

La vida es móvil. Móvil es Vodafone.

Informe de Responsabilidad Corporativa (2003-04)

VODAFONE ESPAÑA, S. A.



¿Cómo estás?



1	Objetivo del Informe
2	Declaración del Presidente y del Consejero Delegado
3	Resumen Ejecutivo
4	Grupo Vodafone <ul style="list-style-type: none">> Presentación> Principios Generales
5	Vodafone España y su papel en la Sociedad
6	Estrategia y Sistemas de Gestión
7	Comunicación con las Partes Interesadas
8	Creación de Valor <ul style="list-style-type: none">> Resultados de Vodafone España> Clientes> Proveedores
9	Compromiso con el Medio Ambiente <ul style="list-style-type: none">> Energía y Cambio Climático> Reciclado de Teléfonos Móviles y Accesorios> Residuos y Sustancias que Agotan la Capa de Ozono> Impacto de Infraestructuras de Red
10	Compromiso con la Sociedad <ul style="list-style-type: none">> Fundación Vodafone España> Acceso a Productos y Servicios> Marketing Responsable> Antenas y Salud> Instituto de Nuevas Tecnologías
11	Compromiso con Nuestros Empleados <ul style="list-style-type: none">> Creación de Empleo> Gestión Recursos Humanos> Prevención de Riesgos Laborales> Solidarios Vodafone
12	Próximos Pasos
13	Glosario de Acrónimos y Abreviaturas
14	Datos Generales

1. Objetivo del Informe

Introducción

La telefonía móvil se ha convertido en una parte integrante de nuestra vidas. En muchos países más de la mitad de la población utiliza un teléfono móvil y, en algunas economías en desarrollo, el móvil es el único medio de comunicación para una parte de la población.

El Grupo Vodafone ha sido líder en esta revolución, ayudando a las personas a comunicarse con otras a lo largo de todo el mundo. Desde Vodafone aceptamos las responsabilidades que conllevan nuestro éxito e influencia, incluyendo entre ellos nuestra responsabilidad social y medioambiental.

El Grupo Vodafone publicó su primer Informe de Responsabilidad Corporativa (RC) correspondiente al año fiscal 2000/01, proporcionando el marco para nuestros programas y procesos de RC, y al mismo tiempo, detallando nuestros compromisos de RC para el futuro. De acuerdo con dichos compromisos, el Grupo Vodafone ha venido informando sobre el avance de su cumplimiento en los sucesivos Informes de RC anuales, así como en la página web de la compañía.

Somos conscientes de que nuestros diversos "Stakeholders" o Partes Interesadas tienen diferentes necesidades de comunicación, por lo que con posterioridad al primer Informe de RC del Grupo se han iniciado nuevos canales de comunicación con determinadas "Partes Interesadas". Así, se han establecido desde el Grupo Vodafone reuniones con inversores socialmente responsables, ONG's y suministradores.

En este contexto, Vodafone España ha decidido publicar adicionalmente su propio Informe de Responsabilidad Corporativa, con objeto de atender eficientemente las necesidades y expectativas de Partes Interesadas clave del mercado español, a través de una mayor proximidad y de una respuesta adecuada a sus expectativas, al mismo tiempo que se mantiene un contenido y enfoque consistente con los temas clave y objetivos del Informe de RC del Grupo Vodafone.

Este Informe RC correspondiente al año fiscal 2003-04 (de 1 de abril 2003 a 31 de marzo 2004) concreta para Vodafone España los siguientes aspectos:

- > Los "Stakeholders" o Partes Interesadas específicas.
- > Los temas de RC más importantes para las Partes Interesadas españolas.
- > Los procesos que Vodafone España utiliza para comunicarse con sus Partes Interesadas (mecanismos de información, encuestas, etc) y responder a sus necesidades.

Con este Informe RC, que afecta a todas las actividades de negocio desarrolladas por Vodafone España, se pretende informar a nuestras Partes Interesadas clave sobre nuestro comportamiento social y medioambiental, y más concretamente:

- > Mostrar cómo aplicamos nuestros Valores y Principios de Negocio.
- > Detallar las acciones que se han realizado en los aspectos económicos, sociales y medioambientales para crear valor para nuestras Partes Interesadas clave.
- > Aumentar el grado de conocimiento sobre la contribución positiva económica, medioambiental y social realizada por Vodafone España, y comunicar nuestro enfoque sobre algunos de los retos y oportunidades a los que se enfrenta nuestro negocio.

Contenido del Informe

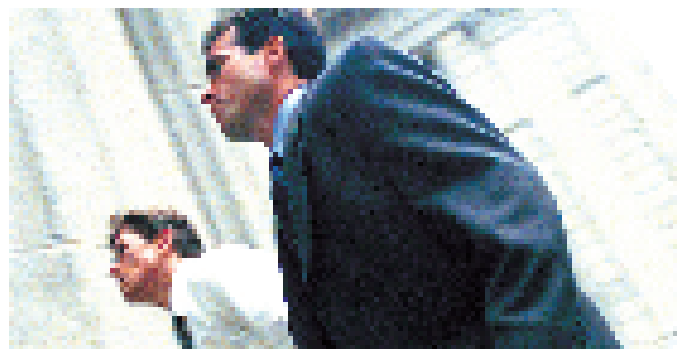
El informe se ha elaborado siguiendo tanto las directrices internas del Grupo Vodafone como los requisitos de la Guía GRI (Global Reporting Initiative) de 2002 y el suplemento GRI del sector de Telecomunicaciones (2003).

En la página web www.vodafone.es/responsabilidad se puede consultar la localización en nuestro Informe de RC de los diferentes contenidos establecidos en la Guía GRI.

Por otra parte, este Informe contiene los datos sociales y medioambientales aportados por Vodafone España al Grupo Vodafone para el Informe CSR 2003-04 del Grupo.

Dichos datos, así como el proceso de recolección, agregación, validación y reporte al Grupo, fueron revisados por Deloitte como parte del trabajo de aseguramiento de la misma; Vodafone España fue una de las 4 Operadoras del Grupo en las que Deloitte llevó a cabo dicha revisión.

El Informe contempla los temas de Responsabilidad Corporativa más importantes para las Partes Interesadas españolas y se ha estructurado en: La Creación de Valor de la Compañía, y Nuestros Compromisos con el Medio Ambiente, con la Sociedad y con Nuestros Empleados.



2. Declaración del Presidente y del Consejero Delegado



El Grupo Vodafone viene gestionando desde el año 2000 su Programa de Responsabilidad Corporativa, que deriva y es coherente tanto con nuestra Visión y Valores, como con nuestros Principios de Negocio, y se enmarca en la estrategia empresarial, puesto que uno de los objetivos estratégicos de la compañía es ser una empresa responsable. Estamos convencidos de que la legítima búsqueda de la máxima rentabilidad económica, debe realizarse de forma ética, fomentando al mismo tiempo el progreso social y el respeto por el medio ambiente.

La necesidad tanto de describir las actuaciones y compromisos concretos de Vodafone España, como de dar respuesta específica a los "Stakeholders" o Partes Interesadas españolas, han motivado la decisión de emitir este primer Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España.

Vodafone España viene implantando en los últimos años un conjunto de actuaciones orientadas a prevenir y disminuir el impacto medioambiental que pueda tener nuestra actividad, tales como el plan de eficiencia energética, el plan de gestión de residuos y de sustancias que agotan la capa de ozono, la participación en un sistema para la recogida y reciclado de teléfonos móviles y sus accesorios, o la iniciativa para el Despliegue Responsable de Red, que lideramos a nivel de todo el Grupo Vodafone.

Por otra parte, Vodafone España viene desarrollando diversos productos y servicios de indudable orientación social, entre los cuales destacan los dirigidos a personas discapacitadas, a enfermos crónicos, a personas de la tercera edad, y otros colectivos con necesidades especiales.

Otros ejemplos de actitud sensible a las preocupaciones sociales son las actuaciones enmarcadas en la iniciativa de Marketing Responsable, tales como las campañas de información sobre el uso responsable del teléfono móvil en lugares públicos y en la conducción de vehículos, así como las actuaciones encaminadas a prevenir el robo de teléfonos móviles y el hecho de que nuestros productos multimedia para telefonía móvil tengan excluidos con carácter voluntario los contenidos "para adultos".

Entendemos que una empresa responsable debe implicar también a sus aliados estratégicos y proveedores en la cultura de Responsabilidad Corporativa, y por ello se ha desarrollado, entre otras actuaciones, un Código de Compras Éticas.

En otro orden de cosas, y como prueba de que el concepto de Responsabilidad Corporativa ha calado dentro de la cultura de quienes integran Vodafone España, existe un amplio grupo de empleados de la compañía que han creado una asociación, denominada Solidarios Vodafone, que vienen realizando una encomiable labor de voluntariado social.

En paralelo a las actuaciones de la compañía, destacan las actuaciones de la Fundación Vodafone España cuya misión consiste en realizar y promover estudios que contribuyan al conocimiento de las telecomunicaciones en la sociedad, así como realizar proyectos encaminados al uso de las nuevas tecnologías de las comunicaciones móviles para la integración social y laboral de colectivos vulnerables.

Acciones como las resumidas expresan de una manera inequívoca nuestra implicación con el concepto de Responsabilidad Corporativa, demostrando el impacto positivo que nuestra empresa tiene en el mundo que nos rodea.

Aún siendo numerosas las actividades realizadas, somos conscientes de que es el principio y que quedan importantes retos a los que enfrentarse, y nuestra vocación de empresa responsable nos obliga a seguir en permanente contacto con las diferentes Partes Interesadas, con objeto de ser capaces de dar respuesta a las expectativas sociales y medioambientales que vayan surgiendo en el futuro inmediato.

Desgraciadamente, más allá de la marcha de la compañía, el año que se cerró el 31 de marzo pasado, quedará necesariamente marcado por el terrible atentado del 11 de marzo. En el caso de Vodafone España el recuerdo se hace todavía más doloroso por los compañeros afectados; vaya desde aquí, una vez más, todo nuestro afecto para ellos y sus familias.



José Manuel Entrecanales
Presidente



Francisco Román
Consejero Delegado

3. Resumen Ejecutivo

“Ser una Empresa Responsable” es uno de los seis objetivos estratégicos de Vodafone.

Este objetivo refleja nuestra pasión por el mundo que nos rodea y tiene que ver con la forma en que Vodafone España gestiona su impacto económico, social y medioambiental.

Algunas Cifras Significativas

(Datos correspondientes al año fiscal 2003-04: 1 de abril de 2003-31 de marzo de 2004)

GRUPO VODAFONE

- > Ingresos: 48.325 Millones de €
- > Nº clientes proporcionales: 133,4 Millones
(proporcionales a su participación en las Compañías del Grupo)
- > Clientes Vodafone live!: 19,8 millones
- > Nº empleados: 60.109

VODAFONE ESPAÑA

- > Ingresos: 3.866 Millones de €
- > Nº Clientes: 9,7 Millones
- > Clientes Vodafone live!: 625.000
- > Nº empleados: 3.905

Gestión del Programa de Responsabilidad Corporativa

El desarrollo del Programa de **Visión y Valores** ha permitido la creación de una cultura común en las empresas del Grupo Vodafone Vodafone, y los **Principios de Negocio** es el instrumento que ha contribuido a convertir nuestros Valores en un comportamiento corporativo.

Tanto la Visión y Valores como los Principios de Negocio definen la relación de Vodafone con nuestros "Stakeholders" o Partes Interesadas, y gobiernan las decisiones de negocio que afectan a la Sociedad y al Medio Ambiente.

Una de las claves para la Gestión de la Responsabilidad Corporativa ha sido la creación de dos Comités del Grupo: El Comité de Políticas y el Comité de Revisión Operativa del Grupo (GORC). Estos Comités están presididos, respectivamente, por el Director Ejecutivo y por el Director de Operaciones del Grupo, y abordan todos los temas de Estrategia y Políticas.

El GORC define y aprueba las iniciativas de Responsabilidad Corporativa sobre las que enfocar los esfuerzos en las empresas del Grupo. Cada una de estas iniciativas está liderada por el Consejero Delegado de una de las

operadoras del Grupo y el GORC revisa periódicamente su progreso. Actualmente, se están desarrollando, por cada una de las Compañías del Grupo Vodafone, 8 iniciativas de Responsabilidad Corporativa:

- > Campos electromagnéticos.
- > Energía.
- > Reciclado de Terminales.
- > Residuos y Sustancias que agotan la capa de ozono.
- > Productos y Servicios.
- > Marketing Responsable.
- > Suministradores.
- > Despliegue Responsable de Red.

En Vodafone España, la Gestión del Programa de Responsabilidad Corporativa se realiza a través del Comité Institucional que define las líneas de actuación específicas y efectúa un seguimiento periódico de los resultados en RC de Vodafone España.

Comunicación con las Partes Interesadas

Mediante la **identificación de nuestras Partes Interesadas y sus expectativas**, tratamos de asegurar que toda la información obtenida en el proceso de involucración con ellas es utilizada para mejorar nuestras decisiones y actuaciones de negocio.

Teniendo en cuenta la dificultad de mantener contactos individuales con todas nuestras Partes Interesadas, uno de los métodos utilizados por Vodafone España para la identificación de sus expectativas, son las **encuestas de opinión o percepción**. En este sentido, Vodafone España ha realizado durante el año fiscal 2003/04 una encuesta de opinión de "Stakeholders" o Partes Interesadas.

Gestión de la Cadena de Suministro

Gestionar los riesgos sociales y ambientales de la cadena de suministro de Vodafone España forma parte fundamental del hecho de ser una empresa responsable. Vodafone España, quiere asegurarse de que sus proveedores suministran sus productos o servicios de forma ética, lo cual incluye tratar a sus empleados con respeto y ofrecerles un entorno laboral seguro.

Estos y otros aspectos se regulan a través del Código de Compras Éticas desarrollado por el Grupo Vodafone para su implantación en las diferentes operadoras del Grupo.

3. Resumen Ejecutivo

Compromiso con el Medio Ambiente

Los principales aspectos medioambientales asociados a las actividades de Vodafone España son: consumo energético, generación de residuos e impacto visual.

Vodafone España utiliza mayoritariamente energía eléctrica, y en menor medida también hace uso de energías procedentes de otras fuentes (diesel/gasolina y renovables: eólica, solar y eólico-solar).

Las medidas de **eficiencia energética** implantadas por Vodafone España han conducido a un menor consumo energético por estación base.

En cuanto a la adecuada **gestión de residuos**, hasta el momento Vodafone España ha recogido y reciclado más de 37 toneladas de

teléfonos móviles y accesorios, y en Vodafone España, reciclamos o reutilizamos todos los residuos de red generados.

Por lo que se refiere al **impacto visual**, Vodafone España, viene implantando soluciones dirigidas a minimizar en la medida de lo posible el impacto visual de sus Estaciones Base (BTS), a través de:

- > El establecimiento de acciones preventivas desde el diseño de las BTS (Ej.: comparticiones, diseños especiales, etc).
- > Soluciones correctivas específicas para las BTS que ya estén construidas (Ej.: cambios de antenas y estructuras por otras de menor impacto, etc.).

Compromiso con la Sociedad

Es evidente que la telefonía móvil representa extraordinarios beneficios para la sociedad. Sin embargo algunos temas relacionados con su uso son motivo de preocupación para algunas Partes Interesadas (conducción segura, robo de teléfonos móviles, acceso a contenidos, protección de datos, salud, etc.).

En este contexto, para Vodafone España, **Marketing Responsable** significa ser sensible a las preocupaciones de la sociedad relacionadas con las comunicaciones móviles, o con la telefonía móvil. Como ejemplo, Vodafone España se ha comprometido a no ofrecer "contenidos para adultos" a través del móvil, hasta que no se disponga de controles que puedan evitar el acceso de menores a contenidos inadecuados.

Por otra parte, y en la relativo a **Emisiones Radioeléctricas**, Vodafone España viene realizando distintas acciones tendentes a informar de manera objetiva al público en general, mediante la comunicación de los resultados de las mediciones efectuadas en las estaciones por empresas especializadas independientes, desmostrando el cumplimiento de la legislación en la materia.

La Fundación Vodafone España desarrolla la política de Inversión Social de Vodafone España. Desde sus inicios, la Fundación se ha especializado en el desarrollo de productos de telecomunicaciones móviles para personas discapacitadas, así como aplicaciones de telemedicina para enfermos con patologías crónicas. Esta visión permanente del "entorno" ha sido la que, de forma muy especial en el pasado año 2003, elegido Año Europeo de las

personas con Discapacidad, nos ha hecho permanecer en contacto constante con representantes de las principales asociaciones de personas discapacitadas, con expertos en tecnologías de la salud y con representantes de la Administración, para formular una serie de propuestas sobre necesidades de las personas discapacitadas, que podrían resolverse con aplicaciones de la tecnología. Fruto de este trabajo ha sido la publicación del Estudio "Tecnologías de la Información y Comunicaciones y Discapacidad. Propuestas de futuro".

Los **Productos y Servicios** que tienen un beneficio social directo, como el acceso de personas con necesidades especiales (discapacitadas, tercera edad, enfermos crónicos, etc.) a las ventajas de la telefonía móvil, son muy importantes para Vodafone España.

Así, se ha modificado el Proceso de Desarrollo de Productos y Servicios con el fin incorporar la valoración de criterios de Responsabilidad Corporativa en el lanzamiento de los mismos.

Productos como el "Medical Guard" (para el control de los valores de glucemia en diabéticos y el proceso de envío de los mismos a través de un terminal móvil), el Teléfono de Textos desarrollado mediante un acuerdo entre la Fundación Vodafone España y la Confederación Nacional de Sordos de España (CNSE) que ha recibido el Premio IMSERSO Infanta Cristina 2003, o los servicios de Teleasistencia móvil desarrollados con la Cruz Roja, pretenden ayudar a los colectivos vulnerables a tener vidas más plenas.

Compromiso con Nuestros Empleados

Los empleados de Vodafone España disfrutan de beneficios sociales, por encima de los propios de la legislación general sobre bienestar social. En este contexto se ha desarrollado un **Programa de Armonización de la Vida Laboral y Familiar** con el que Vodafone España, demuestra su especial sensibilización con el tema, y que ha sido objeto de diversos reconocimientos externos.

Dentro de los "Principios de Negocio" se recoge la prohibición de discriminación por razón de sexo, raza, creencias u orientación política.

Todos los empleados de Vodafone España han firmado su adhesión a estos Principios de Negocio.

Por otra parte, Vodafone España quiere contar con empleados solidarios y comprometidos. Por ello, el compromiso de nuestros empleados con el "Mundo que nos Rodea" es un valor que queremos fomentar, y en este sentido queremos destacar la labor desarrollada por **Solidarios Vodafone**, asociación a través de la cual se quiere dar la posibilidad de participar y colaborar en proyectos de cooperación, solidaridad y ayuda humanitaria a todos los que desarrollan su labor profesional en la Compañía.

4. Grupo Vodafone - Presentación

El Grupo Vodafone es la mayor compañía de telefonía móvil del mundo, con filiales en 26 países y acuerdos de compartición de redes en otros 13 países, ofreciendo sus servicios a más de 133 millones de clientes proporcionales a su participación accionarial en dichas empresas.

Cifras del Grupo Vodafone

(a 31.03.04)

	Millones
Nº de clientes proporcionales*	133,4
Ingresos** (€)	48.325
EBITDA (€)	18.202
Resultado Neto (€)	-12.982

* Vodafone live!: 19,8 millones de clientes en el mundo.

** Los datos representan un 16.1% del total de los ingresos por servicios.

Como demostración de su compromiso con la Responsabilidad Corporativa, y con objeto de fomentar las prácticas responsables, el Grupo Vodafone participa activamente en las principales organizaciones relacionadas con este tema, tales como el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Global e-Sustainability Initiative (GeSI), Business in the Community (BITC) y el International Business Leaders Forum (IBLF).

HITOS CLAVES DEL GRUPO VODAFONE

- 1985** Lanza su red de telefonía móvil analógica.
- 1991** Despliegue de la primera red de telefonía móvil digital.
- 1992** Vodafone firma el primer acuerdo mundial de "Roaming" (itinerancia) GSM con Telecom. Finlandia.
- 1996** Lanzamiento del primer servicio de prepago.
- 1997** Se alcanza la cifra de 100 acuerdos de Roaming internacional. Expansión internacional: Nueva Zelanda, Países Bajos, Hungría, Japón, Italia, Polonia, Rumanía, España....
- 1999** Se fusiona con Airtouch y lanza su primer servicio de Internet móvil. Alcanza los 10 millones de clientes.
- 2000** Obtiene licencias 3G (UMTS) en España, UK, Alemania, Italia, Japón, Grecia, Países Bajos, Suiza, Suecia, Portugal, Nueva Zelanda, Bélgica, Australia y Francia.
- 2002** Liderazgo en el lanzamiento de servicios 2,5G (GPRS): Vodafone live! se presenta simultáneamente en nueve países.
- 2004** Se superan los 133 millones de clientes proporcionales.

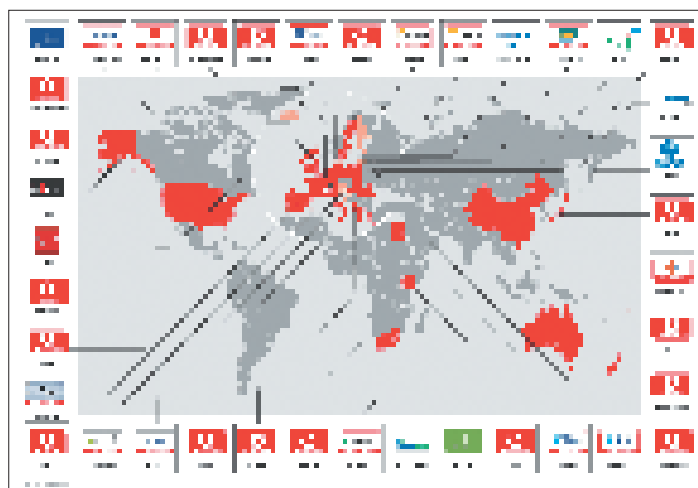
Presencia Internacional del Grupo Vodafone

Desde Vodafone se trabaja para encontrar nuevas formas de convertir nuestras ventajas competitivas derivadas de un Grupo con presencia internacional en beneficios directos para nuestros clientes.

El Grupo Vodafone tiene una significativa presencia en Europa, Estados Unidos y Oriente. Sus principales características son:

- > Presencia global.
- > Especialización en telefonía móvil.

Las compañías de telefonía móvil del Grupo, operan bajo la marca "Vodafone". Durante los dos últimos años fiscales, el Grupo ha alcanzado acuerdos con operadores de red en países donde no tenía ninguna participación accionarial. Mediante estos acuerdos de compartición, el Grupo y sus aliados cooperan en el desarrollo y el marketing de servicios globales.



Vodafone Partner Network

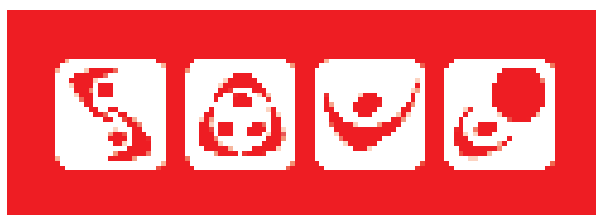
4. Grupo Vodafone - Principios Generales

Programa Visión y Valores

El desarrollo de nuestro programa de Visión y Valores corporativos constituye una prioridad para todo el Grupo Vodafone. El desarrollo a escala mundial de una única cultura y Visión de negocio en Vodafone permite asegurar la coherencia global de las acciones del Grupo, orientando nuestras acciones dentro de una Visión común.

NUESTRA VISIÓN

“Ser el líder mundial en comunicaciones móviles, enriqueciendo la vida de nuestros clientes, ayudando a individuos, empresas y comunidades a estar mejor comunicados en un mundo móvil”.



NUESTROS VALORES

Pasión por los clientes: “Nuestros clientes han escogido confiar en nosotros. A cambio, nosotros debemos esforzarnos por anticiparnos y entender sus necesidades y satisfacerles con nuestro servicio”.

Pasión por nuestros empleados: “Empleados excepcionales trabajando juntos contribuyen al éxito de Vodafone”.

Pasión por los resultados: “Estamos orientados a la acción y nos guiamos por un deseo de ser los mejores”.

Pasión por el mundo que nos rodea: “Ayudaremos a la gente a tener vidas más plenas: a través de los servicios que proveemos y a través del impacto que tenemos en el Medio Ambiente y en la Sociedad”.

