrato.

Vodafone Passport

Algunos clientes están preocupados o confusos sobre los costes de las llamadas cuando viajan al extranjero. Por otra parte, el "Roaming" internacional también ha sido objeto de atención por parte de los reguladores, especialmente de la Unión Europea, que está proponiendo elaborar una regulación relativa a los costes de "Roaming" internacional.

En este marco, hemos lanzado Vodafone Passport, liderando la respuesta de nuestro sector a estas preocupaciones. Con este servicio, los clientes en "Roaming" (itinerancia) pueden realizar sus llamadas al coste de su tarifa nacional más una cuota de conexión. De esta forma, nuestros clientes se han beneficiado de reducciones significativas en los precios de "Roaming" internacional, así como de unos precios más claros y fáciles de entender.

Telefonía Móvil y Conducción

Los teléfonos móviles pueden proporcionar seguridad a conductores que viajan solos y mejorar la seguridad en carretera; por ejemplo, cuando son usados para informar a las autoridades sobre accidentes en la carretera. El uso del teléfono móvil mientras se conduce sólo debe ser realizado con un "kit" manos libres y tratando de que el tiempo de uso en la conducción sea el mínimo posible, ya que puede ser peligroso por la distracción que genera.

En cualquier caso, la forma más segura de usar un móvil en un coche es retirarse de la carretera y parar el vehículo antes de realizar o contestar a la llamada.

Aunque Vodafone España no puede asegurar que todos los conductores se comporten de forma segura, pretendemos aumentar la concienciación sobre la seguridad por medio de guías emitidas sobre telefonía móvil y conducción dirigidas tanto a nuestros clientes como a nuestros empleados.

Cobertura y Calidad de Red

Uno de los aspectos o atributos que más influyen en el nivel de satisfacción de nuestros clientes es el nivel de cobertura y de calidad de red que ofrecemos. Por ello, efectuamos un seguimiento exhaustivo de la calidad de los servicios de Voz y

Datos, tanto en la red 2G como en la dual (2G-3G), además de Videotelefonía 3G o UMTS.

Con este objetivo, entre otras actuaciones, diariamente se realizan medidas en las principales ciudades y carreteras del territorio español, de forma que el análisis de todos estos datos nos permite detectar acciones de mejora para incrementar continuamente la calidad de nuestra red. Por ejemplo, el año fiscal 2005-06 se activó un sistema de codificación de voz que ha mejorado sensiblemente la calidad de voz percibida.

En nuestra página web ofrecemos información sobre la cobertura de nuestra red de telecomunicaciones.

Más información en:
www.vodafone.es/usoresponsable
www.sopORTE.vodafone.es
www.vodafone.es/tiendas

Qué haremos

- > Poner a disposición del personal aplicable un curso "on-line" sobre Marketing Responsable.
- > Definir un Plan de Comunicación a clientes en temas RC (contenidos, accesibilidad,...)
- > Ampliar los sistemas de control de acceso a contenidos en todo el entorno de navegación "off-net" (fuera de Vodafone Live!).
- > Chats sujetos a control parental.
- > Desarrollar sistemas para protección contra Virus y "Span" en todo el entorno de navegación "off-net" (fuera de Vodafone Live!).
- > Establecer sistema de control sobre altas y bajas, y sistema de restricciones para Servicios SMS Premium.

Vodafone Passport ha recibido el premio al "Mejor Producto o Servicio de Roaming" en el marco de los premios 2006 concedidos por la Asociación GSM a iniciativas diseñadas para proporcionar alto valor a clientes. Vodafone Passport fue galardonado por introducir una nueva estructura de precios de "Roaming", proporcionando simplicidad y valor para los clientes.



10. Fundación Vodafone España

Durante el ejercicio fiscal 2005-06, la Fundación Vodafone España ha celebrado sus diez años de actividad renovando su compromiso de trabajar por el interés de la sociedad, a partir de las posibilidades que brindan las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

La Fundación Vodafone España tiene como objetivo fundacional acercar a la sociedad los nuevos avances de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.



Para desarrollar las distintas líneas de actuación cuenta con la colaboración de instituciones, universidades, asociaciones y administraciones públicas, así como con el apoyo continuo de Vodafone España, que aporta el 55% de los recursos dedicados a proyectos sociales y del Grupo Vodafone, a través de la Fundación del Grupo, que aporta el 41% de los recursos.

A qué nos comprometimos

Ampliar la colaboración con diversas entidades para el desarrollo de proyectos conjuntos que supongan beneficios sociales, mediante el uso de nuevos soportes tecnológicos.

Qué hemos hecho

Innovación: Proyectos Nacionales

Proyecto Airmed

En el ejercicio fiscal 2005-06 han concluido los trabajos del proyecto AIRMED en el área de cardiología (Airmed-Cardio) basados en la colaboración entre la asistencia sanitaria y las nuevas tecnologías. Este proyecto se ha realizado entre el Instituto de Salud Carlos III, el Ministerio de Sanidad, y la Fundación Vodafone España.

AIRMED Cardio se ha centrado en tres líneas:

- > Hipertensión arterial: trabajos de estabilización a domicilio y reducción de las dosis farmacológicas.

- > Insuficiencia cardíaca: estudios para mejorar el control y seguimiento clínico (reducción del número de visitas a los servicios de urgencias).
- > Anticoagulación oral: investigaciones dirigidas al cálculo automatizado del tratamiento semanal necesario para el paciente, mediante SMS entre él y su médico.

Teleasistencia Móvil – Fundación Tecsos

El Proyecto de Teleasistencia Móvil (TAM) puesto en marcha por la Fundación Vodafone España y Cruz Roja Española, con la creación de la Fundación TECSOS, ha continuado sus actividades en el ejercicio fiscal 2005-06. La Teleasistencia Móvil permite al usuario:

- > Tener conexión permanente con las Centrales de Atención de Alarmas de Cruz Roja.
- > Disponer de cobertura en cualquier ubicación con acceso a la telefonía móvil.
- > Estar localizado por sistema GPS y por la red de Vodafone España.
- > Apoyo inmediato a través de la telefonía móvil.
- > Movilización de los recursos propios del usuario (familiares, vecinos, etc.) y de los recursos necesarios que existen en la localidad.

En el ejercicio fiscal 2005-06 la TAM ha prestado ayuda específica al colectivo de mujeres víctimas de violencia doméstica, a partir del concurso oficial convocado por la Administración y con la cooperación de la F.E.M.P. (Federación Española de Municipios y Provincias), Cruz Roja resultó co-adjudicataria para prestar este servicio.

Proyecto HeadDev

La Fundación Vodafone España trabaja con la Fundación Integración Discapacidades Red en la incorporación del principio de "Accesibilidad Universal y Diseño para Todos". El proyecto HeadDev (Ratón Facial) comprende el desarrollo de un paquete software de acceso al ordenador para personas con discapacidades motrices severas.



Ya existe una primera versión basada en los dispositivos habituales de un ordenador personal, en la que se aplican las técnicas de visión por ordenador para poder sustituir el ratón del PC. Con ello, se permite interactuar completamente persona-ordenador sin utilizar manos, cables, sensores, etc.

Proyectos para personas sordas

La Fundación Vodafone España colabora con la Fundación CNSE en el proyecto DILSE III (Primer Diccionario Normativo de la Lengua de Signos Española). El proyecto, en el que también participa la Fundación ONCE, comprende la creación de una base de datos lexicográfica multimedia, que se ofrecerá en formato CD-Rom/DVD.

El Proyecto, además, engloba la elaboración de una Base de Datos Lexicográfica Multimedia de la Lengua de Signos Española, que permitirá el almacenamiento de todo el trabajo lexicográfico y ayudará a los trabajos de investigación y consultas; estará igualmente disponible en DVD y con accesos desde Internet y telefonía móvil.

Proyecto Seneca (SENilitat i Endarreriment mental a Catalunya)

La Fundación Vodafone colabora en este proyecto, puesto en marcha por el Servicio Catalán de Salud y la APPS (Federació Catalana pro Persones amb Retard Mental). Planteado como un estudio multidisciplinar sobre la incidencia del envejecimiento en las personas con discapacidad intelectual, el Proyecto SENECA tiene un carácter prospectivo de cinco años. Su objetivo es determinar las necesidades asistenciales y sociales, actuales y futuras, de las personas mayores de 40 años, que presenten retraso mental leve y moderado.

Innovación: Proyectos Europeos

MyHeart

El Proyecto MyHeart desarrolla una solución tecnológica que permite mejorar la calidad de vida de las personas con enfermedades cardiovasculares, gracias a la promoción de medidas que fomentan el estilo de vida preventivo, además de posibilitar el diagnóstico precoz.

Este Proyecto, integrado en el VI Programa Marco de I+D de la Unión Europea, se encuadra dentro de los proyectos de e-Salud. Tiene una duración de cuatro años (comenzó en 2004) y su Consorcio está formado por 33 instituciones de 11 países europeos, más la Clínica Mayo Rochester de EE.UU.

MyHeart comprende el uso de "dispositivos vestibles" ("wearable devices") inteligentes que permiten la monitorización de señales vitales y el envío de esta información para su valoración gracias al uso de los sistemas de comunicaciones móviles. El uso de prendas de vestir inteligentes que incorporan sensores para la monitorización de señales vitales ("Intelligent Biomedical Clothes"), permitirá realizar diagnósticos y terapias personalizadas de forma ubicua y bajo la supervisión de los profesionales sanitarios. El sistema incorpora además un protocolo que permite al usuario conocer su estado de salud, en cualquier momento y en cualquier lugar, y reducir la intervención de los especialistas sanitarios a los momentos críticos.

Tell-It ("Towards an Effective and Life Long training of people with special needs for help desk operations utilising ICT")

Desde el 1 de enero de 2003 al 31 de diciembre de 2005, Tell-It ha desarrollado un programa de formación multimedia, flexible y continuo, especialmente dirigido a usuarios con necesidades especiales. Su objetivo ha sido permitirles el acceso a una formación continua en su propio puesto de trabajo que les facilite la inserción y mejora del nivel laboral, enfocándose a trabajos de Soporte a Usuarios, en el sector servicios.

ISLANDS ("Integrated Systems for Long distance psychiatric assistance and non-conventional Distributed health Services")

Sus trabajos han contemplado el desarrollo de una plataforma de servicios que provee asistencia psiquiátrica y psicoterapéutica remota. Igualmente, ha llevado a cabo una fase final de validación de sus capacidades, que se ha realizado en tres escenarios (Islas Canarias, Isla Martinica e Islas Ceroes). Su Consorcio, formado por 12 instituciones de siete países europeos (España, Grecia, Suiza, Alemania, República Checa, Francia e Irlanda), ha enviado a la U.E. los informes finales de resultado, para su preceptiva aprobación definitiva.



10. Fundación Vodafone España

Formación

La Fundación Vodafone España viene organizando diversos Máster y Cursos de Postgrado a los que han asistido 1424 alumnos, acumulados desde el ejercicio 1995-96 al 2005-06, resumiéndose a continuación, las principales actividades llevadas a cabo en el año 2005-06.

Cátedra Vodafone – Universidad Politécnica de Madrid

Es un foro dirigido a promover el desarrollo de la Sociedad de la Información, y basa sus actividades en programas de formación universitaria y de postgrado (másters, cursos de libre elección, jornadas técnicas, etc...), que se complementan con otros actos docentes.

En el ejercicio fiscal 2005-06, además de la puesta en marcha de la VI Edición del Máster en Comunicaciones Móviles y de la finalización de la II del Máster de Domótica, la Cátedra Vodafone ha organizado diversas actividades, entre otras, diversos cursos ("Introducción al Diseño para Todos en TIC's", "Curso práctico de informática sanitaria, etc..."), además de la realización de las III Jornadas Vodafone, sobre "M-ciudad: el mundo del futuro".

Paralela a la celebración de las Jornadas, la Cátedra organizó la Exposición "El Universo inteligente interactivo", que ofreció un novedoso montaje multimedia de realidad virtual.

Máster en Comunicaciones Móviles: XI Edición – U.P.C. / VI Edición U.P.M.

El programa está diseñado para proporcionar al alumno un marco estructurado en el que se integran todas las disciplinas necesarias para obtener una alta cualificación formativa. Para ello, combina 330 horas de parte teórica con 100 horas de laboratorio, además de ofrecer a los alumnos la posibilidad de realizar prácticas en empresas.

Máster en Comunicaciones Móviles – U.P.V.

La Universidad Politécnica de Valencia, con el patrocinio de la Fundación Vodafone España, desarrolla este Máster, actualmente

en su II Edición. Sus alumnos, tras completar las siete áreas de conocimiento y realizar la tesina correspondiente, obtienen el título de Máster Universitario en Comunicaciones y Desarrollo de Servicios Móviles.

Curso de Especialista en Comunicaciones Móviles – Universidad de Sevilla

Actualmente en su IV Edición, su contenido temático abarca los desarrollos más recientes en comunicaciones móviles, con una especial incidencia en el área de las aplicaciones, los servicios y los negocios.

Máster en Informática aplicada a las Telecomunicaciones – Universidad de Málaga

El programa de la III Edición de este Máster está estructurado en dos periodos: en el primero, un curso escolar agrupa las horas lectivas; y en el segundo, los alumnos realizan prácticas remuneradas en empresas del sector.

Programa Superior en Diseño para Todos y Accesibilidad Universal en las TIC's - Fundación ONCE

Realizado en la E.O.I., con la colaboración de la Fundación ONCE, es el primer curso de alto nivel que se imparte sobre esta materia y viene a cubrir la carencia de formación con el doble perfil tecnológico/social.

Se ha establecido como un curso de especialización para profesionales de la TIC's que desean conocer en profundidad cómo se debe diseñar, desarrollar o implementar productos y servicios en el nuevo mercado, desde el concepto de "diseño para todos". El alumnado está formado por personas que, independientemente de presentar o no discapacidades motrices, visuales o auditivas, acceden a una misma formación cualificada, gracias al soporte técnico y de intérpretes.

Aulas Fundación Vodafone España

Se trata de centros con dotación multimedia, dirigidos a la formación y acercamiento a las nuevas tecnologías. Su instalación se hace de forma conjunta con distintas instituciones



(ayuntamientos, asociaciones cívicas, etc...) y en ellas se imparten diversos cursos gratuitos de iniciación en el conocimiento y uso de dichas tecnologías. En el ejercicio 2005-06 han estado operativas las siguientes Aulas con un total de 280.000 usos:

- > Aula Fundación Vodafone – Ayuntamiento de Alcobendas.
- > Aula Fundación Vodafone – Imade / Puerta de Toledo, Madrid.
- > Aula Fundación Balia – Fundación Vodafone.
- > Aula Fundación Vodafone –MPDL, Madrid.
- > Aula Ayuntamiento de Málaga – Fundación Vodafone.
- > Aula Fundación Vodafone en Jerez de la Frontera.
- > Aula Fundación Vodafone- Ayuntamiento de Fuenlabrada.
- > Aula Fundación Vodafone – Ayuntamiento de Mataró.
- > Aula Fundación Vodafone – Aspaym Ferrol.
- > Aula Fundación Vodafone – Aspaym Murcia.

Proyecto de Detección y Estímulo del Talento Precoz en Matemáticas (ESTALMAT)

El Proyecto ESTALMAT, realizado con la colaboración de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, tiene como finalidad detectar, orientar y estimular, el talento matemático de estudiantes de 12 y 13 años.

En este curso escolar, ESTALMAT se ha llevado a cabo en Madrid, Cataluña, Castilla-León (en Burgos, León, Valladolid y Segovia), Andalucía Oriental (Sevilla, Córdoba, Cádiz y Huelva) y Canarias (Las Palmas, Tenerife y Lanzarote) para intentar dar respuesta a la demanda social de programas especializados para niños con una especial capacitación matemática. Hasta la fecha, 560 alumnos se han beneficiado de este proyecto.

Otros Encuentros, Cursos y Seminarios

Continúa la colaboración con ayuntamientos, gobiernos autónomos, universidades, asociaciones, etc.. para la realización de encuentros y seminarios.

Sus contenidos se agrupan en cuatro ejes temáticos :

- > Telemedicina, Teleasistencia e Integración.
- > Tecnológicos.
- > Ética y Responsabilidad Corporativa.
- > Sociedad de la Información.

En el ejercicio 2005-06, se han realizado 50 seminarios y encuentros, con más de 13.000 asistentes.

Mecenazgo

Esta área desarrolla principalmente proyectos de Integración Social, basados en las nuevas tecnologías. Se realizan en colaboración con distintas asociaciones e instituciones que representan a colectivos vulnerables, con el fin de potenciar su inserción social, laboral, educativa, cultural, etc.

Los principales proyectos realizados en el ejercicio 2005-06 han sido:

- > Galicia Vela Adaptada 2005.
- > I Bial de Arte Contemporáneo: Obras Nacidas en la Capacidad de la Emoción. Fundación ONCE.
- > TIFLOINNOVA 2005.
- > Congresos y Cursos para la Integración, en colaboración con Predif.
- > Cursos de Marketing Telefónico para personas con discapacidad, con Fundación AFIM.
- > Cursos de buceo adaptado con la Fundación También y de ski adaptado con la Fundación Deporte y Desafío.
- > I Congreso Internacional Multidisciplinar sobre el Trastorno por Déficit de Atención y Trastornos de la Conducta, con el Hospital Ramón y Cajal.
- > Foro Internacional de Reparación de la Lesión Medular, en colaboración con el Hospital Nacional de Paraplégicos de Toledo.
- > Cursos de Formación para la Integración de Mayores, realizados en Madrid, Andalucía, Galicia y Valladolid.
- > Campamento "El bosque de los sueños", con Aspaym.

