

Vodafone España, S.A.

Informe de Responsabilidad Corporativa 2006-07



Es tu momento. Es Vodafone.



Acerca del Informe

Este es el cuarto Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España, que corresponde a nuestro ejercicio 2006-07 que abarca del 1 de abril de 2006 al 31 de marzo de 2007.



El Informe está estructurado de acuerdo con los temas prioritarios de Responsabilidad Corporativa (RC) relativos a nuestro negocio.

En el apartado: "Involucración con los Grupos de Interés" del Capítulo 3 de este Informe, se expone el proceso implantado en Vodafone para identificar dichos temas prioritarios, proceso en el que la actividad fundamental es la consulta y diálogo continuo con nuestros diferentes Grupos de Interés.

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

Durante este ejercicio, el foco de nuestra actuación en Responsabilidad Corporativa lo hemos puesto en las actividades relacionadas con el "Acceso a las comunicaciones", ya que creemos que es el área en la que Vodafone puede realizar una mayor contribución a la sociedad.

Este informe se publica en papel, encontrándose además disponible en formato electrónico en nuestra página web www.vodafone.es/responsabilidad, donde se puede consultar información complementaria a los temas tratados. Asimismo, en este documento pueden consultarse los detalles relativos al alineamiento de nuestro Informe de RC con la Guía GRI en cuanto al cumplimiento y verificación de sus indicadores, que nos permiten declarar nuestro nivel de aplicación **A+**.

Vodafone España ha sometido a verificación por parte de una entidad de verificación externa su autocalificación, siendo ésta corroborada como A+. Su informe se encuentra en el Capítulo 15: "Informe de Verificación".

Posteriormente, todo el proceso ha sido revisado por el propio GRI que ha concedido al Informe la máxima calificación posible que se puede otorgar a este tipo de informes: **A+**.



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

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

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

Índice

Contenido	Páginas
0. Acerca del Informe Índice	01
1. Declaración del Presidente y del Consejero Delegado	02
2. Perfil de Vodafone <ul style="list-style-type: none">• Grupo Vodafone• Vodafone España• Impacto socioeconómico de la Telefonía Móvil	03
3. La Responsabilidad Corporativa en Vodafone <ul style="list-style-type: none">• Estrategia de RC y Gobierno Corporativo• Involucración con los Grupos de Interés	09
4. Responsabilidad Corporativa y Clientes	16
5. Responsabilidad Corporativa y Empleados	26
6. Responsabilidad Corporativa y Proveedores	34
7. Productos y Servicios Sociales	37
8. Fundación Vodafone España	45
9. Telefonía Móvil y Salud	51
10. Despliegue Responsable de Red	54
11. Energía y Cambio Climático	58
12. Residuos	62
13. Compromisos	66
14. Principales Datos	68
15. Informe de Verificación	69
16. Anexos <ul style="list-style-type: none">• Criterios del Informe• Indicadores GRI• Glosario de Acrónimos y Abreviaturas	70

Declaración del Presidente y del Consejero Delegado



José Manuel Entrecanales
Presidente



Francisco Román
Consejero Delegado

Le presentamos el Informe de Responsabilidad Corporativa 2006-07 con el que pretendemos comunicar de una forma equilibrada, transparente y rigurosa sobre nuestro comportamiento en los principales aspectos de los ámbitos ético, social y medioambiental identificados a través del diálogo con nuestros Grupos de Interés.

En este ejercicio hemos avanzado en el desarrollo de nuestro Plan Estratégico de Responsabilidad Corporativa 2005-10, orientado a cumplir uno de nuestros seis objetivos perdurables a largo plazo: "Ser una Empresa Responsable". Así, destacamos las siguientes actividades encuadradas en las cuatro líneas prioritarias de dicho Plan:

Productos y Servicios sociales dirigidos a colectivos vulnerables.

- En 2006-07 hemos desarrollado, entre otros, nuevos servicios tales como la teleasistencia móvil, el sistema para la monitorización de alertas para personas con Alzheimer o el apadrinamiento de niños a través del móvil.
- Por otra parte, destacan las numerosas actuaciones de nuestra Fundación en las áreas de innovación, formación, mecenazgo y difusión. En total, en el ejercicio se han dedicado más de 5,8 millones de euros a estas actuaciones.

Actuaciones relativas a Clientes, Reutilización y Reciclado de teléfonos móviles, y Eficiencia Energética y Cambio Climático:

- Con relación a clientes, hemos adaptado nuestras tarifas al nuevo marco legal, de forma que, además de aumentar su claridad y transparencia, tuvieran un impacto global neutro en los clientes.

Para que los clientes puedan realizar un uso responsable de nuestros servicios hemos profundizado en la implantación de controles acordes con nuestras políticas sobre contenidos, "chats" y "blogs" o las actuaciones para reducir el "spam" y comunicaciones maliciosas.

- En cuanto a la Reutilización y Reciclado de teléfonos móviles, seguimos participando en la iniciativa Tragamóvil y hemos desarrollado en nuestras tiendas un Plan de Reutilización, habiendo recogido más de 100 toneladas desde el inicio de ambas iniciativas.
- Hemos aprobado el Plan de Eficiencia Energética 2006-10, que contempla un ahorro del 8% en la energía consumida prevista y una disminución del 35% en las emisiones de CO2 respecto al tráfico cursado. Desde el inicio de los Planes de Eficiencia Energética en 2003, hemos evitado la emisión a la atmósfera de 6.606,3 toneladas de CO2.

Otras actuaciones en respuesta a expectativas de nuestros Grupos de Interés:

- Respecto a las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil y la salud, hemos continuado las actuaciones de difusión sobre este tema, destacando en este ejercicio la publicación de los resultados de la investigación de mayor duración realizada hasta el momento, que descarta cualquier relación de riesgo.
- De acuerdo con nuestra Política de Despliegue Responsable de Red y con el Código de buenas prácticas para la instalación de infraestructuras de telefonía móvil, desarrollado entre la FEMP y el sector, hemos ampliado acuerdos para compartir y consolidar infraestructuras con otros operadores, minimizando el impacto ambiental.
- Respecto al Código de Compras Éticas, hemos implantado un sistema de cualificación de proveedores para asegurar su adecuado comportamiento sociolaboral y ambiental.
- Con relación a nuestros empleados, hemos potenciado las actuaciones de formación y desarrollo profesional, de conciliación de la vida laboral y personal, de beneficios sociales y de salud y seguridad.

Comportamiento Ético:

- Hemos avanzado en el desarrollo de las políticas y actuaciones de Buen Gobierno de Vodafone, incluyendo nuestros Principios de Negocio, que contemplan, entre otras, las políticas antisoborno, corrupción o fraude. Asimismo, se ha finalizado la documentación y prueba de la operación de los controles de los procesos de negocio para el cumplimiento de los requisitos de la Ley Sarbanes-Oxley.

Creemos que el comportamiento responsable contribuye al logro de nuestros objetivos, al tiempo que fomenta el desarrollo socioeconómico y la protección ambiental. Por eso, y con el fin de seguir mejorando en este comportamiento, le animamos a que nos proporcione sus opiniones sobre nuestras actuaciones en este campo.

José Manuel Entrecanales

Francisco Román

Perfil de Vodafone

Grupo Vodafone

El Grupo Vodafone es líder mundial en telecomunicaciones, ofreciendo sus servicios de comunicaciones de voz y de datos (llamadas de voz, mensajes SMS de texto, mensajes MMS con vídeo e imágenes, acceso a Internet, etc.) a más de 200 millones de clientes proporcionales en todo el mundo.

Las principales características del Grupo Vodafone son presencia y marca globales, y especialización en telecomunicaciones móviles. Vodafone trabaja intensamente para convertir estas ventajas competitivas en servicios y beneficios directos para nuestros clientes.

A 31 de marzo de 2007, el Grupo Vodafone estaba compuesto por 17 filiales y 7 compañías asociadas, disponiendo además de 38 acuerdos de franquiciado de la marca Vodafone.

Figura 1

Vodafone: Visión y Objetivos

¿Dónde?	¿Qué?	¿Qué?
<p>Ser el líder en comunicaciones en un mundo cada vez más conectado</p>	<p>Seis Objetivos perdurables a largo plazo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear el mejor Equipo global • Satisfacer a nuestros Clientes • Proporcionar beneficios a los Accionistas • Ser una Empresa Responsable • Apoyarnos en nuestro tamaño y escala • Expandir los Mercados 	<p>Cinco Objetivos de Estrategia Empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reducir Costes y Aumentar los Beneficios en Europa • Fuerte crecimiento en EMAPA • Desarrollo de nuevas fuentes de Ingresos a través de nuestra estrategia "Mobile Plus" • Gestión de nuestra Cartera • Una Política Financiera robusta

Los principales acontecimientos del Grupo Vodafone en el ejercicio 2006/07 han sido:

- Más de 200 millones de clientes proporcionales.
- Adquisiciones: acuerdo para adquisición del control de Hutchison Essar en India y Compra de Telsim en Turquía.
- Firma de Alianzas o Acuerdos Estratégicos con YouTube, MySpace, Yahoo! (ampliación de su acuerdo en Europa), Google (Vodafone live! ofrecerá Google Maps para móviles), eBay, etc.

Principales reconocimientos externos a las actuaciones de Responsabilidad Corporativa (RC) del Grupo Vodafone

- Vodafone es la empresa nº 1, desde septiembre de 2006, en el Índice de Responsabilidad Empresarial (AccountAbility Rating), elaborado por AccountAbility y CSRnetwork entre las empresas del "Fortune Global 100".
- Premio 2006 concedido por la Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) al mejor Informe de RC.
- El Informe RC del Grupo Vodafone, ocupa la posición nº 7 en el ranking elaborado por UNEP/Sustainability Global Reporters Survey.
- Dow Jones Sustainability Index 2006 (World y Stoxx): Vodafone ocupa el primer puesto del Sector de las Operadoras de Telecomunicaciones Móviles.



Principales cifras del Grupo Vodafone

(Datos a 31 de marzo de 2007)	2006/07	▲ Respecto 2005/06
Facturación total (millones €)	31.104	+ 5,8%
Ingresos por servicios de datos (millones €)	1.428	+30,1%
EBITDA (millones €)	11.960	+ 1,6%
Free cash flow (millones €)	6.127	-4,5%
Capitalización en el mercado a 31 de marzo (miles de millones €)	71,6	-1,1%
Nº clientes proporcionales (millones)	206,4	+ 21,2%
Dispositivos 3G (millones)	15,9	+ 106,5%
Nº empleados (proporcionales)	66.343	+5,86%

Vodafone en el mundo

Europa

Filiales	Nº clientes (miles)	Datos clave Europa
Albania	955	<ul style="list-style-type: none"> • Facturación (miles de millones €): 24,6 • Contribución a la Facturación del Grupo: 79% • Beneficio Operativo Ajustado (miles de millones €): 5,6 • Contribución al Beneficio Operativo Ajustado del Grupo: 59%
Alemania	30.818	
España	14.983	
Grecia	5.051	
Holanda	3.880	
Irlanda	2.177	
Italia	21.034	
Malta	186	
Portugal	4.751	
Reino Unido	17.411	

EMAPA (Europa del Este, Oriente Medio, África, Asia y Pacífico)

Filiales	Nº clientes (miles)	Datos clave EMAPA
Australia	3.367	<ul style="list-style-type: none"> • Facturación (miles de millones €): 6,4 • Contribución a la facturación del Grupo: 21% • Beneficio Operativo Ajustado (miles de millones €): 3,8 • Contribución al Beneficio Operativo Ajustado del Grupo: 39%
Egipto	5.299	
Hungría	2.163	
Nueva Zelanda	2.244	
República Checa	2.475	
Rumanía	7.954	
Turquía	13.900	

Compañías asociadas (% de participación):

Sudáfrica (50%), Fiji (49,0%), Estados Unidos (44,4%), Francia (44,0%), Kenia (35,0%), Polonia (19,6%), China (3,3%)

Acuerdos de Franquiciado de la Marca Vodafone:

Argentina, Austria, Bahrain, Bélgica, Bermudas, Brasil, Bulgaria, Caribe¹, Chile, Chipre, Colombia, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Guatemala, Honduras, Hong Kong, Indonesia, Islandia, Jersey, Kuwait, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malasia, Méjico, Nicaragua, Paraguay, Perú, Singapur, Sri Lanka, Suecia, Suiza y Uruguay.

¹El listado de islas del Caribe se puede consultar en el Informe Anual del Grupo Vodafone.

Perfil de Vodafone

Vodafone España

¿Qué hacemos? (Datos a 31/03/07)	Aspectos de RC asociados
Red <ul style="list-style-type: none"> Total Estaciones Base: >17.000 Total Centros de Conmutación: 34 (total MSCs: 57) 	<ul style="list-style-type: none"> Consumo de energía Emisiones Radioeléctricas y Salud Generación de Residuos Despliegue de Red
Servicios <ul style="list-style-type: none"> Total llamadas de voz: >30.000 millones minutos Total SMS y MMS: >5.000 Millones Vodafone Passport: 815.000 clientes Roaming: 386 acuerdos con operadores en 168 países 	<ul style="list-style-type: none"> Accesibilidad de los Productos/Servicios Control de Contenidos propios (adultos, "chats"), servicios de localización, privacidad, "spam", etc. Uso Responsable del móvil Tarifas Información a Clientes
Presencia de Marca y Tiendas <ul style="list-style-type: none"> Tiendas propias: 74 Franquicias: 91 Total transacciones al año (en tiendas propias): 800.283 Total personal de tiendas propias: 338 comerciales Atención al Cliente: 353.476 llamadas al día (media) 	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad y Marketing Responsable Reutilización y Reciclado de teléfonos móviles Proveedores Accesibilidad a instalaciones
Empleo <ul style="list-style-type: none"> Nº total empleados: 3.959 Nº de mujeres en plantilla: 1.718 Nº de empleados que reciben ayuda económica familiar: aprox. 1.150 al mes 	<ul style="list-style-type: none"> Conciliación de vida laboral y familiar Beneficios sociales, desarrollo profesional, etc.

Principales Cifras de Vodafone España

(Datos a 31 de marzo de 2007)	2006/07	▲ Respecto 2005/06
Facturación total (millones €)	6.637	+13,3 %
Ingresos por servicios (millones €)	5.992	+13,1 %
Ingresos por servicios de voz (millones €)	5.067	+11,8 %
Ingresos por servicios de mensajería (millones €)	561	+16,8 %
Ingresos por servicios de datos (millones €), excluyendo mensajería	364	+27,5 %
EBITDA (millones €)	2.312	+15,0 %
Nº clientes (miles)	14.893	+10,1%
% clientes de contrato	54,8%	+5,2 p.p.
Dispositivos 3G (millones)	2,89	+ 68,8 %
ARPU medio mensual (€)	35,2	-1,1%

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



Vodafone España lideró durante el pasado año 2006 el crecimiento del sector de la telefonía móvil en España, como consecuencia de una estrategia orientada a entender lo que quieren nuestros clientes, mantener el afán de mejora continua, innovar y mantener el espíritu de equipo.

Los acontecimientos más destacables de Vodafone España durante el ejercicio 2006/07 han sido:

- Lanzamiento de "Oficina Vodafone".
 - Lanzamiento de la primera programación completa de televisión en el móvil con Vodafone live!
 - Lanzamiento de "Digital + Móvil" con Sogecable.
 - Lanzamiento de los servicios de Banda Ancha 3G –HSDPA.
 - Lanzamiento con Sony de "SV", el primer sello discográfico virtual en España.
 - Lanzamiento de "Navega y Habla".
 - Lanzamiento del servicio "Pulsa y Habla".
 - Lanzamiento con Disney de un teléfono para niños.
 - Celebración en Madrid de las Jornadas MOVE 06 (encuentro con aliados estratégicos, colaboradores y empresas de telecomunicaciones) y de las Jornadas de Soluciones de Movilidad Empresarial "Vodafone Business Forum" en Valladolid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Bilbao, Las Palmas y Málaga.
 - Presentación del equipo de Fórmula 1 Vodafone McLaren Mercedes en la Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia.
 - Operadora Oficial de red móvil de la 32ª edición de la America's Cup.
- Por otra parte, cabe destacar:
- Vodafone España **ha adaptado sus tarifas** al nuevo marco legal, con el objetivo de que tengan, a nivel global, un impacto neutro para el cliente. Así, todas las llamadas se tarifican por segundos desde el 1 de marzo de 2007, y el objetivo se ha logrado ya que según los datos facilitados por la CMT, las tarifas de Vodafone España suponen una reducción media del 1% respecto al anterior esquema tarifario, como consecuencia de dicha adaptación.
 - Vodafone España **compartirá con Orange redes 3G** en poblaciones de menos de 25.000 habitantes, con el fin de mejorar la cobertura de ambas operadoras en cerca del 25% y reducir el número de emplazamientos necesario para el despliegue de redes.

Oferta Comercial

Las principales novedades de la Oferta Comercial de Vodafone España durante el ejercicio 2006-07 han sido:

Productos y Servicios para Empresas

- **Oficina Vodafone con tarifa plana empresarial.** Vodafone España ofrece a sus clientes empresa y autónomos "Oficina Vodafone" con una nueva tarifa plana que permite un importante ahorro en el acceso a todas las comunicaciones de la empresa integradas en la infraestructura móvil.

Perfil de Vodafone

Vodafone España

- **"Vodafone Navigator"**. Este completo servicio de navegación móvil GPS, actualizado en tiempo real, para usuarios BlackBerry de Vodafone, está basado en la solución Telmap Navigator.

Productos y Servicios para Particulares

- **Lanzamiento del primer Módem USB para acceder a Internet de banda ancha 3G.** Este nuevo dispositivo "Módem USB Mobile Connect" con tecnología HSDPA a 3,6 MBps ofrece acceso a Internet desde cualquier tipo de ordenador.
- **Lanzamiento de Vodafone Navega y Habla.** Vodafone España ha complementado el lanzamiento del "Módem USB Mobile Connect" con "Navega y Habla", tarifa plana de navegación sin límites en Internet y llamadas a fijos nacionales desde cualquier lugar, cualquier hora y cualquier día de la semana.
- **Lanzamiento del servicio Pulsa y Habla.** Servicio para particulares que permite enviar un mensaje de voz a uno o varios usuarios simultáneamente, de forma similar a un "walkie-talkie", a través de la red GPRS.
- **Lanzamiento de la Tienda de Descargas Online de Vodafone live!** Vodafone España ha lanzado la "Tienda de Descargas Vodafone live!", un nuevo canal que permite a nuestros clientes descargar contenidos de "Vodafone live!" para el móvil a través de Internet.
- **Ampliación del acuerdo entre Vodafone y Yahoo! en Europa.** Ampliación para llevar los servicios de mensajería instantánea tanto a móvil como a PC.
- **Servicios de eBay en el móvil.** La aplicación eBay se integra en los teléfonos de los clientes de Vodafone y permite su descarga gratis en Vodafone live!
- **Acuerdo exclusivo con My Space.** MySpace.com y Vodafone han anunciado un acuerdo exclusivo por el que los clientes de Vodafone pueden acceder a "MySpace Mobile".
- **Google Maps para móviles.** Vodafone y Google se han unido para desarrollar una versión de Google Maps para móviles, ofreciendo mapas fáciles de usar, listados locales, búsquedas locales y navegación.
- **Lanzamiento de "Digital + Móvil".** Vodafone ha lanzado con Sogecable "Digital + Móvil", la primera plataforma de TV de pago que ofrece 10 canales digitales disponibles en todos los móviles Vodafone live! con 3G.
- **Ampliación hasta 25 canales de la oferta de "Vodafone live! TV".** Tras el lanzamiento en mayo de 2006 de "Vodafone live! TV", se ha ampliado la oferta hasta 25 canales temáticos, disponibles en todos los móviles Vodafone con 3G.
- **Campaña de Navidad: Llamadas y videollamadas por 0 céntimos** Vodafone ha ofrecido en su campaña de Navidad 2006 llamadas y videollamadas por 0 céntimos el minuto entre móviles de Vodafone, todos los días de la semana y a cualquier hora, hasta Semana Santa de 2007.
- **Lanzamiento de un teléfono para niños pensado para los padres.** Lanzamiento con Disney del teléfono "Mini Disney D100" que garantiza seguridad, simplicidad y control. (Ver información adicional en Capítulo 4: "Responsabilidad Corporativa y Clientes").