Principios de Negocio

El éxito del Grupo Vodafone depende de nuestro compromiso en cuidar la forma en que gestionamos el negocio y en como interactuamos con nuestras Partes Interesadas- Accionistas, Empleados, Clientes, Aliados estratégicos y Proveedores, Administraciones Públicas y Reguladores, Comunidades y Sociedad.

En los Principios de Negocio se recogen las líneas de actuación que deben tener en cuenta todas las personas que desarrollan su labor en la Compañía. La integración de cualquier empleado en el Grupo Vodafone, supone la pertenencia a una amplia comunidad en todo el mundo. Por ello nuestros “Principios de Negocio” son los mismos en las empresas del grupo, con el fin de asegurar la coherencia de nuestra actividad.

NUESTROS PRINCIPIOS DE NEGOCIO

1. **Creación de Valor:** Creemos que la competitividad en una economía de mercado, realizada en una forma ética, es la mejor forma de entregar beneficios a nuestras Partes Interesadas. En nuestras decisiones primarán los criterios económicos, y también se incluirán consideraciones sociales y medioambientales.
2. **Política Pública:** Expresaremos nuestras opiniones a propuestas de la Administración y otros temas que puedan afectar a nuestras Partes Interesadas.
3. **Comunicaciones:** Nos comunicaremos de forma abierta y transparente con nuestras Partes Interesadas dentro de los límites de la confidencialidad comercial.
4. **Clientes:** Nos comprometemos a proporcionar a nuestros clientes, productos y servicios seguros, fiables y rentables.
5. **Empleados:** Las relaciones con y entre los empleados están basadas en el respeto a los individuos y a los derechos humanos.
6. **Conducta Individual:** Esperamos que todos nuestros empleados actúen honestamente, con integridad e imparcialidad.
7. **Medio Ambiente:** Nos comprometemos a aplicar prácticas sostenibles y a la protección del Medio Ambiente.
8. **Comunidades y Sociedad:** Aceptamos nuestra responsabilidad en ocuparnos de la Comunidad e invertiremos en la Sociedad de forma que se haga un uso eficaz de recursos, incluyendo la donación a organizaciones benéficas.
9. **Salud y Seguridad:** Nos comprometemos con la Salud y Seguridad de nuestros clientes, empleados y las comunidades en las cuales operamos.
10. **Aliados Estratégicos y Proveedores:** Perseguiremos relaciones mutuamente beneficiosas con nuestros aliados y proveedores.

Objetivos Estratégicos

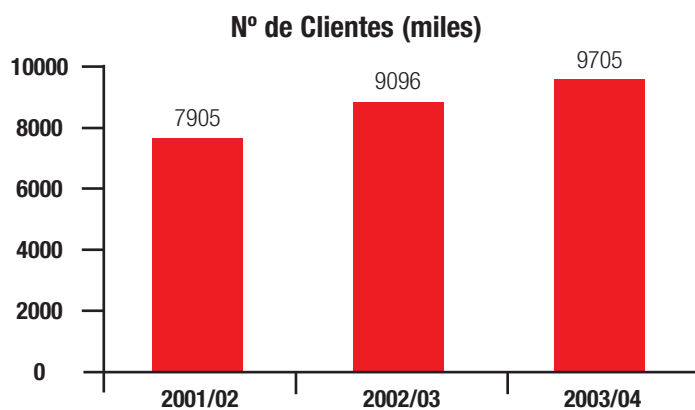
La Responsabilidad Corporativa y la Pasión por el Mundo que nos Rodea se ven reflejadas internamente mediante uno de los objetivos estratégicos establecidos por el Consejero Delegado del Grupo, Arun Sarin: “**Ser una Empresa Responsable**”. Este objetivo está relacionado con la forma en que Vodafone gestiona sus impactos en la sociedad, el medio ambiente y la economía.

El enfoque de la Responsabilidad Corporativa de Vodafone se basa en un gobierno y gestión de la Organización, donde cada una de las Compañías Operadoras son responsables de los resultados obtenidos frente a sus compromisos y objetivos.

5. Vodafone España y su papel en la Sociedad

Presentación

Los casi diez millones de clientes de Vodafone España se benefician de la experiencia y capacidad de esta empresa líder mundial en telefonía móvil.



Nota: La contabilización de clientes en el año fiscal 2003/04 se ha alineado con los criterios del Grupo Vodafone, no considerando como clientes las SIM's de los servicios máquina a máquina.

Como complemento a las asociaciones a las que pertenece el Grupo Vodafone (ver página 8), Vodafone España participa activamente en distintas asociaciones españolas relacionadas con la Responsabilidad Corporativa y la Sostenibilidad. Entre otras:

- > Club de Excelencia en Sostenibilidad: Vodafone España es Socio fundador del mismo.
- > Fundación Empresa y Sociedad: Vodafone España es Socio.
- > Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España (AETIC): Vodafone España pertenece a la Comisión de Medio Ambiente.
- > Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones (ASIMELEC): Vodafone España pertenece a la Comisión de Medio Ambiente.

TECNOLOGÍA 3G (UMTS):

Con la introducción de la tecnología UMTS, a través del lanzamiento de la tarjeta "Vodafone Mobile Connect" y de "Vodafone live! 3G", Vodafone España proporciona nuevas aplicaciones móviles con una oferta avanzada de servicios de ocio y entretenimiento. Algunos ejemplos de estos servicios son:

- > El acceso a Internet y a las Intranets corporativas desde el PC portátil.
- > La videollamada, que permite que sea posible ver a la persona con la que se habla y experimentar una comunicación más real y directa.
- > La posibilidad de ver, descargar, grabar y enviar vídeos y sonidos de mayor calidad y duración (videoclips completos, música real, etc.)

- > Los servicios de "Vodafone live!" como videojuegos, información y contenidos de ocio son mejorados con la potencia de 3G. La descarga de videojuegos, por ejemplo, es todavía más rápida e incluye juegos a todo color con gráficos en 3 dimensiones. Además, los servicios de información y ocio están disponibles con vídeo.

HITOS CLAVES DE VODAFONE ESPAÑA:

- 1994** El consorcio AIRTEL-Sistelcom-Reditel gana la 2ª licencia de telefonía móvil GSM en España.
- 1995** AIRTEL comienza a prestar servicio el 3 de octubre y cierra el año con 15.000 clientes.
- 1996** La Compañía cierra el año con 652.000 clientes.
- 1997** En octubre, se alcanza el millón de clientes, con una cobertura del 96% de la población y del 74% del territorio.
- 1998** La cobertura de red llega al 98% de la población y se obtiene beneficio al tercer año de actividad.
- 1999** El Grupo Vodafone compra Airtouch, adquiriendo el 21,7% de AIRTEL. Al cierre del año se alcanzan los 5 millones de clientes.
- 2000** Obtención de la licencia de UMTS. En diciembre, Bruselas autoriza la toma de control de AIRTEL por parte de Vodafone. Se cierra el año con 7 millones de clientes.
- 2001** El Grupo Vodafone compra el 17,81% de BT, con lo que pasa a tener el 91,6% de la operadora. En octubre, AIRTEL pasa a llamarse Vodafone España. Es una de las primeras operadoras del Grupo en adoptar la marca mundial de Vodafone. Se realiza la primera llamada mundial de "roaming" UMTS entre Vodafone España y J-phone.
- 2002** En julio, Vodafone España supera los 8 millones de clientes. En octubre, Vodafone presenta Vodafone live!, una nueva forma de comunicarse usando el poder del color, el sonido y las imágenes.
- 2003** En enero Vodafone lanza Remote Access, para transmisión de datos en movilidad sobre tecnología GPRS. Lanzamientos de dispositivos y servicios en el segmento empresarial: Vodafone Blackberry y Palm Tungsten.
- 2004** En febrero, Vodafone se convierte en la primera operadora de España que anuncia el lanzamiento de la tarjeta de datos empleando tecnología UMTS "Vodafone Mobile Connect" en las siete principales ciudades españolas. Vodafone España cierra su año fiscal 2003/04 con 9,7 millones de clientes.

(*Nota: el 25 de mayo de 2004 Vodafone España anuncia el lanzamiento de "Vodafone live! 3G". La introducción se realiza en 22 ciudades españolas, lo que supone una cobertura del 23% de la población española).

5. Vodafone España y su papel en la Sociedad

Impacto de la Telefonía Móvil en la Sociedad

En la recuperación del sector de las telecomunicaciones que ahora empieza, la telefonía móvil está en una situación óptima para ser la locomotora del crecimiento y desarrollo del sector en los próximos años.

Una forma de evaluar el impacto de la telefonía móvil en nuestra sociedad consiste en medir su presencia en la misma. En la gráfica adjunta, se observa la evolución de la Tasa de Penetración de la telefonía móvil en España con los criterios de contabilización aplicables a marzo de 2004.

Tanto la evolución de los clientes de telefonía móvil como las perspectivas de crecimiento del sector, tienen unas tendencias espectaculares.

La relevancia social que esta evolución tiene en las magnitudes económicas, sobre todo las referidas al empleo y su aportación al PIB del país, son incuestionables.

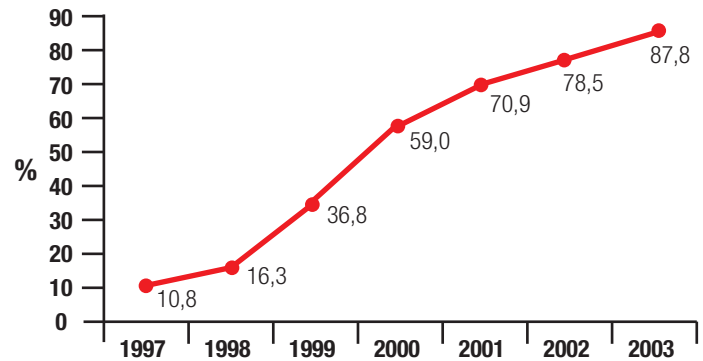
Asimismo hay que considerar la aportación positiva de este sector a todo lo relacionado con el aumento de la seguridad personal y al desarrollo de determinados productos y servicios dirigidos a colectivos desfavorecidos.

En paralelo, es preciso considerar el impacto en el Medio Ambiente, como consumidores de energía y recursos naturales, generadores de residuos y otros posibles aspectos negativos (preocupaciones sociales sobre la salud y los campos electromagnéticos, el impacto visual de las Estaciones Base,

la posibilidad de acceso de menores a "contenidos de adultos", los riesgos asociados al uso de móviles en la conducción, etc.).

Mediante la implantación del conjunto de actividades enmarcadas dentro de su programa de Responsabilidad Corporativa, Vodafone España hace público su compromiso de minimización de estos aspectos y de contribuir al desarrollo sostenible de nuestra sociedad.

Tasa de Penetración de la Telefonía Móvil en España



Estructura Organizativa

Presidente Vodafone España:

José Manuel Entrecanales

Consejero Delegado Vodafone España:

Francisco Román



Marco de Gobierno y Estructuras de Comites

En el Marco de Gobierno definido por Vodafone España, se establecen los Principios de Negocio, las bases del Negocio, la estrategia y los Organigramas.

En él también se establecen los Órganos de Gobierno de la Compañía, así como los Órganos de Gestión, los Comités, su finalidad, su ámbito/alcance, los miembros asistentes y la organización de las reuniones.

Se ha definido el funcionamiento de los siguientes Comités de decisión:

- **Comité de Dirección Ejecutivo.**
- **Comité de Operaciones.**
- **Comité Comercial.**
- **Comité de Desarrollo de Productos.**
- **Comité Institucional.**

6. Estrategia y Sistemas de Gestión

Estrategia

Sólo llevando a cabo nuestros objetivos y prioridades estratégicas, alcanzaremos nuestra Visión. En la consecución de estos objetivos y prioridades es fundamental la implicación de todos los empleados.

Los objetivos estratégicos definidos por Vodafone son:

- > Satisfacer a nuestros clientes.
- > Construir el mejor equipo global.
- > Influir a nivel global.
- > Expandir nuestras fronteras de mercado.
- > SER UNA EMPRESA RESPONSABLE.
- > Proporcionar un mayor retorno a nuestros accionistas.

Gestión del Programa de Responsabilidad Corporativa

Vodafone está decidida a conseguir los más altos niveles de Responsabilidad Corporativa. Para nosotros, Responsabilidad Corporativa significa nuestro impacto total como compañía en tres áreas principales: económica, social y medioambiental.

La implantación de nuestro Sistema de Gestión del Programa de Responsabilidad Corporativa, se esquematiza en la figura siguiente:



Una de las claves para la Gestión de RC es la activa participación de dos Comités del Grupo: El Comité de Políticas y el Comité de Revisión Operativa del Grupo (GORC). Estos Comités están presididos, respectivamente, por el Director Ejecutivo y por el Director de Operaciones del Grupo y dirigen todos los temas de Estrategia y Políticas, incluyendo la Gestión de Riesgos.



El desarrollo del Programa de **Visión y Valores** constituye una prioridad estratégica de Vodafone y los **Principios de Negocio** son el instrumento que ha contribuido a dirigir nuestros Valores hacia un comportamiento corporativo responsable.

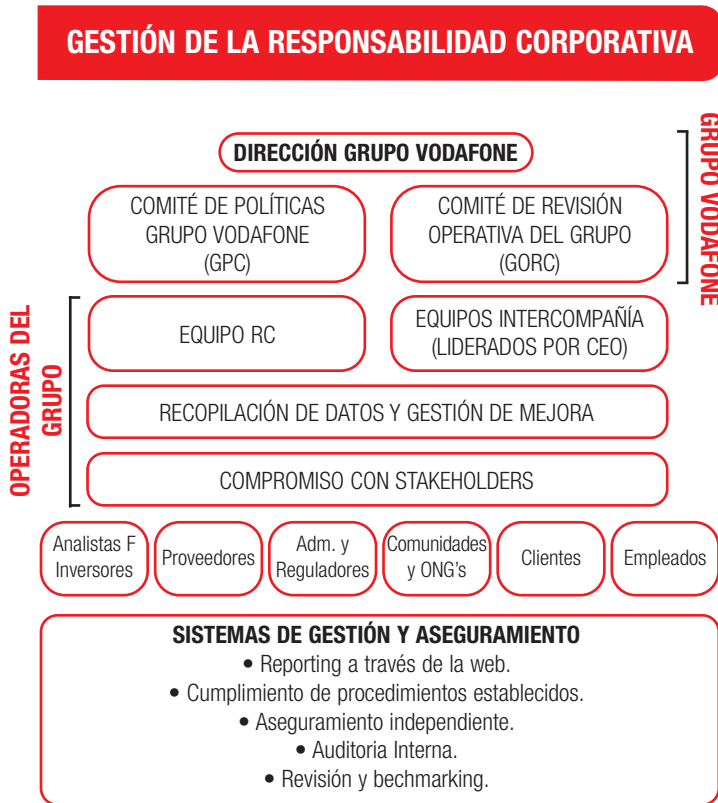
Estos Principios de Negocio no sólo definen la relación de Vodafone con nuestros "Stakeholders" o Partes Interesadas, sino que también gobiernan las decisiones de negocio que afectan a la Sociedad y al Medio Ambiente. De esta forma, cada empleado de Vodafone entiende qué es lo que se espera tanto de la Compañía como de sí mismo.

El compromiso de Vodafone con la Responsabilidad Corporativa se caracteriza por un fuerte liderazgo y por una robusta pero flexible gestión de las estructuras y los sistemas.

6. Estrategia y Sistemas de Gestión

Las líneas generales del Programa RC, son adoptadas por cada Compañía del Grupo, al tiempo que se identifican y promueven las mejores prácticas, compartiendo problemas y experiencias en la implantación de los respectivos programas de gestión.

Las líneas maestras para la implantación del Sistema de Gestión del Programa de RC, se establecen mediante la siguiente Organización:



El GORC aprueba las iniciativas RC sobre las que enfocar los esfuerzos del Grupo; cada una de las iniciativas está liderada por el Consejero Delegado de una de las operadoras del Grupo y el GORC revisa

periódicamente su progreso. Actualmente se están desarrollando, por cada una de las Compañías del Grupo Vodafone, 8 iniciativas:

- > Emisiones Radioeléctricas. Transparencia en la Comunicación.
- > Energía.
- > Reciclado de terminales.
- > Residuos y Sustancias que agotan la capa de ozono.
- > Despliegue Responsable de Red.
- > Productos y Servicios.
- > Marketing Responsable.
- > Suministradores.

En Vodafone España, la gestión de RC es gestionada a través del Comité Institucional, que se reúne mensualmente. En este Comité se aprueban y reportan las iniciativas de RC tanto globales como locales. Está formado por:

- > Presidente.
- > Consejero Delegado (CEO).
- > Director General de la Fundación Vodafone España.
- > Director de Administración y Finanzas.
- > Director de Recursos Humanos.
- > Director de Tecnología.
- > Director de U.N Empresas.
- > Director de U.N Particulares.
- > Director de Relaciones Institucionales (en la cual está integrada el equipo de RC de Vodafone España).
- > Director de Comunicación Externa.
- > Director de Servicios Jurídicos.
- > Director de Gestión de Programas.

El Comité Institucional realiza el seguimiento periódico de la evolución del Programa de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España. Para ello, cuenta con el reporte de la evolución de los indicadores de gestión definidos.

La Comunicación a los empleados de las distintas iniciativas, se articula a través del Plan de Comunicación Interna de Responsabilidad Corporativa establecido por la Dirección de Recursos Humanos.

Otros Sistemas de Gestión: Sistema de Gestión Medioambiental

Vodafone España es consciente de que los instrumentos de adhesión y mejora voluntaria en el área de la gestión medioambiental, como las normas de la serie UNE-EN-ISO 14001, constituyen elementos estratégicos que le diferencian en su modelo de actuación y servicio.

Como demostración de su compromiso con el Medio Ambiente, Vodafone España ha implantado un Sistema de Gestión Medioambiental, certificado desde 1997 conforme a la norma internacional UNE-EN-ISO 14001.

Con ello, Vodafone España se convirtió en el primer operador de telefonía móvil de España que lograba tal certificación, que se unía a la certificación obtenida en 1996 de su Sistema de Calidad conforme a la norma internacional ISO 9001.

Desde ese momento, Vodafone España ha venido consolidando y desarrollando dicho Sistema de Gestión Medioambiental, tal y como lo demuestra la superación de las distintas auditorías de seguimiento realizadas anualmente por la entidad de certificación.

6. Estrategia y Sistemas de Gestión

Política de Medio Ambiente

Vodafone, ha adoptado la Gestión Medioambiental como modelo de gestión y de trabajo, orientado a que la Compañía sea reconocida por sus clientes, empleados y entorno social en el que opera como una empresa **respetuosa y comprometida con la protección del Medio Ambiente**.

Para alcanzar este objetivo general, la Alta Dirección asume el compromiso de implantar la Gestión Medioambiental en toda la Compañía. El modelo de Gestión Medioambiental adoptado por Vodafone que, desarrolla e implanta la **Política Medioambiental** establecida por el Grupo Vodafone en todos los países en los que opera, se basa en los siguientes **Principios**:

1. Implantar y mantener operativo un **Sistema de Gestión Medioambiental** que cumpla los requisitos de la norma **ISO 14001**, de forma que se garantice la **mejora continua** de la Gestión Medioambiental de la Compañía.
2. Cumplir con la **Legislación y Normativa Medioambiental** aplicable (europea y nacional), y **otros Requisitos** que la Compañía establezca, así como adaptarse a futuras normas, requisitos de clientes y sociales, cuando proceda.
En este sentido, merece especial mención el compromiso de cumplimiento de la **Normativa** existente a nivel europeo y nacional **relativa a la exposición a Campos electromagnéticos**.
3. Establecer periódicamente **Objetivos y Metas Medioambientales**, realizando un seguimiento de los mismos, para prevenir o reducir, siempre que sea técnica y económicamente factible, los Impactos **asociados a los Aspectos Medioambientales significativos** derivados de sus actividades, productos y servicios. A este respecto, las líneas prioritarias de actuación que se han definido son:
 - a. Utilizar tecnología que no se considere dañina para las personas o el Medio Ambiente.
 - b. Asegurar el reciclado de residuos allí donde sea posible.
 - c. Asegurarse que se compran productos y servicios respetuosos con el Medio Ambiente.
 - d. Optimizar el uso de recursos, y en especial de energía eléctrica.
 - e. Todos los vehículos de la Compañía funcionarán con gasolina sin plomo o Diesel.
 - f. Minimizar el uso de CFC's dañinos para el Medio Ambiente.
 - g. Asegurar el mínimo impacto de nuestro emplazamiento en el Medio Ambiente, y en especial preservar las áreas de conservación Natural.
4. **Formar y sensibilizar** a los empleados, de acuerdo a su correspondiente responsabilidad y actividad en el marco del Sistema de Gestión Medioambiental, facilitando los conocimientos necesarios para que puedan desarrollarla con el máximo respeto al entorno.
5. Fomentar que los **Proveedores**, en función del producto o servicio suministrado, lleven a cabo sus actuaciones en consonancia con los principios establecidos en la presente Política y las directrices del Sistema de Gestión Medioambiental implantado en Vodafone España.

6. Poner a **disposición** de los empleados, clientes y público en general, la **Política Medioambiental** de la Compañía.

La Dirección desea transmitir la trascendencia de la adecuada comprensión, implantación y actualización de esta Política en todos los niveles y funciones de la Compañía, y se compromete a proporcionar los recursos necesarios para su adecuado desarrollo e implantación, y así como a efectuar el correspondiente seguimiento de su eficacia.



7. Comunicación con las Partes Interesadas

Cada día, los empleados de Vodafone se involucran con las Partes Interesadas en temas que son importantes para nuestro negocio. Estos temas incluyen también el impacto social y medioambiental de Vodafone.

Dentro del marco de la Responsabilidad Corporativa de Vodafone, la relación con nuestras Partes Interesadas ocupa un lugar destacado. En este sentido, Vodafone se ha comprometido a informar abiertamente no sólo sobre sus impactos positivos, sino también sobre los impactos negativos que la telefonía móvil pudiera producir y establece un proceso de involucración con sus "Stakeholders" para encontrar soluciones adecuadas a los problemas que tales impactos puedan plantear.

Vodafone España define a sus "Stakeholders" (o "Partes Interesadas"), como el conjunto de las personas y grupos que pueden ser afectados por Vodafone o sus actividades, o que puedan tener incidencia sobre éstas.

Las partes interesadas identificadas son priorizadas para conocer los aspectos relevantes para ellas, su visión de la Compañía, y para fijar las estrategias específicas de relación con ellas.

PROCESO DE INVOLUCRACIÓN CON LAS PARTES INTERESADAS



PARTES INTERESADAS DE VODAFONE ESPAÑA:

Se han priorizado los siguientes grupos generales de "stakeholders" basándose tanto en el impacto como en la influencia que tienen en la Compañía.

- > **Inversores y Entidades Financieras:** Ver Cap. 8: "Creación de Valor".
- > **Clientes:** Incluye Clientes Empresas y particulares. Ver Cap. 8: "Creación de Valor".
- > **Empleados:** Ver Cap. 11: "Compromiso con Nuestros Empleados".
- > **Aliados Estratégicos y Proveedores:** Ver Cap. 8: "Creación de Valor".
- > **Administraciones y Reguladores:** Ver Cap. 9: "Compromiso con el Medio Ambiente" y Cap. 10: "Compromiso con la Sociedad".
- > **Propietarios y Comunidades de Vecinos:** Ver Cap. 9: "Compromiso con el Medio Ambiente" y Cap. 10: "Compromiso con la Sociedad".
- > **Sociedad y Público en General:** Ver Cap. 9: "Compromiso con el Medio Ambiente" y Cap. 10: "Compromiso con la Sociedad".
- > **Creadores de Opinión y Conocimiento:** Cap. 10: "Compromiso con la Sociedad".

La gestión de las actividades de Responsabilidad Corporativa, implica considerar numerosas Partes Interesadas que tienen diferentes expectativas y percepciones sobre la empresa y a los que se enfoca desde diversas perspectivas. Es preciso analizar las cuestiones clave en la Gestión de Partes Interesadas para decidir las estrategias de gestión que se deben desplegar en función del tipo de "Stakeholder" de que se trate.

La política de "Comunicación con las Partes Interesadas" establecida, permite a Vodafone un adecuado conocimiento de las expectativas de sus "Stakeholders" y, consecuentemente, la posibilidad de mejorar sus políticas, estrategias y actuaciones. Así, la identificación y análisis de necesidades y expectativas de las Partes Interesadas sobre los temas de RC, clave en los diferentes mercados en los que opera Vodafone, ha dado lugar a las Iniciativas GORC sobre RC (ver Capítulo 6 "Estrategia y Sistemas de Gestión").