Difusión

Publicaciones

En el ejercicio fiscal 2005-06 se han editado y co-editado las siguientes publicaciones:

- > "Anuario de Derecho de las TIC's 2005".
- > VI Informe S.E.I.S.
- > Informe "Telefonía móvil y familia".
- > "Más allá del deporte".
- > "Educación, diversidad y accesibilidad en el entorno europeo".
- > "NBIC – Convergencia tecnológica".
- > II Informe TIC's y discapacidad "Dependencia y diversidad".



10. Fundación Vodafone España

Premio de Periodismo, VII Edición

El Premio tiene por objetivo ayudar a la difusión de la creciente evolución tecnológica y las amplias posibilidades de movilidad que ofrece.

La convocatoria de esta VII Edición llevaba por epígrafe "La vida en un mundo móvil. Aplicaciones prácticas de la Tercera Generación". Los galardonados en esta edición fueron: Ana Gamazo, en la categoría de "Periodista especializado", e Ignacio S. Galán, en "Premio a la Trayectoria".

En la primavera de 2006 se ha convocado la VIII Edición, que gira en torno a "La evolución tecnológica de los Sistemas de Información y Comunicación, y sus Aplicaciones Sociales"

Premio de Innovación, I Edición

En el ejercicio 2005-06 se ha instaurado este nuevo premio, que nace con los objetivos de:

- > Contribuir al desarrollo de conocimientos sobre el sector de las telecomunicaciones móviles.
- > Desarrollar la innovación de propuestas técnicas.
- > Apoyar la aparición de productos y servicios innovadores que puedan tener una amplia repercusión en la Sociedad de la Información.

A lo largo de 2006 se fallará el premio, en las dos categorías convocadas: "Premio al proyecto de desarrollo e innovación móvil en el ámbito de la investigación" y "Premio al proyecto de desarrollo e innovación móvil en el ámbito del desarrollo empresarial".

Página Web Accesible

En el ejercicio 2005-06 se ha dotado a la página web de la Fundación Vodafone España de los desarrollos técnicos necesarios que le han permitido obtener la certificación AA de accesibilidad. Ello supone que la mayoría de las personas con alguna discapacidad (auditiva, visual o motora) puede acceder a la información en idénticas posibilidades que el resto de los usuarios.

Premios recibidos

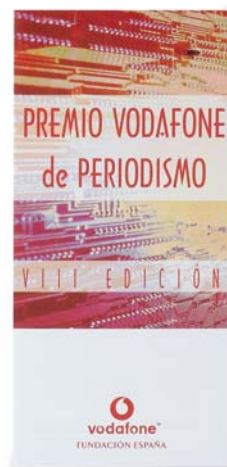
En el ejercicio fiscal 2005-06, la Fundación Vodafone España ha recibido diversos premios y reconocimientos por su labor. Entre otros, destacan:

- > Medalla de Oro de Cruz Roja Española.
- > Medalla de Plata de la Universidad de Alcalá.
- > Carro de Plata, de Aspaym Galicia.

Más información en:
www.fundacion.vodafone.es

Qué haremos

- > Promover acciones para el desarrollo del bienestar social mediante el uso de las TIC's, ampliando a nuevos grupos vulnerables y dependientes.
- > Realización de 22 encuentros sobre aplicaciones sociales de las tecnologías.
- > Implementación de nuevos desarrollos técnicos que mejoren la accesibilidad de la página web en lenguaje de signos.



11. Productos y Servicios Sociales

Vodafone España se ha comprometido a ampliar los beneficios sociales de la Telefonía Móvil. Estamos mejorando la accesibilidad de los terminales, desarrollando productos y servicios para la salud y la seguridad personal, y estamos poniendo nuestra red a disposición de organizaciones sociales.

Los teléfonos móviles han cambiado la manera en que vivimos y se han convertido en una parte importante de la vida diaria.

Sin embargo, un porcentaje significativo de la población que podría beneficiarse de la telefonía móvil no podía hacerlo porque los diseños que se han venido realizando presentaban dificultades de uso, tales como:

- > Las pantallas pequeñas no ayudan a personas con algún tipo de limitación o discapacidad visual.
- > La selección del volumen no tiene utilidad en personas sordas.
- > Las teclas pequeñas pueden ser un problema para personas con destreza manual limitada.
- > Los planes de precios no son adecuados si no se pueden leer o entender los servicios que incluyen y sus beneficios.

Es preciso tener en cuenta que todos tenemos diferentes necesidades personales de comunicación y así se contempla en la legislación española: "la no accesibilidad de los entornos, productos y servicios constituye, sin duda, una forma sutil pero muy eficaz de discriminación, de discriminación indirecta en este caso, pues genera una desventaja cierta a las personas con discapacidad en relación con aquéllas que no lo son, al igual que ocurre cuando una norma, criterio o práctica trata menos favorablemente a una persona con discapacidad que a otra que no lo es. Convergen así las corrientes de accesibilidad y de no discriminación" (Ley 51/2003 de 2 de Diciembre de 2003).

La accesibilidad es normalmente asociada a la discapacidad, pero en realidad la experiencia demuestra que la dificultad en la utilización de determinados productos, incluyendo teléfonos móviles, está mucho más extendida.

Las dificultades de accesibilidad pueden variar desde la frustración de alguien que tiene problemas con el amplio conjunto de características de un terminal multifuncional, hasta la potencial exclusión total experimentada por una persona ciega, sorda o con fuerte discapacidad.

Así, mucha gente que no sería considerada como discapacitada tiene dificultades para utilizar todas las funcionalidades del terminal, pulsar las teclas o leer la pantalla. Esta exclusión aumenta a medida que los teléfonos son más pequeños y complejos, y se puede solucionar a través del diseño para todos.

Por otra parte, para personas con discapacidad severa (personas sordas, con problemas auditivos, ciegos o con discapacidad visual) necesitamos productos especiales.

A qué nos comprometimos

- > Desarrollar, al menos, 3 productos/ servicios con alto valor social para permitir el acceso a nuestros servicios por colectivos con necesidades especiales.
- > Desarrollar proyectos de "accesibilidad global o diseño para todos" (web accesible, accesibilidad en tiendas).

Qué hemos hecho

Productos y Servicios de carácter Social

En el ejercicio fiscal 2005/06 Vodafone España ha venido gestionando y consolidando las relaciones con los clientes y Organizaciones del tercer sector involucradas, relativas a los productos y servicios de carácter social lanzados en los ejercicios anteriores. También a impulsando actividades para el diseño de nuevos productos y servicios de carácter social, así como planificando acciones para acercarse más a las necesidades de grupos con necesidades aún no satisfechas por los productos y servicios "convencionales" de la Telefonía Móvil.

El desarrollo de 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



Jornadas en las que ha participado Vodafone España durante 2005-06

- Desarrollo del curso de formación: "Los mayores dominan el móvil- Un proyecto de Uso Integral".
- Jornadas sobre TELEASISTENCIA MOVIL .
- 5ª Feria Salvslaboris, Feria de Prevención, Medio Ambiente y Salud.
- SIMO, Feria Internacional de Informática, Multimedia y Comunicaciones.
- Tifloinnova: organizada por ONCE-CIDAT.
- Serproma, Feria Profesional de Servicios y Productos Mayores.
- Carrera Colegio Tres Olivos.
- Jornadas "Business & Disability".
- Jornadas para Mayores Mapfre-Quavitae.
- Seminarios Conjuntos con el Real Patronato sobre Discapacidad (RPD) Y PREDIF sobre Accesibilidad Global en Municipios.
- 2nd Workshop "Telerehabilitation, an extension of clinical intensive care". Institut Guttmann.

11. Productos y Servicios Sociales

accesibilidad. A este respecto, la participación de Vodafone España en el Programa Empresa y Discapacidad, coordinado por la Fundación Empresa y Sociedad, le ha permitido profundizar en las relaciones con dichas organizaciones, habiendo participado además, en diversas jornadas en las que se abordó la accesibilidad de personas con algún tipo de discapacidad.

Las actuaciones más destacables realizadas este año en este campo han sido:

Lanzamiento de BlackBerry Vodafone Accesible (para personas sordas)



La BlackBerry Vodafone Accesible es una solución móvil lanzada en colaboración con la Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) que ofrece a este colectivo, acceso a la comunicación mediante dispositivos móviles.

BlackBerry Vodafone Accesible es una solución inalámbrica que permite enviar y recibir correos electrónicos de forma inmediata y permite además al usuario comunicarse de distintas maneras, ya sea a través de SMS, email o "BlackBerry Messenger" (una aplicación que permite el intercambio de mensajes instantáneos entre los usuarios, desde cualquier lugar y en cualquier momento).

Al tratarse de una oferta de Vodafone España y la CNSE, BlackBerry Vodafone Accesible está disponible con un plan de precios que ha sido especialmente diseñado para este colectivo, de forma que en ningún caso tengan que pagar más de la media habitual por motivo de su discapacidad. Además, Vodafone España y la CNSE han implantado un sistema de atención al cliente específico para personas con discapacidad auditiva.

Lanzamiento de "Mobile Speak" (MS)



"Mobile Speak" es una aplicación para teléfonos móviles desarrollada con la colaboración de ONCE-CIDAT (Organización Nacional de Ciegos-Centro de Investigación y Desarrollo de Aplicaciones Tiflotécnicas), basada en el sistema operativo Symbian. Actúa como un lector de pantallas para teléfonos móviles y permite que las personas ciegas y discapacitadas visuales tengan acceso a toda la funcionalidad del teléfono móvil.

Cada una de las interacciones con el teléfono llegan al usuario mediante referencias sonoras de las mismas, de forma que el usuario tiene en todo momento conocimiento y control de lo que está realizando con su teléfono.

Incorpora también un paquete con software adicional, entre el que destacan: una calculadora accesible, una grabadora de sonidos accesible, un reproductor MP3 y un explorador de ficheros que permite navegar por los archivos del móvil y manejarlos.



Lanzamiento de "Mobile Magnifier"

Realizado también con la colaboración de ONCE-CIDAT, "Mobile Magnifier" es el primer software magnificador de pantallas de teléfonos móviles dirigido a las personas con discapacidad visual.

El programa agranda y realza los elementos que aparecen en la pantalla del teléfono móvil, y proporciona 7 esquemas de color diferentes. Además, detecta y magnifica automáticamente el área de interés de la pantalla del teléfono móvil a medida que el usuario va navegando por las opciones de su dispositivo, y permite ampliar diferentes áreas de la pantalla, pudiendo establecerse bordes luminosos al área magnificada.

"Mobile Magnifier" puede ser configurado para que arranque automáticamente al encender el teléfono, y puede ser instalado también como un complemento de la aplicación "Mobile Speak", lo que permite al usuario disponer de soporte vocal y magnificación de la pantalla al mismo tiempo.

"Mobile Magnifier" ha sido diseñado para funcionar en la mayoría de los teléfonos de la Serie 60 (como Nokia 7650, 3620, 3650, 3660, 6600, 6620, 6260, 6630, 6670, 7610, N-Gage, N-Gage QD, Siemens SX1 y nuevos modelos del mercado que cumplan los requerimientos técnicos específicos para este tipo de aplicaciones).

T-Loop. Colaboración con FIAPAS



El T-Loop favorece, mediante el uso de equipos de inducción magnética, el acceso a la comunicación telefónica móvil de las personas con discapacidad auditiva y que usen audífono de bobina "T".

Durante el período fiscal 2005-06, Vodafone España ha llegado a acuerdos con Ulloa Ópticos y Audio, realizándose una aproximación y evaluación de un nuevo canal audioprotesista como prescriptores del servicio T-Loop.

En un trabajo conjunto, en estos centros auditivos se realizan demostraciones sobre el T-Loop y están disponibles folletos explicativos y vídeos promocionales.

Paralelamente, Audio realiza estudios sobre experiencias con usuarios de audífonos que prueban el T-Loop, comparando los resultados de antes y después de su uso.

Mi País

Durante el ejercicio fiscal 2005-06, Vodafone España lanzó el contrato "Mi País", especialmente dirigido a residentes extranjeros en España. Con "Mi País" es posible elegir el país con el que se quiere estar en contacto de forma más habitual, beneficiándose de tarifas internacionales con hasta un 25% de descuento en todas las llamadas al país elegido, tanto a fijos como a móviles.



En noviembre de 2005, "Mi País" recibió el Galardón "Pueblo Nuevo", que reconoce la labor llevada a cabo por personas e instituciones para mejorar la convivencia entre los residentes en España. Es importante destacar que son los oyentes de Radio Pueblo Nuevo y los lectores de la revista (inmigrantes en su mayoría) quienes votan a los galardonados.

Vodafone Mensajes Solidarios

El programa de Donaciones lanzado en el año 2004 con 9 ONG,s ha ido obteniendo mayor reconocimiento y respaldo entre las organizaciones españolas, contabilizando al final de este ejercicio 2005-06 a 22 entidades que se benefician de este programa y que respaldan el nacimiento de esta iniciativa, ampliable en todo momento a todas aquellas ONG que quieran incorporar las nuevas tecnologías móviles en su lucha por la solidaridad (Ver cuadro).

A través de este Programa durante el ejercicio fiscal 2005-06 se donaron un total de 75.135€.

Respuesta ante Emergencias causadas por desastres

Vodafone es sensible a las tragedias humanitarias ocasionadas por desastres de diverso tipo. Por ello, y adicionalmente a los Vodafone Mensajes Solidarios o a donaciones específicas, está analizando sistemas para ayudar en casos de respuestas a emergencias causadas por desastres, ya sean naturales o provocados.

La tecnología móvil posee el potencial de proporcionar soluciones en situaciones de crisis, permitiendo a los servicios de emergencia comunicarse entre sí, y a los afectados por el desastre verificar el estado en que se encuentran sus familiares y amigos.

Las redes de telefonía móvil se pueden reparar mucho más rápidamente que las redes fijas, y por otra parte se pueden desplegar rápidamente estaciones base transportables para sustituir la infraestructura dañada en el desastre o proporcionar capacidad adicional en períodos de elevado uso.

En la actualidad estamos realizando consultas con diversas organizaciones con objeto de determinar la mejor forma en la que podemos colaborar.

Estudio coste-beneficio sobre la implantación del Medical Guard Diabetes® en cuatro Hospitales gestionados por la Generalitat de Catalunya

Medical Guard Diabetes® es un producto que permite, a través de comunicaciones móviles, enviar los valores de glucemia de un paciente a una base de datos a los que el paciente y sus especialistas pueden, mediante una clave, acceder libremente.

El objetivo del estudio es conocer y cuantificar el beneficio que aporta esta innovación, no sólo a los pacientes diabéticos sino a la sociedad en general, a partir de la reducción de los costes asistenciales asociados al proceso de autocontrol, o incluso a la mejora de los parámetros de glucosa.

En definitiva, se trata de evaluar en qué medida Medical Guard Diabetes®, es un mecanismo de información sobre el control de la diabetes, y cuánto permite, como objetivos primarios, mantener el control metabólico, disminuir el gasto sanitario e incrementar el número de pacientes atendidos.

Proyecto Alter



La Alfabetización Tecnológica en el Medio Rural (ALTER) tiene como fin explorar nuevas formas de abordar los problemas de diferentes tipos de discriminación y desigualdad.

Alter se está desarrollando en colaboración con COCEMFE, y se concibe como el resultado de las experiencias que COCEMFE ha tenido con sus Servicios de Integración Laboral a lo largo de estos años, habiéndose desarrollado un sistema integrado para mejorar y unir todas las herramientas y procesos que existen en la integración laboral con las nuevas tecnologías, así como añadir nuevos elementos a esa nueva forma de trabajar en la inserción laboral de aquellos colectivos que sufren mayor exclusión.

El colectivo beneficiario se encuentra en entornos rurales, en donde existe una significativa carencia de medios: normalmente carecen de centros de formación, de una red de asistencia a domicilio, y las posibilidades de inserción laboral son muy escasas o incluso nulas.

El proceso de alfabetización tecnológica requiere una tecnología determinada, tanto para los usuarios como para los propios técnicos. En este sentido, el personal técnico cuenta con una oficina móvil completa compuesta por un terminal Blackberry de Vodafone, un ordenador portátil y una Vodafone Mobile Connect Card. De esta manera pueden acceder a Internet en cualquier momento y desde cualquier lugar, incluido los domicilios de los usuarios, lo que permite realizar todos aquellos módulos de búsqueda activa de empleo a través de la Red. De manera complementaria, al realizar un trabajo sin una oficina fija, permite a los técnicos gestionar su agenda de citas y poder estar en contacto directo con los usuarios del proyecto, incrementando la eficacia de la intervención a dimensiones no alcanzadas hasta la actualidad, todo ello gracias a la utilización de las nuevas tecnologías.