- **Ampliación de la oferta "Mi País".** Vodafone España ha complementado la oferta de "Mi País" con llamadas a precios más reducidos entre clientes de "Mi País" y con una tarifa especial de SMS internacionales. (Ver información adicional en Capítulo 7: "Productos y Servicios Sociales").



Más información en:

www.vodafone.es

Premios y rankings en el ámbito de la RC

- **Premio COCEMFE** por su labor en favor de las personas con alguna limitación/discapacidad (2006). 
- **Premio "Juan Luis Marroquín"** otorgado por la CNSE a Vodafone España por su trabajo a favor del colectivo de personas sordas (2006). 
- **Premio ComputerWorld 2007** en la categoría al Compromiso Social, por el esfuerzo llevado a cabo para minimizar los efectos de la brecha digital, y permitir que los estratos más desfavorecidos se incorporen con pleno derecho a la Sociedad de la Información.
- **Finalista del "Premio a la Mejor Información de Sostenibilidad de las Empresas Españolas"** concedido por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España y la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2007). 

- **Premio de "Actualidad Económica"** al Servicio de Teleasistencia Móvil desarrollado junto con Alares, como Mejor Iniciativa de Innovación, en la categoría RSC (2007).
- **MERCO:** Vodafone España ocupa en la edición 2007 la posición 16 a nivel general (y es la primera filial de las compañías globales con presencia en España).
- Según el Informe 2006 de la Fundación Empresa y Sociedad, Vodafone es la 9ª empresa mejor percibida por su Acción Social en conjunto y ocupa la 6ª posición por su acción social apoyada en Productos y Servicios. 

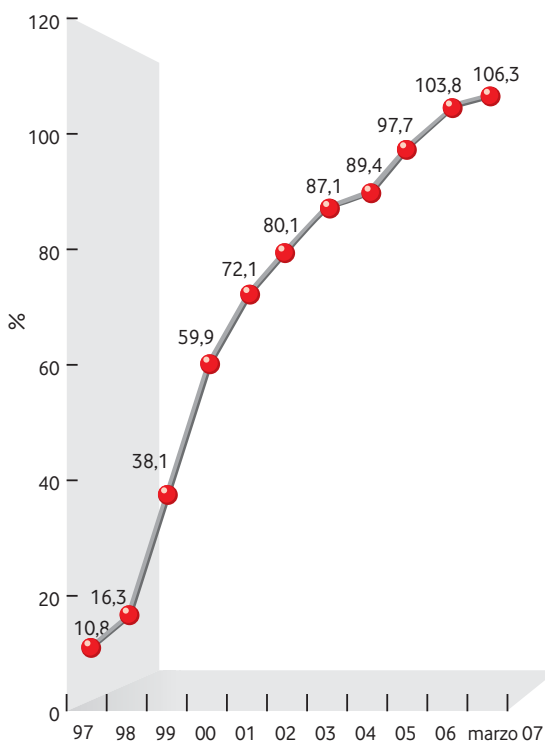
Perfil de Vodafone

Impacto Socioeconómico de la Telefonía Móvil

El desarrollo del acceso a las comunicaciones es la principal oportunidad que tiene Vodafone para ofrecer una contribución significativa a la sociedad. Las telecomunicaciones, y la telefonía móvil en particular, tienen un gran potencial para mejorar las vidas de las personas, proporcionando un mayor desarrollo socioeconómico.

Gráfico 1

Penetración Telefonía Móvil



Fuente: **Cinco Días**, 02/05/07

De acuerdo con las conclusiones del VIII Estudio anual "Trust Barometer" de Edelman, encuesta realizada a 3.100 líderes de opinión que mide la confianza en instituciones, compañías y medios de información en 18 países, la mayor parte de los encuestados en 16 de los 18 países consideraba que las compañías del sector de la telefonía móvil tienen un impacto "más positivo que negativo en la sociedad".

La telefonía móvil, además de ofrecer servicios innovadores, contribuye al crecimiento económico y al desarrollo social. El sector en su conjunto se ha convertido en uno de los principales motores de la economía en España.

Contribución Económica de la Telefonía Móvil

La industria de la telefonía móvil crea de forma directa e indirecta 2,8 millones de empleos en la UE y genera unos ingresos de 83.900 millones a los gobiernos en concepto de impuestos y aportaciones a la Seguridad Social (Fuente: La Razón, 25/02/07).

El teléfono móvil se ha convertido en una herramienta de comunicación imprescindible en la nueva cultura del siglo XXI. El índice de penetración de la telefonía móvil ha crecido de forma espectacular en España en los últimos años, lo que ha permitido consolidar a España como uno de los líderes mundiales en el uso de esta tecnología, incluso por delante de países con un mayor nivel de renta y desarrollo tecnológico como Alemania, Francia, Japón o Estados Unidos (ver Gráfico 1).

Por otra parte, según una reciente encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística, el porcentaje de personas que utiliza el móvil en su vida diaria se sitúa en el 83,3% de la población (ver Gráfico 2).

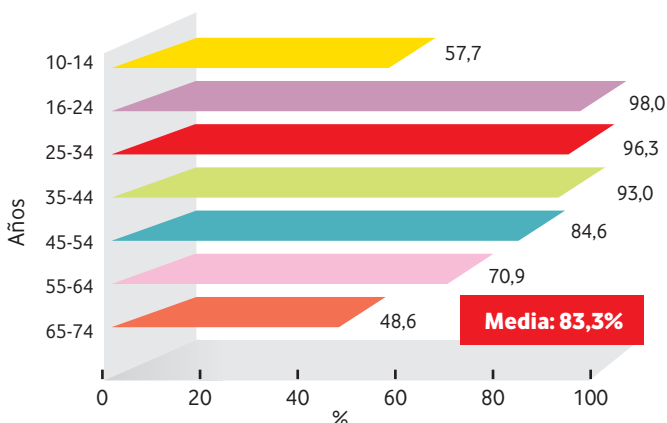
En estas diferencias entre los porcentajes de penetración y de uso, hay que considerar que el INE sólo tiene en cuenta para su análisis general a la población comprendida entre los 16 y los 74 años, aunque el Instituto añade una subencuesta de niños entre 10 y 14 años y, de ellos, el 57,7% tiene un teléfono móvil a su disposición.

La telefonía móvil es, con diferencia, la tecnología más extendida, pero no todos responden a ella de la misma manera. Como casi cualquier otro avance tecnológico, es la juventud la que más uso hace del móvil en una curva que va decayendo según avanza la edad.

Otro factor a considerar en el avance del móvil es la sustitución que se está produciendo sobre la telefonía fija en los hogares españoles. De acuerdo con los datos del INE, por primera vez, las viviendas que sólo

Gráfico 2

% Personas que utiliza el móvil.



Fuente: **Cinco Días**, 02/05/07

Impacto Socioeconómico de la Telefonía Móvil

disponen de móvil han superado a las que únicamente tienen fijo, que caen por debajo del 10%. El dato cobra mayor importancia si se tiene en cuenta que el INE sólo considera en este análisis las viviendas que tienen la consideración de principal, de forma que las segundas residencias (casas de verano, no ocupadas, etc.) quedan fuera del estudio (ver Gráfico 3 de la página 8).

Hasta ahora, la primacía de la línea fija estaba motivada por la banda ancha. Sin par de cobre o red de cable quedaba descartada la posibilidad de una conexión a Internet a alta velocidad. Pero esta realidad ha cambiado. Sin duda, 2006 ha sido el año del 3G/UMTS, la telefonía móvil de tercera generación. Además, gracias a los beneficios que reporta el HSDPA, el acceso a Internet a través de la telefonía móvil irá ganando adeptos en los próximos años, de forma que se prevé que casi la mitad de los usuarios se conectarán a la red a través de sus teléfonos



móviles en 2008, según un estudio realizado por la Asociación Española de Empresas de Consultoría (AEEC).

Buena parte del desarrollo del UMTS en España se debe a Vodafone, que ejerce un claro liderazgo en este segmento. A 31 de marzo de 2007, Vodafone tenía 2,89 millones de dispositivos 3G en el mercado.

Otro tema asociado a la telefonía móvil que cobra cada vez mayor importancia es el de la **portabilidad** (facilidad que permite cambiar de operadora, manteniendo el mismo número). Vodafone España ha liderado los resultados de portabilidad desde el lanzamiento de este sistema, incluso tras la entrada en el mercado de nuevas compañías de móviles durante 2006. Según datos hechos públicos por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en diciembre 2006, la portabilidad en telefonía móvil superó los 10 millones de números portados acumulados, intercambiándose los operadores sólo en el mes de diciembre de 2006 un total de 288.441 números.

Los datos comparativos entre operadoras, según el informe de la CMT con datos históricos, a diciembre de 2006, son los indicados en la siguiente tabla:

MÓVILES EXPORTADOS (Perdidos)	MÓVILES IMPORTADOS (Ganados)	SALDO NETO ACUMULADO
Acumulado (desde 2000): 10.291.328	Acumulado (desde 2000): 10.291.328	
Vodafone: 2.803.107	Vodafone: 3.680.236	Vodafone: + 877.129
Movistar: 3.843.301	Movistar: 4.278.481	Movistar: + 293.753
Orange: 3.503.352	Orange: 2.327.831	Orange: - 1.175.521
Otros(**): 141	Otros(**): 4.780	Otros (**): +4.639
Moviline: 141.427		

(**) Carrefour, Euskaltel y Yoigo.

Contribución Económica de Vodafone España

Un indicador para medir la contribución de Vodafone España a la economía nacional, es el "Valor Añadido de Caja". Este es el valor de las ventas por nuestros productos y servicios, menos el coste de los materiales, componentes y servicios que compramos a nuestros proveedores. La evolución del indicador en los últimos años es muy positiva, habiendo aportado durante el ejercicio 2006/07, 2.546,6 millones de euros (ver Gráfico 4 de la página 8).

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

Valor Económico Directo de Vodafone España (millones €)

- Compras de productos y servicios: 4.619,7
- Impuestos: 726,4
- Retenido para crecimiento: 698,4
- Salarios y bonos: 223,8
- Seguridad Social: 39,6
- Contribuciones a planes de pensiones: 4,5

Vodafone asume su obligación en el pago de impuestos y en el cumplimiento de las normas y disposiciones regulatorias aplicables. Al mismo tiempo, también tenemos una obligación con nuestros accionistas, debiendo maximizar el valor de la acción y gestionar nuestros riesgos financieros y reputacionales; ello incluye minimizar el coste de nuestros impuestos de la misma forma que otros costes del negocio. En este sentido, nuestra posición en lo relativo al intento de cobro por parte de algunos municipios españoles de la tasa de dominio público a las empresas de telefonía móvil, es claramente contraria a dicho intento y coincide con la defendida por la patronal AETIC: el uso público de la telefonía móvil es fundamentalmente el espectro por el cual ya se está contribuyendo a la Administración Central (ver Figura 3 en Capítulo 3: "La Responsabilidad Corporativa en Vodafone").

Contribución Social de la telefonía móvil

Grupo Vodafone

Uno de los objetivos estratégicos de Vodafone es conseguir un fuerte crecimiento en los mercados en desarrollo y emergentes. Actualmente, Vodafone tiene filiales en países en desarrollo tales como Albania, Egipto, Rumanía y Turquía, y presencia en Kenia, Sudáfrica y otros países africanos a través de empresas asociadas.

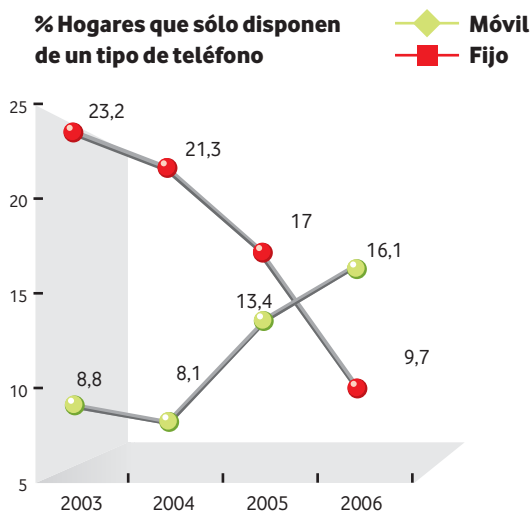
En el año 2005, había 1.400 millones de usuarios de telefonía móvil en mercados en desarrollo y el World Resources Institute (WRI) estima que esta cifra se doblará para el año 2010.

Perfil de Vodafone

Impacto Socioeconómico de la Telefonía Móvil

Gráfico 3

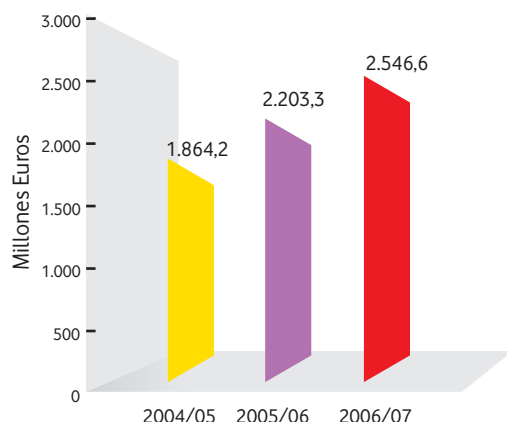
% Hogares que sólo disponen de un tipo de teléfono



Fuente: INE

Gráfico 4

Valor Añadido de Caja de Vodafone España



India es el mercado de mayor potencial de desarrollo en el mundo. Con una población de 1.100 millones de personas, el 87% de ellas no tiene cobertura de telefonía móvil. El Grupo Vodafone ha anunciado planes de inversión de unos 2.000 millones de dólares en India, para mejorar la red y aumentar la cobertura principalmente en zonas rurales.

En países menos desarrollados, se considera que el móvil eleva la productividad porque facilita las gestiones. Por ejemplo, en India la concesión de un microcrédito exige la compra de un móvil, porque se considera que, desde ese momento, la persona tiene oficina. En China, el teléfono móvil es uno de los bienes más preciados para un trabajador porque significa que le puedan llamar por ofertas de empleo y así podrá prosperar.

Según la Conferencia de la ONU para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el teléfono móvil es la única herramienta de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que cuenta con más usuarios en el mundo en desarrollo que en el desarrollado (datos a noviembre de 2006).

No cabe duda que los países del tercer mundo son el próximo gran mercado de la telefonía móvil, pero sus circunstancias requieren que fabricantes y operadoras se adapten a ellos.

Vodafone España

Según el sociólogo Manuel Castells, la telefonía móvil "es el instrumento de comunicación de más rápida difusión en la historia; y la comunicación es la principal actividad humana", indicando que el móvil no ha dado más movilidad, sino más independencia. "La mayoría de las llamadas se realizan desde sitios donde ya existe un teléfono fijo, como la casa o el trabajo. Lo que da el móvil es la capacidad de conectarse, la autonomía personal y la posibilidad de alargar el tiempo de trabajo y de relación social".

Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son un elemento clave para conseguir la inclusión de colectivos vulnerables, como las personas con alguna limitación o discapacidad, los enfermos crónicos o los mayores. Este es precisamente, desde el punto de vista de Vodafone, uno de los papeles fundamentales que deben desempeñar las empresas del sector, con la creación de productos que permitan y faciliten la accesibilidad de estos usuarios. Sobre todo, teniendo en cuenta que la dependencia y el envejecimiento de la población es cada vez mayor. En España hay más de 7,2 millones de personas mayores de 65 años (un 17% de la población) y se espera que para 2050 esta proporción se eleve hasta el 30,8%, por lo que ese año España será el segundo país más envejecido del mundo, tras Japón.

La principal labor para el sector de las telecomunicaciones en materia de accesibilidad es, por tanto, estudiar las nuevas necesidades de la población y trabajar conjuntamente las empresas del sector para responder a ellas. En el Capítulo 7 "Productos y Servicios Sociales" se resumen las principales actuaciones llevadas a cabo por Vodafone España para atender las necesidades de comunicación de colectivos vulnerables.

Más información en:

www.cmt.es

La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

Estrategia de RC y Gobierno Corporativo

Estrategia de RC

Vodafone tiene seis objetivos perdurables a largo plazo, uno de los cuales es **"Ser una Empresa Responsable"** (ver Figura 1 de la página 3). Con el fin de alcanzar dicho objetivo, se ha desarrollado el segundo Plan Estratégico de Responsabilidad Corporativa 2005-10, cuyas prioridades son (ver Figura 1):

- Mantener los más altos niveles de Comportamiento Ético.
- Entender y responder a las expectativas prioritarias de nuestros Grupos de Interés, estableciendo Normas Operativas Coherentes con dichas expectativas.
- Hacer énfasis en tres áreas clave: Responsabilidad con nuestros Clientes, Reutilización y Reciclado de Teléfonos Móviles, y Eficiencia Energética y Cambio Climático.
- Utilizar el potencial de la telefonía móvil para ampliar la Accesibilidad de los colectivos vulnerables.

Tomando como base el Plan Estratégico 2005-10, anualmente se establece el correspondiente Programa de Responsabilidad Corporativa, en el que se consideran los distintos riesgos y oportunidades identificados a través de los canales establecidos para la comunicación con nuestros Grupos de Interés.

RC en el Grupo Vodafone

El Comité Ejecutivo del Grupo Vodafone es responsable de la política y gestión de la RC, analizando periódicamente los temas prioritarios a tratar. La Directora de Responsabilidad Corporativa del Grupo Vodafone depende del Director de "Corporate Affairs" del Grupo, el cual es el miembro del Comité Ejecutivo responsable de la RC.

RC en Vodafone España

En Vodafone España, la responsabilidad general de la RC recae en el Consejero Delegado, apoyándose en el Comité Institucional, que realiza la aprobación del Programa RC y de los objetivos anuales.

La gestión y coordinación del Programa de RC, y el seguimiento periódico de sus objetivos es efectuado por la Unidad de RC, reportando periódicamente al Comité Institucional a través del Director de Relaciones Institucionales, del cual depende.