Adicionalmente Vodafone España utiliza diferentes métodos de comunicación dependiendo del grupo de "Stakeholder". Alguno de estos métodos son:

- > **Encuestas de percepción/opinión** de la gestión de la RC de Vodafone España.
- > Estudios e investigaciones focalizados en **temas concretos**.
- > **Reuniones/encuentros** con organizaciones que representan los intereses de los "Stakeholders".
- > A través de **asociaciones** con organizaciones globales.

7. Comunicación con las Partes Interesadas

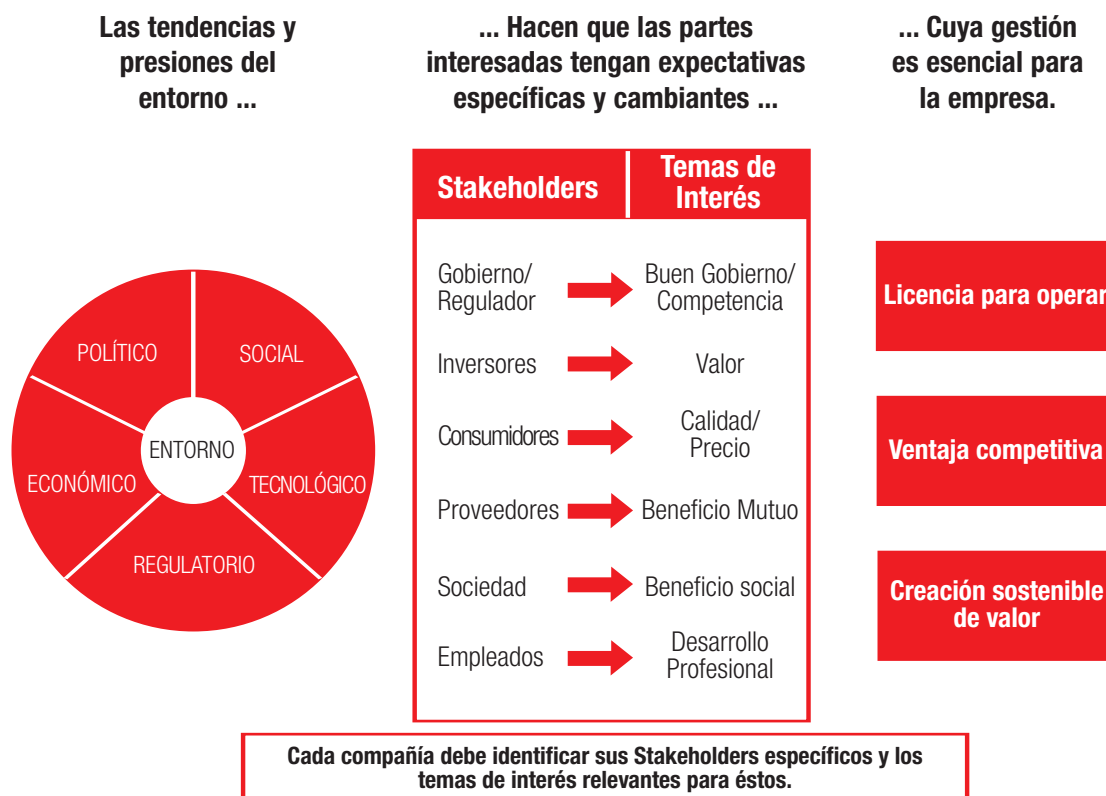
- > **Implicación** de las Partes Interesadas en proyectos o temas concretos de Vodafone.
- > Nuestro **Informe de Responsabilidad Corporativa**. A este efecto, se ha creado una dirección electrónica (**responsabilidad@corp.vodafone.es**) a través de la cual pretendemos obtener una información directa.
- > **Comunicaciones** sobre nuestra posición en determinados temas.

Mediante la **identificación de las expectativas de nuestras Partes Interesadas**, tratamos de asegurar que toda la información obtenida a través del proceso de comunicación es utilizada para mejorar nuestras decisiones y actuaciones de negocio.

Teniendo en cuenta la imposibilidad de mantener contactos individuales con todas nuestras Partes Interesadas, uno de los métodos más

comúnmente utilizados por Vodafone España para la identificación de sus expectativas, son las **encuestas de opinión o percepción**. En este sentido, Vodafone España ha sido una de las cinco compañías del Grupo Vodafone en las que durante el año fiscal 2003/04 se ha realizado por parte del MORI (Market and Opinion Research International) una encuesta de opinión de "Stakeholders".

Esta encuesta, realizada a Clientes, Público General, ONG's Sociales y ONG's Medioambientales ha permitido identificar aspectos prioritarios de nuestra gestión que necesitan ser mejorados y que formarán parte del Programa de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España del año fiscal 2004/05. Está previsto que esta encuesta tenga una periodicidad anual con objeto de analizar las tendencias en las percepciones sobre los diferentes aspectos de la RC.



8. Creación de Valor - Resultados de Vodafone España

PASIÓN POR LOS RESULTADOS: "Estamos orientados a la acción y nos guiamos por un deseo de ser los mejores".

"...En este principio del año 2004 estamos viviendo un momento que, en muchos aspectos, recuerda a nuestro nacimiento.

El lanzamiento de UMTS y el cambio cultural en el que estamos envueltos, nos traen a la mente tiempos anteriores...

Hoy somos una Compañía muy diferente, el líder mundial en comunicaciones móviles, con un músculo financiero y una presencia mundial incomparables. Nuestra marca se refuerza cada día y nuestra oferta de productos y servicios, tanto para Empresas como para Particulares, es excepcional."

Francisco Román
Consejero Delegado Vodafone España

A continuación se resumen las principales magnitudes económico-financieras de Vodafone España, correspondientes a nuestro periodo fiscal 2003/04 (de 1 abril 2003 a 31 de marzo 2004).

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 reporte de Vodafone España al Grupo.

	2003/04	Variación sobre año fiscal 2002/03 %
FACTURACIÓN (Millones €)	3.866	+ 12,9%
Ingresos por Servicios (Millones €)	3.561	+ 14,7%
ARPU (€/año)	377	+ 1,6%
Nº CLIENTES (x 1000)	9.705	+ 6,7%

Los resultados de Vodafone España del último periodo fiscal han sido excepcionales en muchos sentidos.

Lo han sido no sólo en magnitudes financieras, sino también en la satisfacción de nuestros clientes, en la mejora de la calidad de nuestra red y en el despliegue de nueva infraestructura, que ha permitido comenzar el año 2004 con servicios 3G (UMTS) disponibles tanto para particulares como para empresas, a través de la tarjeta Vodafone Mobile Connect para ordenadores portátiles.

Cabe destacar el fuerte crecimiento de los Ingresos por Servicios que han aumentado un 14,7% frente al ejercicio anterior.

En lo relativo a la aceptación de Vodafone live!, donde se cuenta ya con 625.000 clientes.

En cuanto a la base de clientes, se ha crecido un 6,7% en los últimos doce meses hasta alcanzar los 9.705.000. Hay que hacer notar que la evolución de esta variable se ha visto negativamente afectada por la necesaria alineación de nuestros criterios, a la hora de contabilizar clientes, con los del Grupo Vodafone, que nos obliga a no considerar como clientes los servicios máquina a máquina. De no haber mediado los cambios de criterio, se habría cerrado el año con 9.908.000 de clientes, que hubiera supuesto un incremento del 8,9%.



8. Creación de Valor - Clientes

PASIÓN POR LOS CLIENTES: "Nuestros clientes han escogido confiar en nosotros. A cambio, nosotros debemos esforzarnos por anticiparnos, entender sus necesidades y satisfacerles con nuestro servicio".

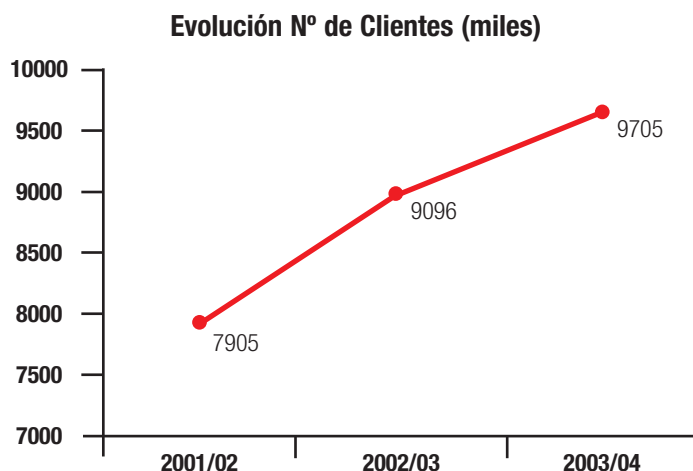
Cobertura y Calidad de Red

Para asegurar una excelente cobertura, Vodafone España trabaja constantemente poniendo en funcionamiento nuevas estaciones base. Gracias al esfuerzo continuo realizado, Vodafone ofrece una cobertura en el 99,08% de la superficie del territorio nacional.

Por otra parte, la monitorización del estado de la red (24 horas al día, 365 días al año), permite la resolución inmediata de las averías que puedan producirse.

Trabajando día a día, nuestro elevado nivel de calidad se refleja tanto en unos reducidos porcentajes de llamadas caídas (llamadas en curso que se interrumpen) y de llamadas bloqueadas (aquellas que no se inician una vez marcado el número deseado), como en la alta calidad de nuestras comunicaciones.

Satisfacción de Clientes



Vodafone España es una compañía que tiene como primer objetivo la satisfacción de nuestros clientes. La evidencia más rotunda de nuestro compromiso con la satisfacción de los clientes es el hecho de que todos los empleados tengan incluida la satisfacción del cliente como una de las metas de cara a la consecución de los objetivos que determinan la retribución variable anual.

Las tres bases sobre las que se fundamenta nuestra política de satisfacción de clientes son:

- > Mejora continua del conocimiento de nuestros clientes y compromiso con la calidad de servicio y la satisfacción.
- > Análisis continuo de las oportunidades de mejora y lanzamiento de proyectos para hacerlas realidad.
- > Enfoque en el servicio de atención al cliente.

Otra de las evidencias de la pasión de Vodafone por sus clientes es el Programa **"Conoce al Cliente"**, a través del cual los empleados de Vodafone España están viviendo una experiencia directa con nuestros clientes. Ya han participado los 75 primeros directivos de la Compañía y está previsto que se extienda al resto de la Dirección y a todos los empleados.

El programa se compone de tres partes:

- > Atención al Cliente: Contestando directamente las llamadas de nuestros clientes.
- > Tienda: Atendiendo a nuestros clientes en nuestros puntos de venta.
- > Labor de atención personal: Acompañando al responsable de cuenta en la atención personal al correspondiente cliente empresa.

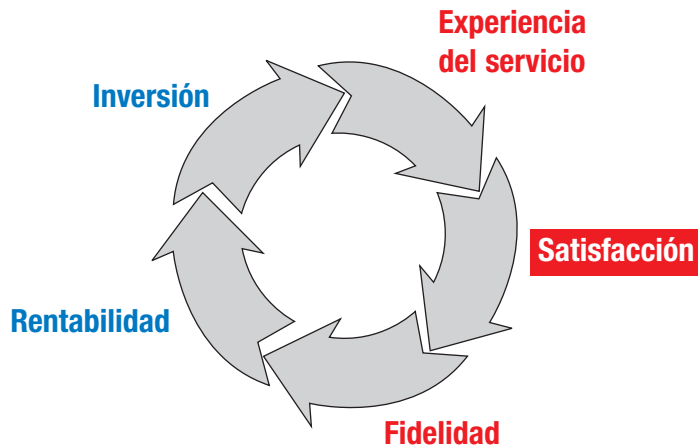
Estos esfuerzos se han traducido en una mejora significativa de todas aquellas medidas que evalúan la satisfacción de nuestros clientes.



8. Creación de Valor - Clientes

Fidelización de los Clientes

Nuestros clientes nos piden mayor libertad de comunicación, con acceso inmediato a otras personas, al trabajo, al entretenimiento y la información, donde quiera que estén y en cualquier momento.



La satisfacción de nuestros clientes es el principal motor para su fidelidad.

De esta forma la percepción que nuestros clientes tienen del servicio que ofrecemos, es la base de nuestra futura ventaja competitiva y un elemento clave en nuestro posicionamiento de marca.

Para entender mejor las diferentes expectativas y necesidades de nuestros clientes, y de esta forma poder satisfacerlas, se ha realizado una segmentación de los mismos.

Es necesario tener conocimiento de nuestros clientes para poder ofrecerles productos y servicios enfocados a sus expectativas. Además, considerando los distintos perfiles de los mismos, Vodafone España está desarrollando campañas con productos, ofertas y mensajes dirigidos específicamente a ciertos tipos de clientes, en lugar de emplear medios masivos con mensajes no diferenciados.

Cada cliente requiere comunicaciones y ofertas personalizadas, por lo que se necesita una segmentación adecuada y adaptada a la realidad que redunde en un aumento de la fidelización de los mismos.

Para Vodafone España, la fidelización es parte de la gestión del ciclo de vida del cliente. Una forma de reconocimiento a su fidelidad, ha sido la puesta en marcha del **Programa de Puntos**.

Este Programa es la forma más sencilla de renovar el teléfono móvil sin cambiar de número. La obtención de Puntos se realiza de forma automática por todos los clientes de Vodafone (no es necesario que el cliente solicite el alta en el Programa) en función de la facturación que tengan dichos clientes por el consumo mensual. De igual forma, los clientes pueden obtener Puntos por diferentes conceptos tales como nuevas altas, antigüedad, uso de servicios especiales, contratación de nuevos servicios y promociones específicas.

Confidencialidad de los Datos de los Clientes

Vodafone España es una compañía concienciada y preocupada por el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos personales, y por ello, realiza los mayores esfuerzos para garantizar el cumplimiento de los principios recogidos en la citada legislación; esto es, información en la recogida y en el tratamiento de los datos, calidad de los datos, consentimiento del afectado, cautelas en el tratamiento de los datos especialmente protegidos, implantación de las medidas de seguridad necesarias en cada momento y garantía del deber de secreto.

En este sentido, Vodafone España cuenta con diversos procedimientos internos que garantizan el cumplimiento de las medidas de seguridad, tanto desde un punto de vista organizativo como técnico, procedimientos

que garantizan el deber de secreto de los empleados en el tratamiento de la información confidencial, y procedimientos generales de cumplimiento de los principios citados exigidos por la normativa en materia de protección de datos personales.

Por otro lado, Vodafone España cuenta con un procedimiento interno para atender los siguientes derechos de los clientes: acceso a datos contenidos en ficheros de Vodafone España, rectificación de datos, cancelación de datos, oposición al tratamiento con fines de prospección comercial, oposición al tratamiento de datos de tráfico y facturación con fines comerciales, y oposición al envío de comunicaciones comerciales por vía electrónica.

8. Creación de Valor - Proveedores

Código de Compras Éticas

Vodafone España es consciente de la importancia de gestionar de forma responsable su negocio; por lo que ha adoptado unos Valores y Principios de Negocio que le permiten gestionar sus actuaciones e interacciones con todas sus Partes Interesadas, incluidos sus proveedores.

Vodafone España ha declarado su compromiso de "Promover la aplicación de sus Principios de Negocio en sus aliados estratégicos y proveedores".

Para ello, dentro del marco de las iniciativas GORC (Group Operational Review Committee), y basado en el principio de mejora continua, se ha desarrollado un "Código de Compras Éticas", en colaboración con empleados, proveedores, inversores y organismos institucionales.

El Código de Compras Éticas establece los estándares sociales y medioambientales a los que Vodafone espera que se adhieran todos sus proveedores y aliados. Se trata de trabajar con los proveedores, no de penalizarlos. El Código está basado en los siguientes aspectos:

> Trabajo Infantil

- No se empleará a ninguna persona que no tenga la edad mínima legal para trabajar.

> Trabajos obligados

- No se utilizará el trabajo obligado y los empleados serán libres para dejar sus trabajos, previo aviso. No se requerirá a los empleados que dejen en depósito dinero ni documentos de identificación a sus empleadores.

> Salud y Seguridad

- Se proporcionará a los trabajadores un entorno de trabajo saludable y seguro, de acuerdo con todas las leyes nacionales y estándares internacionales, proporcionándoles la información y entrenamiento necesarios.

> Libertad de asociación

- Siempre que las leyes lo permitan, todos los empleados tendrán libertad para unirse o no a sindicatos u organizaciones similares.

> Discriminación

- Se prohíbe la discriminación negativa, incluidas la racial o de género.

> Prácticas disciplinarias

- Los empleados serán tratados con respeto y dignidad. Se prohíbe cualquier tipo de abuso físico, verbal, hostigación e intimidación.

> Horas de trabajo

- Se cumplirán las leyes nacionales en cuanto a las horas de trabajo.

> Sueldos

- Los empleados entenderán las condiciones de su empleo y se les proporcionará un pago justo y razonable por él.

> Conducta individual

- No se tolerará ningún tipo de soborno, incluyendo ofertas deshonestas de pagos a/o de empleados u organizaciones.

> Medio Ambiente

- Se llevarán a cabo las actuaciones necesarias para mejorar activamente la eficiencia de aquellos procesos que consuman recursos no renovables (energía, agua, materias primas).
- Se gestionará adecuadamente y establecerán controles operativos y técnicos, para minimizar las emisiones de sustancias peligrosas para el medio ambiente.
- Se llevarán a cabo las medidas necesarias para mejorar el comportamiento medioambiental de productos y servicios cuando sean utilizados por el usuario final.
- Se apoyarán aquellos desarrollos innovadores de productos y servicios que ofrezcan beneficios sociales o medioambientales.

Para la aplicación de este Código de Compras Éticas, en primer lugar, se requiere a los proveedores que reconozcan el entendimiento y aceptación del mismo, y que confirmen que cumplirán con él. Vodafone colabora con los proveedores en la implantación del Código, lo que puede incluir auditorías de seguimiento y visitas para asegurar el cumplimiento.

Vodafone fomenta que sus proveedores lo implanten en todo su negocio y a lo largo de su cadena de suministros.



8. Creación de Valor - Proveedores

Vodafone Partner Programme

“Vodafone Partner Programme” es un programa con desarrolladores e integradores, diseñado para explotar la oportunidad comercial de trabajar con Vodafone España en todas las áreas de aplicaciones, generando nuevas oportunidades de negocio y mejorando la calidad de vida profesional y personal de nuestros clientes.

En la actualidad, una sola empresa no está capacitada para abordar todos los papeles de la cadena de valor. El trabajo en equipo, donde cada uno de los colaboradores aporte sus fuerzas, se hace fundamental y en este marco surge el “Vodafone Partner Programme”.

Nuestro empeño es ayudar al desarrollo de negocios, por lo que pretendemos estar al lado de quien nos necesita, trabajando codo con codo para crear valor.

Por eso, este Programa se alza como una gran opción. Disponemos de los medios suficientes para satisfacer esas necesidades, ofreciendo el respaldo y los recursos necesarios: acceso a nuestras redes, información sobre los requisitos de comunicaciones para el funcionamiento de productos en éstas, etc.

Pretendemos ser el punto de contacto local para desarrolladores, integradores y proveedores de servicios. Mediante este Programa:

- > Posibilitamos la implantación de aplicaciones y servicios móviles, permitiendo a los colaboradores de Vodafone España el acceso local a los servicios móviles de red de Vodafone.
- > Explotamos alianzas globales, dotándolas del contenido local necesario, de forma que los colaboradores sacan provecho de trabajar con los líderes del sector.
- > “Vodafone Partner Programme” ofrece tecnología, procedimientos y componentes integradores necesarios para permitir a los desarrolladores crear y poner en marcha posibles aplicaciones móviles.
- > Una posible aplicación móvil puede incluir accesos a servicios de mensajería y localización suministrados por la red móvil de Vodafone, y podría estar en marcha en cualquiera de las siguientes dispositivos: PDA's, PCs, terminales móviles etc.

Las diferentes compañías con las que Vodafone España ha llegado a acuerdos para comercializar soluciones y servicios de forma conjunta en el marco de este Programa, se clasifican teniendo en cuenta su actividad en:

- > Desarrolladores e Integradores.
- > Fabricantes de Equipos Originales y Suministradores de Software Independientes.

Nuestro objetivo es que los colaboradores del “Vodafone Partner Programme” se conviertan en nuestros principales socios de negocio para el lanzamiento de aplicaciones y servicios móviles. Para ello, esperamos que desarrollen e implanten aplicaciones y dispositivos que utilicen los servicios móviles de Red de Vodafone y que estén destinados a mejorar la calidad de vida tanto profesional como particular de nuestros clientes.

Por otra parte, uno de los principales servicios que desde “Vodafone Partner Programme” ofrecemos a nuestros colaboradores es el Programa de Formación y Eventos. Dentro de este programa, se llevó a cabo el “Foro Move '04” que reunió a las 70 empresas que en el último año y medio han trabajado con Vodafone España en dispositivos, servicios o aplicaciones a través de la telefonía móvil. El propósito del Foro fue presentar a todas nuestras empresas aliadas, así como los productos y servicios de desarrollo conjunto.

Comportamiento Medioambiental de Nuestros Proveedores

Vodafone España fomenta entre sus proveedores el compromiso con el medio ambiente y el cumplimiento con los requisitos medioambientales que les son aplicables.

Vodafone España se asegura de que las actividades subcontratadas que puedan tener algún tipo de implicación medioambiental, se llevan a cabo en las condiciones más adecuadas para el entorno.

Así, a la hora de seleccionar proveedores, se tienen en cuenta criterios medioambientales, valorándose muy positivamente la posesión del certificado ISO 14001 de gestión medioambiental.

Por otra parte, en los contratos con proveedores, se han establecido unas cláusulas medioambientales, a través de las cuales se puede

controlar el comportamiento medioambiental del suministrador, exigiéndole el cumplimiento de los requisitos y autorizaciones medioambientales aplicables.

Además, en las actividades de despliegue, operación y mantenimiento de la Red se realizan diversos controles (programas de puntos de inspección, auditorias, etc.) para garantizar el adecuado cumplimiento por los proveedores de los requisitos medioambientales que les son aplicables.

9. Compromiso con el Medio Ambiente

Energía y Cambio Climático

Energía

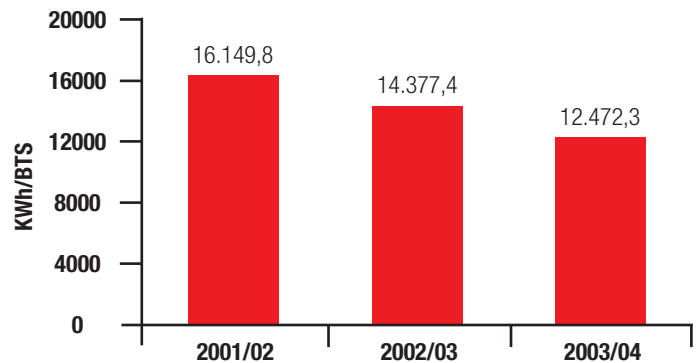
La energía procedente de combustibles fósiles, como el carbón, el petróleo y el gas, es un recurso limitado, que es preciso conservar.

El mayor consumo de energía de Vodafone España se produce en la operación de la red. Se ha calculado que éste supone aproximadamente el 87% del total de la energía consumida por Vodafone.

La medida de los KWh de consumo energético de la Red entre el número de Estaciones Base (BTS) desplegadas nos indica que aunque el volumen de nuestra actividad aumenta, el consumo energético relativo se está optimizando progresivamente.

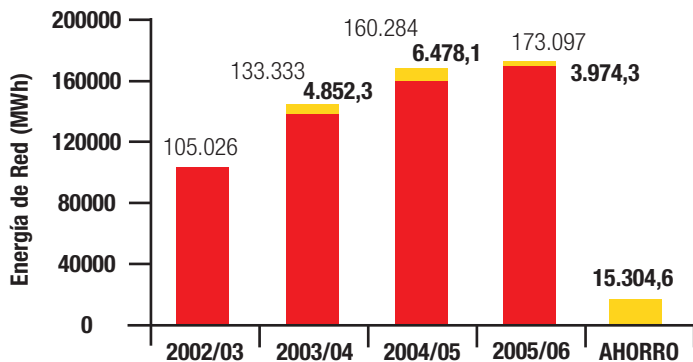
Con independencia del control y optimización del consumo energético de la Red y como consecuencia de una de las iniciativas del GORC (Group Operational Review Committee), se ha establecido un Plan de Eficiencia Energética con el objetivo de "Mejorar progresivamente la eficiencia energética de nuestras actividades y reducir el impacto ambiental".