Seminarios de Accesibilidad Universal: Municipios para Todos

Se trata de una iniciativa del Real Patronato de la Discapacidad, relacionada con Premio Reina Sofía de Accesibilidad Universal a Municipios cuya finalidad es recompensar una labor continua, llevada a cabo por Municipios en un periodo de tiempo no inferior a cinco

Vodafone Mensajes Solidarios: Relación de ONG´s adheridas

-Adena	-Fundación Vicente Ferrer
-Amnistía Internacional	-Greenpeace
-Aprocor	-Intermón Oxfam
-Ayuda en Acción	-Manos Unidas
-Cooperación Internacional	-Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad.
-Cruz Roja Española	-Mundo Cooperante
-Entreculturas	-Plan España
-Federación Ayuda contra la Drogadicción (FAD)	-Red Deporte y Cooperación
-Fundación EL Olivo	-Save the Children
-Fundación Nelson Mandela	-Talita
-Fundación Teodora	-UNICEF



11. Productos y Servicios Sociales

años, en el campo de la accesibilidad universal de las personas con discapacidad al medio físico, la educación, el ocio, la cultura, el deporte, el transporte, el turismo, y las nuevas TIC.

Los "Seminarios de Accesibilidad Universal: Municipios para Todos", copatrocinados por Vodafone España y con la colaboración de Predif, están dirigidos a los responsables de las diferentes áreas de las Administraciones Públicas locales y a los representantes de los principales sectores de la actividad privada de la ciudad: comercio, ocio, cultura, deporte, etc. Su principal objetivo es sensibilizar a técnicos, profesionales y a la población sobre la necesidad de trabajar desde el diseño inicial y en el día a día, para crear un Municipio para Todos, evitando la discriminación de una parte de sus habitantes.

Web Accesible

La Accesibilidad de Portales de Internet se define como el conjunto de tecnologías y normas de implementación y diseño que facilitan la utilización de Internet al mayor número posible de personas, incluyendo aquéllas con discapacidades. Esto supone que todas las personas, con independencia de su discapacidad, edad o tecnología empleada, puedan acceder al gran volumen de información y servicios disponibles en Internet.

El sitio accesible de la web de Vodafone España recibió durante el ejercicio 2005-06 la certificación 'nivel AA' por parte la empresa de soluciones integrales para Internet 'Technosite', basándose en las recomendaciones internacionales de diseño de páginas Web accesibles desarrolladas por el "World Wide Web Consortium" (W3C), dentro de la Iniciativa sobre Accesibilidad a la Web.



Esta web accesible supone un paso más en el acercamiento de la sociedad de la información a las personas con necesidades especiales.

Al mismo tiempo, con esta iniciativa, Vodafone España impulsa la difusión de los productos y servicios de la gama "Vodafone Accesible", que contribuye a reforzar el principio de "Accesibilidad en Movilidad para Todos".

Estudio de Accesibilidad en Tiendas

A lo largo del año fiscal 2005-06, Vodafone España, con la colaboración de la Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España (COCEMFE), realizó un estudio para valorar el estado de accesibilidad en que se encuentran las tiendas Vodafone. El objetivo final era facilitar una guía para

conseguir el pleno acceso a estos locales a todo tipo de usuarios. El estudio se realizó "in situ", visitando una muestra representativa de las tiendas de Vodafone, considerándose tanto la legislación estatal*, como las leyes autonómicas de Madrid, Cataluña y Castilla-La Mancha** y los reglamentos de desarrollo de estas dos últimas comunidades autónomas. El motivo de esta elección fue debido a que los criterios son los más óptimos para hacer un buen estudio de accesibilidad.

Como consecuencia del estudio, se han identificado y priorizado una serie de características generales y particulares que es necesario realizar para conseguir la adecuada accesibilidad de las tiendas. A partir del año fiscal 2006-07 se iniciará la implantación de las correspondientes adecuaciones.

Reconocimientos

Las actividades de Vodafone España relativas a Productos y Servicios Sociales están teniendo un significativo reconocimiento externo como se refleja tanto en las encuestas trimestrales que realizamos a público general y clientes para analizar su percepción sobre nuestro comportamiento en temas de Responsabilidad Corporativa (ver abajo), así como por el informe publicado en Diciembre 2005 por la Fundación Empresa y Sociedad sobre la Acción Social en la Empresa, según el cual Vodafone España ocupa el 4º puesto de las empresas españolas por sus Productos y Servicios Sociales (habiendo ascendido desde el 5º puesto ocupado en el año anterior).

Asimismo destaca el reconocimiento externo recibido por la web de Vodafone España, ocupando el 2º puesto entre las 75 mejores web españolas por el contenido en actividades sobre Acción Social, de acuerdo con el informe publicado en Octubre 2005 por la Fundación Empresa y Sociedad.

Más información en:
www.vodafone.es/accesible
www.vodafone.es/tiendas

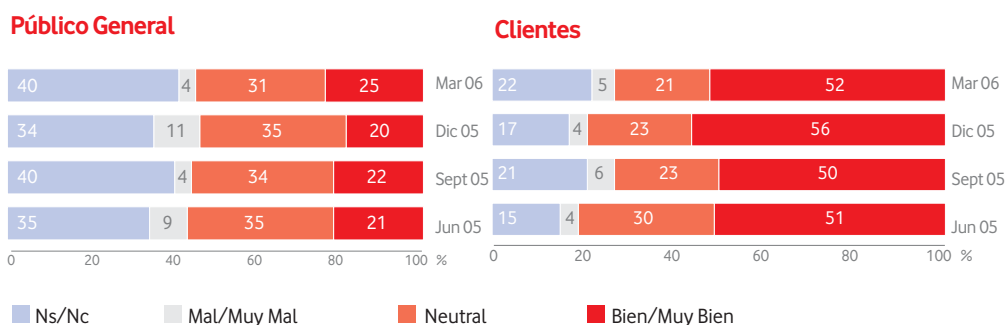
www.cnse.es
www.once.es
www.fiapas.es
www.cocemfe.es

Qué haremos

- > Campaña de difusión sobre la tecnología disponible para los distintos colectivos de discapacidad.
- > Introducir 3 productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.
- > Iniciar la implantación de medidas de accesibilidad en tiendas.

"¿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 (discapacitados, enfermos crónicos, colectivos desfavorecidos, etc.)



- > *Ley 5/2003 Ley de Igualdad, no Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad (LINDAU)
- > *RD 556/1989 de 19 de mayo, por el que se arbitran medidas mínimas de accesibilidad en edificios
- > **Ley 8/1993, de 22 de junio, de promoción de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas de la Comunidad de Madrid
- > **Ley 1/1994, de 24 de mayo, de accesibilidad y eliminación de barreras en Castilla-La Mancha
- > **Decreto 158 / 1997 de 2 de Diciembre: Código de Accesibilidad de Castilla-La Mancha
- > **Ley 6/2002 de 27 junio de promoción de la accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas de Cataluña
- > **Decreto 135/1995 de 24 de marzo Código de Accesibilidad de Cataluña

12. Responsabilidad Corporativa en la Cadena de Suministros

Nuestro Código de Compras Éticas establece los principios sociales y medioambientales a cumplir por los proveedores de Vodafone España.

El Código de Compras Éticas (CCE) de Vodafone contempla los principios de comportamiento de proveedores relacionados con los siguientes aspectos: Trabajo Infantil, Trabajos Forzosos, Salud y Seguridad, Libertad de Asociación, No Discriminación, Prácticas Disciplinarias, Horario de Trabajo, Sueldos, Conducta Individual y Medio Ambiente.

Nuestro CCE se basa en los Valores de Vodafone y en normas internacionales, incluyendo la Declaración Universal de los Derechos Humanos y las Convenciones sobre Normas Laborales de la Organización Internacional del Trabajo.

Vodafone España no fabrica teléfonos móviles, equipos de red o productos de marketing, pero compra grandes cantidades de estos productos. Los teléfonos móviles, los equipos de red, los productos de marketing y de tecnologías de la información representan aproximadamente el 75% del total de las compras que realizamos.

La cadena de suministros del sector de las comunicaciones móviles tiene muchos niveles, empezando con la extracción de materias primas, el procesado de materiales, la fabricación de componentes y finalmente el montaje de productos finales. Vodafone España mantiene relaciones comerciales con las empresas que venden los productos acabados (primer nivel de proveedores) y que fundamentalmente son otras importantes multinacionales (generalmente, marcas conocidas).

Vodafone se preocupa por las condiciones laborales y el respeto al medio ambiente de la cadena de suministros del sector. Nuestra responsabilidad en este campo la ejercemos mediante:

- > El establecimiento de compromisos y la realización de evaluaciones a nuestro primer nivel de proveedores (proveedores directos), para asegurar que cumplen los principios establecidos en nuestro Código de Compras Éticas.
- > El trabajo con nuestros proveedores directos para que éstos desarrollen programas análogos con su cadena de suministros.

Todos los contratos con nuestros proveedores son pagados conforme a los términos y cláusulas acordados en los mismos. Los cinco principales proveedores de Vodafone España suponen

el 32,1% de las adquisiciones de productos y servicios del ejercicio. De ellos, sólo uno supera el 10% del total de adquisiciones, representando el 11,88%

A qué nos comprometimos

- > Completar la evaluación sobre el Código de Compras Éticas de proveedores locales, según mapa de riesgos.

Qué hemos hecho

Programa de Gestión para asegurar el cumplimiento del Código de Compras Éticas.

Formación Interna

El primer paso dado en Vodafone España a la hora de implantar el CCE entre sus proveedores fue impartir una formación en dicho Código, incluyendo a más del 80% de los responsables de cada una de las familias de suministros. Durante este ejercicio fiscal 2005-06, se ha impartido un curso de formación "on line" al resto de los componentes del Departamento de Compras.

La formación describe los antecedentes del CCE, los riesgos y retos de nuestra cadena de suministros, así como el papel y responsabilidad de los encargados de compras en lo referente a la implantación del CCE.

CCE en Contratos

Para asegurar el cumplimiento del CCE por parte de los proveedores, éste ha sido incluido en las peticiones de oferta y contratos, como una cláusula más a cumplir. A partir de la fecha de la inclusión de dicha cláusula, tanto en las renovaciones para los proveedores con contrato en vigor, como en las nuevas contrataciones, se confirma la aceptación del Código de Compras Éticas por parte del proveedor, con la firma del mismo.

La cadena de suministros en Vodafone España



Los Seis Pilares en la cualificación de proveedores de Vodafone

RC integrada en el proceso de compras

Estabilidad financiera

Tecnología

Comercial

Capacidad de entrega

Gestión de la calidad

12. Responsabilidad Corporativa en la Cadena de Suministros

Por otra parte, para el grupo de proveedores seleccionados que se encontraban trabajando con contrato en vigor, sin la cláusula del CCE, se les entregó la correspondiente carta de aceptación, en la que debían confirmar la recepción del CCE, su entendimiento y compromiso de cumplimiento de los estándares incluidos en él.

Evaluación del cumplimiento del CCE por Proveedores

Con objeto de verificar el grado de cumplimiento de los principios del CCE por los proveedores de mayor riesgo, Vodafone España ha realizado una selección priorizada de proveedores, basada en un análisis de riesgos, a los cuales sometió a un proceso de autoevaluación, y dependiendo de los resultados de este proceso decidió en algunos casos completar la verificación de cumplimiento a través de auditorías "in situ".

Para realizar el Mapa de Riesgos de proveedores, fueron tenidos en cuenta aspectos tales como: foco geográfico, tipo de compañía, países donde opera, país clave de donde suministra los productos, si el producto comparte la marca Vodafone, si puede verse dañada la imagen de Vodafone en los medios, etc.

Asimismo, se consideraron los suministradores de productos o servicios que, en el caso de que presentaran incumplimientos o desviaciones graves relacionadas con el CCE, pudieran influir, de manera negativa en la imagen de Vodafone, la fiabilidad del servicio dado por Vodafone a sus clientes finales, y en los costes de operación.

Partiendo del Mapa de Riesgos se llevó a cabo la selección priorizada de los proveedores en los cuales se verificaría el cumplimiento del CCE. La selección se realizó considerando:

- > Su pertenencia al grupo de familias de suministros críticos, desde el punto de vista del Mapa de Riesgos.
- > Su pertenencia al grupo de suministradores cuya facturación agregada suponía el 80% del total facturado.

Por medio del proceso anterior, se seleccionaron 22 suministradores, de los cuales 11 fueron autoevaluados a través de un cuestionario, siendo 5 de ellos posteriormente auditados. Como resultado de la auditoría, surgieron un total de 25 oportunidades de mejora de las que se ha realizado el correspondiente seguimiento y cierre.

Políticas de Prevención de Riesgos en Proveedores

Tras el trabajo de consolidación y ejecución de las Políticas en materia de Prevención de Riesgos Laborales dentro de Vodafone España (ver cap. 15: "Empleados"), en la actualidad se están realizando esfuerzos en otros ámbitos. Uno de ellos consiste en la promoción de la cultura preventiva, impulsada por el Consejero Delegado y su Comité de Dirección, en nuestros proveedores y, por ende, entre sus empleados. El objetivo es ir más allá del cumplimiento normativo con ellas, tratando de extender los mismos niveles de calidad laboral existentes en Vodafone España.

Durante el pasado año 2005-06, Vodafone España ha puesto el foco dentro del ámbito del Canal Franquicias. Así, tanto sus gerentes como comerciales, reciben formación básica con respecto a la normativa en materia de Prevención de Riesgos Laborales a aplicar. Así mismo, se ha incluido dentro del Manual de Estándares Operativos un apartado específico que les guía en el despliegue de políticas preventivas. Los resultados no pueden ser mejores: el 100 % del Canal Franquicias tiene implantados Planes de Prevención de Riesgos Laborales. En las actividades formativas han participado 69 gerentes y 203 comerciales de franquicias.

Alianzas con proveedores

"Mobile Vodafone Expo" (MOVE) es un encuentro en el que Vodafone España, sus aliados estratégicos, colaboradores, y aquellas empresas que cuentan con gran representatividad en el mercado de las telecomunicaciones, presentan a los clientes empresariales las últimas soluciones dirigidas a obtener mayor productividad y rentabilidad en los negocios, a través de expositores, mesas redondas, conferencias, presentación de aplicaciones y demostraciones prácticas.

Durante el año fiscal 2005-06, se celebró la 2ª edición de "Mobile Vodafone Expo" (MOVE 05) evento que se ha consolidado como punto de referencia en el sector de las telecomunicaciones móviles a nivel nacional.

MOVE es una demostración de cómo Vodafone España, junto con sus aliados y colaboradores, es capaz de impulsar entre sus clientes la revolución móvil.

Más información en:
www.move06.es

Cifras Move 05

Nº asistentes: 2.500
Nº stands: 57
Nº soluciones presentadas: 130
Nº conferencias: 38
Nº de demostraciones: 19

Qué haremos

- > Implantar una aplicación a través de la cual, todos los nuevos proveedores de Vodafone España podrán realizar su autoevaluación.



13. Energía y Cambio Climático

El consumo de energía es nuestro impacto medioambiental más significativo. Por ello, una de las prioridades de Vodafone España es limitar nuestra contribución al Cambio Climático.

Como consecuencia del constante crecimiento de nuestra red y de nuestros clientes, nuestro consumo de energía absoluto se incrementa. Sin embargo, con medidas de eficiencia energética que estamos adoptando y con la ayuda de nuestros proveedores de equipos, Vodafone España está mejorando el consumo específico por elemento de red, de forma que la voz y los datos puedan transmitirse con un menor consumo energético relativo.

Distribución Consumo Energía Eléctrica (2005/06)

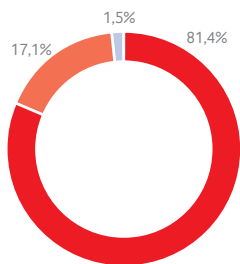


Figura 1

El consumo de energía se produce en tres focos diferentes: en la 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); y Tiendas.

Como se puede observar en la Figura 1, el principal consumo de energía de Vodafone España se produce en la operación de nuestra Red (81.4% del total).

El consumo indirecto de energía de Vodafone España S.A. durante el año fiscal 2005-06 ha sido 596.608 MWh.

A qué nos comprometimos

- > En el 2003-04: implantar un Plan de Eficiencia Energética a tres años, que permitiera un ahorro de, al menos, el 3% del consumo eléctrico previsto en Red.
- > En el 2004-05: realizar un estudio de viabilidad para la utilización de energías renovables propias o verdes (de compañías eléctricas), en Oficinas y Red.

El ahorro en emisiones de CO₂ conseguido por Vodafone España con la implantación del Plan de Eficiencia Energética, durante los tres años de su implantación, ha sido de 4637.2 Tn de CO₂, lo que equivale, de acuerdo con el informe ASEMFO "Los Bosques como sumidero de Carbono. Junio 2004", la cantidad que absorbería un área forestal de 649,2 Ha en un año.

% Ahorro estimado / CO₂ generado = 3,06%

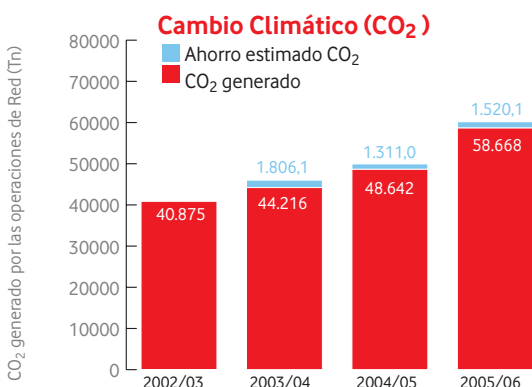


Figura 2

Qué hemos hecho

Plan de Eficiencia Energética

En el ejercicio fiscal 2005-06, el continuo crecimiento de nuestro negocio ha contribuido a aumentar en un 24,2% el consumo total de energía en la red con relación al año anterior, llegando hasta 169.446 MWh. Este consumo lleva asociado un total de 58.668 Tn de CO₂ emitidas, lo que supone un incremento del 20,6% con relación al año anterior.