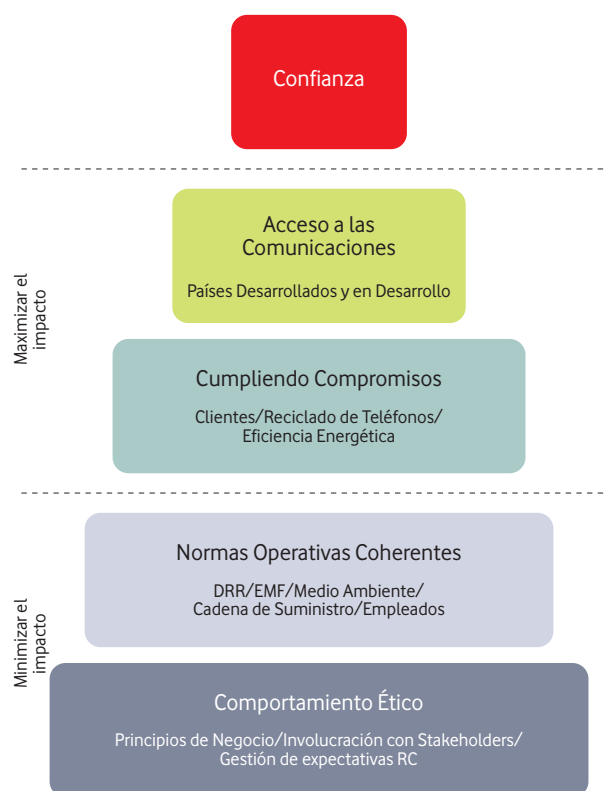
Actualmente, todos los altos directivos de Vodafone España (ver organigrama adjunto) son nacionales.

Medida de la Gestión de la RC

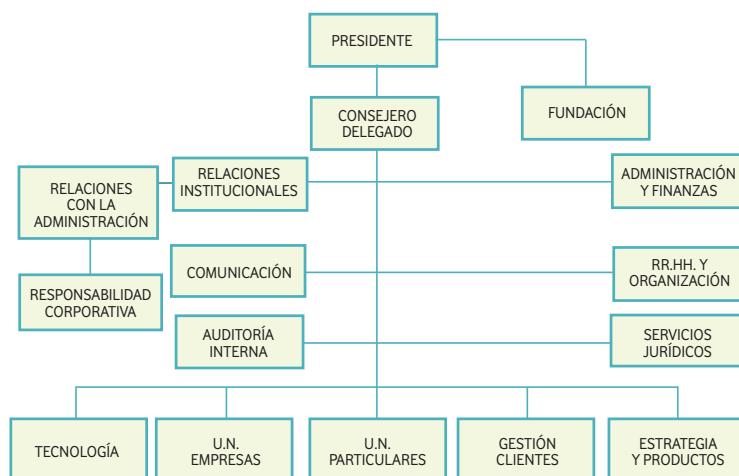
Trimestralmente se realiza el seguimiento de los KPI's (Key Performance Indicators), tanto cualitativos como cuantitativos, establecidos en el Sistema de Gestión de la RC de Vodafone, verificando el Director de Relaciones Institucionales la idoneidad de los datos.

Estos KPI's contemplan todos los aspectos significativos de la Estrategia y Programa de RC, y sobre ellos se definen los objetivos anuales, que a su vez están incluidos en el Cuadro de Mando Integral de la Compañía. Además, el seguimiento y cumplimiento de los objetivos establecidos se comunica trimestralmente al Grupo Vodafone.

Figura 1
Plan Estratégico RC 2005-10.



Estructura Organizativa de Vodafone España



La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

Estrategia de RC y Gobierno Corporativo

Figura 2

Principios de Negocio

- Creación de Valor.
- Política Pública.
- Comunicaciones.
- Clientes.
- Empleados.
- Conducta Individual.
- Medio Ambiente.
- Las Comunidades y la Sociedad.
- Salud y Seguridad.
- Socios Comerciales y Proveedores.

Figura 3

Extractos del Código de Conducta sobre Impuestos de Vodafone

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

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

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

Figura 4

Políticas sobre Soborno y Corrupción

Nuestros Principios de Negocio establecen una política de tolerancia cero en asuntos de soborno y corrupción y por ello:

“Esperamos que todos los empleados actúen de una manera honesta, justa y con integridad.

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

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

Más Información en:

www.vodafone.com/responsibility
www.vodafone.es/responsabilidad

Por otra parte, Vodafone España dispone de un **Sistema de Gestión Ambiental y un Sistema de Calidad** certificados según ISO 14001 e ISO 9001, respectivamente. Estos sistemas se mantienen actualizados y certificados mediante las correspondientes auditorías de seguimiento por Entidades de Certificación Acreditadas.

Comunicación Interna

Para lograr y aumentar la concienciación de nuestros empleados en temas de Responsabilidad Corporativa, realizamos constantes actividades de comunicación, haciendo llegar los mensajes de RC a nuestros empleados y poniendo a su disposición la información de RC relevante. Así, el Programa de Comunicación Interna de Responsabilidad Corporativa incluye, entre otras, las siguientes acciones:

- Distribución del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España a todos los empleados de la Compañía.
- Información anual sobre las actividades de RC desarrolladas por el Grupo Vodafone.
- Mantenimiento del “microsite” sobre RC en la Intranet.
- Dirección de correo electrónico específica para opiniones, sugerencias procedentes de empleados, etc.
- Inclusión de noticias sobre RC en los canales de Comunicación Interna más adecuados según el tipo de información.

Gobierno Corporativo

Dado que Vodafone España está participada al 100% por el Grupo Vodafone, le aplican todas las políticas y actuaciones que, relativas a Gobierno Corporativo, tiene establecidas el Grupo Vodafone tales como sus Principios de Negocio, el Código de Conducta sobre Impuestos, la Política Antisoborno y Anticorrupción, etc. (ver Figuras 2, 3 y 4).

El Consejo de Administración de Vodafone cuenta con unos altos niveles de Gobierno Corporativo, que son críticos para la integridad de nuestro negocio y para mantener la confianza de los inversores en nuestra compañía.

El Consejo de Administración de Vodafone España, S.A. está formado por:

- Presidente: D. José Manuel Entrecanales (Consejero Independiente no ejecutivo).
- Consejero Delegado: D. Francisco Román.
- Consejero: D. Julián Oncina.
- Secretario no Consejero: D. Pedro Peña.

Vodafone España cumple todas las pautas establecidas para evitar conflictos de intereses, de política anticorrupción y remuneraciones de directivos, contenidas en el Manual de Gobierno Corporativo de Vodafone.

La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

Estrategia de RC y Gobierno Corporativo

Por su parte, el Comité de Auditoría está compuesto por:

- D. Francisco Román.
- D. Julián Oncina.
- Mr. John Otty.
- Secretario no miembro: Marta López.

Ética y Principios de Negocio

El éxito del Grupo Vodafone depende de nuestro compromiso en cuidar la forma en que gestionamos el negocio y en cómo interactuamos con nuestros Grupos de Interés (Accionistas, Empleados, Clientes, Aliados Estratégicos y Proveedores, Administraciones Públicas y Reguladores, Comunidades, Creadores de Opinión y Conocimiento, y Sociedad en general).

En nuestros Principios de Negocio se recogen las líneas de actuación que deben tener en cuenta todas las personas que desarrollan su labor en la Compañía, requiriendo que se actúe de forma honesta, con integridad y justicia (ver Figura 2).

Los Principios de Negocio forman parte del programa de acogida de los empleados y su firma, y por tanto el compromiso de cumplimiento, es un requisito en la firma del contrato.

Mecanismos de los empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones a los Órganos de Gobierno

Los empleados pueden proponer a los Directores de Área incluir en los Comités, para información o decisión, diferentes temas de relevancia. Para ello, deben ponerse en contacto con el Director de Gestión de Programas del Consejero Delegado (una de cuyas funciones es la planificación de los Comités Ejecutivos, Comité de "Business Update" y Comités Ejecutivos Extendidos) para solicitar su inclusión en la agenda de los Comités (ver Figura 5).

Ley Sarbanes-Oxley:

La "Sarbanes-Oxley Act" de 2002 es la Ley Federal de los Estados Unidos de América que surgió en respuesta a una serie de escándalos corporativos contables en los que se vieron envueltas algunas grandes corporaciones y que desencadenaron una pérdida de confianza en los mercados financieros.

Esta Ley tiene un alcance muy amplio, con la finalidad de reforzar los mecanismos de Gobierno Corporativo y la información financiera de las sociedades que cotizan en bolsa en los Estados Unidos, como es el caso del Grupo Vodafone, que lo hace en la New York Stock Exchange (NYSE).

La Sección 404 de esta Ley exige la documentación, evaluación y certificación de la eficacia de los controles y procedimientos internos en lo referente a la información financiera contenida en los estados financieros consolidados del Grupo Vodafone; asimismo, requiere la certificación de los auditores externos al cierre de ejercicio. El Grupo Vodafone tiene la obligación de cumplir con carácter anual con esta Ley a partir del cierre del ejercicio finalizado el 31 de marzo de 2007.

Figura 5

Comités de Decisión

Vodafone España tiene establecidos los siguientes Comités de Decisión:

- **Comité Ejecutivo:** semanal. Es el órgano máximo de toma de decisiones al nivel operativo ordinario/interno de la gestión diaria.
- **Comité Ejecutivo Extendido:** quincenal. Sesiones monográficas para el examen en profundidad de áreas clave del negocio, tales como el Plan de Productos y Servicios, los Costes de Adquisición y Retención, la Satisfacción de Clientes, etc.
- **Comité de "Business Update":** su propósito es asegurar que todo el equipo de dirección mantiene una visión actualizada y compartida sobre la marcha del negocio en todos sus aspectos fundamentales. En este Comité se realiza el seguimiento periódico de las Iniciativas Clave y de los KPLS asociados a las prioridades estratégicas de la Compañía.
- **Comité Institucional:** tiene como objeto la revisión y toma de decisiones sobre temas Jurídicos y de Regulación, Relaciones Institucionales, Despliegue de Red, Responsabilidad Corporativa y proyectos de la Fundación.
- **Comité de Inversiones o Project Prioritisation Board (PPB):** es responsable de la revisión y aprobación del plan operativo y presupuesto virtual, resolución de conflictos en la asignación de fondos o priorización de proyectos, aprobación de líneas de actuación y seguimiento de proyectos.
- **Comité de Productos:** es responsable de la coordinación y seguimiento de todas las fases del proceso de desarrollo de productos de la compañía. La revisión trimestral del Plan de Productos de la Compañía, aprobada en este Comité, se presenta en el Comité Ejecutivo Extendido de Productos y Servicios.
- **Comité de Fraude:** su propósito es asegurar que las diferentes áreas de la compañía, a través de los interlocutores representados, mantengan una visión actualizada y compartida para identificar y prevenir riesgos en materia de fraude y seguridad que pudieran afectar a los ingresos, imagen y reputación de Vodafone España. Este Comité también pretende crear y fomentar una cultura de seguridad entre los empleados. Igualmente, en el mismo se revisa el grado de cumplimiento de aquellas acciones, políticas y procedimientos que en materia de fraude afecten al desarrollo del negocio.
- **Comité de Crisis:** órgano encargado de gestionar cualquier situación de crisis que se pueda declarar.

La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

Estrategia de RC y Gobierno Corporativo

Durante el ejercicio 2006-07, Vodafone España ha llevado a cabo la documentación y la prueba de la operación de los controles de los Procesos de Negocio y de los entornos de control de Tecnología de la Información en dos etapas: una fase preliminar comenzada a mitad del ejercicio y una fase final en la que se realizó una evaluación de la efectividad, tanto en diseño como en operación, de los procesos y controles implantados para acreditar que los riesgos relevantes están debidamente mitigados y asegurar así el cumplimiento de esta Ley.

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

“Key Control Questionnaire” (KCQ): herramienta de control y mejora en la gestión

Para confirmar el funcionamiento de los controles operativos y financieros asociados a los Procesos de Negocio de la Compañía, Vodafone España emplea una herramienta de autoevaluación, denominada “Key Control Questionnaire” (KCQ), constituyendo uno de los elementos clave de monitorización del Sistema de Control Interno empleado con carácter anual.

Adicionalmente, al cierre del ejercicio 2006-07, el KCQ se ha utilizado como complemento de la revisión de Sarbanes-Oxley, para confirmar la efectividad en operación al cierre del ejercicio de los controles evaluados de acuerdo con la sección 404 de dicha Ley.

Fraude y Corrupción

Considerando tanto los criterios generales establecidos por el Grupo Vodafone como los estándares que sobre mejores prácticas se realizan con respecto al control sobre el riesgo de corrupción derivado del cumplimiento de los requisitos asociados a la Ley Sarbanes-Oxley, con fecha de 1 de septiembre de 2006 se constituyó en Vodafone España el Departamento de Fraude, Riesgo y Seguridad, teniendo como una de sus funciones el control del fraude.

A principios de 2007 se aprobó en el Comité de Fraude de Vodafone España (en el que se encuentran representados integrantes de los departamentos de Auditoría Interna, Gestión de Clientes, Asesoría Jurídica, Aseguramiento de los Ingresos, y Fraude, Riesgo y Seguridad) el Mapa de Riesgos en el cual se identifican aquellos escenarios posibles de fraude y corrupción.

Dicho informe está alineado con los controles establecidos a través de Sarbanes-Oxley para la Gestión de Riesgos de Fraude y el mismo tiene una revisión anual con objeto de actualizar los escenarios de riesgo contemplados.

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

Desde la implantación del anteriormente citado Mapa de Riesgos no se han registrado incidentes de corrupción en Vodafone España.

La RC en Vodafone Involucración con los Grupos de Interés

La importancia de la RC en las empresas

Según el estudio publicado en noviembre de 2006 por la Confederación Española de Consumidores y Usuarios (CECU), más del 55% de los españoles elegiría marcas responsables, incluso si el precio fuera superior. Al mismo tiempo, la mayoría de los entrevistados declara no disponer de suficiente información para realizar las compras de forma responsable; sin embargo, es pequeño el porcentaje de ellos que reconoce buscar este tipo de información de forma activa.

En esta misma encuesta, se valora muy positivamente el papel de las ONG's, a las que califican como entidades que infunden una mayor confianza, mientras las empresas les ofrecen menor confianza. Por otra parte, de acuerdo con las conclusiones del VIII Estudio anual “Trust Barometer” de Edelman las empresas

inspiran más confianza a los líderes de opinión que los Gobiernos o los medios de comunicación. Según el presidente de Edelman, “las empresas han visto un rebrote de confianza por el fuerte crecimiento de la economía, por las consecuencias concretas de incorrectos comportamientos ejecutivos, y una mayor celebridad para resolver problemas sociales” (ver pág. 6 “Impacto socioeconómico de la Telefonía Móvil” en Capítulo 2).

Identificación de las expectativas de nuestros Grupos de Interés

Durante los últimos años hemos puesto en marcha canales y mecanismos para comunicarnos e involucrarnos con nuestros Grupos de Interés (GI). Para ello, hemos potenciado la utilización de encuestas, así como la realización de entrevistas y encuentros para tratar los diversos temas de RC que preocupan a cada uno de ellos y de esta forma estar en disposición de abordarlos posteriormente con mayor probabilidad de éxito.

Los resultados de estos procesos de identificación de sus expectativas, permiten centrarnos en el presente Informe en los

La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

Involucración con los Grupos de Interés

temas de RC que ellos consideran prioritarios para ser abordados por una empresa de servicios de comunicaciones móviles.

Tras el proceso de identificación de nuestros Grupos de Interés llevado a cabo en ejercicios anteriores, durante el ejercicio 2006-07 hemos continuado midiendo de forma periódica sus expectativas y opiniones, potenciando y mejorando los distintos canales utilizados (ver Figura 6).

Por otra parte, otro de los pilares utilizados por Vodafone España para la identificación de los temas de RC prioritarios a acometer, es el proceso de involucración realizado por el Grupo Vodafone, que consiste en la utilización a nivel global de algunos de los canales de comunicación establecidos en la Figura 6 (encuentros con Grupos de Interés, "focus groups", participación en asociaciones, encuestas de opinión, etc.). El Grupo Vodafone ha potenciado el proceso de diálogo sobre temas específicos, de forma tal que se trata de identificar soluciones concretas en colaboración con los Grupos de Interés (ver información adicional en el Informe del Grupo Vodafone 2006-07 www.vodafone.com/responsibility).

Como ejemplo de los Programas de Involucración con Grupos de Interés cabe destacar el Programa Empresas-Parlamentarios.

Durante el ejercicio 2006-07 hemos venido desarrollando nuevos Programas Empresas-Parlamentarios en colaboración con el Círculo de Empresarios, con resultados altamente satisfactorios. El programa, llevado a cabo en sesiones mensuales de octubre de 2006 a mayo de 2007, comprende aquellas partes esenciales para la comprensión de nuestro negocio, como son:

Principales Foros/ Asociaciones, relacionadas con la RC, en los que Vodafone ha estado involucrado durante el ejercicio 2006-07:

- Grupo de Alto Nivel sobre Uso Más Seguro del Móvil (Auspiciado por la UE)
- GSM Association
- GeSI (Global e-Sustainability Initiative)
- MPPI (Mobile Phone Partnership Initiative)
- MMA (Mobile Marketing Association)
- BSR (Business for Social Responsibility)
- WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)
- CSR Europe
- Club de Excelencia en Sostenibilidad
- AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España)
- ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones)
- Fundación Empresa y Sociedad



Figura 6

Canales de comunicación con nuestros Grupos de Interés

	Accionistas, Inversores y Entidades Financieras	Clientes	Empleados	Aliados y Proveedores	Adm. Públicas y Regulador	Propietarios/ Comunidades	Creadores Opinión/ Conocimiento	Sociedad y Público General
Plan Estratégico de RC de Vodafone	x	x	x	x	x	x	x	x
Encuestas de Opinión/ Percepción		x	x			x		x
Reclamaciones de Clientes		x						
Reuniones con Organizaciones del sector				x	x		x	
Participación en actos y foros de RC				x	x	x	x	x
Página web RC	x	x	x	x	x	x	x	x
Seguimiento Medios Comunicación	x	x		x	x	x	x	x

La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

Involucración con los Grupos de Interés

- Presente y Futuro de las Telecomunicaciones Móviles
- Planificación y Despliegue de Red, Desarrollo de Productos y Servicios
- Proceso de Atención de Clientes
- Regulación y demás aspectos legales de las telecomunicaciones como seguridad y privacidad
- Responsabilidad Corporativa
- Fundación Vodafone

Responsabilidad Corporativa y Telefonía Móvil

• ¿Cuál es la situación de este tema?

A mi entender, la telefonía móvil, y en este caso Vodafone, asumen una destacada responsabilidad en la relación y comunicación entre las personas, tanto en el ámbito familiar, como laboral, institucional o cualquier otro de relación social. Muy especial mención merecen las posibilidades de mejorar las condiciones de integración de colectivos con especiales dificultades como mayores, discapacitados, mujeres víctimas de la violencia de género, etc. Todos ellos, a través de la telefonía móvil, tienen mejores posibilidades de atención. Como muestra de estas posibilidades, me parece interesantísima la campaña que ha desarrollado Vodafone de programas de tarifas para inmigrantes, facilitándoles las comunicaciones con sus países de origen.