Consumo de Energía de Red (KWh/BTS)



Los cálculos realizados en el Plan de Eficiencia Energética permiten estimar que la aplicación de dichas iniciativas supondrá una inversión próxima al millón de euros, pero permitirá el ahorro sistemático de, al menos, un 3,3% del total del consumo energético previsto desde el inicio de nuestro año fiscal 2003/04, hasta el final del periodo 2005/06.

Eficiencia Energética

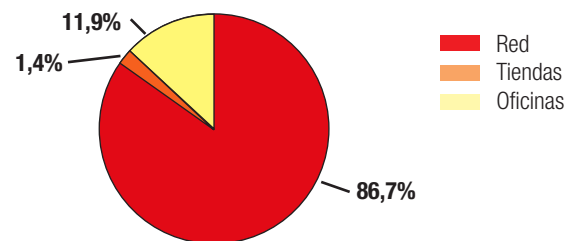


En la realización del Plan de Eficiencia Energética uno de los aspectos considerados ha sido el mayor consumo eléctrico que se espera tendrá la tecnología UMTS, basándose en una estimación sujeta a las incertidumbres de consumo de los equipos en funcionamiento real.

Este Plan ha permitido identificar posibles actividades a potenciar o a poner en marcha durante los próximos tres años, las cuales se resumen a continuación:

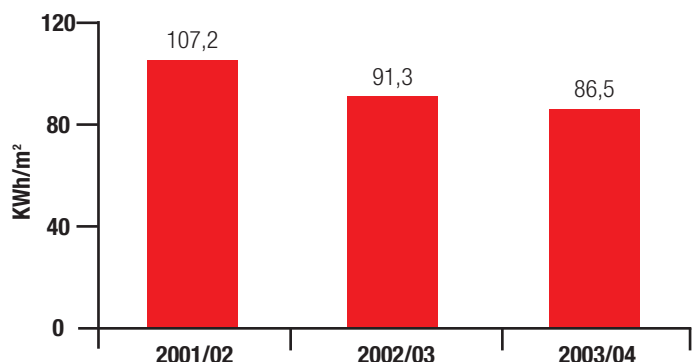
- > Instalación en las Estaciones Base de sistemas de refrigeración con "Free Cooling", basados en la utilización de las diferencias de temperatura entre el exterior y el interior de las casetas donde se ubican los equipos de telecomunicaciones.
- > La adecuación de la temperatura idónea de operación de los distintos Centros de Conmutación.
- > Instalación, en las estaciones bases donde la viabilidad lo aconseja, de un sistema de refrigeración complementario, que saca el aire caliente al exterior de las casetas, directamente desde los bastidores de los equipos de telecomunicaciones.

Distribución Consumo Energía Eléctrica



Aunque es un factor menos representativo, el consumo eléctrico de oficinas también se encuentra bajo control. La sustitución de dispositivos de luz ordinarios por balastos electrónicos ha dado como consecuencia un menor consumo eléctrico en las Oficinas.

Consumo Eléctrico Oficinas (kwh/m²)



9. Compromiso con el Medio Ambiente

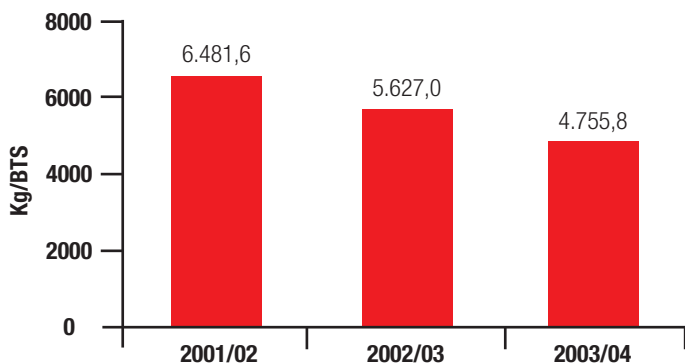
Energía y Cambio Climático

Cambio Climático

La combustión procedente de los combustibles fósiles libera dióxido de carbono (CO₂) – un gas de efecto invernadero, que contribuye al calentamiento global. En 1997 se firmó el Protocolo de Kyoto por el que los países firmantes se comprometían a adoptar una serie de medidas encaminadas a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

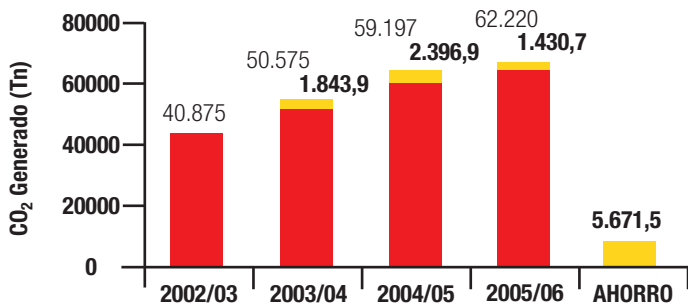
Las actividades de control y optimización del consumo energético de la red, realizadas en el pasado han permitido reducir la cantidad relativa de CO₂ generado por la operación de la red.

CO₂ Generado por las Actividades de Red (Kg/BTS)



Por otra parte, los resultados del Plan de Eficiencia Energética comentado anteriormente está previsto que provoquen una menor contribución por Vodafone España a la emisión de gases de efecto invernadero.

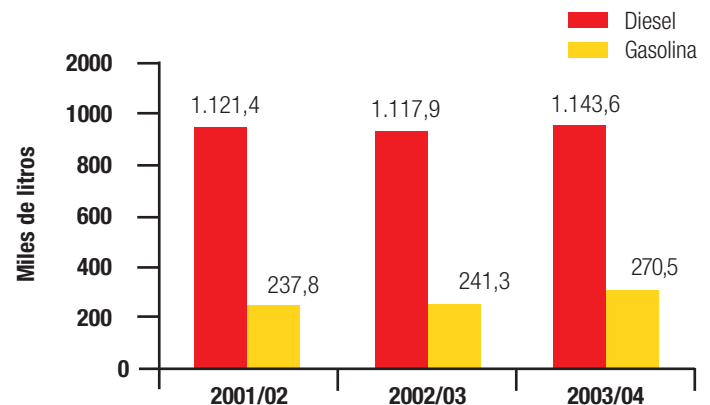
Cambio Climático



El transporte por carretera, tren y aire provoca un impacto medioambiental. Además del dióxido de carbono (CO₂) emitido por la combustión de la gasolina y el diesel, se emiten otros gases que contribuyen a la contaminación atmosférica y a la lluvia ácida.

En la gráfica adjunta se observa que, a pesar del aumento significativo de nuestra actividad, durante los últimos tres períodos fiscales se ha logrado el control de la emisión de gases asociados al consumo de la flota de

Consumo Flota de Vehículos (miles de litros)



Consumo de Agua

A pesar de no ser un aspecto medioambiental significativo para las actividades de Vodafone España, en el último ejercicio se ha decidido ponerlo bajo control, considerando que el agua es un recurso limitado. En este sentido, la **cantidad de agua consumida en el año fiscal 2003/04** ha sido de **34.359 m³**.



9. Compromiso con el Medio Ambiente

Reciclado de Teléfonos Móviles y Accesorios

El reciclaje de teléfonos móviles y accesorios fuera de uso contribuye a mejorar el Medio Ambiente, ya que disminuye el consumo de recursos y evita problemas medioambientales asociados al potencial vertido de componentes peligrosos incluidos en algunos equipos eléctricos y electrónicos.

El teléfono móvil es un equipo en constante evolución tecnológica y de alta demanda. El crecimiento en su consumo en España en los últimos años ha sido espectacular, lo que ha producido de forma inevitable una creciente y continua generación de residuos.

Los teléfonos móviles reúnen diversas características que los hace merecedores de una especial atención a la hora de plantearse consideraciones ambientales al final de su vida útil. Contienen materias primas escasas y valiosas, tales como metales preciosos, que compensa recuperar, y también determinados componentes de naturaleza peligrosa, que están sometidos a unas estrictas consideraciones de gestión para evitar sus efectos nocivos sobre el Medio Ambiente.



Vodafone participa en un sistema de recogida y reciclaje de teléfonos móviles y accesorios en desuso. Este sistema, conocido como "iniciativa Tragamóvil", ha sido implantado en España para la recogida selectiva y reciclaje de residuos de telefonía móvil y pretende dar respuesta al citado problema de la creciente generación de los residuos derivados del final de la vida útil de estos aparatos.

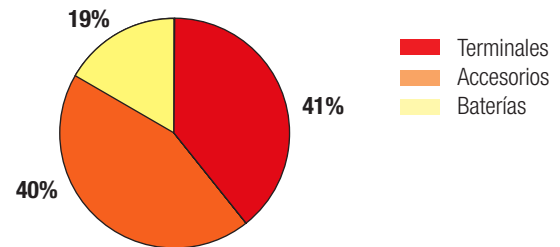


El sistema está promovido por ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones), y ha conseguido la cofinanciación de la Comisión Europea a través de su Programa Europeo LIFE-MEDIO AMBIENTE 2002, tras haber sido valorado con la máxima calificación entre los proyectos presentados a dicha convocatoria.

Una vez llegados al final de su vida útil, se generan 3 tipos de residuos principalmente:

- > **Terminales:** carcasas, displays, placas de circuito impresos, componentes eléctricos.
- > **Baterías de tres tipos:** níquel-cadmio, níquel-metal hidruro e ión-litio.
- > **Accesorios:** cargador/transformador, base, teclado, antena, otros.

Campaña Tragamóvil 2003/2004 (% peso)

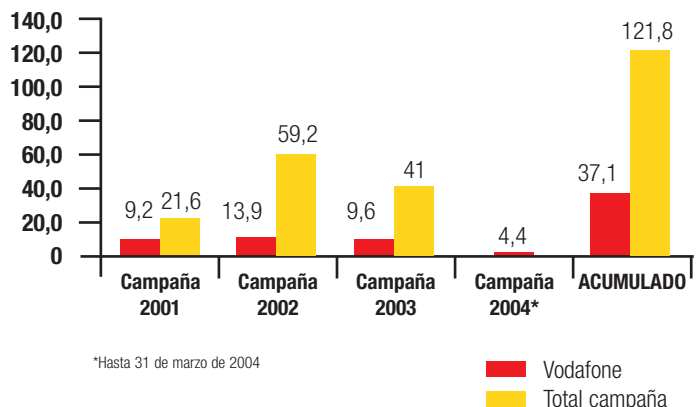


Vodafone España viene participando en esta iniciativa desde su lanzamiento como prueba piloto en la Comunidad de Madrid (enero 2001). Nuestra colaboración en principio se realizó a través de la instalación de contenedores en 10 tiendas y, a día de hoy, se ha ampliado a la totalidad de las tiendas de Vodafone España.

En la campaña participan también fabricantes de teléfonos móviles y otros operadores y distribuidores.

Hasta marzo de 2004 por medio de Vodafone se han reciclado más de 37 toneladas de terminales, baterías y accesorios de teléfonos móviles, habiéndose reciclado en el Global de la Campaña más de 120 toneladas.

Toneladas Recogidas



*Hasta 31 de marzo de 2004

9. Compromiso con el Medio Ambiente

Residuos y Sustancias que Agotan la Capa de Ozono

Residuos

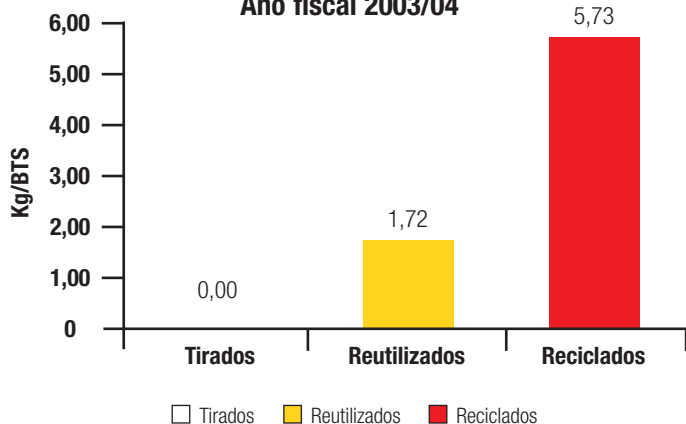
La generación de Residuos está íntimamente ligada a todo tipo de actividad empresarial. Los modelos insostenibles de producción y consumo causan importantes problemas al planeta (calentamiento global, agotamiento de recursos y contaminación). Pero la mayoría de estos "residuos" no tiene por qué serlo, aplicando la regla de las tres R: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

Vodafone España, se preocupa por mejorar continuamente su eficiencia en la utilización de materiales y recursos. Mediante la reutilización y el reciclaje se consigue minimizar el impacto de los residuos generados. Los principales tipos de residuos que se generan en Vodafone España son:

- > Residuos de Red (equipos técnicos obsoletos o deteriorados, baterías industriales, mástiles, torres, cables, aceites usados, fluorescentes, papel y cartón).
- > Residuos de Oficinas (papel, cartón, cartuchos de tóner, equipos electrónicos de oficina obsoletos, pilas, fluorescentes, teléfonos móviles, envases y residuos orgánicos del comedor).
- > Almacenes (papel, cartón, madera y plásticos de embalaje).
- > Tiendas (papel, cartón, teléfonos móviles, pilas y otros envases).

Todos los equipos procedentes de la red de telecomunicaciones de Vodafone España, una vez alcanzado el final de su vida útil, son reciclados. Con ello se asegura que los materiales de los que están compuestos, puedan ser utilizados de nuevo.

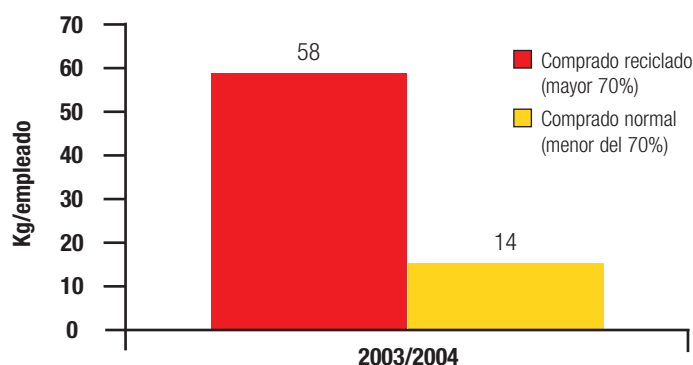
Residuos de Red (kg/BTS)
Año fiscal 2003/04



Por otra parte, todos los residuos peligrosos (baterías, pilas, fluorescentes, aceites usados, etc.) son entregados a gestores autorizados para su adecuado tratamiento.

El papel que se consume en las actividades de oficina, es asimismo reciclado. Además se fomenta la compra de papel con más del 70% de papel reciclado en su composición.

Tipología de Papel Comprado (Kg/empleado)



Actualmente se está llevando a cabo un proceso exhaustivo de revisión de la generación y gestión de todos los residuos que se generan en nuestras actividades, a través del denominado **Plan de Residuos y de Sustancias que Agotan la Capa de Ozono**, con el fin de encontrar nuevos puntos de actuación y mejora.



9. Compromiso con el Medio Ambiente

Residuos y Sustancias que Agotan la Capa de Ozono

Además, en Vodafone España se fomenta la reutilización de los equipos de una manera socialmente responsable. Así, durante el ejercicio fiscal 20003/04 se estableció un convenio entre la Fundación Vodafone España y la Fundación Bip Bip, por el que se donaron 821 equipos informáticos para la difusión de las tecnologías de la información y comunicación a los sectores de la sociedad con difícil acceso a los mismos.

Ya se han instalado 195 ordenadores en 51 Aulas Bip Bip- Vodafone y han ayudado a 5.646 personas a tener más oportunidades en la sociedad actual, cumpliendo así una importante labor social y medioambiental.

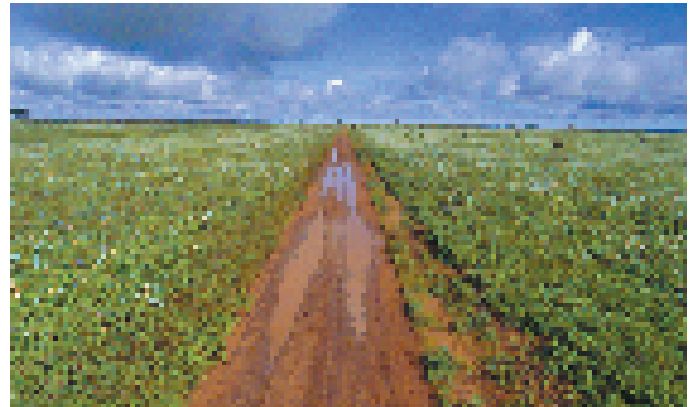
Vodafone España, a través de su Fundación, también ha colaborado en la edición del "Informe sobre la situación de vertederos en la Península Ibérica" y ha participado como patrocinador del Congreso Ibérico sobre Vertederos, en el que se analizaron y discutieron los problemas y las necesidades concretas de los vertederos de los países del Sur de Europa.

Sustancias que Agotan la Capa de Ozono

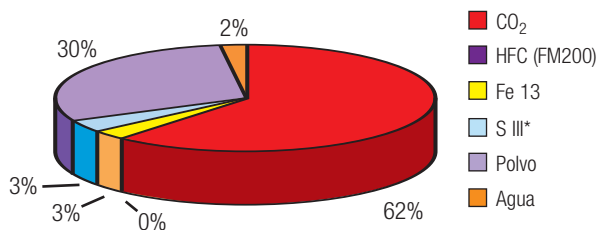
Algunos gases utilizados como refrigerantes y como agentes de extinción de incendios, causan daños a la capa de ozono. La capa de ozono es esencial para la supervivencia, ya que filtra los dañinos rayos ultravioleta (UV) procedentes del sol. En 1987 se firmó un acuerdo internacional para reducir el uso de gases destructores de la capa de ozono, y el agujero de la capa de ozono ha comenzado a disminuir. Algunas alternativas a dichos gases (principalmente HFC's y CO₂) no agotan la capa de ozono aunque contribuyen al calentamiento global.

Vodafone España está desarrollando un proyecto para asegurar el empleo de buenas prácticas a la hora de gestionar sustancias que puedan ser dañinas para el medio ambiente. En concreto, se está desarrollando un programa para llevar a cabo la sustitución progresiva de las sustancias que agotan la capa de ozono con alternativas apropiadas, de acuerdo con el protocolo de Montreal.

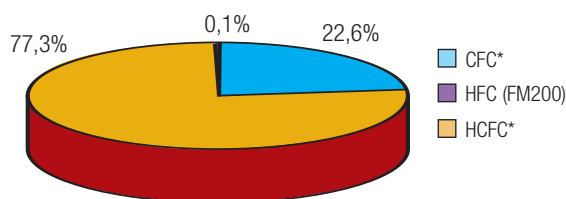
La primera fase de este proyecto ha consistido en la revisión y el entendimiento de la gestión realizada actualmente con este tipo de sustancias en nuestra empresa. Teniendo en cuenta la legislación aplicable para cada uno de los casos.



Tipología de Agentes de Extinción Instalados



Tipología de Refrigerantes Contenidos



* Sustancias con potencial de destrucción de la capa de ozono.

La revisión ha cubierto todas las fases del proceso, desde la compra de los equipos, las recargas y controles de posibles fugas, hasta la retirada y tratamiento de los mismos, una vez llegados al final de su vida útil.

La conclusión de esta revisión es que Vodafone España cumple con la legislación y los acuerdos internacionales vigentes en esta materia.

Actualmente y para dar continuidad a esta situación de cumplimiento, se han establecido planes de sustitución para algunos refrigerantes y agentes de extinción de incendios ya instalados, que por su antigüedad, utilizan alguno de los agentes potencialmente dañinos para la capa de ozono.

Para estos casos, se han establecido planes de sustitución por otros nuevos menos agresivos.

También se incluye en nuestros planes la inclusión en las solicitudes de compra de nuestros equipos, de especificaciones técnicas estrictas y específicas relacionadas con los tipos de refrigerantes y agentes de extinción de incendios.

9. Compromiso con el Medio Ambiente

Impacto de Infraestructuras de Red

Integración en el Entorno

Las Estaciones Base son imprescindibles para las telecomunicaciones móviles, pero inevitablemente provocan un cierto impacto visual en el paisaje.

Vodafone España, viene implantando soluciones dirigidas a minimizar el impacto visual causado por sus Estaciones Base (BTS), a través de:

- > El establecimiento de acciones desde el diseño de las BTS (Acciones Preventivas).
- > Soluciones específicas para las BTS que ya estén construidas (Acciones Correctivas).

ACCIONES PREVENTIVAS:

Vodafone España adopta diversas soluciones durante la etapa de diseño e implantación de una Estación Base, con el fin de minimizar, en la medida de lo posible, el impacto visual. Entre dichas soluciones caben citar:

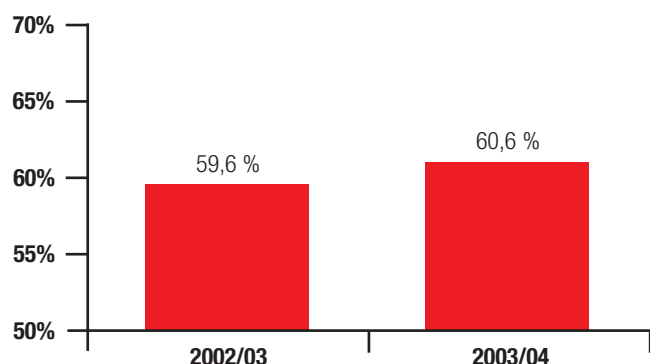
- > **Compartición de infraestructuras**, o utilización de infraestructuras existentes.
- > Diseños especiales para la integración de antenas, torres y casetas en el entorno.

Vodafone España mantiene acuerdos de **compartición de infraestructuras** con todos los operadores de telefonía móvil, con gestores de infraestructuras y con otras organizaciones tales como autoridades locales que disponen de torres para la televisión local y compañías eléctricas.

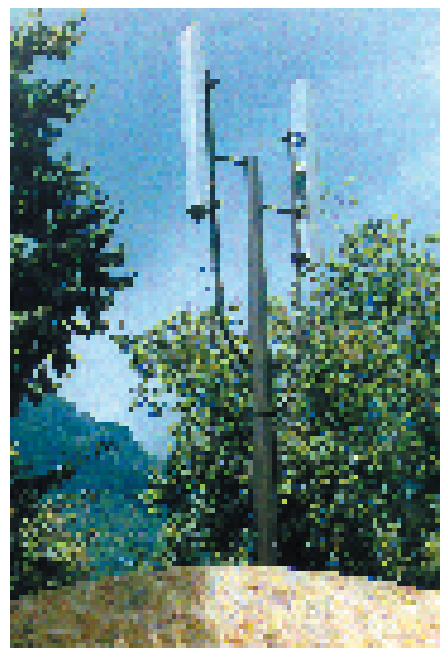
Como se aprecia en el gráfico, durante los últimos períodos fiscales, el % de compartición de los emplazamientos o utilización de infraestructuras existentes es muy elevado.

Principalmente, las comparticiones de emplazamientos con el resto de operadores se ha realizado para estaciones rurales y está previsto que para el despliegue de UMTS Vodafone España comparta en Estaciones urbanas.

% BTS compartidas o en Infraestructuras existentes



Ejemplo de Integración Visual de Estaciones Base:



ACCIONES CORRECTIVAS:

En ocasiones, debido a nuevas regulaciones, o por política de Vodafone España, se toman medidas para minimizar el impacto visual en estaciones ya existentes. Estas acciones correctivas pueden ser: implantación de diseños especiales, cambio del tipo de antena o torre, etc.

El primer paso para el estudio de la reducción del impacto visual de un emplazamiento existente es la cuantificación del impacto visual de dicho emplazamiento antes y después de instalar las medidas correctoras.

En Vodafone España están definidos los criterios de integración de todas las Estaciones Base situadas en las azoteas de edificios, con independencia del uso de los mismos.