Con el objetivo de mejorar progresivamente la eficiencia energética de nuestras actividades y reducir el impacto ambiental, en el año fiscal 2003-04, nos comprometimos a poner en marcha un Plan de Eficiencia Energética en la Red, que nos permitiera el ahorro de, al menos, el 3% del total del consumo energético previsto desde el inicio del año fiscal 2003-04 hasta el final del período 2005-06.

Los sistemas de refrigeración de las instalaciones de nuestra red permiten ampliar la vida de las baterías y reducir la probabilidad de fallo en los equipos de red. La refrigeración supone un porcentaje significativo (estimado alrededor del 25%) de la energía consumida en la red. Por este motivo, las actividades potenciadas o puestas en marcha durante estos tres últimos años han tenido que ver con los sistemas de refrigeración en la red:

- > Instalación de sistemas de refrigeración con "Free Cooling" en las Estaciones Base. Estos sistemas utilizan aire fresco del exterior para refrigerar los equipos de red ubicados en la caseta, reduciendo la necesidad de aire acondicionado.
- > Adecuación de la temperatura de operación de los Centros de Conmutación.
- > Instalación, donde fuera aconsejable, de un sistema de refrigeración complementario para la extracción del aire caliente de las casetas.

En las figuras 2 y 3 se presentan los resultados de este Plan de Eficiencia Energética. Las estimaciones de ahorro se han realizado en base a cálculos y proyecciones realizadas por los técnicos de Red de Vodafone España.

Durante el año fiscal 2005-06, el consumo de energía de red ha implicado un consumo medio por cliente de 12,5 Kwh/ cliente y una emisión de 4,3 Kg de CO₂/ cliente. (Dicha emisión de CO₂ es equivalente a un viaje de unos 27 Km en un vehículo familiar con un motor de gasolina de 1,6 litros).

% Ahorro estimado / Consumo Energía total = 3,09%

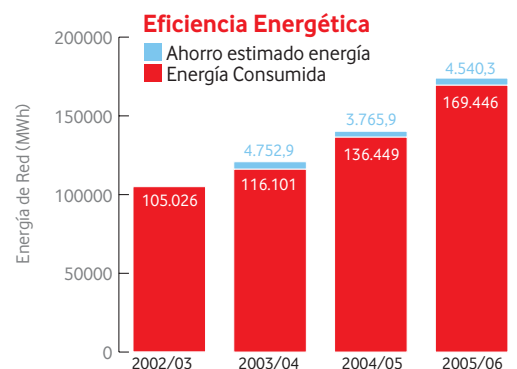


Figura 3

13. Energía y Cambio Climático

Demostrada la efectividad de dicho Plan de Eficiencia Energética, las medidas establecidas continuarán implantándose en el despliegue de nuestra Red. Vodafone España se compromete a analizar otras posibles medidas complementarias para reducir el impacto ambiental que el consumo de energía provoca y que se verán plasmadas en un nuevo Plan de Eficiencia Energética, orientadas a cumplir con el objetivo establecido a nivel Grupo de reducir las emisiones de CO₂ por MB de tráfico, derivadas de nuestro consumo en la red en un 40% para el año 2011.

Energías renovables

Durante el ejercicio 2005-06, Vodafone España ha realizado un estudio de viabilidad de utilización de energías renovables en nuestras instalaciones corporativas más representativas

Este estudio propone en primer lugar la elección como fuente de energía renovable más adecuada la energía solar y más concretamente la fotovoltaica.

La energía solar fotovoltaica tiene la ventaja de producir electricidad de forma segura y no contaminante, además de funcionar con el aporte de luz solar sin pasar por un efecto térmico, por lo que puede obtenerse energía aun en días nublados de invierno, al aprovechar tanto la radiación directa como la radiación difusa.

Mediante el estudio realizado, se ha identificado y dimensionado la ejecución de una potencial instalación de los paneles solares fotovoltaicos, cuya implantación será analizada en el próximo ejercicio fiscal.

Actuaciones con fabricantes

Con el fin de controlar el consumo de energía de los equipos utilizados en red, Vodafone continúa trabajando con nuestros principales fabricantes para el diseño y suministro de equipos más eficientes energéticamente.

De esta forma, a pesar de tener un mayor volumen de actividad (mayor número de estaciones base desplegadas y mayor tráfico en la red) y de la introducción de nuevas tecnologías (UMTS) que,

en principio, precisan mayor consumo eléctrico que las tecnologías anteriores (GSM y GPRS), estamos consiguiendo que el consumo de energía específico de red disminuya, y que por lo tanto el CO₂ específico generado como consecuencia de esta actividad de la red también sea menor (ver figuras 4 y 5).

A este respecto, se han identificado las siguientes soluciones para reducir el consumo de energía en las estaciones base:

- > Reubicar la alimentación de energía más cerca de la antena para reducir las pérdidas de energía. Este sistema puede reducir los requisitos de energía hasta en un 20%. Empezaremos a instalar esta tecnología en nuestras estaciones a partir del ejercicio fiscal 2006-07 y la estamos promoviendo entre nuestros suministradores de equipos de red que ofrezcan este sistema.
- > Amplificadores de potencia más eficientes (alrededor de un 10% más eficientes).

Otros consumos de energía

Vodafone España también efectúa el control de los siguientes consumos de energía, si bien tienen una relevancia mucho menor que los asociados al funcionamiento de la red (ver figuras 6, 7 y 8):

- > Consumos de combustible de los vehículos de flota.
- > Vuelos de los empleados.

Durante el año fiscal 2006/07 Vodafone España tiene previsto poner en marcha el Programa "Video Conference Class", mediante el cual se habilitarán salas especiales para videoconferencia, con los siguientes objetivos:

- > Disminuir el nº de viajes y desplazamientos.
- > Mantener reuniones y formación de manera rápida, sencilla y eficaz.
- > Aumentar la productividad.

A mayo 2006, existen 3 salas de videoconferencia internacional (en las sedes principales), estando prevista la instalación de 8 nuevas salas durante el año fiscal 2006-07.

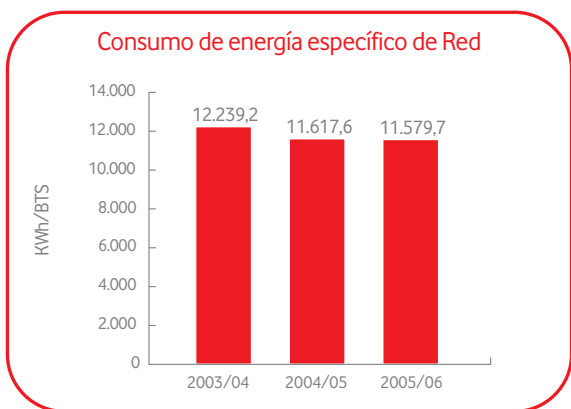


Figura 4

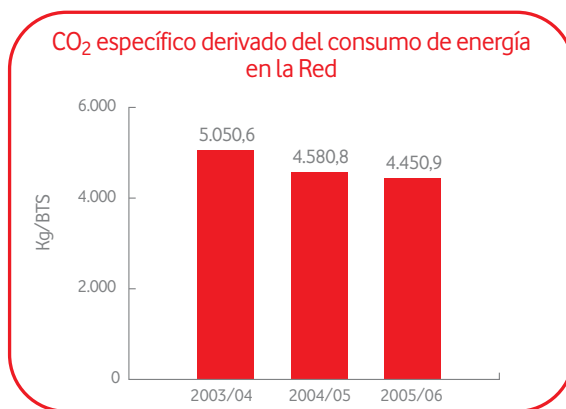


Figura 5

Percepción del Comportamiento

Todas las actividades que venimos desarrollando para aumentar la eficiencia energética de nuestra red y de esta forma reducir nuestro impacto en el cambio climático, empiezan a tener repercusión positiva en la percepción del público general y de nuestros clientes, como puede observarse en los resultados de las encuestas trimestrales para conocer su percepción en cuanto a las actividades realizadas por Vodafone España en esta materia (ver abajo).

Qué haremos

- > Establecer un nuevo Plan de Eficiencia Energética.
- > Desarrollo piloto de Energías renovables/ verdes (Marzo 2008)

Consumo combustible/Nº vehículos de flota

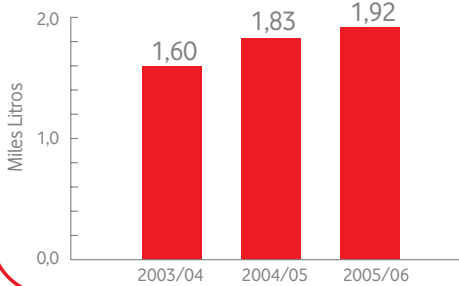


Figura 6

Nº de vuelos

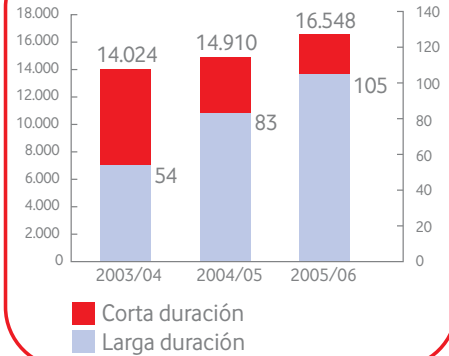


Figura 7

Nº de vuelos cortos / Nº medio empleados

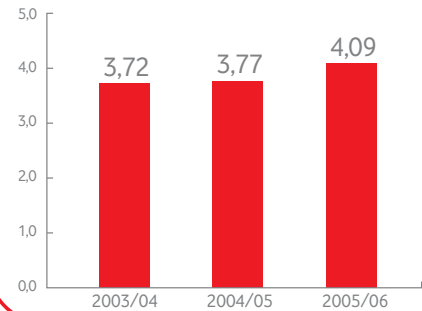
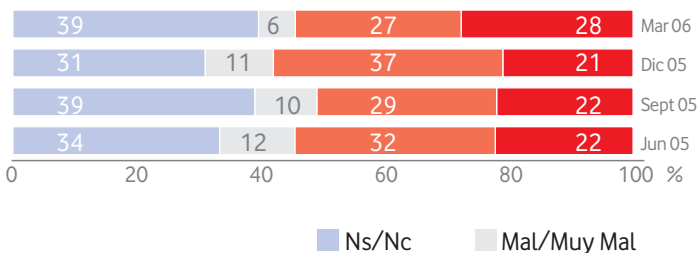


Figura 8

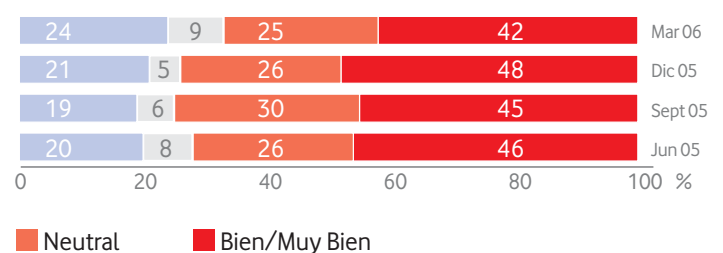
"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en cada uno de los siguientes temas?"

Minimizar el impacto de sus productos y operaciones en el medio

Público General



Clientes



14. Residuos y Sustancias que dañan la Capa de Ozono

El rápido desarrollo en el sector de la Telefonía Móvil supone que tanto los terminales como los equipos de red se quedan obsoletos en poco tiempo. La mayoría de los terminales y equipos de red pueden ser reutilizados o reciclados en nuevos materiales y productos.

Además del consumo de energía analizado en el capítulo anterior, los otros aspectos medioambientales relevantes asociados a las actividades de Vodafone España son los relativos a los residuos de los teléfonos móviles y accesorios fuera de uso, así como a la gestión de residuos derivados de la operación de la red, las sustancias que dañan la capa de ozono (empleadas en sistemas de refrigeración y de extinción de incendios), y los consumos de papel y agua.

Los impactos medioambientales se producen en cada etapa del ciclo de vida de los equipos. Aunque Vodafone España sólo tiene control directo sobre las fases de operación y de final de vida de los equipos, empleamos nuestra influencia para fomentar que los fabricantes de los equipos se comporten del modo más responsable posible desde el punto de vista ambiental.

Así, aunque no fabricamos teléfonos móviles ni equipos de red, fomentamos que nuestros proveedores diseñen terminales que sean más fáciles de reciclar y producir a partir de materiales medioambientalmente más adecuados. A este respecto es preciso recordar que la Directiva por la que se restringe el uso de determinadas sustancias peligrosas (Directiva RoHS) en equipos eléctricos y electrónicos entra en vigor en Julio de 2006 y que la Directiva de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (Directiva WEEE) ya ha sido traspuesta a nuestro ordenamiento jurídico y está en vigor desde Agosto de 2005, por lo que hemos venido trabajando con nuestros proveedores de equipos eléctricos y electrónicos para asegurar que los productos vendidos por Vodafone España poseen el etiquetado adecuado.

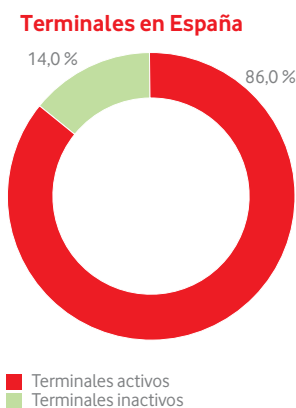


Figura 1

■ Terminales activos
■ Terminales inactivos

A qué nos comprometimos

- > Ampliar el sistema de reciclado de terminales a franquicias para Abril 2007.
- > Desarrollar un esquema de reutilización de terminales durante el ejercicio fiscal 2005-06.
- > Continuar la Implantación del Plan de Gestión de Residuos y establecer un Plan para la Sustitución de Sustancias Refrigerantes que Dañan la Capa de Ozono.

Qué hemos hecho

Terminales y Accesorios

En España existen unos 44.3 millones de líneas de telefonía móvil. El 44,5% de los móviles se ha renovado en el último año, a pesar de que según una encuesta, un 64,9% de los usuarios no se plantea cambiar de terminal*. El hecho es que cada vez son más rápidos los avances tecnológicos en los terminales, y los usuarios quieren disponer de dichos avances, lo que hace que los terminales se queden obsoletos rápidamente (ver figura 1).

Esta sustitución de terminales genera residuos que contienen sustancias potencialmente peligrosas para el medio ambiente si no se gestionan adecuadamente. Los terminales tienen dos elementos particularmente contaminantes: las baterías y los circuitos integrados (entre los compuestos más peligrosos de estos elementos están el Cadmio y el Berilio).

Con objeto de ejercer nuestra responsabilidad medioambiental relacionada con la gestión de residuos de teléfonos móviles, venimos participando desde el año 2001 en la "Iniciativa Tragamóvil", promovida por ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones), con la instalación, en todas nuestras tiendas propias, de contenedores para la recogida de terminales obsoletos y sus accesorios (ver figura 2).

Toneladas Recogidas

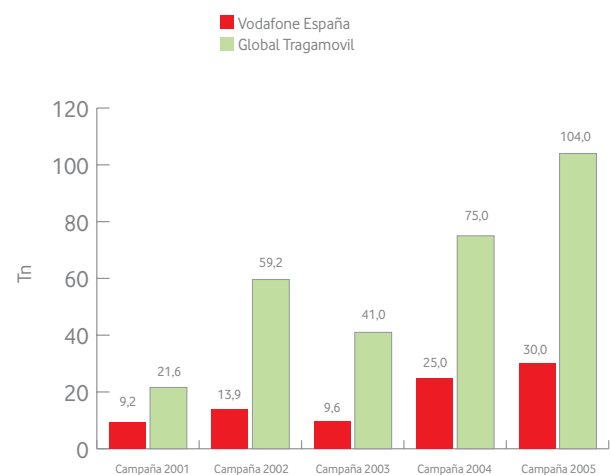


Figura 2

*Según el informe de Red.es "La Telefonía móvil en los hogares españoles (III Trim 03-III Trim 05)" del Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.

La Iniciativa Tragamóvil ofrece al público la posibilidad de contribuir a mejorar el Medio Ambiente reciclando los viejos móviles. La iniciativa cuenta con más de 300 puntos de recogida a lo largo de toda la geografía española.

Los teléfonos, baterías y sus accesorios recogidos se envían a una planta de tratamiento para su desmontaje y reciclado. Prácticamente el 100% de estos materiales son nuevamente reutilizados por la industria como materia prima de otros productos, con lo que se evita su extracción de la naturaleza.

De esta manera, además, damos cumplimiento y superamos las obligaciones establecidas para los distribuidores en la normativa vigente en materia de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos; Real Decreto 208/2005, de 25 de Febrero, sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos; BOE nº 49, de 26 de febrero de 2005, al recepcionar en nuestras tiendas cualquier terminal que entregue el usuario.