• ¿Cómo está actuando Vodafone en este aspecto?

Entiendo que, por todo ello, Vodafone se está comportando adecuando su negocio a todas estas manifestaciones de nuestra vida social en las que puede incidir de manera que beneficie, no sólo a sus clientes sino también a cualquier persona o colectivo.

• ¿Qué otras acciones podría realizar Vodafone España?

Creo que, como objetivos a los que se debería prestar especial atención, puedo señalar los siguientes, en los que me consta que ya se está trabajando con eficacia:

- Transparencia en la información sobre tarifas y su publicidad.
- Restricción del acceso de los menores a los contenidos para adultos.
- Insistencia en la información sobre los presuntos riesgos para la salud de la telefonía móvil y sus instalaciones.
- Mecenazgo de actividades dirigidas a acercar las nuevas tecnologías a los colectivos más distanciados de ellas.



José Ramón Calpe
Diputado por Castellón

En la edición del programa en este ejercicio, y siempre con el objetivo de acercar el ámbito empresarial a los que tienen la responsabilidad de legislar, se ha intercambiado información de interés para los parlamentarios, al facilitar contactos entre los parlamentarios españoles y los del Reino Unido. Contactos promovidos a través del Grupo Vodafone, dado el ámbito global de nuestra empresa, y la necesaria comunicación corporativa con las autoridades legislativas en el mencionado ámbito europeo.

Como actividades futuras se han iniciado Programas de acercamiento a otros Grupos de Interés como son los del ámbito judicial. Además, se ha participado en foros y eventos de la Administración relacionados con la telefonía móvil y, en general, aquellas actividades donde la comunicación e información constituyen un objetivo prioritario.



La Responsabilidad Corporativa en Vodafone

Involucración con los Grupos de Interés

Prioridades para nuestros Grupos de Interés y líneas de actuación

Con la información extraída de los diferentes canales de comunicación establecidos con nuestros Grupos de Interés, se realiza una priorización de las expectativas mediante el correspondiente Análisis de Riesgos, de forma tal que se identifican los temas más relevantes para ser tratados dentro de nuestro Programa anual de Responsabilidad Corporativa, temas que son contemplados además en el Informe de Responsabilidad Corporativa (ver Figura 7).

Según el Análisis de Riesgos realizado a fecha 31 de marzo de 2007, las prioridades de nuestros Grupos de Interés son las siguientes:

- Desarrollo de Productos y Servicios con alto valor Social.
- Comunicación clara y transparente de Precios y Tarifas.
- Despliegue Responsable de Red/Impacto en el Medio Ambiente.
- Reciclado y Reutilización de Teléfonos Móviles.
- Comunicación en temas de Telefonía Móvil y Salud.
- Uso Responsable y Control de Acceso a Contenidos.
- Publicidad/Marketing Responsable.
- Cadena de Suministros: Compras Éticas/Responsables.

En definitiva, nuestro enfoque en la Gestión e Informe sobre Responsabilidad Corporativa consiste en centrarse en los temas más importantes para nuestros Grupos de Interés, alineándonos con los Principios de la Norma AA1000AS: Integridad, Relevancia y Respuesta Adecuada (ver página 70 del Capítulo 16).



Figura 7

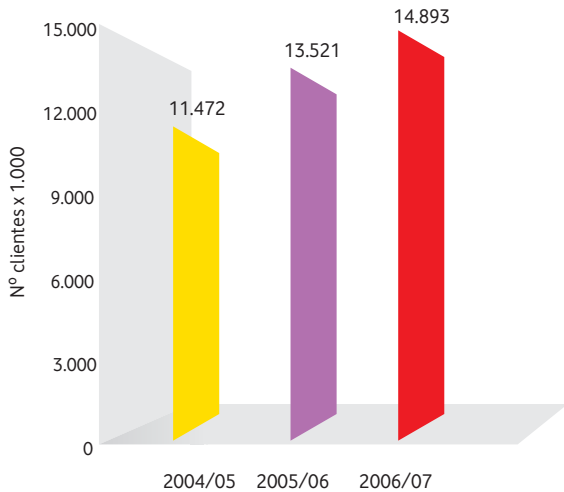
Respuesta a las expectativas sobre RC de nuestros Grupos de Interés

¿Cuáles son las expectativas sobre RC?	Principales GI afectados	¿Qué hacemos?
Ética y Gobierno Corporativo	Accionistas, Administraciones Públicas, Creadores de Opinión, Sociedad y Público en General, Empleados	Ver Capítulo 3: "La Responsabilidad Corporativa en Vodafone"
Relativas a Clientes: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Responsable • Tarifas y precios • Uso Responsable del móvil: Control de Contenidos para adultos, Spam, SMS Premium, servicios de localización, seguridad en la conducción... • Privacidad de datos • Incidencias y Reclamaciones • Calidad de Servicio • Atención al Cliente • ... 	Clientes, Sociedad y Público en General, Creadores de Opinión, Administraciones Públicas y Regulador	Ver Capítulo 4: "Responsabilidad Corporativa y Clientes"
Satisfacción e Implicación de Empleados	Empleados	Ver Capítulo 5: "Responsabilidad Corporativa y Empleados"
Comportamiento Socio-Laboral y Medioambiental de los Suministradores	Aliados y Proveedores, Creadores de Opinión, Sociedad y Público en General	Ver Capítulo 6: "Responsabilidad Corporativa y Proveedores"
Telefonía Móvil y Salud	Sociedad y Público en General, Clientes, Administraciones Públicas y Regulador, Creadores de Opinión, Propietarios y Comunidades de vecinos	Ver Capítulo 9: "Telefonía Móvil y Salud"
Productos y Servicios Sociales y Acción Social	Clientes, Sociedad y Público en General, Creadores de Opinión, Administraciones Públicas	Ver Capítulo 7: "Productos y Servicios Sociales" y Capítulo 8 "Fundación Vodafone España"
Impacto Medioambiental: <ul style="list-style-type: none"> • Despliegue Responsable de Red • Energía y Cambio Climático • Residuos y Sustancias que Agotan la Capa de Ozono • Reciclado y Reutilización de Teléfonos Móviles 	Sociedad y Público en General, Administraciones Públicas, Creadores de Opinión, Propietarios y Comunidades de vecinos, Clientes	Ver Capítulo 10 "Despliegue Responsable de Red", Capítulo 11 "Energía y Cambio Climático" y Capítulo 12 "Residuos"

Responsabilidad Corporativa y Clientes

Gráfico 1

Nº Clientes



La reputación de Vodafone depende, entre otros aspectos, de nuestra capacidad para lograr y aumentar la confianza de nuestros clientes, y su fidelidad es vital para conseguir que nuestra Compañía tenga éxito. En este capítulo se exponen todos aquellos temas de RC que son importantes para lograr e incrementar su confianza, incluyendo, entre otros, la claridad de precios y tarifas, la idoneidad del material de marketing y publicidad, el fomento del uso responsable del móvil, la calidad del servicio que ofrecemos (atención al cliente y calidad de red), etc.

Todas estas actuaciones contribuyen a captar y fidelizar clientes, cuya evolución se muestra en el Gráfico 1.

Figura 1



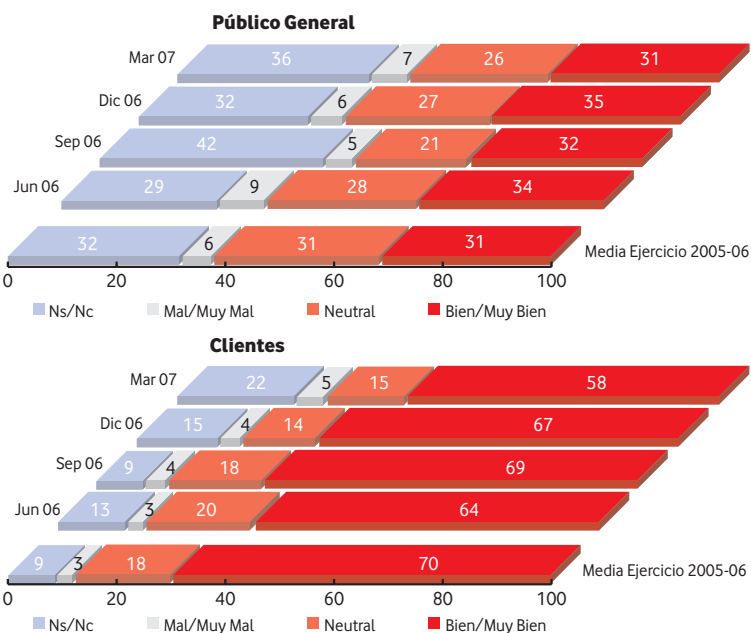
¿A qué nos comprometimos?

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

Gráfico 2

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

Publicitar sus productos y servicios de una forma responsable (veraz, legal, honesta y leal)"



¿Qué hemos hecho?

Marketing Responsable

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

Durante el ejercicio 2006-07, Vodafone España desarrolló un curso de formación "on-line" sobre Marketing Responsable, dirigido al personal de Marketing, de Ventas, de Servicios Jurídicos y de Responsabilidad Corporativa, que suponen cerca de 300 empleados (ver Figura 1).

Por otra parte, hemos continuado con la realización de encuestas a clientes y público general para determinar su opinión en cuanto a nuestras actividades en Marketing Responsable (ver Gráfico 2).

Comunicación a Clientes en temas de RC

Durante el pasado ejercicio, se han realizado comunicaciones a clientes sobre diversos temas de Responsabilidad Corporativa (Informe de RC, Productos y Servicios Sociales, Control de Acceso a Contenidos, Tarifas, Medio Ambiente, etc.) tanto a través de notas de prensa, como en la información que acompaña a la factura (ver Figuras adjuntas).

Cumplimiento de Códigos de Publicidad y Marketing

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

Vodafone España pretende estar entre las empresas del sector que protegen en mayor medida al consumidor, teniendo como objetivo informar positivamente de las características de cada campaña y sin incurrir en publicidad engañosa.

Vodafone España es miembro de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol). Esta asociación sin ánimo de lucro, creada en 1995, se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitario español (ver Figura 2).

Los consumidores se benefician de este sistema de autorregulación, enfocado a garantizar una publicidad responsable a través de un sistema gratuito de reclamaciones, que resuelve de forma ágil y eficaz un jurado formado por expertos independientes. La industria de la publicidad también se beneficia al disminuir los actos de competencia desleal.

El sistema de resolución de controversias de Autocontrol es el único organismo privado español que ha sido reconocido por la Comisión Europea por cumplir los requisitos y principios de independencia, transparencia, eficacia, legalidad, libertad de elección y derecho de representación por parte del consumidor, establecidos en la Recomendación 98/257/CE. De esta forma, Autocontrol fue incorporada en el año 2000 a la Red EJE (Red Extra-Judicial Europea) de la Comisión.

A lo largo del ejercicio 2006-07, Vodafone España ha recibido únicamente tres sentencias firmes resolutorias por incumplimientos en materia publicitaria, que representan una cantidad extremadamente reducida si se tiene en cuenta que Vodafone España está incluida entre las 10 principales entidades por volumen de publicidad:

- 2 de ellas por expedientes interpuestos por la Comunidad de Madrid, con cuantías de 7.500 euros y 15.000 euros.
- Otra interpuesta por Autocontrol, que no llevaba asociada cuantía económica alguna.

Protección de Datos de Clientes

Nuestros clientes nos confían información personal y confidencial de sus comunicaciones privadas. La forma en que manejamos esa información es vital para ganar su confianza.

Notas de Prensa sobre RC (ejercicio 2006-07):

- 17 Notas de Prensa sobre Acción Social
- 6 Notas de Prensa sobre Productos y Servicios Sociales
- 2 Notas de Prensa sobre Control de Acceso a Contenidos
- 1 Nota de Prensa sobre Despliegue Responsable de Red
- 1 Nota de Prensa sobre el Informe de RC 2005-06



Información de Factura (junio 2006)



Información de Factura (diciembre 2006)



Información de Factura (enero 2007)

Figura 2

Códigos de Autocontrol

Como miembro de la Asociación Autocontrol, Vodafone España asume los siguientes Códigos Éticos desarrollados por esta Asociación:

- **Código de Conducta Publicitaria** basado en el Código Internacional de Prácticas Publicitarias de la Cámara Internacional de Comercio (ICC International Code of Advertising Practice) y en sus principios básicos de veracidad, legalidad, honestidad y lealtad de las comunicaciones comerciales.
- **Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva** (Confianza "On-line") que abarca las comunicaciones comerciales y los aspectos contractuales en las transacciones comerciales con consumidores realizadas a través de Internet y otros medios electrónicos, sin olvidar la salvaguarda de la protección de datos personales.

Responsabilidad Corporativa y Clientes

Código Ético por la Libertad de Expresión en Internet

Vodafone, junto con las empresas de tecnología más significativas a nivel mundial (Google, Microsoft, Yahoo!, etc.), y en colaboración con instituciones académicas, fondos de inversión éticos y organizaciones de Derechos Humanos y libertad de prensa, está redactando un Código Ético por la Libertad de Expresión en Internet, cuyo objetivo es "salvaguardar el derecho a la libre expresión y la privacidad de los usuarios de la Red".

Además de establecer las actuaciones pertinentes para asegurar el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos personales, Vodafone España está implementando la nueva Política de Privacidad del Grupo Vodafone, en virtud de la cual la Compañía está adoptando compromisos y actuaciones en relación al tratamiento de los datos personales de clientes, empleados y otras personas físicas, en el desarrollo de sus funciones. Asimismo, Vodafone cuenta con un Comité de Protección de Datos, compuesto por miembros de diversas áreas de la Compañía, encargado de velar por el cumplimiento de la Política, así como de informar y promover el mismo.

Por lo que respecta a los aspectos de privacidad de datos en la red, Vodafone está colaborando en la redacción de un Código Ético por la Libertad de Expresión en la red (ver Cuadro adjunto).

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

Tabla 1

Políticas sobre contenidos propios	
Clasificación de Contenidos y Servicios	En función de la edad, restricción de contenidos clasificados de acuerdo a la legislación y normativa nacional, y contenidos clasificados por edades aprobados por el Comité de Dirección de la Política de Contenidos.
Política de Contenidos de Vídeo y Audio	Cualquier contenido con restricción de edad (+18) se encuentra bloqueado por defecto para los usuarios de Vodafone. Solo los clientes con un PIN ADULTO (proporcionado previa verificación de la edad) pueden tener acceso a ellos.
Clasificación de Juegos y Categorización	Todos los juegos se han valorado de acuerdo a PEGI (Pan European Game Information) y se ha incluido texto informativo en el terminal y en la Web.
Servicios de Chat	Se han publicado las Guías de Chat en la Web y en el terminal. Las salas de Chat público están premoderadas por supervisores.
Controles de Acceso a Contenidos para Adultos	Hemos implantado todos los requisitos de la Política relativos a Contenidos Vodafone live! ("on net") y a los filtros "off-net" (fuera de Vodafone live!).
Música	Las pistas etiquetadas no se permiten en nuestro portal Vodafone live! La productora de música es responsable de la aprobación o el rechazo de cualquier pista y son los que implementan las Políticas editoriales de contenidos.
"Spam" y Comunicaciones Maliciosas	Nuestra plataforma filtra el "spam" en los correos entrantes y en el tráfico de mensajería unificada. Permite las listas negras en tiempo real e incluir empresas o compañías en listas blancas aunque se tenga constancia de que son fuentes de "spam". Protección contra fraude (dos niveles de protección), Protección de virus y consumo con dos Antivirus independientes.
Localización	No están disponibles los sistemas de localización de niños ni de amigos, sólo los Puntos de Interés. Se solicita el consentimiento del usuario una vez por sesión.

Uso Responsable del Móvil

Nuestros clientes pueden acceder a una amplia gama de productos y servicios que incluye mensajes multimedia, descargas de juegos, música, fotos, videoclips, acceso a Internet y a la televisión móvil. Nuestro objetivo es asegurar que los clientes estén satisfechos tanto con nuestros productos y servicios, como con los controles que implantamos para que se pueda realizar una utilización responsable de los mismos. Para ello, Vodafone ha establecido una serie de Políticas sobre Contenidos Propios (ver Tabla 1).

Control de Contenidos, "Chats" y "Blogs"

En palabras de la Comisaria Europea de la Sociedad de la Información, Viviane Reding, "la protección de los menores en lo que respecta a la telefonía móvil es responsabilidad de todos los actores del sector: empresas, asociaciones de protección de la infancia y organismos públicos. Cuanto más eficaz sea la autorregulación, la intervención del Estado será menos necesaria".

En este sentido, Vodafone firmó en febrero de 2007 el Convenio de Autorregulación denominado "Marco europeo para un uso más seguro del móvil por niños y adolescentes". Mediante la firma de este convenio, Vodafone se compromete a:

- Promover la clasificación del contenido que se recibe a través del móvil, de acuerdo con modelos nacionales de decoro.
- Patrocinar campañas de sensibilización para padres e hijos.
- Tratar de controlar el acceso por menores a contenidos para adultos.
- Luchar contra la difusión de mensajes ilícitos, a través de filtros.

Durante el ejercicio 2006-07, hemos cumplido nuestro compromiso de ampliar los sistemas de control de acceso a contenidos para adultos en todo el entorno de navegación "off-net" (fuera de Vodafone live!).

Por otra parte, los "chats" se han mantenido bajo control, protegiéndose mediante PIN, lo que contribuye a prevenir los contactos con extraños. Nuestra política de moderación en "chats" y "blogs" de Vodafone live! evita el intercambio de datos personales para establecer contactos a través de nuestro portal.

Hemos continuado con la realización de encuestas a clientes y público general, para tener su opinión en cuanto a nuestro comportamiento en la prevención del acceso a contenidos inadecuados para menores (ver Gráfico 3).

Política "Anti-spam" y SMS Premium

El "spam" (comunicaciones comerciales electrónicas no solicitadas por el destinatario), está empezando a desarrollarse en el teléfono móvil. Con textos que prometen premios o que quieren dar a entender que se trata de un mensaje personal de un amigo, se pretende inducir al usuario a que responda mediante otro SMS, generalmente a un número corto de cuatro dígitos (SMS Premium). Una vez que el usuario ha enviado este SMS puede haber solicitado, sin ser consciente, la suscripción a un servicio que realmente no desea.

El "spam", incluyendo el que se efectúa por SMS, está prohibido por la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI).

La ley señala que para el envío de estos mensajes se debe obtener, con carácter previo, el consentimiento del destinatario, identificar el mensaje con la palabra "publicidad" y establecer procedimientos sencillos para facilitar la revocación del consentimiento por el usuario. Además, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio está preparando una regulación específica para los SMS Premium.

Para evitar estas malas prácticas, además de seguir el Código de Práctica de GSMA sobre "spam", Vodafone dispone de una Política "Anti-spam" que incluye el desarrollo de las siguientes actuaciones que estamos implantando y que estarán finalizadas durante el ejercicio 2007-08 (ver Tabla 1).