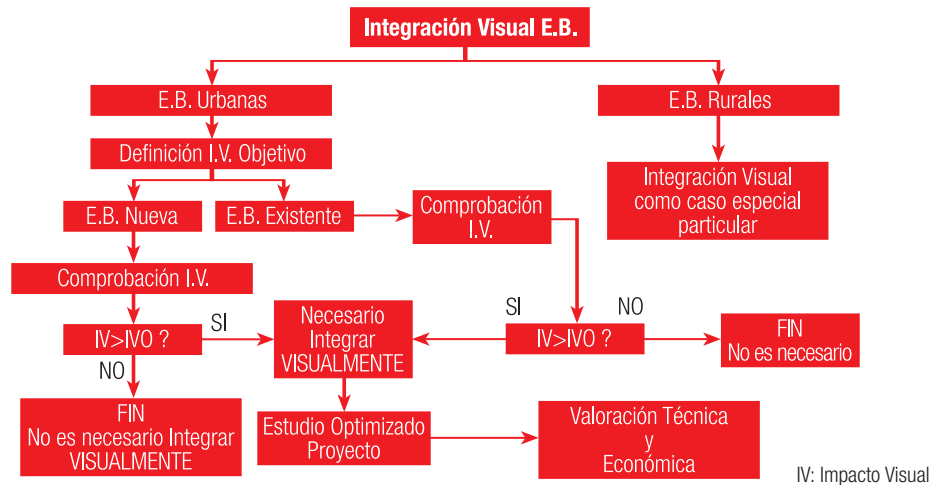
El proceso de integración parte de la definición de un **Índice de Impacto Visual Objetivo**, que se toma como valor de referencia. El **Índice de Impacto Visual** previo de la estación en cuestión debe ser siempre igual o menor al mencionado valor. Caso contrario se procede al análisis de los distintos criterios que intervienen en el proceso de integración. Los criterios que rigen la Integración Visual de los emplazamientos se pueden clasificar en:

- > Estéticos.
- > Técnicos.
- > Económicos.

9. Compromiso con el Medio Ambiente

Impacto de Infraestructuras de Red

El flujograma siguiente esquematiza el proceso seguido para la consideración de cada uno de estos criterios:



Despliegue Responsable de Red. Mejores Prácticas

Por otra parte, en el presente ejercicio, y como consecuencia de una de las iniciativas del GORC (Group Operational Review Committee), se ha iniciado el Proyecto de Despliegue Responsable de Red, que liderado a nivel de todo el Grupo por el Consejero Delegado de Vodafone España, Francisco Román, tiene como objetivo "Facilitar que las partes interesadas tengan una mejor opinión respecto a los temas sociales y medioambientales durante el ciclo de vida del Despliegue de Red".

Como resultado de este proyecto, se dispondrá de unas Guías del Despliegue Responsable de Red que proporcionará ejemplos de las Mejores Prácticas de la gestión de temas sociales y medioambientales durante cada una de las etapas del despliegue: Adquisición, Construcción/Instalación, Mantenimiento y Desmontaje.

Ejemplos de minimización de Impacto Visual:



Cumplimiento de la Legislación Medioambiental

El compromiso adquirido por Vodafone España de aplicar escrupulosamente en todas sus actuaciones y actividades una política de protección del medio ambiente y por ende de la legislación medioambiental, se ha traducido en la ausencia de litigios por incumplimiento de la misma.

En este sentido, Vodafone España recoge en diversos procedimientos internos los distintos mecanismos de evaluación y detección de los aspectos medioambientales derivados de nuestra actividad que los distintos actores intervinientes en los diferentes procesos de la Compañía, observan minuciosamente.

Cobran particular relevancia, los criterios seguidos por Vodafone España

no sólo en la planificación de nuevas estaciones, sino en la construcción e implantación de la red de telecomunicaciones.

La planificación de las nuevas instalaciones atiende a dos criterios básicos que se sustentan en:

- > Una evaluación y minimización del posible impacto visual que puede originar una instalación en el entorno físico en que se proyecta, adoptándose técnicas de reducción de impacto visual de los distintos elementos que componen las mismas.
- > Un esfuerzo por ubicar nuevos elementos ya sea en infraestructura preexistente, ya sea alcanzando acuerdos de compartición con otros operadores de telecomunicaciones.

10. Compromiso con la Sociedad

Fundación Vodafone España

La Fundación es uno de los recursos clave con los que cuenta Vodafone España para desarrollar su compromiso con la sociedad.

Creada en 1995 como una institución privada de investigación sin ánimo de lucro, está adscrita al Protectorado del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y tiene como misión realizar y promover estudios e investigaciones que contribuyan al conocimiento y difusión de las telecomunicaciones en la sociedad, así como realizar proyectos encaminados al uso de las nuevas tecnologías de las comunicaciones móviles para la integración social y laboral de los grupos vulnerables.

Sus órganos de gobierno lo constituyen el Patronato y la Dirección General. El Patronato, presidido por el Presidente de Vodafone España, está compuesto por representantes de los accionistas de Vodafone y de los Ministerios de Educación, Cultura y Deporte, de Sanidad y Consumo, y de Ciencia y Tecnología*.

Sus principales **Objetivos** son:

- > Promover y patrocinar la actividad de I+D a través de estudios e investigaciones de carácter tecnológico.
- > Contribuir a la transferencia de tecnología.
- > Contribuir a mejorar las condiciones de vida de las personas que necesitan un mayor apoyo, desarrollando productos y servicios destinados a facilitar su integración social y laboral.
- > Realizar estudios y contribuir al desarrollo de conocimientos sobre el sector de las telecomunicaciones.
- > Promover y participar en la realización de actividades de carácter artístico, deportivo, cultural, de rehabilitación del Patrimonio Histórico Artístico y otras relacionadas con el Medio Ambiente.
- > Difundir los conocimientos adquiridos mediante publicaciones, conferencias, seminarios o cualquier medio de difusión.

Las grandes áreas de actuación de la Fundación Vodafone se configuran de la siguiente forma:

INNOVAR PARA INTEGRAR
FORMACIÓN MECENAZGO
DIFUSIÓN
MEDIO AMBIENTE



Tanto los proyectos de Innovación, dirigidos a beneficiar a los colectivos más vulnerables, como las actividades de Formación o las diversas colaboraciones con Instituciones de carácter social, desarrollan programas que tienen como ejes mejorar la vida de los ciudadanos, facilitarles su acercamiento a la sociedad de la información y poner al alcance de los diversos grupos sociales los nuevos desarrollos tecnológicos.

Además, durante el año 2003, designado **"Año Europeo de la Discapacidad"** por la Unión Europea, se han desarrollado múltiples iniciativas orientadas a la integración social y laboral de este grupo de personas.

Nota: En este apartado del Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España se hace un resumen de las actividades de la Fundación Vodafone España. Para mayor detalle de las mismas se recomienda la lectura de su Memoria específica y la visita a su página web www.fundacion.vodafone.es

INNOVAR PARA INTEGRAR

La Fundación Vodafone España tiene, como uno de sus principales cometidos el desarrollo de las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías de comunicaciones móviles para ayudar a los colectivos sociales más vulnerables a conseguir una plena integración en la sociedad laboral, así como a disfrutar de una mejor calidad de vida.

La implantación de las tecnologías GPRS y UMTS ofrece un abanico de oportunidades a estos posibles usuarios más sensibles, que hay que intentar poner a su alcance. Estos nuevos servicios abarcan fundamentalmente dos áreas: la Teleasistencia (que permite la localización inmediata, comunicación y gestión de emergencias de usuarios que necesiten ayuda) y la Telemedicina (que consiste en soluciones de telemonitorización extra-hospitalaria, basada en la transmisión de datos sobre redes móviles, para enfermos crónicos -cardiopatías, problemas respiratorios y diabéticos-).

Para poder desarrollar estas líneas de trabajo, la Fundación Vodafone España participa en proyectos de innovación tecnológica ("Innovar para integrar"), tanto nacionales como europeos, en colaboración con otras instituciones: universidades, institutos de salud, empresas de desarrollo tecnológico, etc., especialmente comprometidas con los problemas de los ciudadanos.

Proyectos Nacionales

Los proyectos nacionales se desarrollan en colaboración con diversos organismos, tanto públicos como privados, relacionados con la atención a colectivos sensibles, con el objetivo de que los nuevos desarrollos tecnológicos tengan una vía efectiva de aplicación social.

Dentro de este tipo de proyectos podemos señalar los siguientes:

- > Proyecto **AIRMED:** Airmed es un foro de encuentro entre las telecomunicaciones y la salud, que busca la utilización óptima de las posibilidades que ofrecen las redes móviles para mejorar la atención sanitaria de las personas. Además del desarrollo de aplicaciones específicas, en el marco de Airmed se imparten cursos de formación y seminarios donde se exponen y discuten la orientación de los distintos trabajos. Airmed se sustenta en un convenio de colaboración suscrito entre la Fundación Vodafone España y el Instituto de Salud Carlos III.

* Actualmente, M^e de Educación y Ciencia, M^e de Sanidad y Consumo y M^e de Industria, Turismo y Comercio, según RD 553/2004 de 17 de abril de 2004.

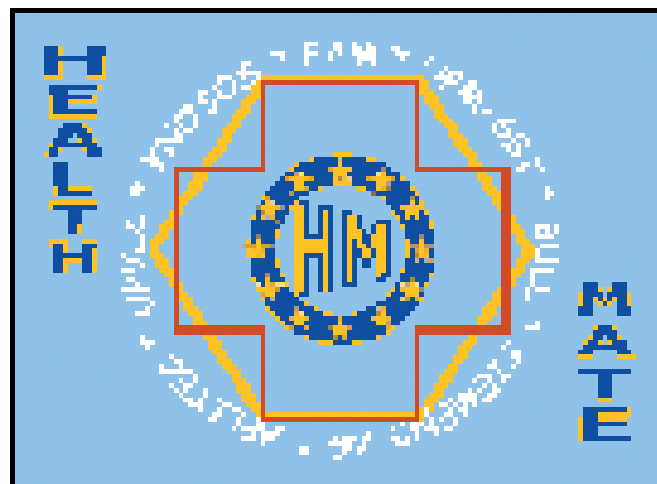
10. Compromiso con la Sociedad

Fundación Vodafone España

> Proyecto **Comunicaciones para personas sordas:** Tras la firma del Convenio de Colaboración en julio de 2003, con la Confederación Nacional de Sordos de España para el lanzamiento de una prueba piloto con usuarios del teléfono de textos desarrollado por la Fundación Vodafone España, un grupo de 50 personas con discapacidad auditiva han iniciado las pruebas para la validación de esta aplicación tecnológica. Tras los primeros terminales adaptados tipo PDA, en la actualidad se está validando la operatividad de la PDA Palm Tungsten W, que dispone de teclado hardware y vibrador integrado, características ambas que son importantes para este colectivo y para el correcto funcionamiento de la solución. Para facilitar dichas pruebas de validación, el grupo de usuarios ha recibido la formación correspondiente en el Instituto de Nuevas Tecnologías de Vodafone.



personas necesitadas de asistencia y vigilancia continua tengan acceso, en cualquier tiempo y lugar, a la información sanitaria adecuada. Igualmente, va a servir de ayuda al personal médico para que pueda actuar con mayor eficacia en las emergencias de potenciales pacientes con crisis predecibles, además de desarrollar equipos para pacientes y cuidadores que posibilitan la localización continua y permiten una más rápida asistencia.



> Proyecto **Confident:** El objetivo de este proyecto es el desarrollo de un entorno de información basado en las nuevas tecnologías de comunicación (GPRS, Bluetooth, Internet,...) para ayudar a las personas mayores y a las que sufren discapacidad física, definitiva o temporal, a desarrollar una vida independiente. Esta plataforma de servicios les va a permitir estar conectados a centros de ayuda, de asistencia, en situaciones de emergencia, en sus actividades cotidianas, etc...

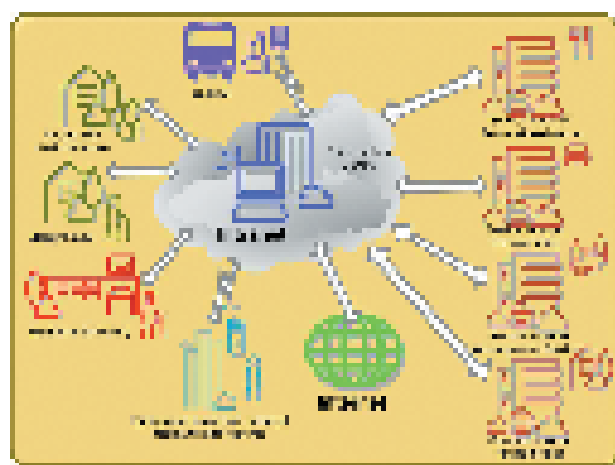
Proyectos Internacionales

La Fundación Vodafone España, consciente del valor de aunar esfuerzos en los temas de Investigación y Desarrollo, participa en diversos proyectos europeos, cada uno de los cuales es llevado a cabo por un consorcio, en el que se integran instituciones de diversa personalidad (empresas privadas, universidades, organizaciones de asistencia social, etc...).

Estos Proyectos (algunos ya acabados, otros en fase de desarrollo y otros recién iniciados) se encuadran en el V y VI Programas Marco de I+D, principalmente en las áreas de salud y de integración, para la Sociedad de la Información de la Unión Europea, y para cuya realización la U.E. aporta hasta el 50% de los fondos necesarios.

Entre los Proyectos de este tipo caben destacar:

> Proyecto **Healthmate:** A través de este proyecto se han desarrollado soportes adecuados (en cuanto a equipos personales y plataformas de comunicación) para que las



10. Compromiso con la Sociedad

Fundación Vodafone España

> Proyecto **MyHeart**: MyHeart se inscribe en el VI Programa Marco de I+D auspiciado por la Unión Europea. Su duración está prevista en cuatro años (desde el 31 de diciembre de 2003) y se centra en la prevención, tratamiento y monitorización de enfermedades cardiovasculares; además investigará nuevos dispositivos "vestibles" para redes móviles. Su objetivo será el desarrollo de servicios ubicuos de telemedicina completamente adaptados y personalizados al paciente, de forma que mejoren su calidad de vida, reduzcan la mortalidad del grupo de riesgo (en este caso, los pacientes de enfermedades cardiovasculares), al tiempo que contengan los costes sanitarios a través de cuidados preventivos y el diagnóstico precoz.

FORMACIÓN

La Fundación, en su tarea de alentar experiencias para dar a conocer los últimos avances en comunicaciones móviles, articula por medio del área de **Formación** todo un paquete de programas formativos dirigidos tanto a futuros especialistas como a personas interesadas en conocer, desde un punto de vista práctico, los sistemas de telecomunicaciones. Para conseguir sus objetivos, la Fundación Vodafone España ha establecido programas de cooperación con Universidades y Organismos que demandan esta formación especializada en comunicaciones móviles.

Formación Universitaria:

Las relaciones establecidas por parte de la Fundación Vodafone España con un número importante de Universidades de nuestro país y, en especial con las Politécnicas, donde se imparten estudios de telecomunicaciones, es una actividad que se incrementa continuamente.

> **Cátedra VODAFONE-UPM**: La Cátedra Vodafone de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación (E.T.S.I.T.) de Madrid es un foro creado para promover el desarrollo de la Sociedad de la Información y contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Dentro de las actividades de la Cátedra Vodafone y de las Politécnicas de Madrid y Cataluña, el **Máster en Comunicaciones Móviles** se alza como el programa de postgrado con más tradición de la Fundación y por el que han pasado ya cuatro promociones, con más de 130 alumnos en Madrid, y nueve ediciones, con casi 300 alumnos, en Cataluña, que hoy destacan en las principales empresas del sector dentro y fuera de nuestras fronteras.



> Entre las **Actividades con otras Universidades y Escuelas** podemos relacionar:

- **Universidad Pompeu Fabra**, Máster en "Dirección de Telecomunicaciones y Sistemas de la Empresa".
- **Universidad Ramon Llull**, Máster en "Redes y Servicios de Telecomunicación".
- **Escuela de Organización Industrial (E.O.I)**, desarrollo de "Semanas Empresariales y Tecnológicas".
- **Universidad de Salamanca**, Máster en Ciencia y Tecnología.
- **Universidad Politécnica de Valencia**, Aula Vodafone-UPV.
- **Universidad de Málaga**, Máster en Informática Aplicada a las Telecomunicaciones.
- **Universidad de Sevilla**, Curso de "Comunicaciones Móviles GSM, GPRS y UMTS".
- **Universidad Pontificia de Comillas**, jornada sobre "Contratación Electrónica".
- **Universidad de Barcelona**, convenio de colaboración con la Fundación Bosch i Gimpera.
- **Universidad Miguel Hernández**, Máster de Medicina Humanitaria.



10. Compromiso con la Sociedad

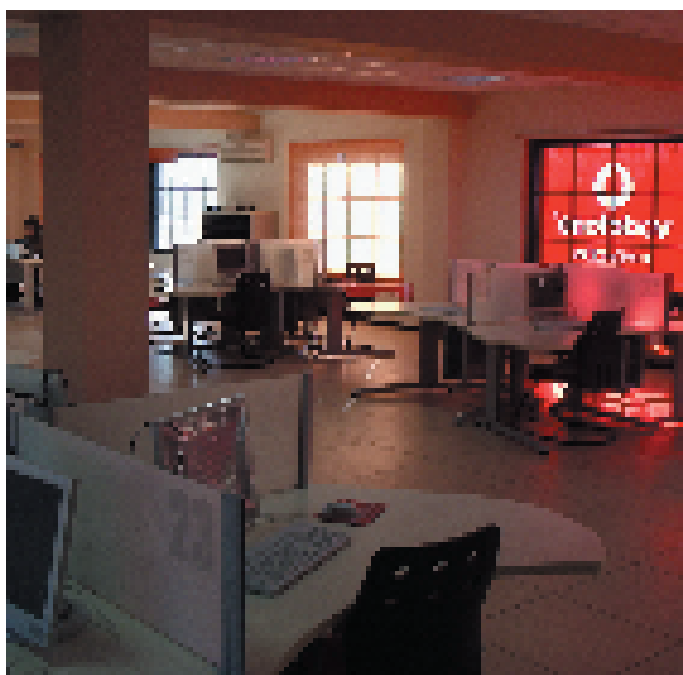
Fundación Vodafone España

Formación Continua:

Desde el año 2000 la Fundación Vodafone España ha ido poniendo en marcha las **"Aulas Fundación Vodafone"**, centros dotados de ordenadores multimedia, para la comunicación, formación e información a través de las nuevas tecnologías utilizando la telefonía móvil como enlace entre los usuarios y el Aula. Las Aulas tienen como objetivo difundir y fomentar entre los ciudadanos, y en particular los jóvenes, la utilización de Internet como sistema de comunicación personal, cotidiano y amigable.

Las Aulas Fundación Vodafone son resultado de una serie de convenios firmados con diferentes Instituciones, mediante los cuales éstas aportan los locales y la Fundación aporta la dotación informática y los recursos humanos necesarios para poner en marcha diversos programas formativos, de los que no sólo se benefician los más jóvenes, sino también otros grupos de personas como tercera edad y amas de casa, interesados en conocer los últimos avances ofimáticos y el manejo de Internet. Las Aulas establecidas hasta el momento son:

- > **Aulas Fundación en Móstoles** (Inaugurada en 2001; 22.000 usos hasta la fecha).
- > **Aula Fundación Vodafone-MPDL**, ubicada en la sede de dicha ONG. (Inaugurada en 2001; 24.000 usos hasta la fecha).
- > **Aula Fundación Vodafone/Ayuntamiento de Alcobendas**. (Inaugurada en 2002; 112.000 usos hasta la fecha).
- > **Aula Vodafone/Ayuntamiento de Fuenlabrada**. (Inaugurada en 2001; 26.000 usos hasta la fecha).
- > **Aula Fundación Vodafone en Jerez de la Frontera**. (Inaugurada en 2002; 30.000 usos hasta la fecha).
- > **Aula Puerta de Toledo, Comunidad de Madrid**. (Inaugurada a principios 2004; 20.000 usos hasta la fecha).



Otros Seminarios y Encuentros.

Dentro de sus actividades para formar e informar sobre las Nuevas Tecnologías de la Información, la Fundación Vodafone España desarrolla diversos cursos, seminarios o encuentros, en los que se exponen los más variados aspectos del sector. Estos Seminarios y Encuentros cuentan con el soporte de las Administraciones Públicas, las Universidades o las Asociaciones de colectivos varios. Entre otros, se pueden relacionar los siguientes realizados en el año fiscal 2003/04:

- > **"Las TIC's para la competitividad empresarial"**, organizado por el Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicaciones de la Comunidad Valenciana y la Facultad de Estudios de la Empresa.
- > **"La Sociedad de la Información: Bases Tecnológicas y retos Culturales"**, organizado por la Universidad de Salamanca.
- > **El Curso "Educación para el desarrollo a través de Internet"**, organizado y desarrollado por la ONG "Ayuda en Acción", y cofinanciado por la Agencia Española de Cooperación Internacional y la Fundación Vodafone.
- > **"Acceso a la Infoinclusión. Aspectos sociales de la Sociedad de la Información"**, organizado con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- > **"Nuevos lenguajes, Nuevas tecnologías"**, con el apoyo institucional de la Secretaría de Estado de Cultura.
- > Curso de Verano **"La Sociedad de la Información: Aspectos Sociales, Económicos y Políticos"**, organizado con el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos de Telecomunicaciones y la Universidad Politécnica de Madrid.
- > **"Las Políticas Sociales en la era de la Información (Telemedicina, Sociedad y Ética)"**, con el Ayuntamiento de Alcobendas.
- > **"La aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en los Centros Educativos"**, organizada por FERE.
- > **"Ética y prospectiva económica, tecnológica y social"**, dentro del ciclo de otoño de la U.I.M.P.
- > **Jornadas Telecom. I+D, 2003**, organizadas por la Universidad Carlos III de Madrid.
- > Seminario **"La Sociedad Digital"**, junto con la Escuela Superior Politécnica de la Universidad de Alcalá.

10. Compromiso con la Sociedad

Fundación Vodafone España

MECENAZGO

El área de **Mecenazgo** comprende actividades de carácter social, deportivo, cultural y de rehabilitación del Patrimonio Histórico Artístico, así como la contribución a aquellas actividades que tengan por finalidad el beneficio de colectividades genéricas de personas. La extensión de los fines de la Fundación a este campo tiene por objeto dar respuesta a la colaboración que la sociedad demanda, convirtiendo a la Fundación en elemento activo del desarrollo sociocultural. Así, la Fundación Vodafone España ha iniciado la promoción y el fomento de muy diversas iniciativas sociales en todas sus manifestaciones, entre las que cabe destacar:

- > **Proyecto ESTALMAT, para la "Detección y Estímulo del Talento precoz en Matemáticas"**. Este programa, que cuenta con el apoyo de la Real Academia de Exactas, Físicas y Naturales, surge a partir de proyectos similares ya existentes en otros países y gracias a la especial sensibilidad de unos profesores, conscientes de los problemas educativos y sociales que sufrían los niños especialmente dotados.



- > Distintas Colaboraciones con Asociaciones de acción social y cultural, entre las que se pueden citar:

- **Noches de las Telecomunicaciones.**
- **Premios de la Universidad de Alcalá de Henares a Ingenieros Técnicos de Telecomunicación.**
- **Colegio de Ingenieros de Telecomunicación.**
- **AETIC - Encuentro de las Telecomunicaciones.**
- **Congreso Anual de Autel.**
- **APD (Asociación para el Progreso de la Dirección).**
- **Curso de Derecho Humanitario.**
- **Semana de la Ciencia de la Comunidad de Madrid.**
- **Premio de Fotografía Humanitaria "Luis Valtueña".**
- **Fundación Prodis.**
- **Fundación Balía.**
- **Campamento Infantil de Aspaym.**
- **Fundación Talita.**
- **Fundación Anar.**



DIFUSIÓN

La labor del área de **Difusión** consiste en registrar y almacenar sus propios fondos documentales y mantenerlos disponibles para el público que lo demande. También se ocupa de desarrollar iniciativas de comunicación que potencian la proyección de la imagen corporativa de la Fundación Vodafone España hacia la sociedad. Así, la Fundación Vodafone España ha iniciado la promoción y el fomento de muy diversas iniciativas culturales en todas sus manifestaciones.

De todas las actividades que el Área de Difusión desarrolla merece una mención especial el **Premio Vodafone de Periodismo**. Este Premio, que nació en 1996, pretendía distinguir a aquellos trabajos que, tanto en los medios de comunicación escritos como audiovisuales, destacasen el alcance real de "La libre competencia" en un momento importante para el desarrollo económico y social de España.

Desde entonces, cada una de las convocatorias ha reflejado el momento del sector de las telecomunicaciones. Así, en su última edición, convocada bajo el título "Tecnologías de banda ancha y su aplicación" se han otorgado dos categorías:

- > Al joven profesional que haya destacado en el último año por su dedicación en el ámbito de la información sobre las nuevas tecnologías.
- > Premio Especial a la trayectoria profesional, como reconocimiento a una personalidad que haya destacado en la difusión y divulgación de las nuevas tecnologías y sus aplicaciones con fines sociales.