Por otra parte, y de acuerdo con nuestros compromisos, durante el ejercicio 2005-06 hemos realizado el diseño y desarrollo de un nuevo esquema en nuestras tiendas para la recogida y reutilización de terminales procedentes de clientes particulares. Con este esquema, que es complementario al de reciclado, fomentamos la entrega por el cliente de su viejo terminal (que debe estar en buenas condiciones en cuanto a funcionamiento y estado) en el momento de la adquisición de un nuevo teléfono móvil. El viejo terminal posteriormente es preparado para su reutilización en mercados emergentes o en desarrollo, lográndose un doble objetivo:

- > Socio-económico, ya que se facilita el acceso a la telefonía móvil en países emergentes o en desarrollo, a unos precios más asequibles, ayudando a su progreso económico.
- > Medioambiental, ya que se evita el consumo de recursos naturales que se produciría en el caso de que hubiera que fabricar los teléfonos móviles como nuevos.

El éxito de los dos tipos de esquemas mencionados (reciclado y reutilización) depende de los usuarios. La realidad es que actualmente sólo una pequeña proporción de los teléfonos es devuelta (la mayor parte son conservados sin ser utilizados en los hogares de los usuarios). Por este motivo hemos introducido

un sistema de incentivos económicos en el esquema de reutilización para fomentar la entrega por los usuarios.

Por otra parte, en el ejercicio 2005-06 hemos desarrollado una campaña con los empleados de Vodafone España para recoger sus teléfonos viejos (tanto propios, como de familiares y amigos) para su posterior reciclado o reutilización, haciendo énfasis en los beneficios sociales y medioambientales de la misma.

Esta campaña la hemos llevado a cabo en colaboración con Cruz Roja Española y la Fundación Entreculturas, de forma que los Ingresos derivados de esta campaña son dedicados por estas dos ONGs a proyectos asistenciales y educativos.

A través de nuestras encuestas trimestrales al público general y a clientes efectuamos un seguimiento de su percepción sobre el comportamiento de Vodafone España en el reciclado y reutilización de teléfonos móviles, observándose nuevamente la excelente opinión que al respecto tienen muchos clientes (ver cuadro página 46).

Otros Residuos Electrónicos

Hemos llevado a cabo las actividades contempladas en el Plan de Gestión de Residuos, especialmente las derivadas de la entrada en vigor del Real Decreto 208/2005, de 25 de Febrero, sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos, que ha tenido importantes implicaciones en nuestro sector.

Residuos de la Red

Durante el año fiscal 2005/06 Vodafone España ha generado algo más de 250 Toneladas de residuos de equipos procedentes de nuestra red, entre los que se incluyen equipos de radio, de aire acondicionado, cables, antenas, etc. Todos estos residuos han sido entregados al gestor autorizado para su destrucción y reciclaje (ver figuras 3 y 4).

El aumento en la generación de este tipo de residuos se justifica tanto por las actualizaciones que estamos haciendo en nuestra red para incorporar la tecnología UMTS (supone la sustitución en algunos casos de equipos de red), así como por la necesidad de sustituir equipos que se han quedado obsoletos o que han llegado al final de su vida útil.



Tipología de Residuos de Red Reciclados 2005-06 (% en peso)

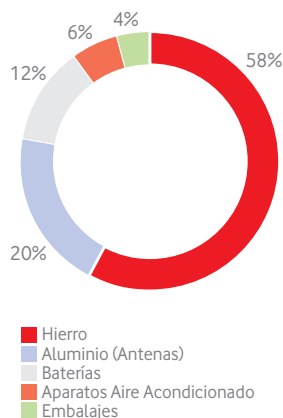


Figura 3

Equipos de Red Reciclados (Tn)

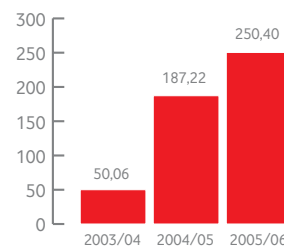


Figura 4

14. Residuos y Sustancias que dañan la Capa de Ozono

Sustancias que Dañan la Capa de Ozono

Durante este ejercicio fiscal 2005-06 se ha establecido el Plan de Sustitución de Sustancias que Dañan la Capa de Ozono en Refrigerantes, de manera que para el 2012 los equipos que utilizamos para climatización no contengan estas sustancias. Con estas actuaciones queda cerrado el Plan de Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono que lanzamos en mayo del 2004 (ver figura 5).

Residuos de Oficinas

En cuanto a los residuos generados en nuestras oficinas, la cantidad de papel reciclado durante este ejercicio 2005-06 ha sido de 290 Tn (ver figuras 6 y 7). Por otra parte, el papel consumido durante este ejercicio ha disminuido, entre otras razones por:

- > Una adaptación en nuestros sistemas informáticos que fomenta que las impresoras impriman por defecto a 2 caras.
- > La realización de campañas de concienciación para evitar que se impriman documentos de forma innecesaria.

En cuanto a los envases de Papel /Cartón correspondientes a los productos comercializados por Vodafone España, es preciso señalar que todos ellos están acogidos al sistema de gestión de residuos de envases y embalajes de ECOEMBES, y las cantidades declaradas en los últimos años se muestran en la figura 8.

Finalmente, por lo que se respecta al consumo total de agua durante el ejercicio 2005-06 ha sido de 134.898,3 m3.

Toneladas de papel reciclado en Vodafone

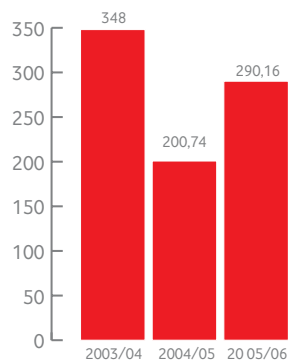


Figura 6

Contenido en papel reciclado del papel de oficina utilizado

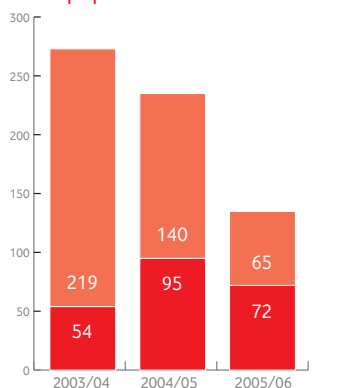


Figura 7

Ecoembes: toneladas de papel/cartón

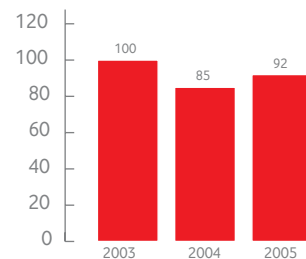


Figura 8

Contenido de Sustancias que Dañan la capa de Ozono

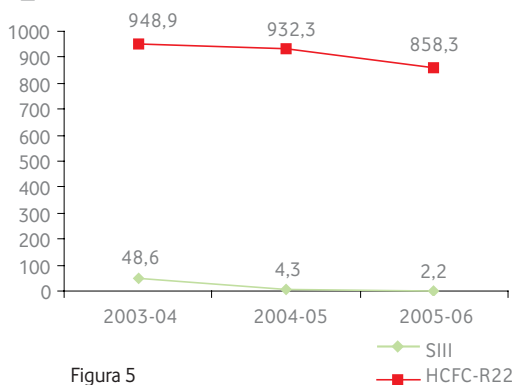


Figura 5

Más información en:
www.vodafone.es/tiendas
www.tragamovil.com

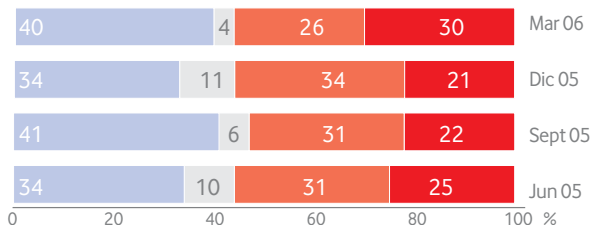
Qué haremos

- > Ampliar esquema de recogida de terminales a franquicias.
- > Desarrollar esquema de Reutilización para Empresas.

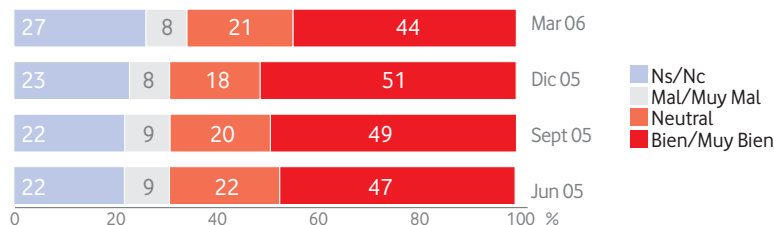
"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?"

Reciclar más teléfonos móviles y accesorios

Público General



Clientes



15. Empleados

Vodafone España emplea a más de 4.000 personas. Nuestro objetivo es "Crear el mejor equipo global"; para ello apostamos por contratar y retener a las personas más cualificadas y motivadas. Pretendemos alcanzar este objetivo proporcionando un buen ambiente de trabajo tratando a las personas con respeto y ofreciendo incentivos atractivos, así como oportunidades de desarrollo profesional.

Vodafone España no sólo es un importante generador de empleo directo e indirecto, sino que, además, este empleo es de calidad, con un elevadísimo porcentaje de contratos indefinidos. (ver figuras 1 y 2)

El índice de rotación voluntaria durante el pasado año fiscal fue del 1,1%, debiendo tenerse en cuenta que en este porcentaje se incluyen las bajas producidas por empleados de Vodafone España que se incorporaron a otras empresas del Grupo Vodafone.

A qué nos comprometimos

- > Establecer un Plan de Comunicación Interna que contemple: distribución de folletos de bolsillo a empleados sobre temas de Responsabilidad Corporativa, Difusión de Buenas Prácticas Medioambientales.
- > Continuar la implantación del Plan de Formación/ Información de Prevención de Riesgos Laborales para empleados, y promover el desarrollo de las mejores prácticas preventivas entre nuestras empresas colaboradoras.

Qué hemos hecho

Plan de Conciliación de la Vida Laboral y Familiar

En Vodafone España estamos convencidos de que la Conciliación de la Vida Laboral y Familiar aporta no sólo éxito a nivel personal, sino también profesional. Por ello, durante el año 2005-06, hemos continuado la implantación de este Plan que se materializa en medidas concretas que llegan a adelantar y superar la legislación vigente.

A continuación se indican algunas cifras del año 2005-06 correspondientes a dicho Plan de Conciliación:

- > Más de 1000 personas se beneficiaron de las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar.
- > Más de 200 mujeres han disfrutado del permiso por maternidad
- > Más de 150 mujeres disfrutaron la jornada de lactancia
- > Más de 1000 empleados se acogieron a ayuda familiar por hijos.
- > Más de 60 mujeres se acogieron a los 15 días previos a la maternidad.

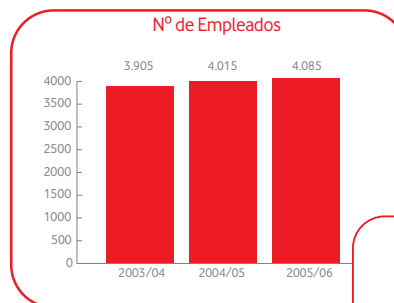


Figura 1

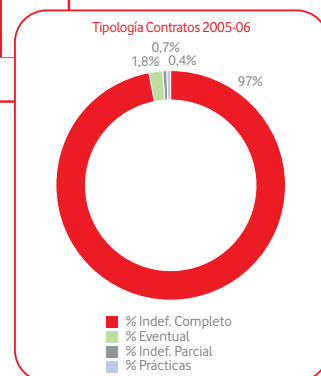


Figura 2

Todos los empleados de Vodafone España tienen una parte de su remuneración variable (al menos un 5%), ligada al cumplimiento de objetivos.

Plan de Conciliación de Vida Laboral y Familiar

Maternidad: permiso previo a la maternidad: se puede pedir el permiso retribuido con 15 días de antelación a la fecha prevista de alumbramiento.

Paternidad: mientras que, según la ley el plazo es de 2 días naturales ampliable a 4 por desplazamiento, Vodafone España amplía el plazo legal de dos a cinco días laborables, por nacimiento o adopción. En caso de necesidad de desplazamiento, se amplía a siete días.

Descanso por maternidad en nacimiento múltiple: igual que la legislación, excepto que se amplia a dos semanas más por cada hijo a partir del segundo en mismo parto. Es decir, en supuesto de trillizos serían 20 semanas de descanso y así, sucesivamente.

Ayuda a guarderías: aquellos empleados con hijos cuyas edades estén comprendidas entre 0 y 4 años, que asistan o no a guarderías, pueden beneficiarse de una ayuda mensual de 61,30 euros por cada hijo.

Ampliación del período de lactancia: se amplía el plazo de 1 a 2 horas diarias y de 9 a 12 meses, sin que afecte al salario.

Excedencia por cuidado de hijos: los empleados podrán acogerse a la excedencia por cuidado de hijos desde el nacimiento hasta que el menor cumpla 4 años (la ley establece como máxima la edad de 3 años). Esta medida también incluye la adopción y los supuestos de acogimiento. El período en que el empleado permanezca en situación de excedencia es computable a efectos de antigüedad y durante el primer año el empleado tiene derecho a su puesto de trabajo.

Permiso retribuido: se concede por hospitalización de familiares hasta segundo grado de consanguinidad o afinidad, 2 días o 4 días en caso de desplazamiento. (El Estatuto de los trabajadores sólo lo contempla en caso de enfermedad grave o fallecimiento).

Excedencia por cuidado de familiares: podrán disfrutar de un período de excedencia, de duración no superior a un año, aquellos empleados que lo soliciten para el cuidado de un familiar, hasta el 2º grado de consanguinidad o afinidad, que por razones de edad o de enfermedad no puedan valerse por sí mismos.

Ayuda a familias numerosas: aquellos empleados que tengan 3 o más hijos, y hasta la edad establecida a efectos de deducción en el IRPF, percibirán anualmente la cantidad alzada y de una sola vez de 306 euros brutos por cada hijo.

Ayuda a hijos discapacitados: se establece una ayuda mensual de 122,60 euros brutos por cada hijo discapacitado hasta los 15 años de edad.

15. Empleados

Relaciones Laborales en Vodafone España

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

A tal efecto, la comunicación, relación y participación de tales representantes se canaliza a través de la Dirección de Relaciones Laborales, cauce permanente de contacto entre la Dirección y los representantes sociales.

Los contactos son continuos, a petición de cualquiera de las partes, en un foro natural de cooperación e información ante cualquier tema que, por su relevancia e impacto en la plantilla, sea de interés. Para temas generales, las reuniones son, al menos, quincenales. Las sugerencias y propuestas por ambas partes, exceden de los límites que la Ley marca para unas relaciones laborales clásicas, ya que el fin último de las partes no es tanto cumplir la legalidad, sino hacer de la participación, la información y la acción conjunta, una forma natural de trabajo.

Los temas van desde cuestiones individuales de los empleados a la marcha del Grupo Vodafone en el mundo. La evolución del Grupo, los cambios organizativos, las políticas generales que afectan a los empleados, etc.. son temas tratados con normalidad en las reuniones.

Este diálogo permite informar a tiempo de los cambios y posibilita mecanismos proactivos para adecuar los cambios y políticas a las pretensiones de los empleados, evitando que se conviertan en problemas por falta de soluciones o tiempo para corregirlos.

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

Como ejemplos de temas tratados de manera conjunta podemos señalar las comisiones de:

- > Transporte colectivo.
- > Formación.
- > Seguimiento de aumentos de masa salarial.
- > Seguimiento del sistema general de evaluación del desempeño.
- > Nuevas organizaciones en el Grupo Vodafone.

Otros Beneficios Sociales

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, pudiéndose realizar aportaciones adicionales por el empleado.

Seguro de Salud: Vodafone España ofrece a sus empleados con contrato indefinido o antigüedad superior al año, el pago del 100% del coste de la póliza del empleado y ventajas adicionales para familiares.

Premio al Mérito: con objeto de reconocer el esfuerzo de compaginar estudios y trabajo, la compañía, además de una compensación económica, facilita la continuación de este esfuerzo con una compensación formativa que complete tanto el desarrollo personal como el profesional.

Ticket Restaurante: todos los empleados de Vodafone España, con independencia de su función o puesto, reciben tickets comida.

Plan Relat: es una oferta especial para los empleados de Vodafone España con beneficios en servicios de telefonía móvil.

A fecha de la elaboración del informe (junio 06), se ha procedido a la firma del convenio colectivo a 3 años.

La actividad en materia de Prevención de Riesgos Laborales desarrollada por Vodafone España va asociada implícitamente a la participación efectiva de sus trabajadores. Esta participación se articula a través de las Comisiones de Seguridad y Salud. En cada zona territorial existe una mesa de debate donde los representantes de la Dirección de la empresa y los Delegados de Prevención (representantes de los trabajadores) acuerdan planes y programas de actuación preventivos. Además, se establecen grupos de trabajo entre empresa, Delegados y el Servicio de Prevención donde abordar temas específicos para la promoción y el fomento de la salud.