- Restricciones de los servicios Premium, por números, rangos de números o a todo el servicio, a petición de los clientes.
- Control de las altas y bajas por parte de Vodafone para los servicios de suscripciones.
- Restricción de la recepción en nuestras plataformas de los SMS que llegan con otra cabecera diferente al del país de envío.

En cuanto a la regulación de la numeración, se está pendiente de la resolución del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio sobre los rangos y características de la numeración, para empezar a realizar los cambios.

Teléfono Móvil para Niños

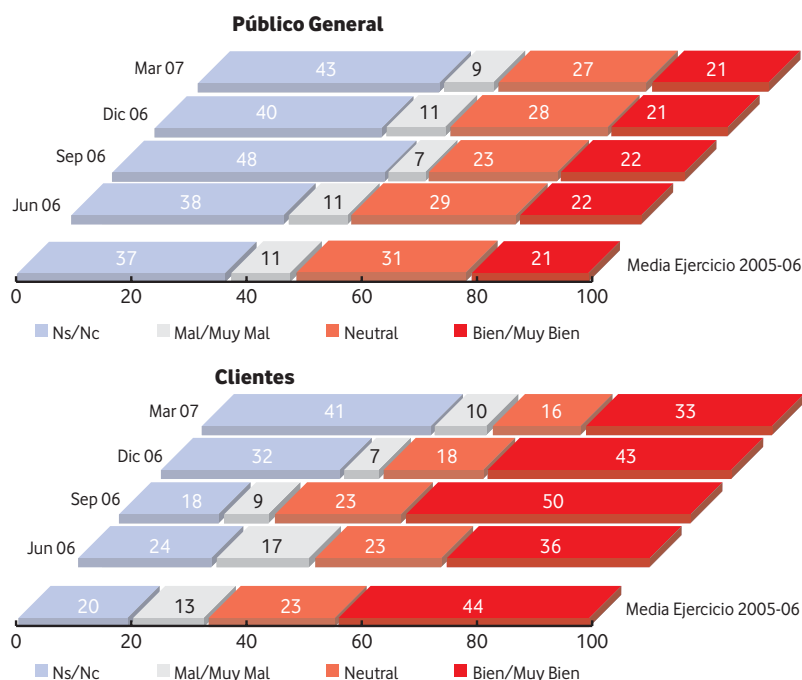
Según un estudio de mercado de la organización Investigación y Análisis, uno de cada dos niños de edad comprendida entre 8 y 13 años tiene un teléfono móvil.



Gráfico 3

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

Ayudar a prevenir que los niños puedan tener acceso a contenidos inadecuados (para adultos) en los teléfonos móviles"



Código de Práctica de la Asociación del Sector de la Telefonía Móvil (GSMA)

Este Código, en cuyo desarrollo participó Vodafone, fue publicado en febrero de 2006 y compromete a los operadores de red a trabajar conjuntamente para investigar los casos de "spam" a través del móvil y adoptar acciones cuando sea necesario.

Figura 3



Responsabilidad Corporativa y Clientes

Generalmente estos teléfonos han sido heredados de padres o hermanos, pudiendo no ser adecuados para que un menor los utilice. En este estudio, se señala que un 65% de los padres entrevistados consideran favorable que su hijo tenga móvil.

Los motivos principales por los que los padres deciden dar un teléfono móvil a sus hijos son los relacionados con la tranquilidad y la seguridad, destacando el hecho de que los hijos puedan llamar cuando lo necesiten y que los padres puedan contactar con sus hijos.

En diciembre de 2006, Vodafone España y The Walt Disney Company Iberia lanzaron un teléfono diseñado y fabricado para cubrir las necesidades de comunicación y seguridad de los padres que, de modo responsable, quieren dar un teléfono a sus hijos. Dentro de las características del teléfono Vodafone Mini Disney D100, destaca su seguridad porque permite a los padres saber en todo momento con quién habla o intercambia mensajes el niño, puesto que sólo permite llamadas y SMS a o desde los números de teléfono que estén previamente registrados en la agenda.

El teléfono se acompaña con un sencillo manual que contiene instrucciones sobre su uso responsable, tanto para los niños como para los padres (ver Figura 3 de la página 19).

Servicios de Localización

Los servicios de localización se basan en la identificación de la ubicación de un teléfono móvil para proporcionar, bajo petición, información local.

Vodafone España continúa con su Política de Servicios de Localización desarrollada en el ejercicio 2004-05 para proteger la privacidad de la información de los clientes y asegurar que los servicios de localización no son empleados sin el previo consentimiento de los clientes (ver Tabla 1 de la página 18).

Gestión de Derechos Digitales

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

Precios y Tarifas

Tarifas

Durante el ejercicio 2006-07, la reestructuración de las tarifas como consecuencia de la entrada en vigor de la Ley de Mejora de la Protección del Consumidor, ha supuesto uno de los temas de mayor debate. En este apartado, pretendemos exponer con claridad cuáles son los motivos que han llevado a esta reestructuración, y cuáles las consecuencias.

Descripción de la Nueva Ley. Principales aspectos

Con la entrada en vigor de la Ley aprobada en diciembre de 2006, se prohíbe el redondeo al alza y se obliga a cobrar por el tiempo real y uso efectivo en todos los servicios, pasando a facturarse por segundos desde el primero.

Implicaciones para el Sector

Todos los operadores móviles han tenido que modificar sus tarifas para adaptarlas a los requisitos de la ley mencionada:

- Redondeo. Desde el 1 de marzo de 2007 todos los operadores facturan el tiempo exacto de comunicación, es decir, por segundos desde el primero de cada llamada o videollamada nacional o internacional.
- Establecimiento de llamada. Vodafone España ha fijado el establecimiento de llamada nacional en 15 céntimos de euro (salvo para el caso de "Vodafone Vitamina al segundo", ahora comercializada como "Clásica", que tiene 12 céntimos de euro). Esto no significa un aumento del gasto para los clientes de Vodafone, ya que la facturación por segundos implica una reducción de hasta el 49% por llamada, según la duración de ésta.
- Vodafone España ha continuado comunicando el precio por minuto (aunque tarifique por segundos) por entender que resulta un método de información más transparente y relevante para el cliente.

Reacción de Organizaciones de Consumidores

- Como consecuencia del anuncio de la subida del precio del establecimiento de llamada, determinadas Asociaciones de Consumidores solicitaron a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones que considerara el cambio de tarifas como un incremento de los precios de los servicios de las compañías del sector.
- Al mismo tiempo, se instó al Servicio de Defensa de la Competencia a que investigara un posible pacto de precios entre operadoras.

Según el informe redactado por la CMT a instancias del Gobierno, las modificaciones de tarifas de la telefonía móvil son tan heterogéneas y complejas que no puede considerarse un pacto entre las operadoras.

Principales argumentos de la oferta de Vodafone España

- La subida del establecimiento de llamada no implica en general, un incremento en la factura de nuestros clientes, ya que existe un ahorro implícito en la tarificación por segundos, especialmente en las llamadas cortas.
- La estructura de la oferta de Vodafone España no se vio alterada, ya que han seguido existiendo promociones y tarifas especiales para nuestros clientes.
- Los clientes pueden cambiar de plan de forma gratuita.

Según el fallo emitido en abril de 2007 por la sentencia número 75 de la Audiencia Provincial de Madrid, se considera que los anteriores métodos de facturación no sólo son transparentes, sino que responden a una racionalidad económica y no son arbitrarios. La sentencia señala que estos métodos son absolutamente normales en otros muchos

Responsabilidad Corporativa y Clientes

sectores, sin que por ello quepa discutir su validez, ya que afectan a un elemento esencial del contrato como es el precio del servicio, lo que restringiría el principio de libertad en la fijación de los precios.

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

Por otra parte, durante el ejercicio 2006-07, Vodafone España incluyó la medida de la percepción sobre la claridad de nuestras tarifas dentro de las encuestas periódicas que realizamos a nuestros clientes y público general, observándose una notoria mejora en la percepción de nuestros clientes (ver Gráfico 4).

Como conclusión, podemos señalar que Vodafone España fue el único operador que con la aplicación de la Ley de Protección del Consumidor disminuyó sus precios. Según la nota de mayo emitida por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, "en términos globales y en relación con el impacto de la modificación de las tarifas en los ingresos totales de cada operador, los resultados obtenidos por el análisis de la CMT indican que los ingresos de Movistar aumentarían un 1,79%, los de Vodafone disminuirían el 1% y los de Orange aumentarían un 2,62%". De esta forma Vodafone España cumplió con su compromiso de que el reajuste tarifario tuviera un efecto global neutro en sus clientes (ver Figuras 4, 5 y 6).

Roaming (Itinerancia)

En julio de 2006, la Asociación GSM realizó el anuncio del lanzamiento de una página web con datos de unas 75 empresas representantes del sector en Europa (entre ellas Vodafone), en la que los usuarios pueden consultar y comparar los precios para llamadas enviadas y recibidas en el extranjero, en función del operador nacional y extranjero que usen.

Por otra parte, independientemente de las iniciativas que la unión Europea ha adoptado recientemente para reducir las tarifas de Roaming en Europa, Vodafone ha continuado ofreciendo y mejorando sus productos y servicios en este campo, introduciendo novedades significativas orientadas a facilitar su uso y reducir su coste para el cliente.

Vodafone, para ofrecer un buen servicio a sus clientes cuando se encuentran fuera de su país, dispone del servicio Vodafone Passport, que permite a sus clientes llevarse de forma gratuita su tarifa nacional al extranjero, pagando por sus llamadas lo mismo que si estuviesen en España, más un establecimiento de llamada internacional que varía en función del país en el que se encuentren. Vodafone Passport está disponible en más de 30 países, la gran mayoría destinos europeos.

Este servicio no sólo representa un ahorro muy significativo para los clientes de Vodafone en sus llamadas en el extranjero, sino que además refleja una simplicidad y transparencia en sus tarifas.

Otro plan de precios ofrecido es "Vodafone World", que permite aplicar una tarifa única de Roaming para todas las llamadas de voz realizadas o recibidas fuera de España en cualquier momento del día.

Figura 4



EL PAÍS, sábado 12 de mayo de 2007

Figura 5



Cinco Días, miércoles 9 de mayo de 2007

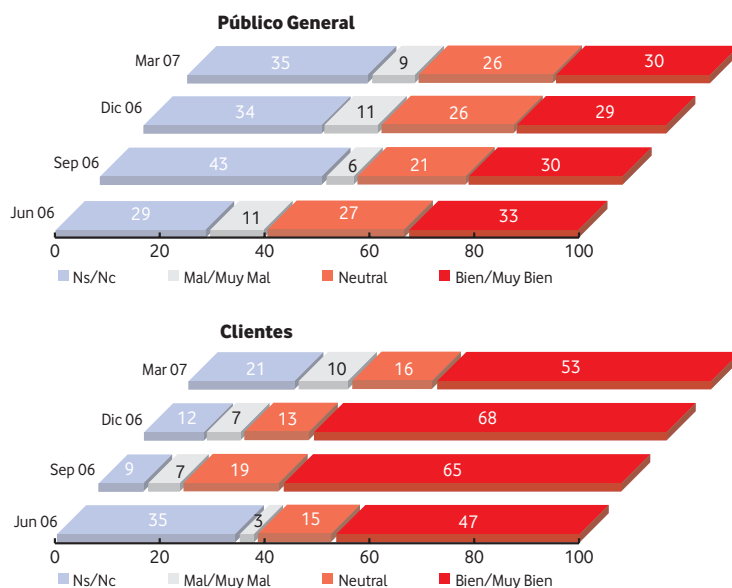
Figura 6



EL PAÍS, miércoles 9 de mayo de 2007

Gráfico 4

"¿Me podría decir cómo cree que se comporta Vodafone España en el siguiente tema?
Realizar una comunicación clara y transparente de precios y tarifas"



Responsabilidad Corporativa y Clientes

Asimismo, con el objetivo de facilitar al máximo el uso del móvil en el extranjero, Vodafone ha puesto en funcionamiento el servicio "Info Roaming", a través del cual los clientes pueden conocer sus tarifas de Roaming directamente en su móvil con el simple envío de un SMS, escribiendo el nombre del país al que van a viajar como texto y enviándolo al 106, con un coste igual al de cualquier mensaje en Roaming, o mediante petición a través de un código marcando *106# más la tecla de llamada, sin coste para el usuario (opción disponible sólo desde el extranjero).

Calidad de Servicio

Atención al Cliente

Uno de los valores culturales de Compañía es la "Pasión por los Clientes" y lo reflejamos con un compromiso en la atención ante consultas o reclamaciones que puedan llegar a través de los diversos canales que ponemos a disposición de nuestros clientes para este fin. En la actualidad, nuestros clientes pueden escoger entre diferentes canales de atención disponibles:

- **Telefónica.** Atención personalizada o a través de un potente sistema de reconocimiento de voz (IVR), galardonado con diversos premios, que permite a nuestros clientes solicitar información, activar y desactivar productos y servicios, consultar dudas, etc.
- **Distribución/Tienda.** Contamos con más de 1.600 puntos de venta entre centros propios y distribución exclusiva, repartidos en todo el ámbito nacional.
- **Web.** A través de www.vodafone.es nuestros clientes tienen acceso a la información de productos y servicios de la Compañía y a través de "Mi Vodafone" pueden gestionar sus líneas móviles, realizar modificaciones en éstas o canjear de Puntos del Programa de Fidelización, entre otras opciones. Una de las novedades de la web es la posibilidad de enviar y recibir videollamadas, con móviles Vodafone.
- **E-Mail.** Ofrecemos la oportunidad a nuestros clientes de comunicar sus solicitudes mediante este canal, con un compromiso de respuesta por el mismo canal.

Para mejorar la atención y el contacto con nuestros clientes, durante el ejercicio 2006-07 se han implantado del orden de 80 proyectos orientados a la mejora de la Atención al Cliente, entre los que podemos destacar:

IVR

Vodafone España ha implantado, en convivencia con el sistema de atención personalizada, un sistema de reconocimiento de voz (IVR) para sus clientes, sencillo e intuitivo, que elimina las esperas tanto para recibir información, como para realizar solicitudes de activación o modificación de productos y servicios.

Se automatizan de este modo las consultas más demandadas, proporcionando un servicio completo y consiguiendo altos niveles

de satisfacción. En este sentido, el IVR también se utiliza como medio de encuesta continua e inmediata en muchos de los procesos en los que participa el cliente.

En abril de 2007, el IVR de Vodafone España recibió el premio "Best Customer Experience 2007", en el Congreso que tuvo lugar en Cannes, organizado por Nuance, empresa líder en sistemas de reconocimiento de voz.

Asimismo, el IVR de Vodafone España ha recibido en 2006 el Premio a las Soluciones Más Innovadoras concedido por la "Speech Technology Magazine".

Proactividad en la información

Con el análisis de los hábitos de uso de nuestros clientes, podemos adelantarnos a sus necesidades, informándoles de forma proactiva de nuevos productos que consideramos que pueden ser interesantes para ellos, o productos complementarios a los que disfrutan, para que sus comunicaciones sean más eficaces. Entre otros, en el ejercicio 2006-07, hemos ofrecido a nuestros clientes el producto SMS Factura, producto que informa, vía SMS, del importe de la factura mensual antes de que ésta sea cargada en la cuenta bancaria.

Por otra parte, para confirmar la realización de una solicitud procedente del cliente, se le informa mediante SMS a los pocos segundos de haberse implantado a dicha solicitud.

Además, disponemos de un servicio que, bajo petición, informa a los clientes particulares de las novedades disponibles en productos y servicios.

Especialización de la plantilla

Vodafone España es pionera en el lanzamiento del Máster en Gestión de Clientes, de 450 horas de duración, para formar y especializar a sus empleados en este sector. Hasta la fecha, se han desarrollado dos ediciones, habiendo pasado por el mismo 54 personas.

Asimismo, se han creado plataformas de atención telefónica especializadas en función de las necesidades de los distintos grupos de clientes (tales como una plataforma específica de atención a clientes sobre transmisión de datos).

Actualmente atendemos a nuestros clientes en diferentes idiomas: inglés, árabe y rumano, así como en las lenguas oficiales de España, castellano, catalán, gallego y euskera.

Reclamaciones

Conscientes de que una adecuada gestión de las reclamaciones es un pilar fundamental para la fidelización de clientes, en las Condiciones Generales del Contrato con nuestros clientes, sujetas en todo momento a la legislación vigente, se dedica un apartado exclusivo a este tema (ver Figura 7).

Dentro del compromiso con nuestros clientes, Vodafone España está adherida al **Sistema Arbitral de Consumo** regulado por el Real Decreto 636/1993, de 3 de mayo, por lo que nuestros clientes pueden acudir al mismo, en caso de desacuerdo con

nosotros, de forma gratuita, para cualquier cuestión relacionada con el servicio que prestamos.

Existe un departamento independiente a modo de "Defensor del Cliente", que trata todas las reclamaciones que provienen de organismos de arbitraje. Todos estos organismos disponen de un teléfono de contacto directo de este departamento.

En el Gráfico 5 se puede ver la evolución en el año 2006 de las reclamaciones recibidas a través de Organismos Oficiales (Arbitraje y Secretaría de Estado de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información), frente a la evolución del número de clientes. Como puede observarse, la evolución de las reclamaciones recibidas de estos Organismos Oficiales tiene una tendencia ligeramente estable en comparación con el notable incremento de la cartera de clientes. La media anual del número de este tipo de reclamaciones por cada 1.000 clientes ha sido de 0,839.

La tipología de las reclamaciones recibidas, tanto de forma directa de los clientes, como a través de Organismos Oficiales durante el ejercicio 2006-07, es la indicada en el Gráfico 6.

Desde Vodafone entendemos las reclamaciones no sólo como una vía para controlar y corregir una disconformidad que nos comunica un cliente, sino además como una oportunidad de mejora para prevenir posibles situaciones similares. Por este motivo, entendemos que la gestión adecuada de las reclamaciones contribuye a mejorar la satisfacción general de nuestros Clientes.

Todas estas actuaciones nos han llevado a obtener, durante el ejercicio 2006-07, un porcentaje de Satisfacción de Clientes del 68,7%.

Por otra parte, mantenemos una relación fluida con las principales Asociaciones de Consumidores, con objeto de dar respuesta a sus expectativas (ver Figura 8 de la página 25).

Calidad de Red

La amplia experiencia en el diseño y despliegue de redes de telecomunicación que tiene Vodafone España, la elevada fiabilidad de los elementos empleados en la arquitectura de nuestra red, y la excelencia alcanzada en su operación y mantenimiento, nos ayudan a satisfacer las expectativas de Calidad de Servicio de nuestros clientes mediante los elevados parámetros de disponibilidad y calidad establecidos por la normativa internacional. Para alcanzar estos resultados, Vodafone dispone de una red de telefonía móvil robusta, con encaminamientos redundantes, diversidad y protección contra fallos.

Un elemento clave en la adecuada evolución de los parámetros de Calidad de Servicio es el Proceso de Mejora Continua de la Calidad. Básicamente, consiste en que, a partir de diversas fuentes de información como son encuestas de satisfacción, muestreos de experiencia real de clientes, estadísticas y medidas de tráfico generadas por los elementos de la red, medidas de campo y reclamaciones de clientes, se analizan con detalle las causas de incidencias y se trabaja en su resolución, de cara a convertirlas así en oportunidades de mejora.