10. Compromiso con la Sociedad

Fundación Vodafone España

RELACIÓN DE PREMIADOS

I Edición 1997

- > **Primer Premio:** José Manuel Burgueño
- > **Accésit:** José Cervera y Rosalía Lloret

II Edición 1998

- > **Primer Premio:** Miguel Ángel Patiño
- > **Accésit:** Sara Alonso

III Edición 1999

- > **Primer Premio:** Mariano Guindal
- > **Accésit:** Ignacio Tremiño
- > **Premio Trayectoria:** Luis Arroyo

IV Edición 2000

- > **Primer Premio:** Nuria Cardoso
- > **Accésit:** Antonio Polo
- > **Premio Trayectoria:** Juan Tapia
- > **Premio Especial Póstumo:** Fernando de Elzaburu

V Edición 2002

- > **Primer Premio:** Alvar Hernández
- > **Accésit:** Juan Manuel Huidobro
- > **Premio Trayectoria:** Eduardo Punset

- > "SIDA. La lucha contra el Sida: Un desafío para este milenio".
- > **Informe "Tecnologías de la Información y Comunicaciones y Discapacidad. Propuestas de futuro"**. La Fundación Vodafone España reunió representantes de Asociaciones de Discapacitados, físicos y psíquicos, miembros de la Administración y expertos tecnólogos para la realización de este informe, como contribución all "Año Europeo de la Discapacidad, 2003".

MEDIO AMBIENTE

El compromiso de Vodafone España con la preservación del entorno natural es también una realidad en su Fundación. Por ello, se ha estado presente en algunos de los foros más singulares celebrados sobre la materia, tales como:

- > **Foro Mundial Soria 21 sobre Comunicación y Desarrollo Sostenible**, en el que bajo el epígrafe "El Desarrollo Sostenible. Soria, la referencia" se reunieron en esta ciudad castellana expertos en la materia y máximos representantes de un heterogéneo grupo de entidades no lucrativas, grandes empresas y organismos públicos. En él se plantearon temas tales como "Reflexiones sobre la Comunicación en Sostenibilidad", mesa redonda que, entre otros invitados, contó con la participación de Charlotte Grezo, Directora de Responsabilidad Corporativa del Grupo Vodafone. Igualmente se habló de los retos económicos y el desarrollo sostenible, tema este último que contó con la aportación de Francisco Román, Consejero Delegado de Vodafone España, entre otros ponentes.

Publicaciones:

- > Memoria de Actividades.
- > Revista de la Fundación.
- > "Sistemas de Comunicaciones Móviles de Tercera Generación IMT-2000 (UMTS)".
- > "Seminarios 2000-2001 Fundación Vodafone; Sociedad de la Información: Visiones". (Publicación de trabajos varios).
- > "Joaquín Sorolla. Vida y Obra".
- > "La Unión Europea y su Política para la Sociedad de la información. En el umbral de la nueva gobernanza europea".
- > "Al trasluz de un mago del idioma".
- > "Cultura, pensamiento, medios de comunicación e instituciones en el fin de siglo".
- > "La caricia perdida".
- > "Cuestión de piel. Ese niño diferente".
- > "Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles".
- > Informática y Nuevas Tecnologías.
- > "Régimen Jurídico de Internet".
- > "Anuario de derecho de las tecnologías de la información y las comunicaciones"(2002, 2003 y 2004).
- > "Informe Anual de la prensa en la Unión Europea".
- > "Luces y Sombras de la información de la salud en Internet".
- > "Economía ética y bienestar social".
- > "Comercio electrónico móvil".
- > "Juan Luis Marroquín, la fuerza de la unidad".



10. Compromiso con la Sociedad

Fundación Vodafone España

- > **Patrocinio del "Libro Verde sobre el Vertido de Residuos"** para analizar y comparar las diferentes soluciones aplicadas en la U.E. en relación con el uso de los vertederos en el momento actual y en su proyección de futuro.
- > **I Congreso Ibérico sobre Vertederos.** Celebrado en Madrid con la organización del Instituto para la Sostenibilidad de los Recursos, Club Español de los Residuos y el patrocinio de diversas instituciones comprometidas con la preservación del Medio Ambiente, participando especialistas de España, Portugal, Italia, Alemania y Bélgica. El tema de los residuos se abordó desde una óptica multidisciplinar (económica, química, estratégica, medioambiental, etc.).
- > **Encuentro Internacional de Responsabilidad Corporativa.** La Fundación Vodafone España patrocinó el Encuentro Internacional que, sobre Responsabilidad Corporativa, organizó el Instituto de Desarrollo Directivo Integral (IDDI) de la Universidad Francisco de Vitoria.

Además de ayudar directamente a los afectados, al haber desaparecido temporalmente su medio de trabajo, la cantidad donada ayudó a la limpieza de las costas afectadas, contribuyendo a la pronta recuperación de ese entorno natural.

- > **Atentados del 11 de marzo de 2004:** Desde la Fundación Vodafone España se colaboró aquella jornada prestando el soporte tecnológico que solicitaron diversos servicios sanitarios y asistenciales (Cruz Roja Española, Samur, Protección Civil y Servicios Funerarios). Además, gracias al concurso financiero de la Fundación del Grupo y de Vodafone España, se ha ayudado económicamente a las familias de las víctimas a través de los cauces existentes al efecto.
- La revista de la Fundación Vodafone España correspondiente al Invierno 2003/04 fue dedicada a la memoria de M^a Jesús Macías, compañera de Vodafone España fallecida en los luctuosos sucesos de aquel día.

OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Por la trascendencia e importancia de los acontecimientos, cabe destacar las contribuciones de la Fundación Vodafone España en:

- > **Catástrofe ecológica de Galicia.** Dada la magnitud de la catástrofe ecológica ocurrida en Galicia en noviembre de 2002, causada por el petrolero "Prestige", la Fundación Vodafone España y la Fundación del Grupo Vodafone, decidieron colaborar, ayudando económicamente a las familias integradas en las Federaciones de Cofradías de Pescadores de La Coruña y Pontevedra.

PREMIOS OBTENIDOS POR LA FUNDACIÓN VODAFONE ESPAÑA

Año 2002

- > Premio AUTEL, a la Difusión de los servicios avanzados de la Sociedad de la Información.
- > Premio a la "Solidaridad". ASPAYM.

Año 2003

- > Premio Nacional de Informática de la Salud. S.E.I.S.
- > Premio IMSERSO. Teléfono de Sordos.



10. Compromiso con la Sociedad

Acceso a Productos y Servicios

Desarrollar Productos y Servicios para personas con discapacidad, personas mayores o enfermos es una responsabilidad y una oportunidad de negocio.

Vodafone cree firmemente que las empresas de telefonía móvil pueden contribuir a reducir la "brecha digital", desarrollando Productos y Servicios apropiados con beneficios sociales y medioambientales.

Las Telecomunicaciones Móviles han transformado la sociedad y el modo de relacionarse y de comunicarse.

Desde Vodafone España, se están llevando a cabo acciones para acercarse más a colectivos con necesidades aún no satisfechas por los Productos y Servicios de la Telefonía Móvil. El objetivo de estas acciones es poder conseguir mejorar sustancialmente la calidad de vida y las comunicaciones de estos colectivos, mediante una telefonía móvil más accesible, consiguiendo incrementar sus niveles de independencia y seguridad.

Vodafone España ha modificado su Proceso de Desarrollo de Productos y Servicios con el fin de valorar la incorporación de criterios de Responsabilidad Corporativa en el lanzamiento de los mismos.

Los Criterios de RC considerados por Vodafone España para el diseño y creación de Productos y Servicios son los siguientes:

- > Ayuda a las personas con necesidades especiales para comunicarse.
- > Ayuda a enriquecer la vida de los grupos socialmente excluidos e infoexcluidos.
- > Ayuda a comunidades/entorno a recobrar o reaccionar en desastres/conflictos naturales.
- > Ayuda/promueve la protección del Medio Ambiente.
- > Completa necesidades de educación o mejora el acceso a la sociedad de la información y del conocimiento.
- > Contribuye a la mejora de la salud, protección o ayuda personal.

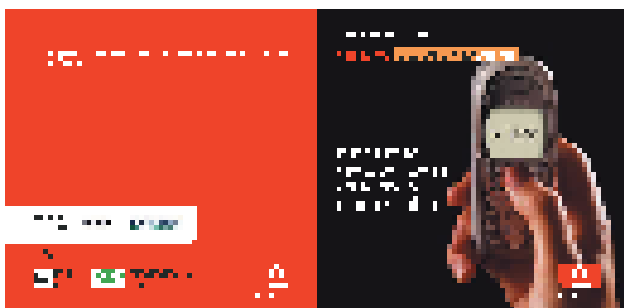
Productos y Servicios Desarrollados

Vodafone España pretende ayudar a las personas a tener vidas más plenas a través de los servicios que proveemos y a través de la relación que mantenemos con personas y entidades de nuestro entorno, diseñando productos que favorezcan especialmente a las personas con discapacidad, a enfermos crónicos y otras personas con necesidades especiales.

MEDICAL GUARD

Se calcula que en España existen más de 2 millones de personas que necesitan controlar su nivel de glucemia de forma diaria. El Medical Guard, está diseñado para personas que quieren vivir libremente y tener bajo control su diabetes. A través de Medical Guard, se envían automáticamente los valores de glucemia a una base de datos a los que el cliente y su especialista puede acceder libremente.

El proceso de envío se realiza conectando el terminal móvil con un dispositivo de control. Con este servicio el usuario consigue conocer su estado, la hora y el momento exacto de su medición, con lo que se evitan posibles errores y olvidos. Además, permite conocer de una forma más fácil, gráfica y eficaz el estado físico del cliente, generando datos estadísticos de gran valor, tanto para él como para su especialista.



Las organizaciones participantes en este proyecto son: Vodafone España, SED (Sociedad Española de Diabetología), Menarini Diagnostics, PULSO (ASP) y Siemens Mobile.

TELÉFONO DE TEXTOS

A través de la firma de un acuerdo entre la Confederación Nacional de Sordos de España (CNSE) y la Fundación Vodafone España se ha desarrollado y lanzado un servicio móvil, que tiene por objeto implantar un procedimiento de comunicación que resuelva los problemas de movilidad, confidencialidad y sencillez de manejo que, hasta el momento, no se producían entre personas con deficiencia auditiva. Este proyecto, ha recibido el Premio IMSERSO Infanta Cristina 2003.

TELEASISTENCIA

Con el convenio establecido entre Cruz Roja y la Fundación Vodafone España, se pretende llegar a cambiar el concepto tradicional de teleasistencia (de fijo a móvil).

Este proyecto busca aprovechar mejor los nuevos canales de interacción y funcionalidades que proporcionan cada vez más los terminales móviles y crear y consolidar unos servicios que respondan a una necesidad real de mercado. Actualmente participan 350 personas en las pruebas piloto de este servicio.

10. Compromiso con la Sociedad

Acceso a Productos y Servicios

Acuerdos de Colaboración

ONCE-CIDAT (Organización Nacional de Ciegos-Centro de Investigación y Desarrollo de Aplicaciones Tiflotécnicas)

Con el objetivo de contribuir a hacer más accesible e intensiva la comunicación a través de la telefonía móvil a colectivos con discapacidad visual, Vodafone España y ONCE-CIDAT han establecido un acuerdo para definir, comercializar, y explotar nuevas aplicaciones y servicios avanzados móviles con el principal objetivo de dar un mayor y mejor servicio a este colectivo.

El estado de las comunicaciones móviles proporciona una sólida base para la introducción de servicios de información que permitan a los usuarios equipados con dispositivos móviles acceder a la información y/o a los servicios que demanden en cualquier momento y lugar, siendo ésta una vía de comunicación y acceso a la información de grandes perspectivas para este colectivo.

FIAPAS (Confederación Española de Padres y Amigos de los Sordos)

Los objetivos establecidos en el desarrollo del acuerdo son:

- > Favorecer, mediante el uso de equipos de inducción magnética, el acceso a la comunicación telefónica móvil de las personas con discapacidad auditiva.
- > Trabajar conjuntamente en la realización de propuestas que mejoren la accesibilidad a la información y a la comunicación de las personas con discapacidad auditiva.
- > Conseguir Accesibilidad Universal y diseño para todos.

COCEMFE (Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España)

Los objetivos del acuerdo establecido son:

- > Desarrollo de un proyecto para definir criterios para crear una tienda de Telecomunicaciones y servicios móviles accesible desde el punto de vista Físico y Tecnológico.
- > Elaboración de un sistema de información de recursos, de utilidad para las personas del colectivo, potencialmente accesibles en movilidad, impulsándolas en las páginas web, en los servicios relacionados con el uso de las TIC's, el ocio y el empleo de las personas con discapacidad; y creación de un sistema de noticias que puedan consultarse desde los dispositivos móviles y puedan distribuirse entre los usuarios del colectivo.
- > Crear grupos de trabajo conjuntos para identificar necesidades prioritarias en el ámbito de las telecomunicaciones móviles e Incorporar el concepto de "Accesibilidad Universal y Diseño para todos", en aquellos productos y servicios que estén identificados como prioritarios para el sector y sean de nueva

creación e ir adaptando progresivamente aquellos otros que están en funcionamiento.

OTROS PROYECTOS Y PARTICIPACIONES:

- > Otras Colaboraciones con:
 - Fundación Integración Discapacidad en Red (IDR), para la elaboración de un sistema de información de recursos de utilidad para las personas del colectivo.
 - La Caixa - Interconexión, para el desarrollo del curso de formación: "Los mayores dominan el móvil - Un proyecto de Uso Integral".
- > Participación en la Red Sorda Party. Este es un evento anual que celebra la Confederación Nacional de Sordos (CNSE), especialmente diseñado para jóvenes con discapacidad auditiva.
- > Presencia en Foros y Congresos:
 - Foro de Acción Social.
 - Jornadas sobre Envejecimiento Saludable (Fundación Pfizer).
 - Presentación Edad y Vida.
 - Presentación de Telemedicina (Instituto Carlos III).

La vida es móvil. Móvil es Vodafone.

Tu audífono y tu móvil ahora son accesibles.

Incluye un adaptador especial para usuarios de audífono que evita el acoplamiento.

contratos

COCEMFE
Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España

Esta tecnología que contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad auditiva.

NOKIA 3510

vodafone

¿Cómo estás?

10. Compromiso con la Sociedad

Marketing Responsable

A pesar de los extraordinarios beneficios que el teléfono móvil representa para la sociedad, algunos temas relacionados con su uso son motivo de preocupación para nuestros clientes (conducción segura, robo de teléfonos móviles, acceso a contenidos, protección de datos, etc.). Estas preocupaciones son tratadas con una sensibilidad especial en nuestras acciones de marketing y comunicaciones a clientes.

Definimos Marketing como "la utilización de medios para comunicar mensajes a la audiencia sobre nuestros productos, servicios, valores y prioridades". En este contexto, para Vodafone, Marketing Responsable significa asegurarse de que estos mensajes son legales, decentes, justos, honestos y ciertos. Esto supone ser sensible a todas las preocupaciones de la sociedad.

Marketing Responsable es una de las Iniciativas GORC definidas Vodafone en su Programa de Responsabilidad Corporativa, habiéndose elaborado una **Guía de Marketing Responsable** aplicable por cada una de las empresas del Grupo.

Cada Compañía del Grupo debe desarrollar procedimientos que le permitan asegurarse que todo su Marketing y sus comunicaciones externas son:

- > Consistentes con la Visión y Valores de Vodafone, con sus Principios de Negocio y con las políticas relevantes de la Compañía.
- > Justos, honestos y precisos.
- > Cumplen con todas las leyes, regulaciones y códigos de conducta.
- > Consideran los problemas de seguridad personal.
- > Sensibles a los valores nacionales y culturales y a acontecimientos socio-políticos.

Vodafone España es consciente de las crecientes preocupaciones que rodean al uso del teléfono móvil, temas tales como el buen uso del teléfono móvil, el "Acceso a Contenidos", la gestión de los derechos digitales, el "spam", el robo de teléfonos móviles, la seguridad durante la conducción, etc.

Buen uso del teléfono móvil:

Un factor a considerar es que, en determinados momentos, el teléfono móvil puede molestar a las personas que nos rodean. A través del Marketing Responsable se establecen guías o recomendaciones para el buen uso del teléfono móvil:

- > **En lugares públicos** (cines, teatros, restaurantes, etc.): apagar el teléfono y desviar las llamadas al contestador para escuchar después los mensajes. Si esto no es posible, poner el teléfono en modo silencio.
- > **Espacios concurridos:** Tener cuidado de guardar el teléfono en sitio seguro y al hablar estar alerta con la gente de alrededor para minimizar el riesgo de robos.
- > **Situaciones sociales:** Procurar no utilizar el teléfono móvil cuando se está reunido con alguien.
- > **Lugar de trabajo:** Es bueno bajar el volumen del timbre o ponerlo en modo silencio.

- > **Aviones:** Apagar el móvil ya que puede causar interferencias.
- > **Hospitales:** Utilizarlo exclusivamente en zonas especiales, para evitar interferencias.
- > **Mensajes de texto:** Es mejor no utilizarlos cuando se tiene algo importante que decir.
- > **Cámara de fotos:** Al utilizar la cámara de fotos, tener en cuenta los derechos de los demás y respetar su privacidad.
- > **El Medio Ambiente:** Cuando nos queramos deshacer del viejo terminal, entregarlo en una Tienda Vodafone para que pueda ser reciclado y de este modo colaborar con el cuidado del Medio Ambiente.

Acceso a contenidos:

Con la nueva generación de teléfonos móviles, mediante la que se ofrecen imágenes en color, video, aumento de la capacidad de acceso a Internet y de envío de mensajes, etc., existe un peligro potencial de acceder por parte de menores a contenidos inapropiados para su edad. Actualmente no se dispone de medios técnicos que permitan a los padres tener un control del acceso a contenidos, así como de una clasificación independiente de estos contenidos por edad.

Vodafone España ha abordado este problema de una forma responsable preocupándose por los contenidos que se transfieren a través de su red. Así, Vodafone España se ha comprometido a no ofrecer contenidos para adultos a través del móvil, hasta que no se disponga de sistemas o controles que eviten el acceso de menores a contenidos inadecuados.

Actualmente, Vodafone España está promoviendo el establecimiento de una Política de Control de Accesos que permitirá a los padres la gestión de los accesos mediante dos mecanismos:

- > Opción de entrada: El acceso está desactivado por defecto. La activación deberá ser requerida por el usuario, previa verificación de edad, para contenidos no aptos para menores (+18 años).
- > Opción de salida: Acceso universal a todos los usuarios. Quienes no deseen el acceso, deberán solicitar su desactivación. Esta opción se aplicará para contenidos sensibles, no recomendados a menores.

Robo de teléfonos móviles. Bloqueo de terminales:

El robo de terminales se ha convertido en uno de los motivos de preocupación de los usuarios de telefonía móvil. Alrededor de 200.000 teléfonos móviles son robados anualmente en España.

10. Compromiso con la Sociedad

Marketing Responsable

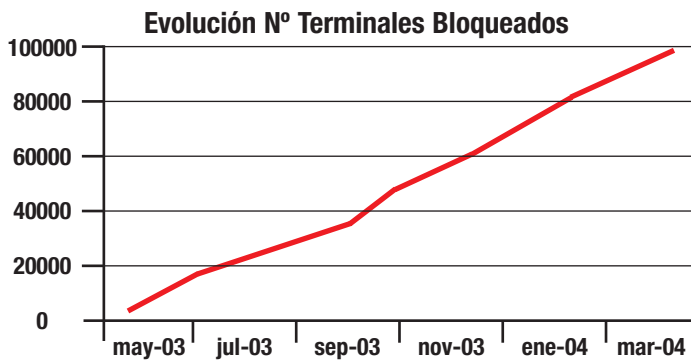
Desde el pasado 30 de junio de 2003 está disponible en España el bloqueo de terminales robados a través del IMEI (número de identificación internacional de cada teléfono móvil).

Cada cliente a quien le ha sido sustraído el teléfono lo comunica a su operador móvil y dicho terminal queda bloqueado en las tres redes de telefonía móvil españolas.

Además de la campaña informativa realizada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, Vodafone España ha informado de este proceso a sus clientes a través de su página web, mediante el envío de la factura y a través de notas de prensa.

Vodafone España también está trabajando para conectar su Registro de Identificación de Equipos (EIR) al CEIR (Common EIR) que gestiona la Asociación Internacional GSM. **De este modo, se compartirá a escala internacional** la información disponible en los operadores sobre terminales robados. Así, un terminal robado en España a un cliente de Vodafone no podrá utilizarse en las redes extranjeras que estén conectadas al CEIR y viceversa.

En el gráfico siguiente, podemos ver la evolución de los terminales bloqueados por las operadoras de telefonía móvil en España.



Conducción y uso de móviles:

Los teléfonos móviles en los vehículos tienen considerables beneficios, tales como poder realizar llamadas de emergencia cuando ha habido algún incidente en la carretera o la seguridad que ofrecen a los conductores que viajan solos.

Sin embargo, no podemos olvidar el peligro que supone para la seguridad del conductor el que éste se distraiga, por ejemplo, encendiendo un cigarrillo o interactuando con otro pasajero. Asimismo, contestar o hacer una llamada con un teléfono móvil, mientras se conduce, puede ser causa de una distracción y por tanto contribuir a que ocurra un accidente.



Vodafone España ha contribuido a informar a sus clientes del peligro que supone esta utilización del móvil mientras se conduce realizando campañas específicas y enviando información a sus clientes.

Por otra parte, se está contribuyendo al desarrollo de tecnologías y productos para reducir el nivel de distracción, por ejemplo mediante la aplicación del reconocimiento de voz y la llamada automática.

Gestión de derechos digitales:

Vodafone España lidera un proyecto piloto dentro del Grupo Vodafone para garantizar la adecuada protección de los derechos de propiedad intelectual de los contenidos para teléfonos móviles. El sistema ideado sólo permitirá ejecutar un determinado contenido si el usuario cuenta con el derecho para acceder y usar dicho contenido.

“Spam” (Comunicaciones comerciales electrónicas sin autorización del destinatario):

Vodafone España está trabajando en la puesta en marcha de un procedimiento con el objetivo de detectar y evitar las prácticas consistentes en el envío a clientes Vodafone de mensajes cortos (SMS) no solicitados.

10. Compromiso con la Sociedad - Antenas y Salud

El posible efecto en la salud de los campos electromagnéticos creados por las Estaciones Base y los teléfonos móviles, son una causa de preocupación para la Sociedad. La posición de la Organización Mundial de la Salud, es que "ninguno de los estudios recientes han concluido que la exposición a los campos electromagnéticos consecuencia de los teléfonos móviles o sus Estaciones Base provocan cualquier tipo de consecuencias negativas para la salud". La posición de la Asociación Española contra el Cáncer es también rotunda: "No se ha encontrado evidencia científica que demuestre ninguna asociación causa-efecto por exposición a campos electromagnéticos dentro de los límites recomendados y el cáncer".

La presencia de antenas en nuestro entorno no es algo nuevo. Todos estamos familiarizados con las antenas de radio y televisión situadas en colinas y otros emplazamientos elevados por todo el país, transmitiendo a larga distancia a antenas situadas en nuestros edificios.

Estas transmisiones son de alta potencia para conseguir cobertura a las distancias requeridas. A modo de ejemplo, podemos destacar que las antenas de difusión de señal de TV emiten a una potencia de hasta 3.000.000 vatios para poder llegar a nuestros hogares con la calidad adecuada. Las antenas de telefonía emiten a potencias muy inferiores, normalmente de 20 vatios o menos.

La presencia de antenas de telefonía móvil responde principalmente a dos factores: el primero es proporcionar **cobertura**, es decir, que desde cualquier punto se pueda hacer una llamada; y el segundo factor es dar **capacidad**. Esto último es debido a que cada estación base sólo puede soportar un número relativamente pequeño de llamadas al mismo

tiempo; por lo tanto, a medida que más y más personas utilizan la red, el número de estaciones base tiene que aumentarse para satisfacer el incremento de la demanda de llamadas con la calidad adecuada.

Esta es la razón de que las antenas se encuentren más próximas en los núcleos urbanos. Sin las estaciones base necesarias, ubicadas en los lugares adecuados, los teléfonos móviles no funcionarían. Por otra parte al tiempo que el número de estaciones base se incrementa en un área geográfica, cada estación base cubre individualmente una menor parte de esa área. En estas circunstancias las estaciones base operan a menor potencia porque están más cerca de los teléfonos móviles con los que tienen que comunicarse.

Por todo ello, se concluye que las antenas son necesarias para el funcionamiento de los teléfonos móviles y no tiene sentido proponer una solución basada en antenas alejadas, porque ello supondría tener que elevar la potencia de emisión.