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

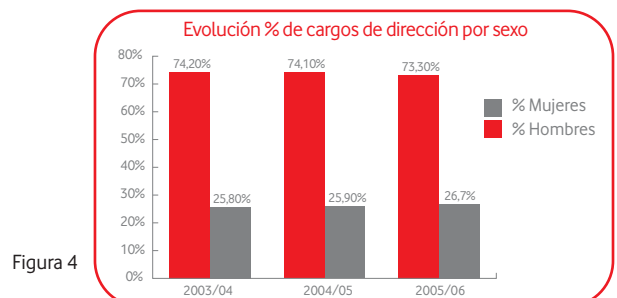
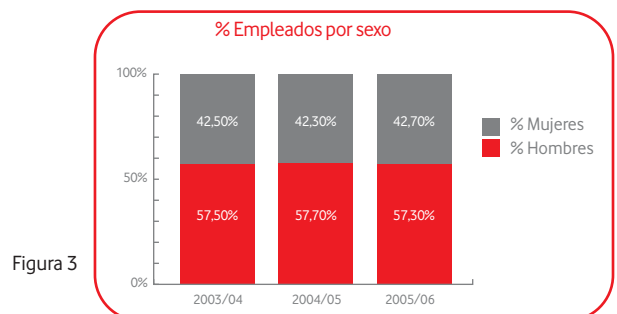
Integración de Personas Discapacitadas

De acuerdo con la Ley 13/1982, de 7 de Abril, de Integración Sociolaboral de los Minusválidos (LISMI), Vodafone España da cumplimiento a lo establecido en la citada legislación y su normativa relacionada, tanto a través de la creación de empleo directo, como de la adopción de medidas alternativas contempladas en dicha legislación. En cuanto a las medidas alternativas, se ha optado por la aportación de donaciones a Fundaciones o Asociaciones de utilidad pública cuyo objeto social sea, entre otros, la formación profesional, la inserción laboral o la creación de empleo a favor de personas discapacitadas.

Igualdad de Oportunidades

Una de las Políticas del Grupo Vodafone es la relativa a "Igualdad de Oportunidades" donde se recoge la prohibición de cualquier tipo de discriminación por razón de sexo, raza, creencias u orientación.

En las figuras 3 y 4 se puede ver la evolución del porcentaje de mujeres en plantilla y del porcentaje de cargos de dirección ocupados por mujeres.



Desarrollo Profesional

El Desarrollo Profesional en Vodafone España 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.

Para el análisis de las necesidades de Desarrollo, Vodafone España ha puesto en marcha el nuevo sistema de evaluación del desempeño, "Performance Dialogue", un proceso de negocio y de gestión que simplifica herramientas anteriores, para analizar oportunidades de desarrollo y acordar objetivos de desarrollo individual, centrándose en un mayor diálogo entre el superior jerárquico inmediato y el colaborador.

Una vez analizadas las necesidades de Desarrollo, se efectúan distintos tipos de programas:

- > Programa de Desarrollo de Directivos ("One Way"): programa a tres años, dirigido a más de 600 responsables de equipos, que tiene como objetivo estratégico mejorar las capacidades de gestión de equipos y de gestión del cambio.
- > Programa Global de Liderazgo: su objetivo es la identificación temprana y desarrollo de las personas con mayor potencial.
- > Programa Global de Rotación Internacional: sus objetivos son fomentar la movilidad internacional, favorecer el desarrollo competencial de los empleados con alto potencial y compartir experiencias entre las diferentes Operadoras del Grupo.
- > Programa de Becas: su objetivo principal es preparar profesionalmente a aquellas personas que disponen de un alto potencial y escasa o ninguna experiencia profesional.

Formación

El objetivo de la Formación en Vodafone España es formar a sus empleados en aquellos conocimientos y/o habilidades específicas o generales detectadas en el proceso de análisis de necesidades, siguiendo los criterios de rentabilidad y calidad de las acciones realizadas, y tratando de incorporar la utilización de Nuevas Tecnologías en las acciones que sean posibles (ver figura 6).

Se puede distinguir entre:

- > Formación Corporativa: se incluyen todas aquellas acciones dirigidas a mejorar las competencias profesionales.
- > Formación Técnica: se consideran las acciones dirigidas a mejorar los conocimientos profesionales.

Durante el pasado año fiscal 2005-06, la inversión en formación de Vodafone España supuso alrededor del 5% del total de la masa salarial.

Comunicación Interna

Dentro del Plan llevado a cabo por Comunicación Interna se encuentra el dar a conocer a todos los empleados de Vodafone España el Programa de Responsabilidad Corporativa y sus distintas actividades (ver Cap. 5: "La Responsabilidad Corporativa en Vodafone España").

Por otra parte, cumpliendo el compromiso establecido en el Informe de RC 2004-05 y coincidiendo con el Día Mundial del Medio Ambiente, en junio 2005 se difundió entre todos los empleados de Vodafone España el "Manual de Buenas Prácticas Ambientales en la Oficina".

Satisfacción de los empleados

Durante el ejercicio fiscal 2004-05, se realizó la Encuesta de Satisfacción de Empleados que tiene carácter bienal. Esta encuesta mostró unos altos niveles de satisfacción entre nuestros empleados, y al mismo tiempo también permitió identificar una serie de áreas de mejora.

Como consecuencia de dicha encuesta se estableció un Plan de Acción que se ha desarrollado durante el año 2005-06. El Plan

Encuesta Satisfacción Empleados	%2004/05	▲ 03/04
Satisfacción general y compromiso	79	+8 p.p.

Encuesta Satisfacción Empleados: Plan de Acción de Compañía	
Iniciativa	Actuaciones
Función del "Manager" Desarrollo Profesional	Desarrollo del Programa "One Way" "Performance Dialogue"
Compensación	Mejoras en el Proceso de Selección para vacantes internas. Estudio sobre la situación de la compensación del mercado. Encuesta específica para comparar la compensación total de Vodafone España con otras compañías del sector. Comparativa de beneficios sociales de Vodafone España y de otras empresas. Tickets Restaurante.
Bienestar	Flexibilidad en los horarios de trabajo.

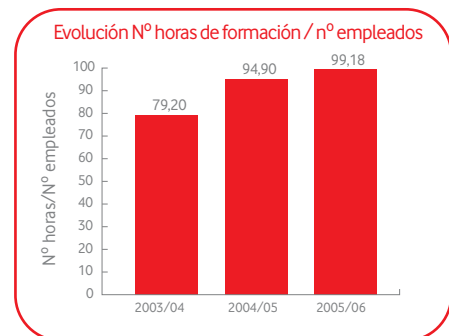


Figura 5

15. Empleados

de Acción definido ha girado en torno a cuatro iniciativas principales (ver página 49).

Para valorar la opinión de los empleados acerca de la evolución del Plan de Acción, actualmente se está llevando a cabo una Encuesta de Seguimiento "on-line" (anónima y confidencial) dirigida al 30 % de empleados, de forma aleatoria y anónima.

Salud y Seguridad

Vodafone España dispone de un amplio equipo humano con dedicación exclusiva a la promoción y desarrollo de los más altos niveles de seguridad, salud y bienestar entre sus empleados. El equipo está formado por 4 personas asociadas al Servicio Médico y 8 personas en el Área Técnica de prevención. Todos ellos constituyen el Servicio Propio de Vodafone (SPV). El SPV asume la aplicación de todas las especialidades preventivas (Vigilancia de la Salud, Seguridad, Higiene y Ergonomía y Psicología). Su trabajo va más allá del cumplimiento normativo, buscando resultados para la mejora continua de la calidad de vida en el puesto de trabajo y que, por ende, redunden en el bienestar de los trabajadores fuera de él. Así, como ejemplo, el Servicio Médico, junto con Cruz Roja (en Madrid) y el Banco de Sangre (Barcelona), realizan campañas anuales de extracción de sangre. El número de empleados que han participado en las mismas ha sido de 309.

Actividades preventivas

Para comprobar las condiciones de seguridad de los centros de trabajo, el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales ha realizado 148 visitas de inspección (al 95 % del total de centros). Para las no conformidades detectadas se han llevado a cabo las correspondientes planificaciones y asignación de presupuestos para su resolución.

Este año se ha continuado la realización de simulacros de actuación ante situaciones de emergencia. En total se han llevado a cabo 38 simulacros donde han participado el 68 % de la plantilla. Como consecuencia de los mismos, los Comités de Emergencia han identificado puntos de mejora sobre los que actuar a lo largo del año 2006/07.

El número de reconocimientos médicos realizados ha sido de 3.630 voluntarios y 346 obligatorios (trabajos en altura).

El Servicio Médico, con implantación nacional, además de realizar la vigilancia de la salud de los empleados, también presta Servicios Asistenciales Médicos. Así, durante el año prestó un total de 16.058 asistencias médicas.

El SPV establece anualmente un programa de Formación e Información en materia de Seguridad y Salud, consecuente con los objetivos estratégicos establecidos por Vodafone. Así, durante el ejercicio fiscal 2005-06, se continuó con Campañas de Información y Divulgación referentes a:

- > La Seguridad Vial.
- > Comportamiento seguro en caso de producirse situaciones de emergencia.

Además, se han puesto en marcha nuevas campañas referentes a aspectos tales como:

- > "Hábitos de trabajo saludables", donde nuestro Servicio Médico nos aconseja pequeños hábitos para la mejora de nuestra calidad de vida en el trabajo y fuera de él.
- > "Trabajamos sin humos" referente a la implantación de la normativa del consumo de tabaco en los Centros de Trabajo y consejos para vencer el hábito de fumar.
- > "Protégete contra la gripe" donde, además de promocionar la vacunación anual contra la gripe común, se divulgaba información sobre la gripe aviar.

Por otra parte, el SPV impartió un total de 9.159 horas Formativas a las que asistieron 1.400 empleados. Entre dichas actividades, resaltamos:

- > "Formación en materia de Primeros Auxilios y Control de Incendios". Asistieron 491 empleados.
- > "Conducción Segura en Todo Terreno". Asistieron 240 empleados.
- > "Trabajos en altura. Nivel Básico". Asistieron 200 empleados.
- > "Conducción Segura, Seguridad Vial". Curso integrado dentro de la plataforma E-learning. Realizaron el curso 123 empleados.
- > "Introducción en el Sistema de Gestión de la Prevención de Vodafone España para nuevos empleados". Asistieron 105 empleados.

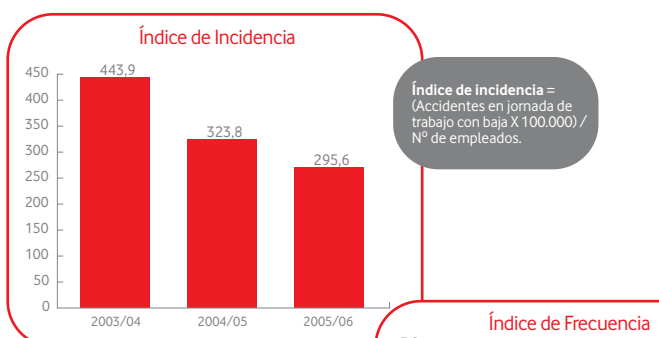


Figura 6

Índice de Frecuencia = (Accidentes en jornada de trabajo con baja X 1.000.000) / (Nº de empleados X Nº medio de horas efectuadas anualmente por empleado).

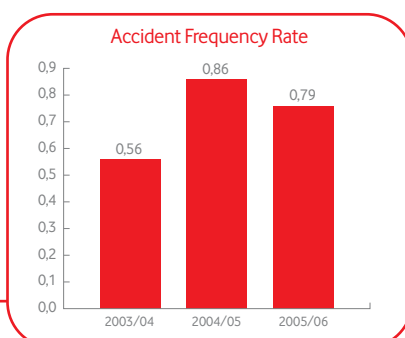


Figura 8

Accident Frequency Rate = (Accidentes con y sin baja no in itinere X 100) / Nº de empleados.

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

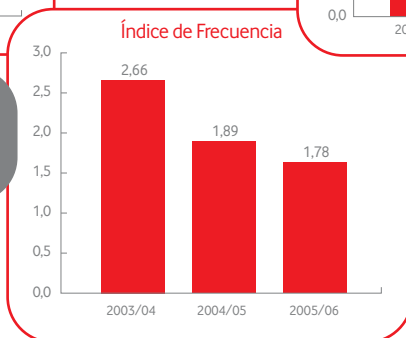


Figura 7

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

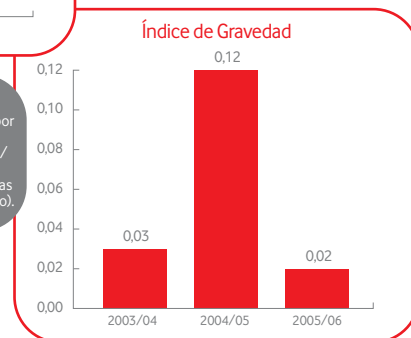


Figura 9

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

Accidentabilidad.

Todos los indicadores muestran tendencias satisfactorias (ver figuras 6 a 9).

En cuanto a los accidentes de tráfico en jornada de trabajo, principal causa de accidentabilidad, hemos reducido considerablemente el número, por cuarto año consecutivo, así como la duración de la baja médica. El porcentaje de disminución con respecto al ejercicio 2004-05 fue del 50 % de los accidentes de tráfico con baja (ver figuras 10 y 11).

Sin duda, estas reducciones tan importantes tanto en cuanto al nº de accidentes, como de su gravedad, son una consecuencia de las Campañas de Seguridad en conducción que se vienen realizando durante los últimos cuatro años.

A través de estas campañas, Vodafone ha reforzado los mensajes clave sobre la seguridad en la conducción. Para ello, empleamos como herramientas de concienciación, mensajes de texto SMS, "banners" en nuestra Intranet y comunicaciones escritas. Por último, los empleados que realizan conducción de vehículos todo terreno participan en acciones formativas presenciales sobre la materia de 10 horas de duración.

Más información en:
www.vodafone.es/empleo

Qué haremos

- Implantar el Proceso de "Performance Dialogue".
- Reducir el Índice General de Absentismo en un 5%.

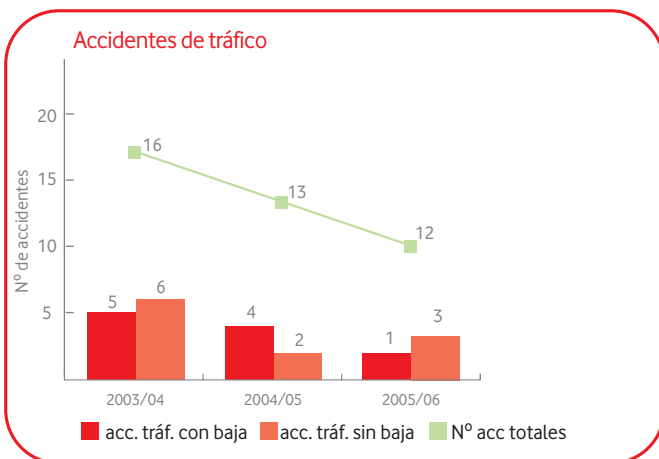


Figura 10

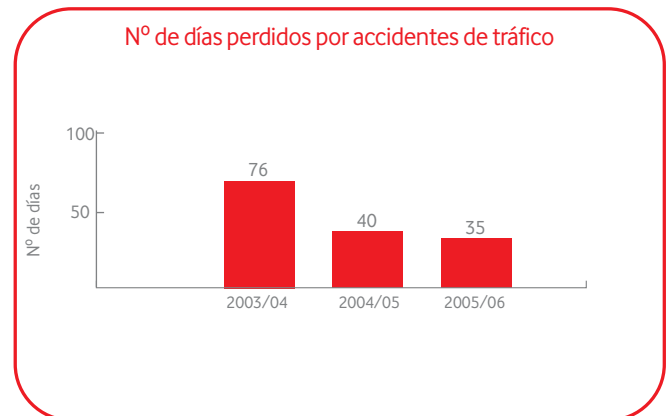


Figura 11



16. Compromisos

Tema	A qué nos comprometimos	¿Qué hemos hecho?
Telefonía Móvil y Salud	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indicar en página web, niveles SAR (Índice de Absorción Específica) de los diferentes tipos de terminales comercializados por Vodafone. 2. Continuar involucración con público general, clientes, creadores de opinión, administraciones y empleados sobre telefonía móvil y salud. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indicado en página web www.vodafone.es/antenasysalud 2. Desarrollo de un amplio plan de comunicación sobre el tema de emisiones radioeléctricas (jornadas, seminarios, reuniones, etc.). Realización encuestas para determinar el nivel de percepción.
Despliegue Responsable de Red	<p>En el ejercicio 2003-04 nos comprometimos a liderar el Proyecto del Grupo orientado a la elaboración de las Guías para el Desarrollo Responsable de Red.</p>	<p>Se ha comunicado la Política de Despliegue Responsable de Red a nuestros responsables de Implantación.</p> <p>Se han establecido una serie de indicadores clave para medir nuestro comportamiento con relación a la Política y las Guías.</p>
Responsabilidad Corporativa y Clientes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implantación del Plan de Formación en Marketing Responsable. 2. Desarrollar una campaña de comunicación a clientes, sobre aspectos relevantes de Marketing Responsable. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ha desarrollado un curso "on-line" sobre Marketing Responsable y está prevista su disponibilidad para los usuarios en el ejercicio fiscal 2006-07. 2. Emitidos folletos de Marketing Responsable. Lanzados productos con tarifas más claras y fáciles de entender.
Fundación Vodafone España	<p>Ampliar la colaboración con diversas entidades para el desarrollo de proyectos conjuntos que supongan beneficios sociales, mediante el uso de nuevos soportes tecnológicos.</p>	<p>Realizadas colaboraciones y nuevos acuerdos con distintas asociaciones y organizaciones.</p>
Productos y Servicios Sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar proyectos de "accesibilidad global o diseño para todos" (web accesible, accesibilidad en tiendas). 2. Desarrollar, al menos, 3 productos/ servicios con alto valor social para permitir el acceso a nuestros servicios por colectivos con necesidades especiales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Web accesible Vodafone España y Fundación Vodafone. Realizado el estudio de accesibilidad en tiendas. 2. Realizados los lanzamientos de Blackberry Accesible, Mobile Speak y Mobile Magnifier, entre otros productos/servicios.
RC en la Cadena de Suministros	<p>Realizar la Evaluación sobre Código de Compras Éticas de 10 proveedores según mapa de riesgo.</p>	<p>Realizado en 11 proveedores.</p>
Energía y Cambio Climático	<ol style="list-style-type: none"> 1. Continuar el desarrollo del Plan de Eficiencia Energética informando sobre la evolución en las emisiones de CO₂. 2. Realizar estudio de viabilidad para la utilización de energías renovables propias o verdes (de compañías eléctricas) en Oficinas y Red. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Finalizado plan de Eficiencia Energética (2003-06). Conseguido el objetivo de reducción del 3% de energía específica consumida sobre la prevista. 2. Realizado.
Residuos y Sustancias que Dañan la Capa de Ozono	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ampliar esquema de reciclado de teléfonos móviles a franquicias. 2. Desarrollar esquema de reutilización de terminales. 3. Continuar la implantación del Plan de Residuos. 4. Establecer el Plan de Sustitución de Sustancias que Reducen la Capa de Ozono (refrigerantes). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Continua su aplicación, plan a 2 años. 2. Desarrollado el esquema para particulares. 3. Realizadas las actuaciones correspondientes al ejercicio fiscal 05-06. 4. Establecido y en proceso de sustitución.
Empleados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un Plan de Comunicación Interna que contemple: Distribución de folletos de bolsillo a empleados sobre temas RC, Difusión de Buenas Prácticas Medioambientales. 2. Continuar la implantación del Plan de Formación/ Información de PRL para los empleados, y promover el desarrollo de las mejores prácticas preventivas entre nuestras empresas colaboradoras. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de: informes RC de Vodafone España e Informe Interno del Grupo, Manual de Buenas Prácticas Medioambientales, Campaña Interna Recogida Móviles, comunicaciones periódicas... 2. Realizado.