Figura 7

Extracto de las Condiciones Generales del Contrato

"9. Reclamaciones.

"(...), en caso de que el Cliente no hubiera obtenido respuesta satisfactoria de Vodafone en el plazo de un mes, podrá dirigirse durante los tres meses siguientes a la Junta Arbitral de Consumo o a la Secretaría de Estado de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

(...) El Cliente tiene disponible, en la página web de Vodafone, www.vodafone.es, la información sobre los procedimientos para presentar las quejas, reclamaciones y peticiones."

Gráfico 5

Reclamaciones recibidas a través de Organismos Oficiales

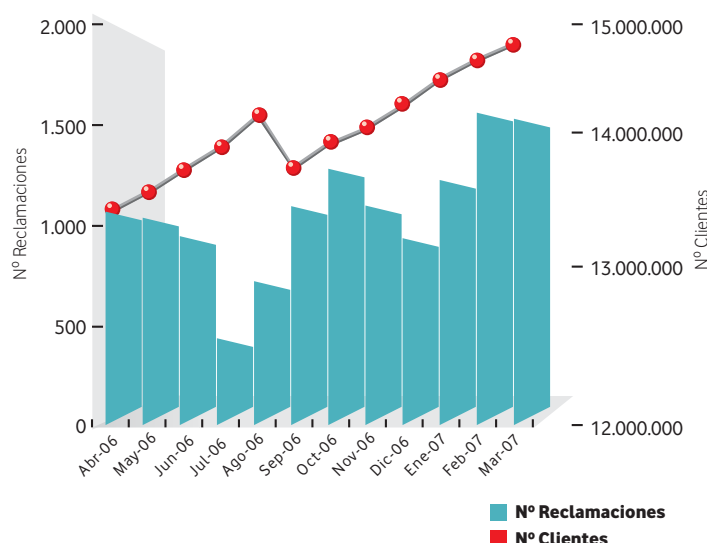
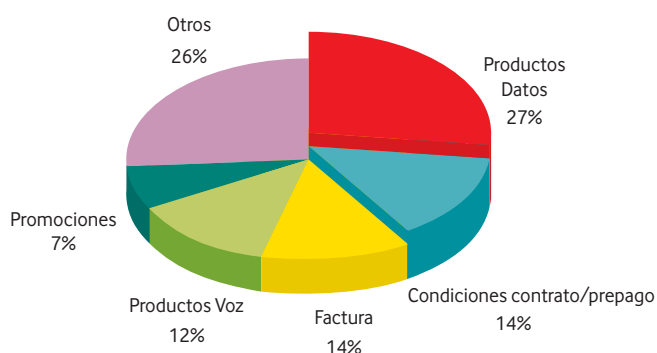


Gráfico 6

Reclamaciones más frecuentes



Responsabilidad Corporativa y Clientes

• ¿Cuál es la situación de este tema en España?

También en España las empresas están reconociendo el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa como instrumento para la creación de valor, en un entorno competitivo donde el liderazgo cada vez está más vinculado a los compromisos empresariales con la Responsabilidad Social Corporativa. Métodos de producción contrarios con la sostenibilidad del medio ambiente o con el desarrollo social, prácticas contables que no defiendan los intereses de los accionistas y la transparencia/fiabilidad de los mercados, técnicas de publicidad y promoción engañosas, y otras variables que ahora se incluyen en la ecuación del éxito empresarial y en la gestión específica de la Responsabilidad Social Corporativa.

Sin duda las empresas españolas han comprendido que la Responsabilidad Social Corporativa no es una moda del management sino un instrumento para la creación de valor sostenido.

• ¿Cómo está actuando Vodafone España en este aspecto?

El posicionamiento de Vodafone frente a la Responsabilidad Social Corporativa ha sido reconocido con el premio a la mejor información de sostenibilidad de las empresas españolas, lo que acredita un esfuerzo diferencial frente a otras organizaciones. En nuestra opinión, Vodafone acierta en su compromiso con la RSC y seguramente recibirá el reconocimiento empresarial, y lo que es más importante: el reconocimiento y fidelidad de sus clientes.

• ¿Qué otras acciones podría realizar Vodafone España?

Desarrollar programas específicos para el desarrollo de la sociedad de la información y del conocimiento en colectivos sociales con limitaciones de acceso.



Óscar Gómez Barbero
Director Corporativo
de Sistemas de Información
Renfe Operadora

Se realizan medidas continuas de la satisfacción de nuestros clientes, poniendo foco en los atributos más relevantes que identifican las características de funcionamiento de una red de telecomunicaciones. A partir de estas mediciones, se verifican los resultados de las acciones de mejora, porque sólo la medida de la satisfacción del cliente determina si hemos tenido o no éxito en dichas acciones de mejora.

En el ejercicio 2006-07 y siguiendo la tendencia de años precedentes, son múltiples las acciones de mejora que han cristalizado como consecuencia del Proceso de Mejora Continua de la Calidad. Un claro ejemplo de ello es nuestro liderazgo en el despliegue de la Red de Telecomunicación de tercera generación (3G), donde a mes de marzo de 2007 llegamos al 78% de cobertura de la población. Adicionalmente, el despliegue de la Banda Ancha móvil (también conocida como HSDPA) en toda nuestra Red 3G permite a nuestros clientes una conexión eficiente y rápida a las redes de datos, con velocidades de hasta 1,8 MBps.

Otro ejemplo que ilustra nuestra forma de proceder son los cambios realizados en los elementos de tratamiento digital de la voz en nuestras estaciones base, lo que ha permitido una mejora en la calidad de sonido durante la conversación y un aumento de la capacidad en situaciones de congestión, lo que sin duda redundará en una mejor experiencia de servicio para nuestros clientes.

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

Durante el próximo ejercicio 2007-08, continuará la mejora de cobertura de la Red 3G, reforzando el despliegue en zonas urbanas y aprovechando acuerdos de compartición de Red con otros operadores para extender la tecnología 3G a zonas rurales. Además, serán implementadas nuevas funcionalidades (HSPA) que multiplicarán la velocidad de transmisión de datos (ver Capítulo 10: "Despliegue Responsable de Red").

Otras Certificaciones de Calidad de nuestros productos y servicios:

- Certificado ISO 9001:2000 emitido por AENOR
- Certificado "Qualicert", emitido por SGS

Responsabilidad Corporativa de Clientes

• ¿Cuál es la situación de este tema?

Se ha producido un avance importante durante el último periodo, fundamentalmente durante los dos últimos años; hoy las políticas de RSC están implantándose con carácter horizontal en todas las grandes empresas y se está constituyendo como un elemento más en la percepción de la calidad de las prestaciones/servicios de las mismas por parte de los clientes.

• ¿Cómo está actuando Vodafone España en este aspecto?

Actuaciones como los compromisos hacia los diferentes grupos de interés (entre ellos los clientes-consumidores) facilitando la resolución de conflictos e incrementando la calidad/claridad de la información hacia los mismos, así como las derivadas de la apuesta por el uso responsable del móvil (incluso entre los sectores necesitados de mayor protección, como los niños) y por las iniciativas para facilitar una mayor calidad de vida a determinados sectores de la ciudadanía con dificultades (mayores, personas con discapacidades como las auditivas o invidentes, colectivos especialmente desprotegidos en el mundo en el que vivimos) son muy importantes y sobre todo denotan un compromiso con la sociedad.

Vodafone está impulsando estos compromisos con la ciudadanía de una forma adecuada.

• ¿Qué otras acciones podría realizar Vodafone España?

Quizás, informando de una forma más detallada de sus actuaciones y las implicaciones de los diferentes departamentos en la política global de RSC de la Compañía, pero fundamentalmente adaptando esa información a los comentarios que, desde las asociaciones de consumidores (al igual que otros grupos de interés) podamos transmitir. Sería muy interesante conocer las medidas adoptadas por Vodafone para mejorar los sistemas de información y resolución de reclamaciones recepcionadas. Igualmente la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo merecería un apartado en la memoria.



María Rodríguez
Presidenta
Confederación de Consumidores
y Usuarios (CECU)

Más información en:

www.vodafone.es/conocenos
www.soporte.vodafone.es
www.vodafone.es/tiendas
www.autocontrol.es

Figura 8

Relaciones con las Asociaciones de Consumidores.

Los positivos resultados obtenidos tras el establecimiento en años anteriores de canales de comunicación fluidos con Asociaciones de Consumidores, han puesto de manifiesto que es el camino adecuado para un acercamiento de nuestra empresa sobre las expectativas de estas asociaciones.

A este respecto, colaboramos con estas Asociaciones de Consumidores en la labor de mantener actualizados a los usuarios sobre cómo pueden hacer el mejor uso posible de los productos y servicios de la telefonía móvil.

Por esa razón, hemos continuado la organización de jornadas de divulgación, comunicación e información sobre Antenas y Salud, y estamos colaborando con las Asociaciones de Consumidores en la elaboración de folletos explicativos de telefonía móvil, Marketing Responsable, etc. Además, hemos ampliado los acuerdos de colaboración con otras Asociaciones, incluso aquéllas con implantación en Comunidades Autónomas.



Qué haremos

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

Responsabilidad Corporativa y Empleados

Gráfico 1
Nº de empleados

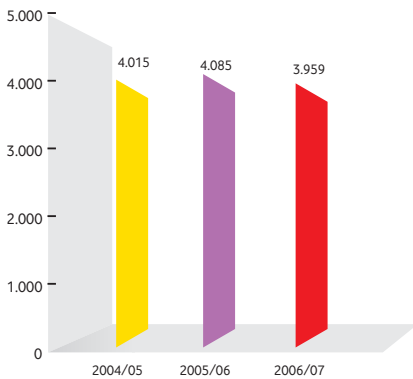


Gráfico 2
Tipología contratos 2006/07

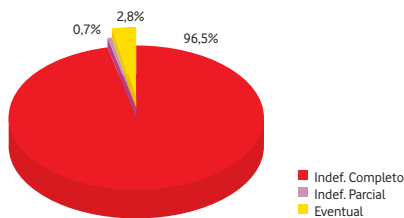


Gráfico 3
% de empleados por sexo

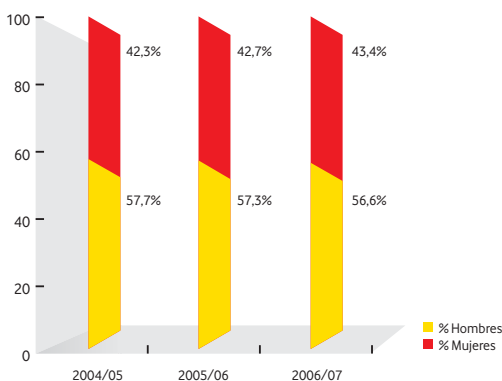
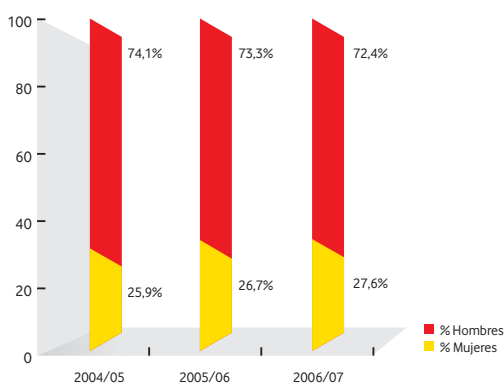


Gráfico 4
% de cargos de dirección por sexos



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

Durante el ejercicio 2006-07 Vodafone ha introducido una nueva Estrategia de Recursos Humanos para aumentar la implicación de los empleados, estableciendo claramente lo que Vodafone espera de ellos y a lo que se compromete con ellos. Esta estrategia identifica seis áreas clave: Organización y cambio; Recursos; Comunicación e implicación; Aprendizaje y desarrollo; Recompensa y reconocimiento; y Salud, seguridad y bienestar.

En los Gráficos 1 y 2 se muestra, respectivamente, la evolución del número de empleados, y la tipología de empleo y contratos, caracterizada por el altísimo porcentaje de contratos indefinidos. Por otra parte, el índice de rotación voluntaria durante el ejercicio 2006-07 fue del 1,9%.

¿A qué nos comprometimos?

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

¿Qué hemos hecho?

Estructura de la plantilla e igualdad de oportunidades

Los Gráficos 3, 4 y 5 muestran respectivamente las proporciones de empleados por sexo, y la distribución de puestos de dirección por sexo, así como la pirámide de edad.

En marzo de 2007, entró en vigor la "Ley para la igualdad efectiva de mujeres y hombres". La mayor novedad de la ley radica en la prevención de conductas discriminatorias y en la previsión de políticas activas para hacer efectivo el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

La Ley presta especial atención a la corrección de la desigualdad en el ámbito de las relaciones laborales. Mediante una serie de previsiones, se reconoce el derecho a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, y se fomenta una mayor corresponsabilidad entre mujeres y hombres en la asunción de obligaciones familiares. La Ley pretende promover la adopción de medidas concretas a favor de la igualdad en las empresas, situándolas en el marco de la negociación colectiva, para que sean las partes, libre y responsablemente, las que acuerden su contenido.

Responsabilidad Corporativa y Empleados

En este sentido, el convenio colectivo de Vodafone España al que se alude en el apartado "Relaciones Laborales en Vodafone España" incluye los salarios base de los empleados de Vodafone España, por categoría profesional, no existiendo ninguna diferencia por razón de sexo.

Además, en Vodafone España, estamos convencidos de que la Conciliación de la Vida Laboral y Familiar aporta no sólo éxito a nivel personal, sino también profesional. Por ello, desde mucho antes de que se promulgara la correspondiente Ley de Conciliación, nos anticipamos con la implantación de una amplia serie de medidas que incluso superan lo contemplado en la Ley, según se indica a continuación:

- **Maternidad.** Permiso Previo: Vodafone ofrece a todas las futuras madres la posibilidad de solicitar un permiso retribuido de 15 días de descanso antes de la fecha prevista de alumbramiento. El pasado ejercicio 2006-07, fue utilizado por 42 madres.
- **Paternidad.** Además de los 13 días naturales ininterrumpidos contemplados en la Ley, Vodafone España ofrece 5 días laborables de permiso desde la fecha de nacimiento o efectividad de la adopción.
- **Ampliación del periodo de lactancia.** Se amplía el plazo de 1 a 2 horas diarias y de 9 a 12 meses, sin que afecte al salario. Lo utilizaron unas 250 personas durante 2006-07.
- **Cuidado de hijos.** Vodafone ofrece la posibilidad de reducir la jornada entre 1 y 4 horas hasta que el niño tenga 8 años (a 31 de marzo de 2007, había 197 personas en esta situación). También se puede solicitar una excedencia para su cuidado hasta que el niño tenga 4 años, teniendo derecho a la reserva del puesto de trabajo durante el primer año (26 excedencias durante el ejercicio 2006-07).
- **Cuidado de familiares.** Puede solicitarse una reducción de jornada entre 1 y 4 horas para el cuidado de familiares hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad, que por edad o enfermedad no puedan valerse por sí mismos y no desempeñen actividad retribuida, así como solicitar excedencia de hasta 2 años (con reserva del puesto de trabajo durante el primero).
- **Seguro de Salud para los hijos.** Vodafone ofrece la posibilidad de dar de alta a los hijos en el seguro de salud, con ventajosos descuentos.
- **Ayudas económicas familiares.** Vodafone ofrece una ayuda mensual de 64,84 euros para niños de 0-4 años; si se tiene familia numerosa, ofrece una ayuda anual de 323,69 euros por cada uno de los hijos; si se tiene un hijo discapacitado la ayuda mensual es de 129,69 euros hasta que éste cumpla 15 años.
- **Flexibilidad en los horarios de trabajo.** Posibilidad de flexibilidad horaria, reduciendo el tiempo de comida entre 30 y 45 minutos.

Alrededor de 1.150 empleados reciben diferentes tipos de ayudas económicas familiares cada mes.

Gráfico 5
Pirámide de edad 2006/07

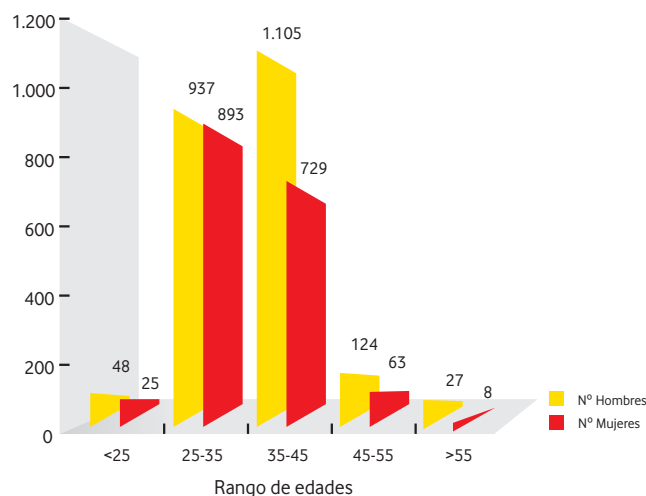


Figura 1

Encuesta Satisfacción Empleados	2004-05
Satisfacción general y compromiso	79%

Gráfico 6
Evolución Nº horas de formación/empleado

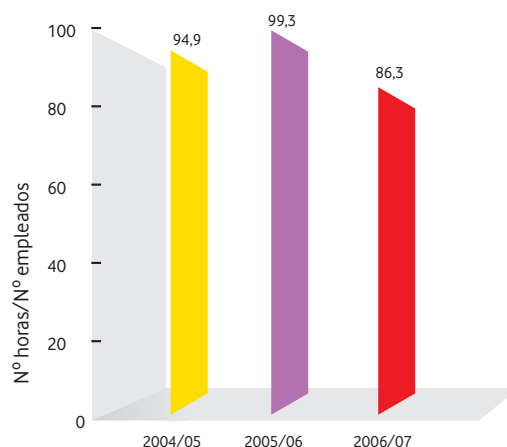


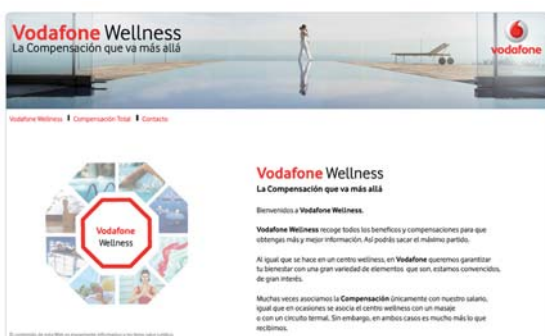
Figura 2

Programa "One way"
• Horas de Formación/Mando: 29,8

Responsabilidad Corporativa y Empleados

“Vodafone Wellness”

- **Plan de Pensiones.** Vodafone España ofrece la posibilidad de realizar aportaciones individuales al Plan de Pensiones. La compañía aporta 2 veces la aportación del partícipe, con un máximo del 4% del salario regulador. Aproximadamente, el 75% de los empleados aprovecha esta posibilidad.
- **Seguro de Salud.** Vodafone España ofrece a sus empleados con contrato indefinido o antigüedad superior a un año, el pago del 100% de coste de la póliza.
- **Seguro de Vida y Accidentes.** Desde el momento de la incorporación a la Compañía, todos los empleados disponen de una póliza colectiva de Seguro de Vida y Accidentes.
- **Servicio Médico.** Todos los servicios médicos de las sedes de Vodafone España cuentan con una sala de espera y un despacho médico.
- **Retribución variable.** Todos los empleados que no están en planes de incentivos comerciales, tienen un incentivo variable vinculado a los objetivos estratégicos de la compañía, que son abonados al término del correspondiente ejercicio, siempre que se hayan conseguido los mínimos establecidos para cada objetivo.
- **Acciones.** Vodafone dispone de Planes por los que se otorgan acciones a todos los empleados como forma de participación en los resultados de la empresa. En el ejercicio 2006-07 se otorgaron 340 acciones a cada empleado. Además, Vodafone da la posibilidad de adquirir acciones de la Compañía, con unos Planes muy ventajosos.
- **Plan Relat.** Vodafone ofrece hasta un 50% de descuento en el consumo de telefonía móvil particular, así como en el servicio “Navega y Habla”.
- **Tienda del Empleado** donde se pueden adquirir artículos de telefonía móvil a precio ventajoso.
- **Visa Oro.** Vodafone ofrece una Visa Oro Corporate, sin coste alguno, que incluye seguro de accidentes y asistencia en viaje gratuito.
- **Oficina Virtual Bancaria.** Es una oficina con todos los productos y servicios de una oficina bancaria tradicional, con importantes ventajas para los empleados de Vodafone y en la que se pueden realizar todas las operaciones bancarias a través del móvil, por Internet o hablando por teléfono con un agente.
- **Premio al Mérito.** Si a la vez que se está trabajando en Vodafone, se cursa una titulación universitaria o FP de grado superior, puede optarse a este premio que trata de reconocer el esfuerzo de compaginar estudios y trabajo.
- **Ticket Restaurante.** Vodafone ofrece a todos sus empleados la cantidad de 7,81 €, de lunes a jueves y durante los 9 meses de jornada ordinaria (de septiembre a junio).