Cumplimiento de la Legislación sobre Campos Electromagnéticos

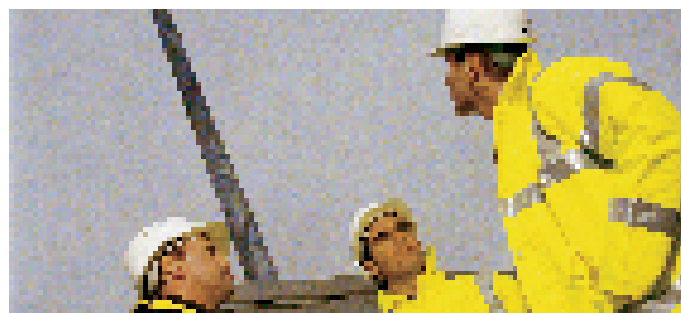
A nivel nacional, el marco que regula las medidas de protección sanitaria frente a las emisiones radioeléctricas está constituido por la Ley General de Telecomunicaciones, la Ley General de Sanidad, el Real Decreto 1066/2001 de 28 de septiembre, y la Orden CTE/23/2002 de 11 de enero que lo desarrolla.

El Real Decreto 1066/2001, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento que establece condiciones de protección del dominio público radioeléctrico, restricciones a las emisiones radioeléctricas, y medidas de protección sanitaria frente a emisiones radioeléctricas, fue elaborado conjuntamente por los Ministerios de Ciencia y Tecnología, y Sanidad y Consumo.

En el Reglamento se recogen los límites de exposición fijados por la Recomendación del Consejo de Ministros de Sanidad de la Unión Europea, 1999/519/CE, de 12 de julio de 1999, relativa a la exposición del público en general a campos electromagnéticos (0Hz a 300GHz), cuyo respaldo científico procede de los trabajos y recomendaciones de la Comisión Internacional sobre Radiaciones No Ionizantes (ICNIRP), organismo especializado en esta materia y que goza del reconocimiento de la Organización Mundial de la Salud.

Vodafone España cumple en el 100% de sus Estaciones Base con los límites establecidos en la legislación vigente y ha realizado la certificación de todas las estaciones a las que se refiere el ámbito del Real Decreto y anteriores a la publicación del mismo. Asimismo, presenta las certificaciones anuales acreditativas de que no se han superado los límites de exposición, garantizando con este procedimiento la continuidad en el control del mantenimiento de los límites. Los valores de los niveles de exposición de las distintas Estaciones Bases se pueden consultar a través de la página web del Ministerio: www.setsi.min.es.

Dichas certificaciones están firmadas por técnicos competentes de empresas independientes y visadas por Colegios profesionales.



10. Compromiso con la Sociedad - Antenas y Salud

Transparencia y Comunicación

El rápido crecimiento en la demanda de comunicaciones móviles ha supuesto que, para poder ofrecer la cobertura necesaria, se incremente el número de estaciones base. A pesar de que esta cobertura es necesaria, algunas personas se preocupan por los posibles efectos de estas estaciones sobre su salud.

Desde 2002, Vodafone España viene realizando distintas acciones tendentes a informar de manera objetiva al público en general. Entre otras, se pueden citar:

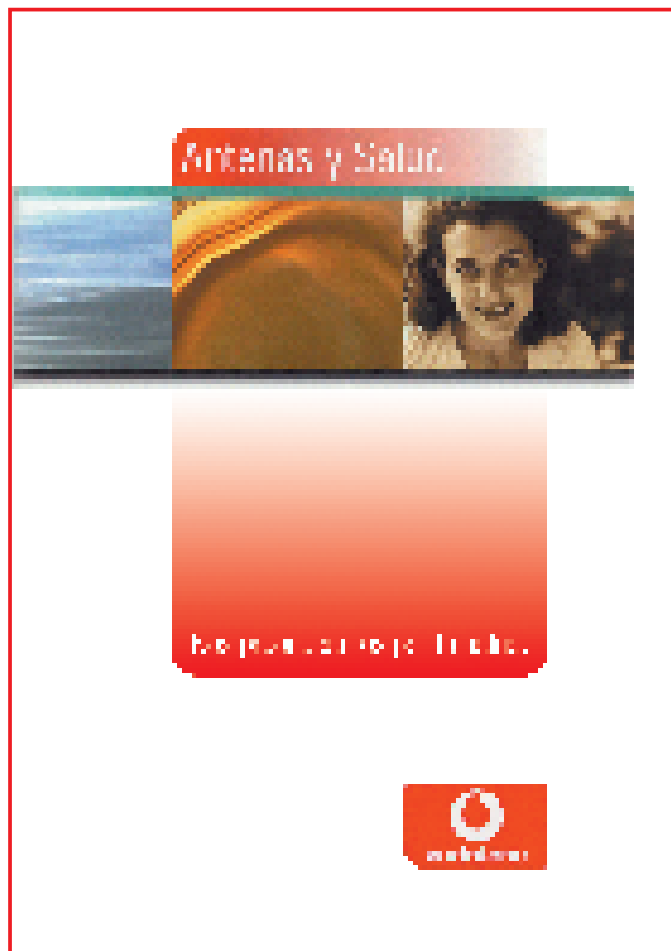
- > Realización de encuentros y jornadas divulgativas abiertas a todos los ciudadanos.
- > Realización de encuentros con Asociaciones de Consumidores.
- > Reuniones con la Unión Europea y la Organización Mundial de la Salud.
- > Reuniones con representantes de Comunidades Autónomas y con Federaciones de Municipios.
- > Reuniones con partidos políticos y representantes de Ayuntamientos y Administraciones Locales.
- > Estrecha y continua colaboración con los Ministerios de Sanidad y Consumo y el de Ciencia y Tecnología.
- > La puesta en marcha, con el resto de operadoras de móviles y con el apoyo del Ministerio de Ciencia y Tecnología, de la página web www.sociedadmovil.com, a la que tienen libre acceso a través de Internet todos los ciudadanos. Esta página web recoge no solo información objetiva de los diferentes organismos nacionales e internacionales (como legislación, estudios científicos, gráficas comparativas de emisiones y entrevistas con científicos), sino que también permite la posibilidad de que cualquier ciudadano consulte individualmente el nivel de emisión que recibe en la dirección que desee consultar.

Los datos de enero a diciembre de 2003 correspondientes a dicha página web han sido:

- Nº de visitas de la web: 29.921
- Nº de páginas vistas: 431.144

Por otra parte, durante el presente año fiscal, Vodafone España a través de MORI (Market and Opinion Research International) ha realizado una encuesta a clientes, público en general y ONG's sociales y medioambientales, con el fin de ampliar el grado de conocimiento de sus preocupaciones sobre el tema.

Desde el Grupo Vodafone, todas estas acciones son apoyadas e impulsadas, como lo prueba el hecho de que una de las iniciativas del GORC es la "Transparencia en la Comunicación de temas relacionados con Campos Electromagnéticos (EMF)". Desde esta óptica, se ha creado un grupo de expertos de las distintas Compañías de Vodafone, desde el que se promueven e impulsan las mejores prácticas en el tema. Este grupo es el responsable de encontrar nuevas vías para continuar informando a clientes, empleados y público en general sobre la telefonía móvil y su relación con la salud.



10. Compromiso con la Sociedad

Instituto de Nuevas Tecnologías

Vodafone España ha puesto en marcha el Instituto de Nuevas Tecnologías, una iniciativa con la que pretende dar respuesta a las necesidades de profesionales de un mercado cada vez más exigente y en el que los cambios se producen a gran velocidad.

Vodafone España, ha creado el **Instituto de Nuevas Tecnologías** (INT), en colaboración con la Fundación San Pablo **CEU**, y la Escuela de Organización Industrial, **EOI**.

El Instituto de Nuevas Tecnologías tiene como misión la formación de profesionales del sector de las Nuevas Tecnologías (**Telecomunicaciones, Multimedia e Informática**) para prestar al sector de las Telecomunicaciones y a la sociedad en general un servicio formativo y divulgativo, hasta ahora no disponible en el mercado, especializado en Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación con el fin de responder a todos los cambios tecnológicos que se están produciendo, haciendo especial hincapié en las Nuevas Tecnologías GPRS y UMTS, permitiendo difundir el conocimiento y la experiencia acumulada por **Vodafone España**.

Este Instituto ha sido creado atendiendo a la necesidad que tienen las empresas de conseguir **nuevos perfiles profesionales** con un contenido más tecnológico. En este sentido, hay que tener en cuenta que actualmente, las compañías hacen un gran esfuerzo en formación interna para cubrir una serie de profesiones para las cuales no existen titulaciones en el mercado educativo.

Asimismo, el Instituto permite que profesionales en activo del Sector de Tecnologías de la Información y de la Comunicación puedan acceder a programas de formación continua. Esta necesidad surge de la situación de continua innovación tecnológica que vive la sociedad.

El Instituto está dirigido a tres colectivos:

1. Personas sin formación especializada que buscan una salida laboral: para este colectivo el Instituto ofrece la línea de actividad de **Formación Profesional** en colaboración con la Fundación San Pablo CEU.
2. Profesionales en activo del Sector de las Telecomunicaciones que quieran ampliar sus conocimientos o reciclar los ya adquiridos. Para este colectivo el Instituto desarrolla la línea de **Formación de Postgrado** en colaboración con la E.O.I.
3. Sociedad en general: en este caso, el Instituto desarrolla una **Línea de Divulgación en Nuevas Tecnologías**.

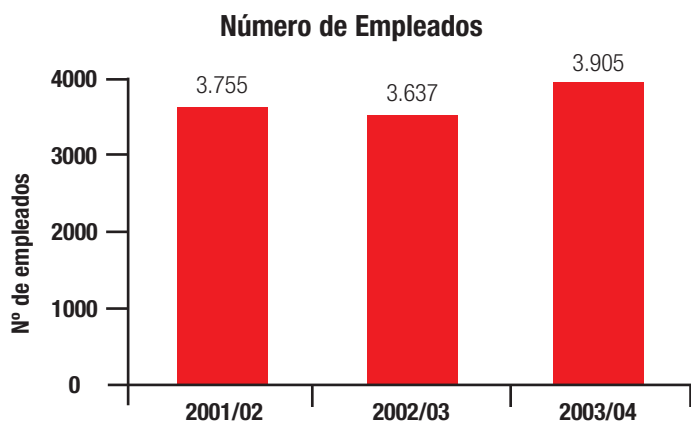
En lo relativo a la colaboración con el CEU para la Formación Profesional, el proyecto tiene dos fases: una primera, que dio comienzo en octubre de 2002 que contempló la formación de Técnicos Superiores en Gestión Comercial y Marketing en Nuevas Tecnologías, y una segunda, que comenzó en octubre de 2003 e incluyó, además, la formación de Técnicos Superiores en Sistemas de Telecomunicación e Informáticos.



11. Compromiso con Nuestros Empleados

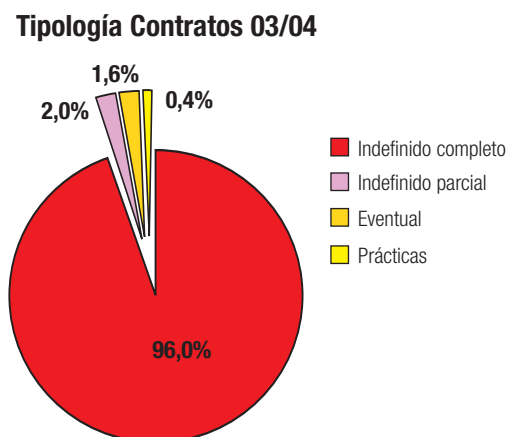
Creación de Empleo

PASIÓN POR NUESTROS EMPLEADOS: "Empleados excepcionales trabajando juntos contribuyen al éxito de Vodafone".



Un aspecto importante e imprescindible a considerar en cuanto a la contribución de Vodafone a la Sociedad, es la capacidad de generación de empleo tanto directo como indirecto. Se estima que el empleo indirecto generado por Vodafone España es aproximadamente tres veces el total de su plantilla, cuya evolución puede verse en la figura adjunta.

Las condiciones del empleo directo generado se pueden observar no solo a través de la elevada proporción de **contratos indefinidos** frente



al resto de contratos, sino también considerando la relación del Salario mínimo de empresa frente al Salario Mínimo Interprofesional:

(Datos a 31 de marzo 2004)

Salario mínimo empresa: 12.659 €

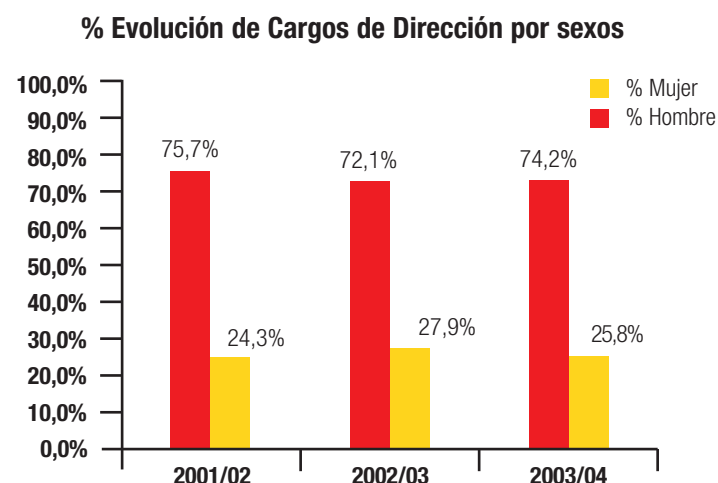
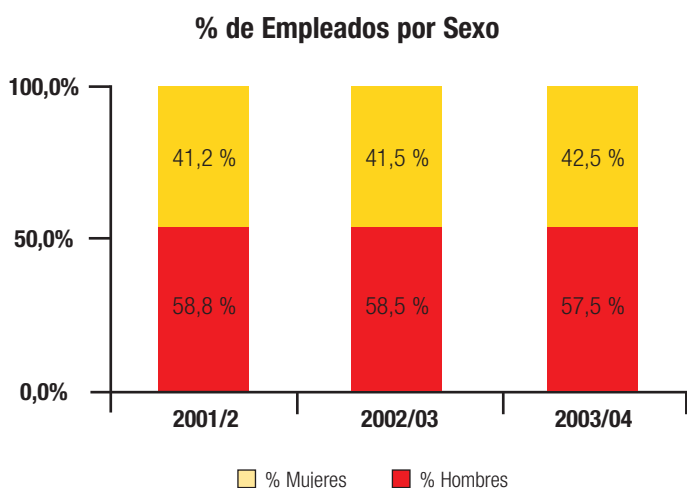
Salario mínimo interprofesional: 5.526 €

Política de Igualdad de Oportunidades

Vodafone España considera la diversidad de su colectivo de empleados como un activo. Cada empleado, tiene una contribución, única e individual, para lograr el éxito de la Compañía.

Dentro de los "Principios de Negocio" se recoge la prohibición de las discriminaciones por razón de sexo, raza, creencias u orientación política.

Asimismo, para Vodafone España es importante contribuir a la **integración de los discapacitados** en el mundo laboral.



11. Compromiso con Nuestros Empleados

Creación de Empleo

Selección de Personal

El proceso de selección de personal en Vodafone se lleva a cabo partiendo de la información contenida en nuestro modelo de competencias, que recoge las habilidades y las cualidades requeridas para nuestro negocio y, por tanto, para la consecución de los objetivos estratégicos de nuestra organización.

Dicho modelo nos permite asegurar que todas las personas que se incorporan a nuestra organización se identifican con los principios y los valores de nuestra compañía. Además, en todos y cada uno de los procesos de selección se combinan distintas metodologías de evaluación con el fin de minimizar la subjetividad y garantizar la igualdad de oportunidades.

Los perfiles que mayoritariamente se incorporan a nuestra organización, tienen en común un marcado entusiasmo e interés por las nuevas tecnologías, una gran capacidad de aprendizaje y vocación de mejora continua, curiosidad intelectual por permanecer al día de las innovaciones tecnológicas, una clara vocación de servicio al cliente y un denotado interés por el desarrollo internacional y multifuncional.

Este proceso de selección se puede gestionar de distinta forma dependiendo de:

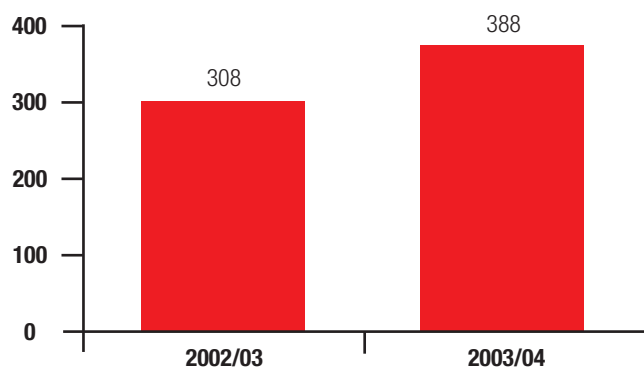
- > El puesto.
- > Localización (Internacional o local).
- > Tipo de colaboración (becario o plantilla).

Otra fuente importante de reclutamiento del personal, se realiza mediante la incorporación a plantilla de becarios procedentes de Universidades y Escuelas de Negocio con los que Vodafone España ha establecido acuerdos: Fundación Universidad Empresa, Escuela de Organización Industrial (EOI), Universidad Carlos III, Universidad Politécnica de Madrid, etc.

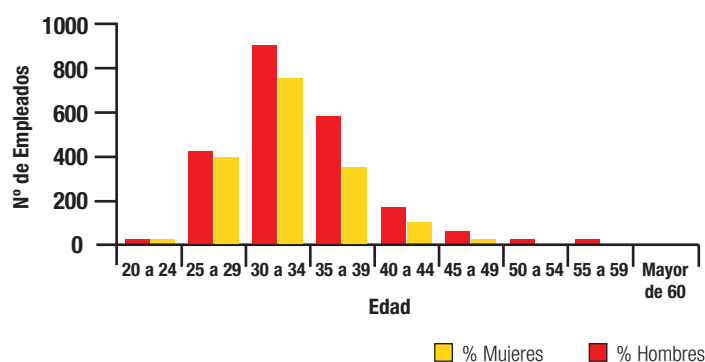
Esta forma de promoción de las oportunidades a los jóvenes se ve reflejada en la pirámide de edad de la Compañía.

Como dato adicional, es preciso señalar que el Índice de Rotación de Vodafone España durante el año fiscal 03/04 ha sido del 0,47%.

Número de Becarios



Pirámide de Edad (03/04)



Programas de Intercambio y Convocatorias Internas

Vodafone ha establecido los **Programas de Intercambio** ("Local Job Rotation Program" y "Extended Rotation Program"), cuyo objetivo es proporcionar a personas de alto potencial la oportunidad de movilidad funcional dentro de Vodafone, al mismo tiempo que se desarrolla una visión global del negocio, se crea una cultura corporativa y se comparten experiencias. Las personas que obtienen mejores resultados (actualmente hay quince participantes), llevan a cabo el "Job Rotation Program" con otras compañías de Vodafone del Sur de Europa.

Una vez finalizado el "Job Rotation Program", comienza el "Extended Rotation Program". Este proyecto consiste en realizar una rotación con otras operadoras del Grupo, lo que supone participar durante tres meses en proyectos internacionales de diferentes Áreas.

El objetivo del sistema de **Convocatorias Internas** es dotar de mayor flexibilidad y movilidad a determinadas áreas de la Compañía, que en momentos puntuales tienen necesidad de cubrir puestos específicos con personas que están a día de hoy dentro de la Compañía.

Las convocatorias internas se publican en la Intranet, de modo que todos los profesionales de la compañía pueden optar por presentarse a cualquiera de ellas. Este sistema de movilidad interno permite el enriquecimiento de los conocimientos de los empleados facilitando su desarrollo.

El Área de Recursos Humanos y Organización establece medidas orientadas a asegurar que, tanto en los procesos de selección externos, como en las convocatorias internas, todos los candidatos tengan las mismas oportunidades.

11. Compromiso con Nuestros Empleados

Gestión de Recursos Humanos

Beneficios Sociales

Vodafone España es consciente de que la forma en que trata y valora a sus empleados puede influir en factores tales como la productividad, la reputación, y la atracción y retención de los empleados más valiosos.

Por ello, Vodafone España ha desarrollado una Política de Beneficios Sociales que la Compañía ofrece a sus empleados.

Entre dichos Beneficios Sociales, es preciso destacar las actividades relativas a:

- > **Armonización de la vida personal y la profesional.** (Ver información complementaria en apartado siguiente).
- > **Seguro de Salud:** Vodafone ofrece a sus empleados, con contrato indefinido o antigüedad superior al año, pago del 100% del coste de la póliza del empleado y ventajas adicionales para familiares.
- > **Planes de pensiones:** Los trabajadores acogidos, reciben de Vodafone aportaciones por el doble de la aportación del trabajador (alcanzándose el límite cuando el empleado aporte el 2% del Salario Regulador).
- > **Préstamos:** Vodafone ofrece para todos los empleados créditos, con condiciones ventajosas.
- > **Seguros de vida y accidentes:** Vodafone tiene suscrito con empresas aseguradoras modalidades de póliza con cobertura de hasta el 300% del Salario Bruto Anual.
- > **Visa Oro:** Todos los empleados pueden solicitar una Tarjeta Oro de Empresa sin coste.
- > **Plan Relat:** Es una oferta especial con beneficios interesantes en Telefonía móvil.
- > **Premio al mérito:** Vodafone España pretende con el "Premio al Mérito" recompensar el esfuerzo que realicen aquellas personas que estén dispuestas a dedicar parte de sus energías a mejorar

RELACIÓN DE PREMIOS OBTENIDOS EN GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

- > **Instituto de Empresa:** Reconocimiento al modelo de Gestión. 1998.
- > **EUROFORUM:** Premio a la Formación y Desarrollo de RR.HH. 1999.
- > **FEDEPE:** Mención de Honor por la política de empresa a favor de la mujer. 2000.
- > **Capital Humano:** Mención especial en la categoría Política Integral de RR.HH. 2001.
- > **IESE/GEC:** Premio empresarial Familia en la modalidad de Conciliación Familia-Trabajo. 2001.
- > **IESE:** Premio Empresa Flexible al equilibrio de la vida profesional y personal. 2002.
- > **Ayuntamiento de Valladolid:** 2º Premio Empresa sensible a la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres. 2003.
- > **Ayuntamiento de Alcobendas:** Premio Municipal a las Empresas por la Igualdad, en la modalidad "Mejor Política de RR.HH.". 2003.

su cualificación profesional.

Armonización de la Vida Laboral y Familiar

Favorecer y potenciar medidas y estrategias para la corresponsabilidad y la participación equitativa de mujeres y hombres, que faciliten la conciliación de la vida laboral y familiar, es uno de los objetivos prioritarios de Vodafone España.

Vodafone España, ha demostrado en cada momento una especial sensibilización en todo lo relacionado con la armonización de la vida profesional y la personal. El objetivo en este sentido es ir siempre un paso más allá de la legislación vigente.

Las medidas de armonización se han reforzado en el contexto de la Visión y Valores de la Compañía, que son la definición de nuestra cultura corporativa, y Vodafone España se enorgullece de ser una de las Compañías con mayores medidas de armonización de la vida profesional y la personal, tanto de su sector como del resto de empresas del país.

Vodafone España ha llevado a cabo las siguientes medidas en relación con dicha armonización:

- > **Protección a la situación de maternidad laboral:** Ampliación de 16 a 18 semanas de baja maternal.
- > **Descanso por maternidad en nacimiento múltiple.** Amplía a dos semanas más por cada hijo a partir del segundo del mismo embarazo.
- > **Protección a la situación de paternidad laboral:** Cinco días desde el nacimiento o adopción, y siete días si necesita desplazamiento.
- > **Período de lactancia:** Dos horas diarias hasta que el niño cumpla 1 año.

11. Compromiso con Nuestros Empleados

Gestión de Recursos Humanos

- > **Excedencia por cuidado de hijos:** La excedencia podrá ser solicitada hasta que el menor cumpla los 4 años.
- > **Excedencia por cuidado de familiares.** Hasta el 2º grado de consanguinidad o afinidad, que no puedan valerse por sí mismos y no desempeñen actividad retribuida. El período de excedencia tendrá una duración máxima de un año.
- > **Permiso retribuido por hospitalización o enfermedad grave de familiares.** Dos días (cuatro días, si es necesario desplazamiento).
- > **Ayuda para guarderías:** Ayuda mensual de 60 € para aquellos empleados que tengan hijos cuyas edades estén comprendidas entre los 0 y 4 años.
- > **Ayuda a hijos discapacitados:** En el caso de hijos de empleados que tengan reconocida alguna discapacidad o minusvalía, se establece una ayuda mensual de 120 € brutos por cada hijo hasta los quince años de edad.
- > **Ayuda a familias numerosas:** 300 € anuales por cada hijo a partir del tercero.