Progreso	¿Qué haremos?	Fecha
100% 100%	Establecer objetivos, respecto a la opinión de los Grupos de Interés, sobre el comportamiento de Vodafone en cuanto a Telefonía Móvil y Salud.	Marzo 2008
100% 100%	Establecer objetivos respecto a la opinión de los Grupos de Interés sobre el comportamiento de Vodafone España en los temas de Despliegue Responsable de Red.	Marzo 2007
50% 100%	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poner a disposición del personal aplicable un curso "on-line" sobre Marketing Responsable. ➤ Definir un Plan de Comunicación a Clientes en temas de RC (contenidos, accesibilidad,...) ➤ Ampliar los sistemas de control de acceso a contenidos en todo el entorno de navegación "off-net" (fuera de Vodafone live!). ➤ Chats sujetos a control parental. ➤ Desarrollar sistemas para protección contra Virus y "Spam" en todo el entorno de navegación "off-net" (fuera de Vodafone Live!). ➤ Establecer sistema de control sobre altas y bajas, y sistema de restricciones para Servicios SMS Premium. 	Marzo 2007
100%	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promover acciones para el desarrollo del bienestar social mediante el uso de las TIC's, ampliando a nuevos grupos vulnerables y dependientes. ➤ Realización de 22 encuentros sobre aplicaciones sociales de las tecnologías. ➤ Implementación de nuevos desarrollos técnicos que mejoren la accesibilidad de la página web en lenguaje de signos. 	Marzo 2007
100% 100%	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Campaña de difusión sobre la tecnología disponible para los distintos colectivos de discapacidad. ➤ Introducir 3 productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones. ➤ Iniciar la implantación de medidas de accesibilidad en tiendas. 	Marzo 2007
100%	Implantar una aplicación a través de la cual, todos los nuevos proveedores de Vodafone España podrán realizar su autoevaluación.	Marzo 2007
100% 100%	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer un nuevo Plan de Eficiencia Energética. ➤ Desarrollo piloto de Energías Renovables/Verdes 	Marzo 2007 Marzo 2008
Marzo 2007 100% 100% 100%	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ampliar esquema de recogida de terminales a franquicias. ➤ Desarrollar esquema de Reutilización para Empresas. 	Marzo 2007
100% 100%	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implantar el Proceso de "Performance Dialogue". ➤ Reducir el Índice General de Absentismo en un 5%. 	Marzo 2007

17. Principales Datos

Principales Datos de Vodafone España	2005-06 (%▲)	2004-05	2003-04
Económicos			
Facturación total (millones €)	5.857 (+22,6%)	4.778	3.866
Facturación por servicios (millones €)	5.300 (+22%)	4.343	3.561
ARPU anual (€)	427 (+3%)	414	377
Nº de clientes (millones)	13,52 (+17,9%)	11,47	9,7
Dispositivos activos Vodafone Live! (miles)	5.514 (+84,3%)	2.992	625
Dispositivos 3G (miles)	902 (+925%)	88	-
Nº de clientes portados (saldo neto anual a 31 de marzo)	213.891	456.781	-1.481
Medioambientales			
% de estaciones base compartidas o en infraestructuras existentes (acumulado)	68,3 % (-1,2 p.p.*)	69,5 %	60,6 %
Consumo Específico de Energía de actividades de Red (Kwh/BTS)	11.579,7 (-0,3 %)	11.617,6	12.239,2
CO ₂ generado por las actividades de Red (Kg/BTS)	4.450,9 (-2,8 %)	4.580,8	5.059,6
Eficiencia Energética: ahorro consumo energía (Mwh acumulados desde 2003-04)	13.059,1	8.518,8	4.752,9
Eficiencia Energética: ahorro emisiones de CO ₂ (Tn acumuladas desde 2003-04)	4.637,2	3.117,1	1.806,1
Reciclaje de terminales (Tn acumuladas. Histórico desde 2001)	87,7	57,7	37,1
Papel Reciclado (Tn acumuladas desde 2002-03)	1.150,4	860,0	659,3
Sociales			
Recursos dedicados por la Fundación Vodafone España (miles €) a proyectos sociales	5.677,9 (+1,5%)	5.592,2	3.641,5
Nº de alumnos en Cursos Universitarios y de Postgrado (acumulado histórico)	1.424	1.237	1.050
Empleo			
Nº de empleados	4.085 (+1,7%)	4.015	3.905
% Contratos indefinidos (completo y parcial)	97,0% (+0,1 p.p.*)	96,9 %	98 %
% Mujeres	42,7% (+0,4 p.p.*)	42,3%	42,5%
% Mujeres en Cargos Directivos	26,7% (+0,8 p.p.*)	25,9%	25,8%
Nº horas formación/ Nº empleados	99,2 (+4,6%)	94,9	79,2
% Satisfacción empleados	N.A. (bienio)	79 %	71 %
Índice Incidencia Accidentes	271,0 (-16,3%)	323,8	443,9
* p.p.: puntos porcentuales			

Glosario de Acrónimos y Abreviaturas

AETIC: Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España
APPS: Federació Catalana Pro Persones amb Retard Mental
ARPU: Average Revenue Per User (Ingresos Medios por Cliente)
ASEMFO: Asociación Nacional de Empresas Forestales
ASIMELEC: Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones
ASPAYM: Asociación de Parapléjicos y Grandes Minusválidos
BITC: Business in the Community
BTS: Base Transceiver Station (Estación Base)
CBS: Center for Business in Society
CCE: Código de Compras Éticas
CIDAT: Centro de Investigación y Desarrollo de Aplicaciones Tiflotécnicas
CNSE: Confederación Estatal de Personas Sordas
COCEMFE: Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España
CSR: Corporate Social Responsibility
DRR: Despliegue Responsable de Red
FEMP: Federación Española de Municipios y Provincias
FFF: Forum for the Future
FIAPAS: Federación Española de asociaciones de Padres y amigos de los Sordos
FTSE: Financial Times Stock Exchange
GAPTEL: Grupo de Análisis y Prospectiva del sector de las Telecomunicaciones
GeSI: Global e-Sustainability Initiative
GI: Grupos de Interés
GPRS: General Packet Radio Service (2,5G; Generación 2,5)
GPS: Global Positioning System
GSM: Global System for Mobile Communications (2G; 2ª Generación)
GRI: Global Reporting Initiative
HSDPA: High Speed Downlink Packet Access
IBLF: International Business Leaders Forum
ICNIRP: International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection
ISO: International Organization for Standardization
KCQ: Key Control Questionnaire
KPI: Key Performance Indicator

LISM: Ley de Integración Sociolaboral de los Minusválidos
MITYC: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
MMS: Multimedia Messaging Service (Servicio de Mensajes Multimedia)
MORI: Market and Opinion Research International
MOVE: Mobile Vodafone Expo
MPDL: Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad
MR: Marketing Responsable
NBIC: Nano-Bio-Info y Cogno
OIT: Organización Internacional del Trabajo
OMS: Organización Mundial de la Salud
ONCE: Organización de Ciegos de España
ONG: Organización No Gubernamental
PIN: Número de Identificación Personal
PREDIF: Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos
RC: Responsabilidad Corporativa
RSE: Responsabilidad Social Empresarial
SAR: Specific Absortion Rate
SATI: Servicio de Asesoramiento Técnico e Información
SEIS: Sociedad Española de Informática de la Salud
SIRI: Sustainable Investment Research International
SMS: Short Message Service (Servicio de Mensajes Cortos)
SPAM: Comunicaciones Comerciales Electrónicas sin autorización del destinatario
SPV: Servicio Propio Vodafone
TAM: Teleasistencia Móvil
TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación
UCE: Unión de Consumidores de España
UE: Unión Europea
UMTS: Universal Mobile Telecommunications System (3G; 3ª Generación)
UPC: Universidad Politécnica de Cataluña
UPM: Universidad Politécnica de Madrid
UPV: Universidad Politécnica de Valencia
VAB: Valor Añadido Bruto
WBCSD: World Business Council for Sustainable Development

18. Verificación Externa

Deloitte.

Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España

INFORME DE VERIFICACION INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2005-06 DE VODAFONE ESPAÑA S.A.

Tel.: +34 915 14 50 00
Fax: +34 915 14 51 80
+34 915 56 74 30
www.deloitte.es

A la Dirección de Vodafone España:

Hemos realizado los procedimientos de revisión limitada acordados con ustedes relativos a los siguientes aspectos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2005-06 de Vodafone España:

- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa a lo señalado en la Guía 2002 de Global Reporting Initiative (GRI) y validación de los indicadores centrales y específicos del sector de las telecomunicaciones, tanto cuantitativos como cualitativos.
- La información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005-06 de Vodafone España relativa a la aplicación de los principios de la AA1000AS de relevancia, integridad y respuesta adecuada.
- La información proporcionada sobre el grado de avance y cumplimiento de los compromisos en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2005-06, planteados en el Informe de Responsabilidad Corporativa del ejercicio 2004-05.

La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa así como el contenido del mismo es responsabilidad de la Unidad de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en la revisión limitada.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE 3000) de International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB), para realizar auditorías de información no financiera, conjuntamente con la *AccountAbility 1000 Assurance Standard (AA1000AS)*, emitida por AccountAbility.

La revisión limitada ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de Vodafone España que han participado en la elaboración del Informe de Responsabilidad Corporativa, y a la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de verificación por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Vodafone España para obtener la información necesaria para la verificación externa.
- Análisis de los procesos para obtener y validar los datos presentados en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005-06.
- Revisión del grado de avance y cumplimiento de los compromisos en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2005-06, planteados en el Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al ejercicio 2004-05.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio, así como la materialidad e integridad de la información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa en función del entendimiento de Vodafone España de los requerimientos de los grupos de interés.

- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa a lo señalado en la Guía 2002 de Global Reporting Initiative (GRI) y comprobación de que los indicadores centrales y específicos del sector de las telecomunicaciones incluidos en el Informe se corresponden con los recomendados por dicho estándar.
- Comprobación, mediante pruebas de verificación en base a la selección de una muestra, del cálculo de la información cuantitativa de los indicadores centrales GRI y específicos del sector de las telecomunicaciones incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al ejercicio 2005-06 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Vodafone España.
- Comprobación de la información de carácter cualitativo de los indicadores centrales GRI y específicos del sector de las telecomunicaciones incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al ejercicio 2005-06.

El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005-06 de Vodafone España.

En el Índice de Contenidos e Indicadores GRI incluido en el Capítulo 20, se detallan los indicadores revisados y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos señalados por GRI. Como resultado de nuestra revisión limitada no se ha puesto de manifiesto ningún otro hecho que nos haga creer que los aspectos descritos contienen errores significativos.

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún hecho que nos lleve a pensar que la información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005-06 de Vodafone España, relativa a la aplicación de los principios de la AA1000AS de relevancia, integridad y respuesta adecuada a los grupos de interés, así como la información proporcionada sobre el grado de avance y cumplimiento de los compromisos en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2005-06, planteados en el Informe de Responsabilidad Corporativa del ejercicio 2004-05, contienen errores significativos.

Adicionalmente, hemos presentado a la Unidad de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Las recomendaciones más relevantes se refieren al fortalecimiento de la función de cumplimiento interno.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Vodafone España.

Madrid, 21 de julio de 2006

DELOITTE, S.L.


Helena Redondo

19. Guía GRI

A continuación se indican las páginas del Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España 2005/06 en las que se da cumplimiento a los contenidos de la Guía para elaboración de Memorias de Sostenibilidad 2002 (GRI), así como a los indicadores establecidos en el suplemento GRI para el sector de las telecomunicaciones.

Punto	Página	Definición
Visión y estrategia		
1.1	13	Exposición de la visión y la estrategia de la organización con respecto a su contribución al desarrollo sostenible.
1.2	3	Declaración del presidente (o de un directivo equivalente) que describe los elementos principales de la memoria de sostenibilidad.
Perfil		
2.1	Portada, 2	Nombre de la organización informante.
2.2	6	Principales productos y/o servicios, incluyendo marcas, si procede.
2.3	14	Estructura operativa de la organización.
2.4	4, 14	Descripción de los principales departamentos, compañías operadoras, filiales y empresas conjuntas.
2.5	4	Países en los que opera la organización.
2.6	Portada, 4, 15	Naturaleza de la propiedad; forma jurídica.
2.7	4, 16, 17, 18	Naturaleza de los mercados a los que se sirve.
2.8	5, 54	Magnitud de la organización informante.
2.9	7, 8, 9 y 10	Lista de partes interesadas, características principales de cada una, y relación con la organización informante.
2.10	Contraportada	Persona /s de contacto para temas relacionados con la memoria, con sus respectivas direcciones web y de email.
2.11	2	Período cubierto por la memoria (por ejemplo, año fiscal/civil) para la información proporcionada.
2.12	2	Fecha de la memoria previa más reciente (si existe).
2.13	2	Cobertura de la memoria (países/regiones, productos/servicios, departamentos/instalaciones/empresas conjuntas/filiales) y limitaciones específicas del alcance.
2.14	4,5, 6, 54	Cambios significativos en el tamaño, la estructura, la propiedad o los productos/servicios que hayan tenido lugar desde la publicación de la memoria anterior.
2.15	2	Bases para elaborar memorias de empresas conjuntas, filiales compartidas, instalaciones arrendadas, operaciones de servicios externos, y otras situaciones que puedan afectar considerablemente la posibilidad de comparación entre períodos y/o entre entidades informantes.
2.16	NA (1)	Descripción de la naturaleza y efecto de cualquier reformulación de información ya presentada en memorias anteriores, y los motivos de tal reformulación (por ejemplo, fusiones/compras, cambio de años o períodos base, naturaleza de la empresa, métodos de medición).
2.17	Def.en cada pto.	Decisiones de no aplicar los principios o protocolos del GRI en la elaboración de la memoria.
2.18	5	Criterios y/o definiciones utilizados en la contabilidad de los costos y beneficios económicos, ambientales y sociales.
2.19	NA (1)	Cambios significativos con respecto a años anteriores en los métodos de cálculo aplicados a la información clave, ya sea económica, ambiental o social.
2.20	13, 14	Políticas y medidas internas para garantizar la precisión, la exhaustividad y la veracidad de la información presentada en la memoria de sostenibilidad.
2.21	2, 55	Políticas y medidas actuales orientadas a proporcionar mecanismos independientes para la verificación de la memoria en su conjunto.
2.22	2, Def.en cada capitulo	Medios a través de los cuales los usuarios pueden encontrar información adicional o memorias sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales de las actividades de la organización, así como información sobre una instalación específica (si se encuentra disponible).
Estructura de Gobierno		
3.1	14, 15	Estructura de gobierno de la organización, con los principales comités dependientes de la junta directiva responsables del diseño de las estrategias y de la supervisión de la organización incluidos.
3.2	Dato no disponible(1)	Porcentaje de la junta directiva formado por consejeros independientes sin cargo ejecutivo.
3.3	13, 14, 15	Proceso para determinar la necesidad de los miembros del grupo de expertos de guiar las estrategias de la organización en temas como las oportunidades y los riesgos ambientales y sociales.
3.4	13, 15	Procesos directivos para supervisar la identificación y la gestión de las oportunidades así como los riesgos económicos, ambientales y sociales de la organización.
3.5	47	Relación entre la remuneración directiva y la consecución de los objetivos financieros y no financieros de la organización (por ejemplo, la actuación ambiental o las prácticas laborales).
3.6	13, 14	Estructura de la organización y miembros fundamentales responsables de la supervisión, puesta en práctica y auditoria de políticas económicas, ambientales y sociales.
3.7	13	Declaraciones de la misión y valores, principios o códigos de conducta internos, y políticas referentes al desempeño económico, ambiental y social, así como su nivel de implementación.
3.8	NA (2)	Mecanismos que permiten a los accionistas comunicar sus recomendaciones a la junta directiva.
3.9	7, 8, 9	Bases para la identificación y la selección de las principales partes interesadas.
3.10	7, 8, 9	Métodos de consulta a las partes interesadas expresados en términos de frecuencia de las consultas según el tipo y el grupo de partes interesadas.
3.11	8, 9, 10	Tipo de información generada por las consultas de las partes interesadas.
3.12	9, 10	Empleo de la información obtenida como resultado de los compromisos con las partes interesadas.
3.13	19, 23	Explicación sobre si el principio o enfoque de precaución es tenido en cuenta por la organización y de qué modo.
3.14	21, 44	Compromisos, series de principios u otras iniciativas voluntarias de tipo económico, ambiental o social desarrolladas fuera de la organización que ésta suscribe o apoya.
3.15	5	Pertenencia a asociaciones empresariales e industriales, y/o organizaciones asesoras nacionales e internacionales.
3.16	5, 7, 10	Políticas y/o sistemas para la gestión de los impactos ocasionados por los procesos anteriores y posteriores a los de la organización:
3.17	10	Enfoque de la organización acerca de la gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales indirectos producidos como resultado de sus actividades.