Integración Sociolaboral de Personas con alguna Discapacidad

Vodafone España ha dado cumplimiento a lo establecido en la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Sociolaboral de los Minusválidos (LISMI), y su normativa relacionada, optando tanto por la contratación directa de personas con alguna discapacidad, como por la adopción de medidas alternativas, mediante la aportación de donaciones a fundaciones de utilidad pública cuyo objeto social es, entre otros, la formación profesional, la inserción laboral o la creación de empleo a favor de personas con alguna discapacidad.

En este sentido, Vodafone España está realizando donaciones por un importe del 285% superior al valor que le correspondería de acuerdo con los requisitos de la normativa que desarrolla la LISMI, lo que le permite liderar el ranking de esta categoría elaborado por la Fundación Empresa y Sociedad.

Beneficios Sociales

Además de las Medidas de Conciliación de la Vida Laboral y Familiar indicadas anteriormente, Vodafone España ha potenciado durante el ejercicio 2006-07 su Programa de Beneficios Sociales denominado internamente como “Vodafone Wellness” (ver información adicional en cuadro adjunto).

Satisfacción de los Empleados

Los resultados de la Encuesta de Satisfacción de Empleados realizada en el año 2005 mostraron que, con independencia del elevado orgullo de pertenencia a Vodafone mostrado por los empleados, existían algunos puntos a mejorar y sobre los que debía girar el correspondiente Plan de Acción para la mejora (ver Figura 1 de la página 27).

Con todas las sugerencias y propuestas surgidas en las reuniones que se llevaron a cabo en mayo 2005 en cada departamento para analizar los resultados e identificar las acciones a acometer para mejorar los aspectos que resultaron menos favorables en el entorno de trabajo, en junio 2005 se elaboró el correspondiente Plan de Acción, fijando marzo de 2007 como fecha de finalización de sus actuaciones.

A 31 de marzo de 2007, como consecuencia de dicho Plan de Acción, todas las iniciativas puestas en marcha se encuentran totalmente implantadas (ver Tabla 1).

Durante el mes de abril de 2007 está previsto realizar a aproximadamente el 30% de los empleados una nueva Encuesta de Seguimiento de Empleados. Se trata de una encuesta que consta de un argumentario corto, con preguntas de seguimiento sobre los temas más relevantes. Los resultados más relevantes de esta encuesta serán compartidos en junio de 2007, y serán incluidos en el Informe de Responsabilidad Corporativa del ejercicio 2007-08.

Desarrollo Profesional y Formación

Para el análisis de las necesidades de desarrollo de sus profesionales, Vodafone dispone del sistema de evaluación del desempeño, denominado "Performance Dialogue", un proceso a través del cual se analizan oportunidades de desarrollo, y se acuerdan objetivos de desarrollo individual, a través de un mayor diálogo entre el superior jerárquico inmediato y el colaborador. Durante el ejercicio 2006-07, el 96% de la plantilla utilizó este proceso, lográndose ampliamente el compromiso establecido en el Informe de RC 2005-06.

Vodafone ofrece a través del proceso "Performance Dialogue" numerosas herramientas y cursos de formación para que los empleados desarrollen todo su potencial:



• Formación Corporativa

Acciones dirigidas a mejorar las competencias profesionales del equipo humano de la compañía, con el objetivo de facilitar su permanente desarrollo profesional. Incluye formación en competencias genéricas, tanto para mandos como para el resto de empleados. Adicionalmente, la Formación Corporativa incluye formación en idiomas, ofimática y divulgación tecnológica.

• Formación Técnico-Operativa

Acciones dirigidas a mejorar los conocimientos profesionales necesarios para el mejor desempeño del puesto de trabajo y la actualización permanente en nuevas técnicas o tecnologías. Las unidades organizativas de la Compañía de Gestión de Clientes, Tecnología y Administración y Finanzas, tienen descentralizada la formación técnico-operativa.

• Formación Transversal

Acciones de formación globales dirigidas a todos los empleados de la Compañía con el objetivo de concienciarles e informarles en determinadas materias de interés. Pueden ser voluntarias u obligatorias para todos los empleados; e incluyen, entre otros, cursos de Prevención de Riesgos Laborales, Seguridad Corporativa, etc (ver Gráfico 6 de la página 27).

Como se ha indicado anteriormente, una de las actuaciones del Plan de Acción establecido a partir de las conclusiones de la Encuesta de Satisfacción de Empleados del año 2005, fue el diseño e implantación del programa One Way.

One Way es un programa de Desarrollo Profesional especialmente diseñado para el colectivo de gestores de personas de la compañía con una duración de 3 años, habiéndose iniciado en el año fiscal 2006-07 el primer año del programa (ver Figura 2 de la página 27).

Este programa constituye una inversión en nuestros mandos que tiene por objetivo contribuir al logro de una organización de alto rendimiento

Tabla 1

Iniciativas implantadas del Plan de Acción derivado de la Encuesta a Empleados de 2005

Bienestar

- **Flexibilidad en los horarios de trabajo.** Desde el 15 de septiembre de 2006 se puede disfrutar (en función de las necesidades de cada departamento) de flexibilidad en los horarios.

Función del Manager

Programa One Way

- El 100% de los mandos (un total de 602 personas) ha participado en este programa de desarrollo de las capacidades directivas.
- El índice de satisfacción de estas sesiones superó el 90%.

Compensación

"Vodafone Wellness"

A través de la Intranet, cualquier empleado dispone de toda la información sobre su compensación total en Vodafone.

"Red Online"

Canal a través del cual los empleados disponen de toda la información útil. Las últimas novedades introducidas en este canal han sido:

- Posibilidad de recibir la nómina en 2 cuentas.
- Mayor número de funcionalidades en la herramienta del Plan de Pensiones.

Por otra parte, un 1% de la masa salarial se destina a compensar posibles situaciones salariales inadecuadas de empleados. La identificación de estos casos se realiza a partir de análisis de comparativa salarial con las medias del mercado y de otras compañías.

Tickets Restaurante

Aumento del valor a 7,81 €, de lunes a jueves, durante los 9 meses de jornada ordinaria (de septiembre a junio). Supone un 95% de subida respecto al ejercicio anterior (2005-06).

Desarrollo Profesional

"Performance Dialogue"

El Plan de Formación del ejercicio 2006-07 se ha diseñado basándose en las necesidades detectadas a través del proceso de "Performance Dialogue".

Proceso de Selección de Vacantes

- Mejoras en el proceso y la herramienta (Portal de Vacantes): más información sobre el puesto vacante, como el nombre del responsable del puesto solicitado, el tipo de banda del puesto requerido o la búsqueda de vacantes por regiones. Además esta información es comunicada por "e-mail" internamente, con recordatorio en la Comunicación Interna semanal.

Responsabilidad Corporativa y Empleados

y mejorar la percepción que los colaboradores tienen sobre la implicación del mando en el desarrollo de los colaboradores.

Este programa está orientado a apoyar el desarrollo profesional de nuestros mandos, como gestores de personas de Vodafone, contribuyendo a la mejora individualizada de sus capacidades, así como al desarrollo global de Vodafone como compañía de éxito.

Por otra parte, dentro del proceso de selección de vacantes, Vodafone España, de acuerdo con el Plan de Acción establecido a partir de las conclusiones de la Encuesta de Satisfacción de Empleados citada anteriormente, anuncia todas las vacantes a través de la Intranet, con el objeto de aumentar la eficiencia del reclutamiento interno y de fomentar el desarrollo de los empleados. Así, el 55% del total de vacantes fueron cubiertas internamente (76% en caso de mandos, y 54% en el caso de especialistas).

Relaciones Laborales en Vodafone España

El mantenimiento de vías de relación que permitan establecer una comunicación con los representantes de los trabajadores que resulte estable y provechosa, siempre ha sido uno de los principales objetivos de Vodafone España.

Por ello, la Dirección de Relaciones Laborales se constituye en cauce permanente de contacto entre los representantes sociales y la Dirección de la Compañía, canalizando la comunicación, relación y participación entre ambos ámbitos.

Así, en el momento en el que cualquiera de las dos partes entienda que un asunto que, por su relevancia o impacto en nuestra plantilla, resulta de interés, solicita de la otra la necesidad de reunirse, de una forma natural y siempre reinando un clima de trabajo y cooperación conjunto. Esta operativa de trabajo, en cualquier caso, excede de los propios términos delimitados en la legislación española para las relaciones laborales clásicas, lo cual es lógico si se tiene en cuenta el espíritu que reina en las relaciones laborales de nuestra Compañía, que pretende hacer de la participación, la información y la acción conjunta entre todos los interlocutores sociales y empresariales la forma natural de trabajo.

Los temas tratados en dichas reuniones van desde cuestiones individuales de los empleados a la marcha del Grupo Vodafone en el mundo. La evolución del Grupo, los cambios organizativos, las políticas generales que afectan a los empleados tanto individual como colectivamente tratados, etc., son algunos de los asuntos que con mayor frecuencia se abordan.

Además, este diálogo posibilita una información con preaviso adecuado de aquellos cambios y políticas que merezcan del mismo y, lo que es más importante, permite el establecimiento y la construcción de mecanismos proactivos para adecuar dichos cambios y políticas a las pretensiones de los empleados, impidiendo que se conviertan en problemas por falta de soluciones o tiempo para corregirlos.

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

Como ejemplos de temas tratados de manera conjunta entre la empresa y los representantes de los empleados, podemos señalar las Comisiones de:

- Transporte Colectivo.
- Formación.
- Seguimiento de aumentos de masa salarial.
- Cambios Organizativos (Como por ejemplo la Externalización AD&M).
- Nuevas organizaciones en el Grupo Vodafone.
- Comisión Paritaria de Seguimiento y Control del Convenio Colectivo de Vodafone España.

La Compañía ha incorporado en el Convenio Colectivo vigente, los resultados de las negociaciones mantenidas con las uniones sindicales de CCOO y UGT. Éstas, han ejercitado sus facultades de manera responsable y dialogada a la hora de conferirse en representantes de la plantilla para cuestiones que afectan a la relación laboral de los empleados de Vodafone.

Asimismo, se han incluido algunas sugerencias recogidas a través de la Encuesta de Satisfacción de Empleados, del Buzón de Sugerencias y del "feedback" de otros interlocutores, como son los mandos y responsables.

Con el objetivo de dar mayor estabilidad a las Relaciones Laborales, se consideró conveniente firmar el III Convenio Colectivo, que alcanza a toda la plantilla, con una vigencia temporal de dos años (desde enero de 2006 hasta diciembre de 2007). Esta vigencia se prorrogará automáticamente por un tercer año, si ninguna de las partes firmantes (Compañía, UGT y/o CCOO) lo denuncia con antelación.

Vodafone considera que las mejoras incluidas en el convenio colectivo, ampliamente negociadas y acordadas junto con la Representación de los Trabajadores, son de interés para todos e impulsan el compromiso mutuo necesario para alcanzar los ambiciosos retos que tanto a nivel empresarial como individual tenemos planteados para los próximos años.

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

Responsabilidad Corporativa y Empleados

Reestructuración Responsable

En enero de 2006, el Grupo Vodafone, decidió abrir un proceso de análisis de viabilidad para la externalización de las funciones relacionadas con el Desarrollo y Mantenimiento de Aplicaciones (AD&M) de Tecnologías de la Información (TI) a nivel de todo el Grupo. Esta iniciativa perseguía un doble objetivo. Por un lado, estandarizar la actividad de AD&M para aumentar la eficacia global de la organización y por otro, ganar en eficiencia y flexibilidad para adaptarnos a las condiciones cambiantes del entorno. El ámbito de esta iniciativa alcanza las aplicaciones de TI relacionadas con nuestra actividad comercial, el soporte a clientes, los procesos de facturación y la gestión corporativa.

Para alinear nuestra estrategia a los objetivos del Grupo Vodafone, se puso en marcha un equipo de trabajo en Vodafone España integrado por representantes de todos los Departamentos afectados (Compras, Tecnología, Recursos Humanos, etc.) con el objetivo de gestionar tanto la operatividad de la medida como de minimizar los posibles efectos negativos sobre la plantilla.

Todo ello se sustanció en un acuerdo formal con los representantes sindicales garantizando las condiciones laborales en Vodafone en el nuevo proveedor, llevándose a cabo la transición el 1 de febrero de 2007.

Esta reestructuración es la causa principal de que la plantilla total de la Compañía se haya reducido ligeramente con relación al anterior ejercicio (ver Gráfico 1 de la página 26).

Tabla 2
Iniciativas para la Promoción de la Prevención y Salud

Objetivos	Medidas	Resultados
Mejorar las condiciones de trabajo y capacitación de los empleados para asegurar su seguridad y bienestar en el trabajo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formación en materia de Prevención de Riesgos (Conducción Segura, Bienestar en la oficina, Trabajos en altura, Medidas de Emergencia...). 2. Campañas divulgativas para el control de riesgos (Seguridad Vial, Navidades saludables, Cuidarte también en verano, Por tu bienestar, Bienvenida Vodafone, Cuidados y recomendaciones a los alérgicos...). 3. Evaluación de riesgos de los centros de trabajo. 4. Realización de simulacros en los principales centros de trabajo. Jornada sobre gestión de emergencias en instalaciones de Telecomunicaciones. 5. Investigación de accidentes/incidentes con y sin baja. 6. Reconocimientos médicos voluntarios y obligatorios. 7. Asistencia Sanitaria <ul style="list-style-type: none"> • Campañas de divulgación médica (vacunación antigripal, control de salud visual, donación de sangre...). 8. Evaluación de la condiciones de accesibilidad para personas con movilidad reducida en la red de tiendas propias de Vodafone. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. En torno a 6.500 horas de formación recibidas. <ul style="list-style-type: none"> • Cerca de 1.000 empleados formados en materia de PRL. • Valoración media de las actividades formativas superior a 8 puntos. 2. Más de 40 comunicaciones enviadas. 3. Más de 100 centros de trabajo evaluados (supone un 73% del total). 4. Incremento en el nivel de resolución incidencias del 100%. 5. 100 % acc./inc investigados. 6. Más del 60 % de los empleados ha realizado exámenes médicos. 7. En torno a 18.500 servicios médicos asistenciales prestados. 8. 88 % de centros evaluados en materia de accesibilidad.
Mejorar la eficiencia de la coordinación de actividades empresariales y de los procesos internos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Control y auditoría interna en relación a la coordinación de actividades empresariales. 2. Promoción del desarrollo de protocolo de coordinación de actividades empresariales con otros operadores de telecomunicaciones. 3. Encuentro con Ingenierías de Diseño de Emplazamientos remotos para la homogeneización de criterios y soluciones constructivas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 23 Empresas Contratistas participaron en un proceso de revisión y control. 2. Desarrollados 11 acuerdos de coordinación con empresas de trabajo temporal, operadores de telecomunicaciones y otros. 3. Desarrollados 4 encuentros con alta participación de ingenierías.
Actualizar, mejorar, difundir y controlar la implantación del Sistema de Gestión de la PRL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la información corporativa en materia de prevención a través de la Web Red OnLine dentro de la Intranet corporativa. 2. Actualización de normas y procedimientos de acuerdo a las nuevas organizaciones y estándares del Grupo. 3. Auditorías internas y legal. 	

En el proceso de selección de la compañía adjudicataria de la externalización (IBM) se han valorado especialmente los aspectos relacionados con la incorporación de los profesionales de Vodafone a dicha organización, asegurando que pasarían a ésta con unas condiciones laborales equivalentes, al menos a las que tenían en Vodafone.

En este sentido, hay que señalar que IBM es una compañía líder mundial en Servicios de Tecnologías de la Información y además destaca por los recursos que dedica al desarrollo de sus profesionales y su fuerte compromiso con la sociedades donde está presente.

Seguridad, Salud y Bienestar

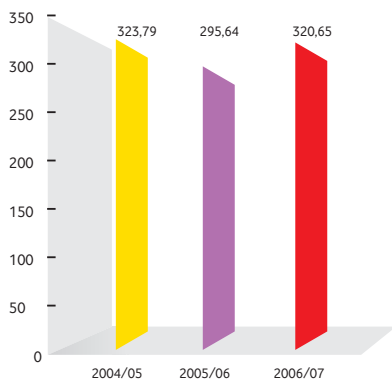
Vodafone España pone un foco especial en asegurar la seguridad, salud y bienestar de sus empleados y en salvaguardar la de aquéllos que colaboran con nosotros o puedan verse afectados por nuestras actuaciones (clientes, empresas colaboradoras, empresas del sector, organismos oficiales...).