Gestión de Competencias y Evaluación del Desempeño

Durante el ejercicio fiscal 2003/04 se ha implantado paulatinamente el nuevo **Modelo de Competencias** en Vodafone España. A través de la integración de este modelo, Vodafone se asegura que en la Gestión de Competencias y Evaluación del Desempeño de todos los empleados se tienen en cuenta los cuatro valores corporativos, ya que éstos están reflejados en dicho modelo, incluyendo la Pasión por el Mundo que nos Rodea.

Este Modelo se ha adaptado con el objetivo de facilitar al máximo (con objetividad y un grado de sensibilidad adecuado) la gestión eficaz de las personas. Este Modelo se está integrando en los siguientes procesos de Gestión de Recursos Humanos: Selección, Movilidad Interna, Evaluación del Desempeño, Formación y Desarrollo Profesional, Modelo Organizativo y Retribución.

Este año también se ha implantado el nuevo proceso y herramienta de **Evaluación del Desempeño**. Es un modelo integral que aporta mayor flexibilidad en la gestión y consigue mayor objetividad y homogeneidad en el proceso.

El Modelo afecta a todos los empleados de Vodafone en España, teniendo en cuenta sus particularidades y personalizando los contenidos en función de su posición o Área funcional. Por ejemplo, en la evaluación de competencias de los Directivos se incluye la evaluación 360º grados.

Esta Evaluación de Desempeño, está relacionada con la remuneración variable ligada a objetivos de los empleados.

Código de Conducta

Todos los empleados de Vodafone España, han firmado su adhesión y compromiso de respetar los **Principios de Negocio de la Compañía** como su el Código de Conducta. Estos Principios de Negocio contemplan los siguientes aspectos con relación a la conducta de los empleados:

- > Esperamos que todos los empleados actúen de forma 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 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.

11. Compromiso con Nuestros Empleados

Gestión de Recursos Humanos

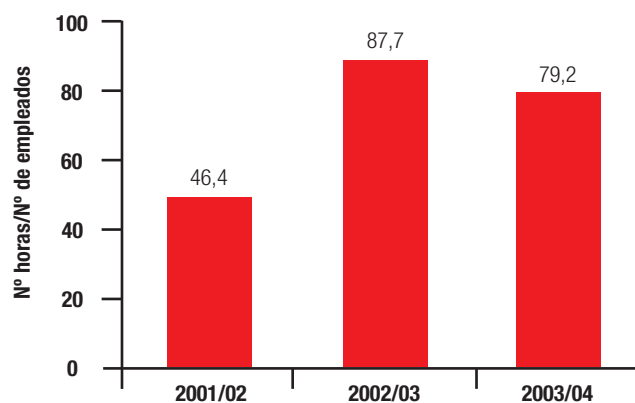
Formación

Las líneas de actuación de Vodafone España en el campo de la formación son:

- > Aplicación de nuevas tecnologías a los procesos de formación de la Compañía (e-learning).
- > Rapidez de la respuesta a través de cursos y formación disponible en tiempo real.
- > La mejora de los procedimientos de formación, con especial énfasis en la evolución y seguimiento de las acciones formativas, analizando el impacto en el rendimiento del empleado.

Estas líneas de actuación, junto con la descentralización de la gestión de la formación en las áreas poseedoras del know-how concreto, y la creación de un espacio virtual de formación "on-line", han dado como resultado un proceso de formación integral, oportuno y flexible, para preparar a los profesionales de la Compañía y proveer a nuestros clientes de un servicio más competitivo.

Evolución N° Horas de Formación/N° de Empleados

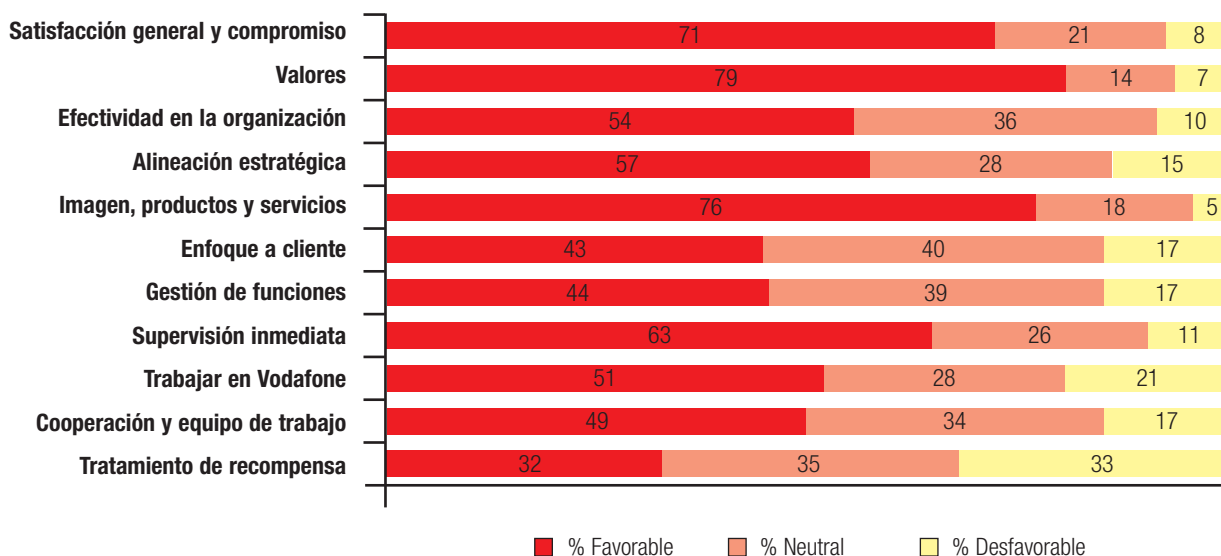


Satisfacción de los Empleados

El pasado ejercicio se realizó una Encuesta de Satisfacción de Empleados de la que, como puntos fuertes destacan la satisfacción general y la intención de permanencia en la Compañía. Concretamente, el 71% declaró estar muy satisfecho, el 76% se siente muy orgulloso de la Imagen, Productos y Servicios que ofrece Vodafone, y el 79% afirmó estar completamente de acuerdo con los Valores de la Compañía.

Los resultados generales obtenidos se resumen a continuación:

Encuesta de Satisfacción de Empleados (2003/04)



11. Compromiso con Nuestros Empleados

Prevención de Riesgos Laborales

Vodafone España se compromete a asegurar la seguridad, salud y bienestar de los empleados y a salvaguardar en todas sus actuaciones a los que trabajan en su nombre o puedan verse afectados por sus actuaciones.

En relación con su **Visión y Valores**, y en el marco de la Prevención de Riesgos Laborales (PRL), el Grupo Vodafone establece que:

- > Se aplicará, como mínimo, la normativa local, esforzándose por conseguir las Mejores Prácticas en cada país.
- > Cada Compañía del Grupo desarrollará, implantará y revisará continuamente un Sistema de Gestión, a partir de una política que establezca que:
 - La seguridad y salud es una **parte integrante de los procesos habituales** de la empresa, no es un añadido extra.
 - Las mejores prácticas sólo se pueden conseguir con **liderazgo y compromiso**.
 - El **compromiso y participación de todos los empleados** en la gestión de la prevención es esencial. Trabajar seguro es obligatorio.
- > Se asignarán responsabilidades en toda la organización para su desarrollo, gestión y control, comenzando por el máximo ejecutivo.

VODAFONE GRUPO: MARCO DE REFERENCIA

- > **Misión de Seguridad y Salud.**
- > **Política del Grupo Vodafone de Seguridad y Salud.**
- > **Criterios de Seguridad: Control del Contratista, Planes de Emergencia, Conducción, Trabajos con cargas, Violencia en el trabajo, ...**
- > **Auditorías del Grupo.**

VODAFONE ESPAÑA: MARCO DE REFERENCIA

- > **Ley 31/95 de Prevención de Riesgos Laborales.**
- > **Reales Decretos y Normas de desarrollo.**
- > **Guías del INSHT, normas UNE, etc.**

Sistema de Gestión de la Prevención

Integrar la Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales en la actividad diaria, supone crear una "cultura preventiva" y un compromiso de la Compañía con la Seguridad, Salud y Bienestar de los empleados y la sociedad.

Para que la **Prevención de Riesgos Laborales** se integre en los procesos de la empresa y se cree una **"cultura preventiva"**, se han establecido las siguientes medidas:

LA DIRECCIÓN:

- > Lidera la aplicación del entorno normativo y las políticas en materia de Seguridad y Salud. Establece objetivos a cumplir sobre aspectos preventivos y, periódicamente, realiza un seguimiento de su cumplimiento: accidentabilidad, tiempo de aplicación de medidas preventivas para reducir riesgos, etc.
- > Respalda y renueva el compromiso con la "Política de Prevención de Riesgos Laborales" y la "Organización de la Prevención de Vodafone España", así como con la "Implantación y Mantenimiento de Planes de Autoprotección" y comunica a la Compañía su respaldo y compromiso.
- > Promueve, en la Dirección de las Áreas Operativas, la aplicación de los puntos de acción resultantes de las Auditorías de Prevención.

EL DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS Y SALUD LABORAL:

- > Continúa acercando la prevención a los Mandos y Empleados mediante campañas de información y formación sobre los procesos que les afectan.
- > Facilita todo lo posible su aplicación, diseñando procesos más eficientes (reducción de burocracia, sinergias con otros procesos, etc.) y que aportan más valor añadido a los usuarios (para aspectos diferentes a los preventivos, etc.).
- > Fomenta la cualificación de los empleados, para que desarrollen su trabajo con mayores garantías de seguridad y salud.
- > Diseña nuevos métodos de auditoría para controlar la aplicación de los procesos y proporciona información a los usuarios.

11. Compromiso con Nuestros Empleados

Prevención de Riesgos Laborales

— Campañas y Acciones de Formación de Prevención de Riesgos Laborales

Desde el Departamento de Prevención de Riesgos se realizan Campañas Informativas y Cursos de Formación. Como ejemplos de las Campañas realizadas podemos relacionar:

- > "Abróchate el Cinturón".
- > "Especial Verano 2003, revista de Tráfico".
- > "¿Sabes cómo actuar en caso de accidente?".
- > "Consejos para el manejo manual de cargas".

Por otra parte durante el ejercicio fiscal 2003/04 se impartieron los siguientes cursos:

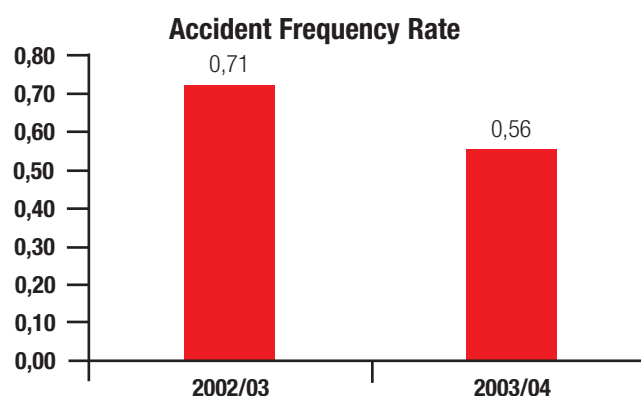
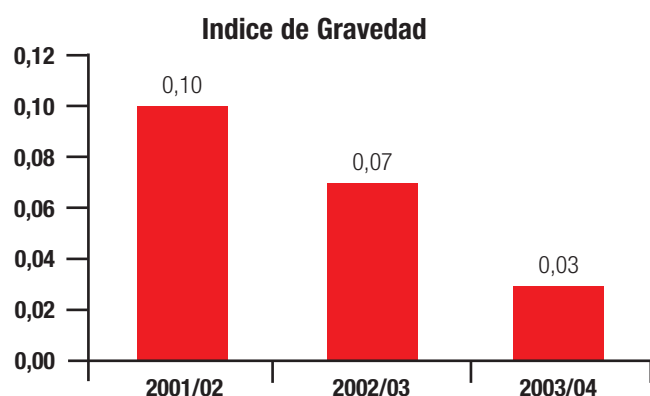
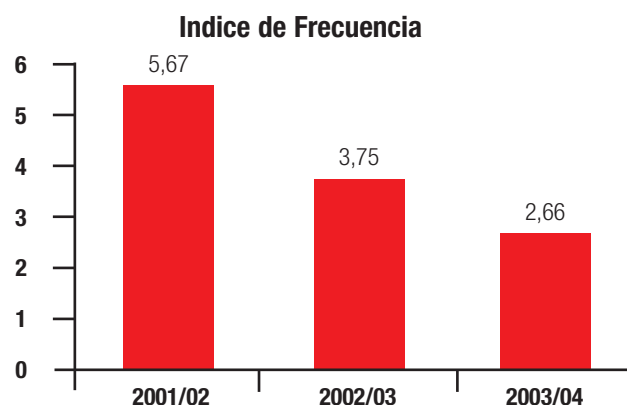
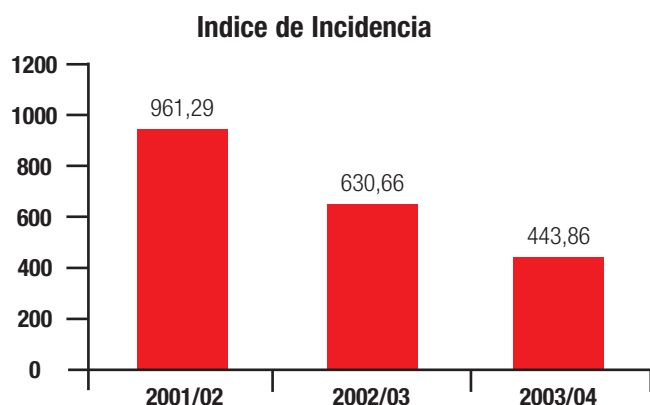
- > "Participación del servicio de Implantación de Red en el Sistema de Gestión de PRL": Se formaron 95 empleados.
- > "Seguridad y Salud en Oficinas": Dirigido a 380 empleados.
- > "Bienvenida a Tiendas New Concept": Dirigido a 112 empleados.

- > "Sensibilización Contra Incendios": Se formaron un total de 83 empleados.
- > "Conducción Segura Todo Terreno": 23 empleados.
- > "Emergencia y evacuación": Dirigida a 68 empleados.
- > "Trabajos de Campo": Participaron 281 empleados.
- > Curso Básico de Prevención de Riesgos Laborales.

En total, durante el ejercicio fiscal 2003/04 se impartieron 4.161 horas de formación presencial.



Accidentabilidad. Índices Oficiales



Índice de incidencia = (Accidentes en jornada de trabajo con baja X 100.000) / Nº de empleados.

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).

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).

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

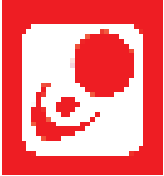
Nota: Los índices de Incidencia, Frecuencia y Gravedad han sido calculados siguiendo los criterios establecidos en la Memoria Estadística de Accidentes de Trabajo del Año 2002 publicada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

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

11. Compromiso con Nuestros Empleados

Solidarios Vodafone

Vodafone España quiere contar con empleados solidarios y comprometidos. Por ello, el compromiso de nuestros empleados con el "Mundo que nos Rodea" es un valor que queremos fomentar, y en este sentido queremos destacar la labor desarrollada por Solidarios Vodafone.



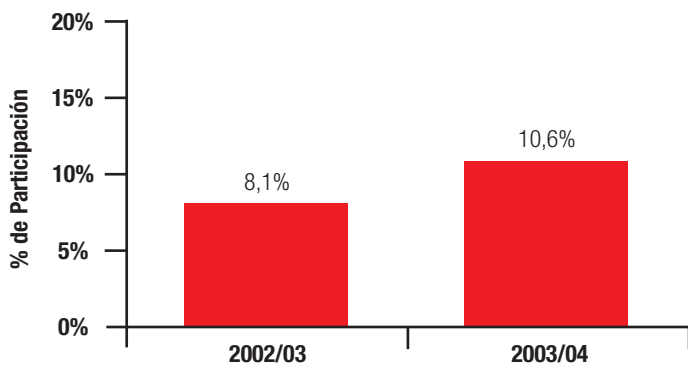
La Asociación "Solidarios Vodafone" es una iniciativa impulsada por un grupo de personas de Vodafone España, a través de la cual se quiere dar la posibilidad de participar y colaborar en proyectos de cooperación, solidaridad y ayuda humanitaria a todos los que desarrollan su labor profesional en la Compañía.

Esta sociedad, inscrita en el Registro de Asociaciones, se fundó con los siguientes **Objetivos:**

- > Sensibilización, divulgación, información y formación.
- > Campañas que permitan la recogida de materiales necesarios para proyectos de desarrollo y asistenciales.
- > Acciones humanitarias de cooperación y voluntariado.
- > Colaboración con otras Organizaciones.

Desde su creación en el año 2002, la participación de los empleados en actos solidarios, ha ido aumentando progresivamente.

Voluntariado de Empleados



A través de "Solidarios Vodafone" se canalizan las inquietudes de solidaridad de todos los empleados hacia el mundo que nos rodea, así como los intereses de éstos en contribuir a la mejora de la calidad de vida de todas las personas y en especial de aquellas que viven en países y zonas que por sus carencias necesitan de un apoyo especial.

La cooperación y la ayuda al desarrollo constituyen un compromiso expreso que los empleados de Vodafone quieren afrontar, colaborando en la prestación de servicios y en la satisfacción de las necesidades más acuciantes que se manifiesten bien sea por demandas de ONG, instituciones, otros colectivos o aquellas detectadas directamente por "Solidarios Vodafone".

Vodafone España colabora con "Solidarios Vodafone", poniendo a su disposición tanto sus instalaciones, como la ayuda necesaria para desarrollar sus actividades (logística, asesoramiento financiero, legal, etc.). Los proyectos de voluntariado son desarrollados, fundamentalmente en horas de oficina.

A grandes rasgos, **los proyectos** que se han ido llevando a cabo desde su fundación son:

- > Instauración de los denominados "Días Solidarios", realizados para diversas causas: recogida de juguetes y regalos, campañas de recogida de alimentos para el Pueblo Saharaui, medicinas, cunas de ropa de bebé para pisos de mujeres maltratadas.
- > Apadrinamiento de niños con la ONG Infancias Sin Fronteras. Más de 150 niños apadrinados.
- > Convenio de colaboración con "Infancias Sin Fronteras" para la Construcción, Equipamiento y Mantenimiento del comedor infantil Guadalupe, en San Ramón, Matagalpa, Nicaragua.
- > "Rifa Solidaria" de la donación de los regalos que los proveedores envían a Vodafone con motivo de la Navidad, para las Hermanitas de los Pobres.
- > Recaudación para las Misioneras de Calcuta, mediante la realización de la exposición de fotos "La India o el País de los Sentidos".
- > Donaciones de los empleados como carritos de gemelos, neveras, utensilios del hogar, ropa de cama, etc., para Asociaciones de Niños de Acogida.
- > Donación de ordenadores, mobiliario y otros elementos a diversas asociaciones y ONG's.
- > Envío de dos autobuses con voluntarios para el desastre del Prestige.
- > Venta de décimos del Sorteo de Oro de la Cruz Roja entre los empleados.
- > Colaboración con "Economistas sin Fronteras", en el Ciclo de Cine "La Otra Actualidad".
- > Donación "Va por ti Tenerife", con motivo de las inundaciones.
- > Recaudación de fondos para la Asociación Valencia de Parálisis Cerebral, ASPACE, mediante la compra de entradas del concierto celebrado en el Palau de la Música de Valencia.
- > Ayudas a la Asociación Kivuvu en Zaire.
- > Recogida de firmas para la Fundación Niemann, para la investigación de la enfermedad.
- > Regalos a niños del Hospital del Niño Jesús.
- > Donación de entradas para Faunia a una Asociación ubicada en Guadalajara de niños con Síndrome de Down.

12. Próximos Pasos

Tema	Objetivo/ Compromiso	Fecha
Comunicación con las Partes Interesadas	Desarrollo de un proyecto de análisis de expectativas de las Partes Interesadas.	Abril 2005
Creación de Valor		
Proveedores	Implantación del Código de Compras Éticas en nuestros principales proveedores.	Abril 2005
Compromiso con el Medio Ambiente		
Energía y Cambio Climático	Implantación del Plan de Eficiencia Energética que permita un ahorro de, al menos, el 3% del consumo eléctrico previsto.	Abril 2006
Residuos y Sustancias que Agotan la Capa de Ozono	Implantar las actuaciones relativas a la gestión de residuos contempladas en el Plan de Residuos y Sustancias que Agotan la Capa de Ozono. Establecer un Plan de Sustitución de Sustancias que Agotan la Capa de Ozono.	Abril 2005
Impacto de Infraestructuras de Red	Liderazgo del Proyecto del Grupo Vodafone orientado a la elaboración de Guías para el desarrollo Responsable de Red con las mejores practicas en cada una de las etapas del despliegue.	Abril 2005
Compromiso con la Sociedad		
Fundación Vodafone España	Promover acuerdos con distintas organizaciones para el desarrollo de proyectos conjuntos que impliquen aportaciones económicas por ambas partes.	Abril 2005
Acceso a Productos y Servicios	Lanzamiento de, al menos, cinco productos/ iniciativas cuyo objetivo sea el incremento de beneficios sociales o medioambientales.	Abril 2005
Marketing Responsable	Implantar la Guía de Marketing Responsable. Desarrollo de Plan de Formación en Marketing Responsable.	Abril 2005
Antenas y Salud	Poner a disposición de Comunidades locales y público en general, información clara, concisa y relevante relativa a los Campos Electromagnéticos provocados por las estaciones base de telefonía móvil.	Abril 2005
Compromiso con Nuestros Empleados	Desarrollo de un Programa de Comunicación Interna sobre Responsabilidad Corporativa, para que los empleados conozcan la importancia de su implicación en los temas sociales y medioambientales.	Abril 2005

13. Glosario de Acrónimos y Abreviaturas

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

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

ASPAYM: Asociación de Parapléjicos y Grandes Minusválidos.

AUTEL: Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones.

BITC: Business in the Community.

BTS: Base Transceiver Station (Estación Base).

CIDAT: Centro de Investigación Desarrollo y aplicación Tiflotécnica.

CEO: Chief Executive Officer.

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

EIR: Equipment Identification Register (Registro de Identificación de Equipo).

EMF: Electronic-magnetic Fields (Campos Electromagnéticos).

FEDEPE: Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias.

GEC: Grupo de Entidades Catalanas de la Familia.

GeSI: Global e-Sustainability Initiative.

GORC: Group Operational Review Committee (Comité de Revisión Operativa del Grupo).

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

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

GRI: Global Reporting Initiative.

IBLF: International Business Leaders Forum.

ICNIRP: Comisión Internacional sobre Protección contra Radiación no ionizante.

IMEI: International Mobile Equipment Identity (Nº de Identificación Internacional del Teléfono Móvil).

INSHT: Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el trabajo.

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

MORI: Market and Opinion Research International.

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

PDA: Personal Digital Assistant.

PRL: Prevención de Riesgos Laborales.

ONCE: Organización de Ciegos de España.

ONG: Organización No Gubernamental.

RC: Responsabilidad Corporativa.

SEIS: Sociedad Española de Informática de la Salud.

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

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

TIC: Tecnologías de la Información Comunicación.

UE: Unión Europea.

UIMP: Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

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

WAU: World Around Us (El Mundo que nos Rodea).

WBCSD: World Business Council for Sustainable Development.



14. Datos Generales

VODAFONE ESPAÑA, S.A

Informe de Responsabilidad Corporativa 2003/04.

El período cubierto por este, nuestro primer informe, se corresponde con nuestro año fiscal, es decir, del **1 de abril 2003 al 31 de marzo de 2004**.

Este Informe, contiene los datos sociales y medioambientales aportados por Vodafone España al Grupo Vodafone para el Informe CSR 2003/04 del Grupo.

Dichos datos, así como el proceso de recolección, agregación, validación y reporte al Grupo, fueron revisados por Deloitte como parte del trabajo de aseguramiento de la misma; Vodafone España fue una de las 4 Operadoras del Grupo en las que Deloitte llevó a cabo dicha revisión.

Los datos económicos de este informe a su vez han sido auditados por nuestro auditor de cuentas (Deloitte).

Si desea información adicional sobre Vodafone España, S.A, o una versión electrónica de este Informe, puede encontrarlo en nuestra página Web:

www.vodafone.es/responsabilidad

Para cualquier sugerencia, punto de vista y en general cualquier tema relacionado con este Informe puede dirigirse a:

Departamento de Responsabilidad Corporativa

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

responsabilidad@corp.vodafone.es

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

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

Barniz basado predominantemente en materias primas naturales y renovables.