Punto	Página	Definición	Verificación
3.18	22, 23	Principales decisiones tomadas durante el período de elaboración de la memoria en relación con la ubicación o la modificación de las operaciones.	
3.19	14	Programas y procedimientos relativos al desempeño económico, ambiental y social.	
3.20	15	Estado de la certificación de sistemas de gestión económica, ambiental y social.	
Económico			
Cientes			
EC1	5	Ventas netas.	✓
EC2	17	Desglose geográfico de los mercados. Especificar, para cada producto o gama de productos, la cuota de mercado nacional por países, en los casos en los que iguale o supere el 25%. Especificar la cuota de mercado y las ventas de cada uno de los países en los que las ventas nacionales representen un porcentaje igual o superior al 5% del PIB.	✓
Proveedores			
EC3	17	Coste de todas las materias primas y mercancías adquiridas, y de todos los servicios contratados.	✓
EC4	39	Porcentaje de contratos pagados en conformidad con los términos acordados, con exclusión de las sanciones estipuladas. Los términos de pago, pueden incluir el calendario y la forma de pago. Este indicador representa el porcentaje de contratos pagados en conformidad a los términos acordados, con independencia de los detalles de estos términos.	✓
Empleados			
EC5	17	Gastos salariales totales (sueldos, pensiones y otras prestaciones, e indemnizaciones por despido) desglosados por países o regiones. Estas cifras deben referirse a pagos reales y no deben incluir compromisos futuros.	✓
Proveedores de capital			
EC6	Dato no disponible (2)	Distribución entre los proveedores de capital, desglosada por interés sobre deudas y préstamos, y dividendos sobre acciones de todo tipo, con especificación de cualquier retraso de los dividendos preferentes. Esto abarca todo tipo de deudas y préstamos, no sólo la deuda a largo plazo.	
EC7	17	Aumento/disminución de las ganancias retenidas a final del período.	✓
Sector Público			
EC8	17	Suma total de impuestos de cualquier tipo pagados, desglosados por países.	✓
EC9	Dato no disponible (3)	Subsidios recibidos desglosados por países o regiones. Esto engloba subvenciones, desgravaciones fiscales y otros tipos de beneficios financieros que no supongan una transacción de mercancías y servicios. Explicar las definiciones utilizadas para los tipos de grupos.	
EC10	54	Donaciones a la comunidad, la sociedad civil, y otros grupos, en metálico y en especie desglosadas por tipos de grupos.	✓
EC11	39	Desglose de los proveedores por organizaciones y países.	✓
Medio Ambiente			
Materias Primas			
EN1	46	Consumo total de materias primas aparte del agua, por tipos. Facilitar las definiciones empleadas para los tipos de materias primas. Expresarlo en toneladas, kilos o volumen.	(1)
EN2	46	Porcentaje de materias primas utilizadas que son residuos (procesados o no) procedentes de fuentes externas a la compañía. Se refiere tanto a las materias primas recicladas después de su consumo como a residuos de origen industrial. Datos en toneladas, kilos o volumen.	(2)
Energía			
EN3	41, 42, 43	Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias. Indicar todas las fuentes de energía utilizadas por la organización para sus propias operaciones, así como para la producción y distribución de productos energéticos (ejm. Electricidad o calor) a otras empresas.	✓
EN4	41	Consumo indirecto de energía. Señalar toda la energía empleada para producir y distribuir productos energéticos adquiridos por la organización (ejm: electricidad o calor). Datos en Julios.	✓
Agua			
EN5	46	Consumo total de agua.	✓
Biodiversidad			
EN6	NA (3)	Ubicación y extensión de suelo en propiedad, arrendado o administrado en los hábitats ricos en biodiversidad.	
EN7	NA (4)	Descripción de los principales impactos en la biodiversidad asociados a las actividades y / o productos y servicios en ambientes marinos, fluviales o terrestres.	
Emisiones, vertidos y residuos			
EN8	41, 42	Emisión de gases de efecto invernadero. (CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆). Indicar los subtotales específicos de cada uno de los gases, expresados en toneladas y en toneladas de CO ₂ equivalente para: a) las emisiones directas de fuentes propias o controladas por la compañía; b) las emisiones indirectas de la generación de electricidad, calor o vapor importados. Ver el protocolo de gases de efecto invernadero de WRI-WBCSD; http://www.ghgprotocol.org/	✓
EN9	45	Utilización y emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono. Indicar cada uno por separado de acuerdo a los anexos A, B, C, y E del protocolo de Montreal. Datos en toneladas de CFC-11 equivalente (potencial de agotamiento del ozono) http://www.conam.gov.pe/Temp/Sust_Quim/Montreal.pdf	✓
EN10	NA(5)	Emisiones al aire de NOx, SOx y otras de importancia desglosadas por tipo. Incluir emisiones o sustancias reguladas por: a) leyes y normativas locales, b) Convención de Estocolmo contaminantes orgánicos persistentes (POPs; anexos A, B y C); c) Convención de Róterdam sobre el Consentimiento Fundamentado previo (CFP); d) Protocolos de Helsinki, Sofía y Ginebra relativos al Convenio sobre la Contaminación Atmosférica Transfronteriza a Gran Distancia.	
EN11	44, 45, 46	Cantidad total de residuos por tipología y destino. El destino se refiere a el método mediante el que es gestionado, incluyendo compostaje, reutilización, reciclaje, recuperación, incineración o el vertido. Explicar los métodos de clasificación y valoración.	✓
EN12	NA (6)	Vertidos significativos al agua, por tipología. Ver el protocolo de agua del GRI.	
EN13	NA (7)	Vertidos de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia, expresados en cifras y volumen totales. La importancia se refiere tanto al tamaño del vertido como al impacto causado en el entorno.	
Productos y servicios			
EN14	41, 44	Impactos medioambientales significativos de los principales productos y servicios. Describirlos y cuantificarlos cuando sea relevante.	✓
EN15	45	Porcentaje del peso de los productos vendidos susceptible de ser recuperado al final de la vida útil de éstos y porcentaje recuperado en la realidad. "Susceptible de ser recuperado" se refiere tanto al reciclaje como a la reutilización de los materiales o componentes de los productos.	✓
Cumplimiento			
EN16	23	Episodios y multas asociados al incumplimiento de los convenios/ tratados/ declaraciones, así como de las normativas locales, regionales, subnacionales y nacionales asociadas a temas medioambientales. Explicación/es en términos de países en los que actúa la organización.	✓

19. Guía GRI

Punto	Página	Definición	Verificación Deloitte
Social			
Empleo			
LA1	47, 48, 49	Desglose de los empleados, donde sea posible, por región /país, situación (empleados/ no empleados), tipo de contratación (a tiempo completo/ a tiempo parcial), y modalidad de contrato (indefinido o permanente/ por obra o temporal). Identificar también el personal fijo de otras empresas (agencias de trabajo temporal y colaboradores) distribuidos por región/país.	✓
LA2	5, 47	Creación de empleo neta y promedio de facturación desglosada por región / país.	✓
Relaciones Empresa/trabajadores			
LA3	48	Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes u otros representantes responsables distribuidos geográficamente o porcentaje de empleados incluidos en los convenios colectivos desglosados por región/país.	(3)
LA4	48	Política y procedimientos de información , consulta y negociación con empleados sobre los cambios en las operaciones de las organizaciones informantes (ej, reestructuraciones).	✓
Salud y Seguridad			
LA5	50, 51	Métodos de registro y notificación de accidentes en el trabajo y enfermedades profesionales en referencia al Repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT sobre registro y notificación de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.	✓
LA6	48, 50	Descripción de las comisiones conjuntas sobre salud y seguridad que incluyan representantes de la empresa y de los trabajadores y proporción de la plantilla al amparo de dichas comisiones.	✓
LA7	50	Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (incluyendo trabajadores subcontratados).	✓
LA8	Dato no disponible (4)	Descripción de políticas o programas (en el lugar de trabajo y otros ámbitos) sobre el SIDA/VIH.	
Formación y Educación			
LA9	49	Horas de formación por empleado y año en función de la categoría del empleo (ejemplos: mando superior, mando intermedio, profesional, técnico, administrativo, producción, mantenimiento...).	✓
Diversidad y Oportunidad			
LA10	48	Descripción de políticas o programas de igualdad de oportunidades, y de los sistemas de revisión para asegurar el cumplimiento y los resultados de las revisiones. Las políticas de igualdad de oportunidades pueden abordar, por ejemplo, el acoso en el lugar de trabajo o la discriminación positiva con respecto a pautas históricas de discriminación.	✓
LA11	48	Composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo (incluida la junta directiva), atendiendo a la proporción entre sexos y otros indicadores de diversidad, si se consideran culturalmente apropiados.	✓
Estrategia y Gestión			
HR1	13, 14	Relación pormenorizada de políticas, directrices, estructura corporativa y procedimientos entorno a los derechos humanos vinculados a las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados. Indicar el grado de seguimiento de las recomendaciones internacionales, como la Declaración Universal de los Derechos Humanos o los convenios de la OIT sobre los derechos laborales fundamentales.	✓
HR2	39, 40	Muestras de que se tienen en consideración los impactos en los derechos humanos a la hora de tomar decisiones sobre los procedimientos, inversiones o elección de proveedores /contratistas.	✓
HR3	39, 40	Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos necesarios para valorar la actuación sobre los derechos humanos con respecto a la cadena de suministro y los contratistas, así como los sistemas de control y los resultados del mismo. La "actuación sobre los derechos humanos" se refiere a los aspectos de los derechos humanos, tal y como aparecen recogidos en los indicadores de desempeño del GRI.	✓
No discriminación			
HR4	13	Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos /programas globales destinados a la prevención de cualquier tipo de discriminación en el trabajo, incluidos los sistemas de control y sus resultados.	✓
Libertad de asociación			
HR5	48	Análisis de la política de libertad de asociación y su grado de aplicación (aparte de las leyes locales), así como de los procedimientos / programas relacionados con este tema.	✓
Trabajo Infantil			
HR6	13	Exposición de la política de rechazo del trabajo infantil tal y como se define en el Convenio 138 de OIT, grado de información y aplicación, y relación de los procedimientos/ programas relacionados a este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados.	✓
Trabajo Forzoso			
HR7	13	Exposición de la política de rechazo del trabajo forzoso y obligatorio, grado de información y aplicación, y relación de los procedimientos /programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados. Véase el art. 2 del Convenio nº 29 de la OIT.	✓
Comunidad			
SO1	22, 23	Descripción de las políticas de gestión de los impactos causados a las comunidades de las zonas afectadas por las actividades, así como una descripción de procedimientos /programas para dirigir este tema, incluyendo sistemas de control y resultados. Incluir explicación de los procedimientos para la identificación y establecimiento de dialogo con las partes afectadas de la comunidad.	✓
Corrupción			
SO2	15	Descripción de la política, procedimientos / sistemas de gestión y mecanismos de cumplimiento tanto para la organización como para los empleados dirigidas a temas de corrupción y al soborno. Incluir una descripción de cómo cumple la organización con los requisitos del Convenio de lucha contra la corrupción de la OCDE.	✓
Contribuciones Políticas			
SO3	13	Descripción de la política, procedimientos / sistemas de gestión y mecanismos de cumplimiento dedicados a las contribuciones y los instrumentos de presión política.	✓
Salud y Seguridad del cliente			
PR1	19, 20, 21	Descripción de políticas sobre la salud y seguridad del cliente durante la utilización de productos y servicios, grado de información y aplicación, y relación de procedimientos / programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados.	✓
Productos y Servicios			
PR2	21, 44	Descripción de las políticas y sistemas de gestión/ procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento referentes al etiquetado y a la información sobre los productos.	✓
Respeto a la intimidad			
PR3	25	Descripción de políticas y sistemas de gestión/ procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento concernientes a la intimidad del cliente. Identificar las áreas geográficas cubiertas por esta política.	✓
INDICADORES ESPECÍFICOS DEL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES			
Operaciones Internas			
Inversiones			
IO1	23	Inversiones de Capital en la infraestructura de red, por países o regiones.	(4)
IO2	NA (8)	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	50	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, sock eléctrico, exposición a EMF y campos de frecuencia de radio, y exposición a sustancias químicas peligrosas.	✓

Punto	Página	Definición	Verificación Deloitte
I04	21	Cumplimiento con los estándares de exposición a radiofrecuencia (RF) de las emisiones de terminales con respecto al ICNIRP (Comisión Internacional de protección ante radiaciones no ionizantes).	✓
I05	19	Cumplimiento con las guías de exposición a radiofrecuencia (RF) de las emisiones procedentes de estaciones base con respecto al ICNIRP (Comisión Internacional de protección ante radiaciones no ionizantes).	✓
I06	21	Políticas y prácticas con respecto a la tasa de absorción específica (SAR) de terminales.	✓
Infraestructura			
I07	22, 23	Políticas y prácticas con respecto a la ubicación de antenas y emplazamientos de transmisión incluidas las consultas a las partes interesadas, compartición de emplazamientos e iniciativas para disminuir el impacto visual. Describir la manera de evaluar las consultas y su cuantificación, donde sea posible.	✓
I08	23	Número y porcentaje de emplazamientos individuales, compartidos y en infraestructuras existentes.	✓
Proporcionando acceso			
Puenteando la brecha digital			
PA1	37	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	6, 30, 31, 35, 36, 37, 38	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	29	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 períodos y localizaciones de las caídas de red.	✓
PA4	29	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	35, 36, 37, 38	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	37	Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y apoyos en catástrofes.	✓
Acceso a contenidos			
PA7	24, 25, 26, 27, 28, 29	Políticas y prácticas para gestionar asuntos relacionados con los derechos humanos y el acceso y utilización de producto 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	19, 20	Políticas y prácticas para comunicar al público temas relacionados con los Campos electromagnéticos.	✓
PA9	19	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	28	Iniciativas para asegurar la claridad de las facturas y tarifas.	✓
PA11	24	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	41	Aportar ejemplos de la eficiencia de recursos en los productos y servicios proporcionados.	✓
TA2	35, 36, 37, 42	Ejemplos de productos, servicios o aplicaciones de telecomunicaciones, que tengan el potencial de reemplazar físicamente objetos (ejm: una agenda por una base de datos en la red o un viaje por una videoconferencia).	✓
TA3	18	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	16, 17, 18	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	27	Descripción de las prácticas relativas a los derechos de propiedad intelectual y a las tecnologías de fuente abierta.	✓

NA (1) No se ha reformulado información presentada en memorias anteriores, ni se han producido cambios significativos con respecto a años anteriores en los métodos de cálculo.
NA (2) Al no contar Vodafone España con accionistas externos ajenos al Grupo Vodafone, no aplica mecanismo específico para la comunicación.
NA (3) Nuestras estaciones están distribuidas por el territorio nacional, pero la superficie ocupada es mínima debido al pequeño volumen de las infraestructuras.
NA (4) Nuestra actividad no tiene ningún impacto significativo en la biodiversidad (de acuerdo con nuestro Sistema de Gestión Ambiental).
NA (5) Nuestras emisiones al aire de NOx, SOx no son significativas.
NA (6) No son significativas, son aguas sanitarias.
NA (7) Dato no significativo en Vodafone España.
NA (8) La obligación de Servicio Universal no aplica a Vodafone España, S.A.

Dato no disponible (1) el indicador no es relevante para la organización (Vodafone España es una filial 100%).
Dato no disponible (2) La entidad no tiene conocimiento sobre cuándo podrá comunicar esta información.
Dato no disponible (3) La entidad no tiene conocimiento sobre cuándo podrá comunicar esta información.
Dato no disponible (4) Dato no significativo por las actividades que realiza Vodafone España.

Verificación Deloitte:

- (1) Se informa exclusivamente acerca del consumo de papel
- (2) Se informa acerca del papel reciclado
- (3) Se informa exclusivamente de representación sindical
- (4) Se informa cualitativamente