Auditoría de Prevención de Riesgos Laborales

El Sistema de Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales de Vodafone España es sometido a un proceso de constante revisión y auditoría. Además de las auditorías internas establecidas por Vodafone España y el Grupo, por segunda vez consecutiva, hemos sometido nuestro Sistema de Gestión al control de una Auditoría Legal por entidad externa. Esta actividad evita ser un mero trámite legal, convirtiéndose en una herramienta fundamental para la identificación

Responsabilidad Corporativa y Empleados

Gráfico 7
Índice de Incidencia



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

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

Gráfico 9
Índice de Gravedad

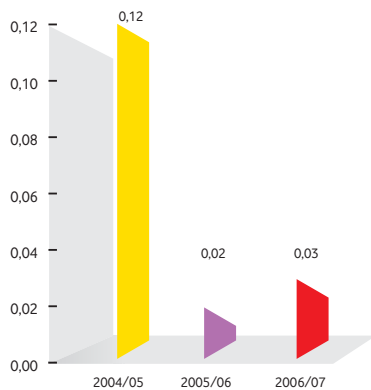
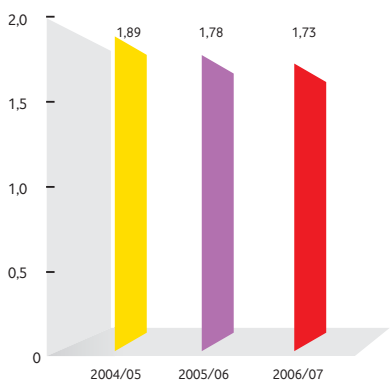


Gráfico 8
Índice de Frecuencia

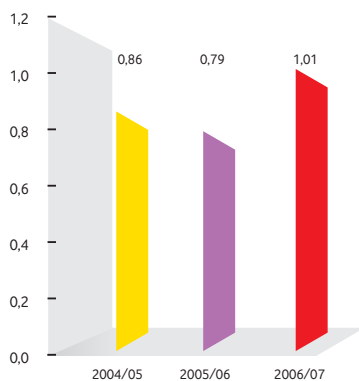


Índice de Frecuencia (= accidentes en jornada de trabajo con baja X 1.000.000 / N° de empleados X N° medio de horas efectuadas anualmente por empleado).

Accident Frequency Rate (= accidentes con y sin baja no "in itinere" X 100 / N° de empleados).

Nota: Los Índices de Incidencia, Frecuencia y Gravedad han sido calculados siguiendo los criterios establecidos en la Memoria Estadística de Accidentes de Trabajo del Año 2002 publicada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Por su parte "Accident Frequency Rate" es el índice reportado al Grupo Vodafone, según el sistema británico.

Gráfico 10
Accident Frequency Rate



y definición de oportunidades de mejora de nuestro sistema actual. Sus resultados son utilizados para establecer las estrategias en materia de PRL de los próximos años.

Entre las oportunidades de mejora detectadas en la citada auditoría, podemos señalar:

- Mejora de accesibilidad de la información en materia de prevención para los empleados a través de los recursos de comunicación corporativos.
- Eficiencia en la integración de la coordinación de actividades empresariales a través de la mejora en la implicación de las empresas colaboradoras.

Iniciativas para la Promoción de la Prevención y Salud

Durante el ejercicio 2006-07 se ha continuado el desarrollo de las políticas y estándares en materia de Prevención y Salud Laboral aplicando y llevando a cabo las actuaciones indicadas en la Tabla 2 (página 31).

Los Servicios Médicos de la Compañía están integrados por una Unidad Básica de Salud formada por un médico especialista en Medicina del Trabajo y dos especialistas también en Medicina del Trabajo. Los Servicios de Asistencia Médica incluyen:

- Atención de los casos de enfermedad que aparecen durante el horario laboral.
- Realización de análisis de sangre y orina.
- Prestación de Primeros Auxilios y Atención de Urgencias.
- Tratamiento farmacológico.
- Asesoramiento en medicina familiar.

En marzo de 2007 tuvo lugar en Toledo el "1^{er} Encuentro sobre Gestión de Emergencias en Instalaciones de Telecomunicaciones". El encuentro, coorganizado por Vodafone y el sindicato CCOO, tuvo como objeto ser un foro de diálogo entre Operadores de Telecomunicaciones y los Servicios Públicos de Emergencias. Se analizaron las problemáticas que pueden surgir a la hora de coordinar los protocolos internos de actuación en caso de accidente en los emplazamientos fuera del entorno urbano, con la intervención de los servicios públicos. Asimismo, los Servicios de Emergencia tuvieron la ocasión de conocer y practicar técnicas de rescate en torres de telecomunicaciones. El acto contó con la participación de miembros de Protección Civil, parques de bomberos, empresas colaboradoras, operadores de telecomunicaciones y suministradores (ver Imagen 1).

Accidentalidad y Absentismo

La evolución de los principales índices de accidentalidad se muestra en los Gráficos 7 a 10, índices que se consolidan en niveles mínimos. El Índice de Frecuencia ha continuado su tendencia a la reducción mantenida durante los últimos 5 años.

Los Índices de Incidencia y Gravedad muestran ligeros repuntes ocasionados por un accidente más con respecto al ejercicio anterior. Por último, el Índice de Frecuencia del Grupo Vodafone responde al incremento en el número de atenciones médicas realizadas en los accidentes que no ocasionan baja médica.

De nuevo, el número de accidentes muy graves y de fallecidos, bien empleados de Vodafone o de sus contratadas, ha sido cero. Tampoco hemos tenido que lamentar ningún incidente grave en alguna de nuestras instalaciones.

El Indicador de Absentismo¹ por Enfermedad Laboral de la compañía ha crecido durante el presente ejercicio en casi cinco décimas. Como consecuencia de ello, Vodafone ha puesto en marcha diferentes iniciativas con el objeto de analizar y corregir las posibles causas que lo motivaron. Estas iniciativas fueron implantadas como piloto en la Unidad de Puntos de Venta en la que se producía un nivel de absentismo significativamente superior a la media. Entre otras, se realizaron las siguientes iniciativas:

- Incremento de recursos.
- Definición de nuevos roles.
- Mejoras en los lugares de trabajo.
- Mejoras en los tiempos de sustitución con recursos externos.

Los resultados en esta Unidad han sido excelentes, disminuyendo el valor de su indicador de absentismo en el entorno del 35% como consecuencia de dichas acciones.

Qué haremos

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



Imagen 1



¹ N° de horas perdidas por enfermedad/número real de horas trabajadas

Responsabilidad Corporativa y Proveedores

Aspectos contemplados en el Código de Compras Éticas

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

Vodafone considera necesario que, como comprador de servicios y equipos de comunicaciones, sus suministradores cumplan unas condiciones aceptables, tanto laborales como medioambientales. En este sentido, además de desarrollar actuaciones propias para abordar las expectativas de RC de los Grupos de Interés sobre la cadena de suministros, estamos colaborando en el establecimiento de un enfoque común de todo el sector.

Vodafone España no fabrica ningún tipo de bienes, pero compra productos y servicios por valor de 4.619,7 millones de euros. Nuestra cadena de suministros de productos empieza en la extracción de materias primas y acaba en el montaje de los productos finales. Además, compramos servicios de compañías tanto a nivel local como global.

Se entiende por Proveedores locales aquéllos cuyas condiciones económicas han sido negociadas y cerradas en contrato por las unidades de operaciones locales.

Proveedores globales son aquéllos cuyas condiciones económicas han sido negociadas y cerradas en contrato por "Supply Chain Management" (SCM).

Existen proveedores mixtos que son aquéllos a los que parte del suministro corresponde a negociación global (normalmente bienes) y otra parte a negociación local (normalmente servicios).

El 32% de las compras corresponden a proveedores locales.

Vodafone pretende que su influencia no quede sólo en el primer nivel de proveedores (proveedores directos), sino que pretendemos que nuestros principios, resumidos en nuestro Código de Compras Éticas, sean trasladados a toda la cadena de suministro a través de:

- La promoción de la puesta en marcha, por parte de nuestros proveedores estratégicos, de programas de involucración con sus respectivas cadenas de suministro.
- El trabajo con grandes empresas dentro del sector electrónico, que mantienen relación con un amplio abanico de proveedores, para desarrollar un marco común de actuación en cuanto a los requisitos sociales y medioambientales a requerir a los proveedores del sector.

¿A qué nos comprometimos?

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

¿Qué hemos hecho?

Nuestro Código de Compras Éticas establece los principios de comportamiento social y medioambiental requeridos a nuestros proveedores, habiendo implantado durante el ejercicio 2006-07 un nuevo Sistema de Cualificación que tiene como objetivo garantizar que sólo los proveedores que previamente hayan superado los criterios

- Registro y Cuestionario de Autoevaluación.
- RC es uno de los 3 criterios de Cualificación para proveedores con riesgo medio o alto.
- Auditoría de Cualificación "in situ" en función del riesgo.

La cadena de suministros en Vodafone España



Optimización de proveedores

- Proyectos de Mejora identificados en el proceso de Evaluación de proveedores.
- Auditorías "in situ" de proveedores existentes, en función del riesgo y de su comportamiento.

Evaluación de proveedores

- La RC es uno de los 6 pilares analizados en la Evaluación del comportamiento de proveedores.

Cualificación de proveedores

Responsabilidad Corporativa y Proveedores

de Responsabilidad Corporativa, Financieros y Tecnológicos, puedan ser incluidos en la base de datos de proveedores de Vodafone.

Este proceso le da un gran peso al criterio de RC, ya que si, como consecuencia del resultado del cuestionario de autoevaluación, el riesgo es medio o alto, es requisito necesario realizar un análisis previo del cumplimiento de los requisitos de RC y posterior posible auditoría, antes de admitirlo como proveedor aprobado.

En el ejercicio 2006-07 se han llevado a cabo sesiones formativas/informativas del nuevo proceso de cualificación de proveedores, dirigidas a personas de todos los departamentos implicados en la aprobación de los tres tipos de criterios anteriormente mencionados.

El proceso de cualificación se realiza con una aplicación específica que contempla las siguientes etapas:

- Los nuevos proveedores se registran, bien invitados por Vodafone o a través de un enlace de nuestra página web. Uno de los requisitos incluidos en esta etapa de registro es la aceptación por parte del proveedor del Código de Compras Éticas de Vodafone.
- Una vez registrados los proveedores, si son de interés para la compañía, se les envía un cuestionario de autoevaluación que incluye cuestiones relativas a temas de Responsabilidad Corporativa, Finanzas y Tecnología.
- El proveedor tiene que autoevaluarse y posteriormente deberá ser aprobado por los correspondientes responsables de Vodafone cualificados para este proceso.

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

Algunas organizaciones han publicado informes durante el ejercicio 2006-07, proporcionando ejemplos de prácticas no adecuadas en cuanto a condiciones laborales, de salud y seguridad, y medioambientales en la cadena de suministros del sector. En este sentido, se pueden mencionar los informes realizados por la ONG SACOM (Students and Scholars Against Corporate Misbehaviour) y la organización holandesa de investigación SOMO (Centre for Research of Multinational Companies).

Temas tales como bajos sueldos, largos horarios de trabajo, carencia de sindicatos y utilización de productos químicos, fueron denunciados en países como China, India, Tailandia y Filipinas.

Aplicación para la Cualificación de Proveedores

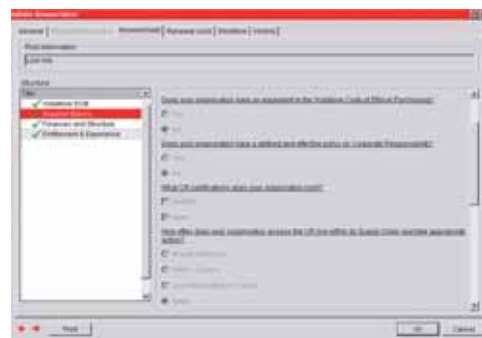
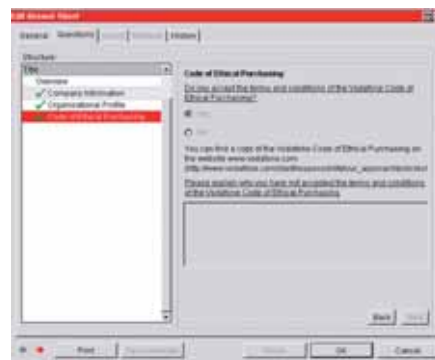
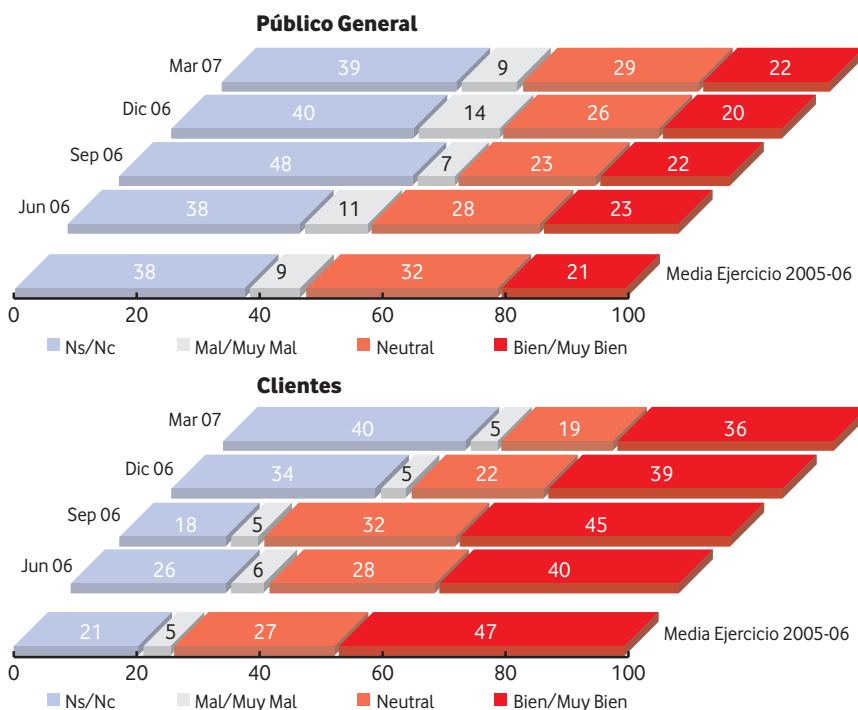


Gráfico 1

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

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



Responsabilidad Corporativa y Proveedores

Cadena de Suministros

• ¿Cuál es la situación de este tema?

El Informe Forética 2006 señala que un 30% de las empresas españolas tienen cierto control de la gestión responsable de los proveedores. Aunque todavía el control está más ligado a aspectos legales, de calidad y ambientales, la tendencia muestra un incremento en los últimos años y la inclusión creciente de aspectos de gestión ética y responsable.

Este incremento no está exento de dudas que las empresas deberán ir resolviendo. Entre los debates abiertos encontramos aspectos operativos ¿preferimos auditar a los proveedores o sólo tratar de influenciarlos?, ¿revisamos a miles de proveedores o sólo a los principales?, de alcance ¿dónde termina la responsabilidad de una empresa y dónde empieza la del proveedor? e incluso de gestión diaria: cómo concilia un director de compras el objetivo de reducir costes y a la vez ser consecuente con las políticas de RSE en la cadena de proveedores, por ejemplo.

• ¿Cómo está actuando Vodafone España en este aspecto?

El Código de Compras Éticas (CCE) de Vodafone y sus mecanismos de gestión y evaluación muestran un nivel de progreso muy importante en la gestión responsable de sus proveedores y positivamente diferencial frente a otras empresas. Ampliar el número de proveedores implicados en esta gestión y el grado de profundidad de su compromiso es un reto para los próximos años.

• ¿Qué otras acciones podría realizar Vodafone España?

Aparte de evitar riesgos, las mayores ventajas de una gestión responsable de la cadena de proveedores vendrán dadas cuando se adopte una política de RSE proactiva en la relación con los mismos. De esta relación pueden desprenderse ventajas competitivas y en coste para todos los implicados y desde luego un fructífero aprendizaje mutuo permanente. Incluir el debate sobre la RSE en el foro de la Mobile Vodafone Expo (MOVE) sería un apuesta excelente a desarrollar de forma más profunda.



Germán Granda
Director General
FORÉTICA

Alianzas con proveedores

Vodafone España organiza anualmente el Foro de Movilidad Empresarial (MOVE) que se ha convertido en un evento de referencia en el sector de las telecomunicaciones móviles. En MOVE, Vodafone reúne a sus aliados tecnológicos y a una selección de sus desarrolladores e integradores, para presentar todas sus soluciones y novedades a las empresas clientes asistentes.

Durante el ejercicio 2006-07, se celebró la 3ª edición (MOVE 06) en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, convirtiéndose en un punto de encuentro en el que nuestros clientes corporativos pueden exponer las necesidades de su negocio y encontrar una respuesta real y concreta a las mismas en los servicios que ofrece Vodafone con sus proveedores y colaboradores.

El MOVE cuenta con un área de exposición, donde se realizan demostraciones de productos y servicios móviles, y un área de conferencias, donde empresas líderes comparten su experiencia en movilidad, así como las últimas novedades tecnológicas.

Qué haremos

- Evaluar localmente el comportamiento de 10 proveedores, siendo uno de los pilares básicos para la evaluación la Responsabilidad Corporativa.
- Dentro del proceso de involucración con ONGs, incluir un apartado específico relativo a la cadena de suministro.

Más información en:

www.move06.es
www.sacom.org.hk
www.somo.nl

MOVE 06 en cifras

Asistentes: 4.000
Stands: 60
Soluciones presentadas: 130
Conferencias: 28



Un objetivo clave en la estrategia de Responsabilidad Corporativa de Vodafone es reducir el nivel de exclusión evitable, o lo que es lo mismo, aumentar el nivel de accesibilidad de nuestros productos y servicios. La accesibilidad se asocia normalmente con discapacidad, pero las dificultades de utilización de teléfonos móviles pueden alcanzar también a otros colectivos (personas mayores, enfermos crónicos, destreza manual reducida, etc.). Estudios recientes afirman que al menos el 9% de la población adulta en la Unión Europea está excluida, por diferentes motivos, del uso de la telefonía móvil.

Vodafone España ofrece productos y servicios especiales para aumentar el acceso a las comunicaciones de personas sordas, con deficiencias auditivas, ciegas o con discapacidad visual. Por otra parte, hay personas que aun sin tener ninguna discapacidad, tienen dificultades para la utilización de la telefonía móvil, que aumentan a medida que los teléfonos móviles son más pequeños y más complejos. Estas dificultades se pueden minimizar incluyendo el concepto de "diseño para todos" desde el momento del desarrollo de los productos y servicios.

Durante este ejercicio, el mercado ha mostrado un mayor dinamismo y un mayor nivel de conciencia y demanda en relación a la importancia que las tecnologías móviles tienen en la mejora de las comunicaciones, calidad de vida e inserción sociolaboral de las personas con alguna discapacidad o mayores. Parte activa de este nuevo cambio en el reconocimiento del importante papel de las tecnologías está siendo el impulso de las Administraciones Públicas junto con las Organizaciones del tercer sector, que se están mostrando muy activas en sus propuestas e iniciativas.

¿A qué nos comprometimos?

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

¿Qué hemos hecho?

Con el fin de progresar en el aumento de la accesibilidad de nuestros productos y servicios, y que éstos aporten cada vez más valor social, las iniciativas y recursos de Vodafone España en el ejercicio 2006-07 se han dirigido especialmente a:

- Escuchar y atender las nuevas demandas y expectativas de instituciones, y organizaciones representantes de colectivos vulnerables en relación a las nuevas necesidades sociales y de comunicación.

Productos y Servicios de Telefonía Móvil con Alto Valor Social

• ¿Cuál es la situación de este tema?

...Para mí la RSC es una responsabilidad conjunta de la empresa y también de sus integrantes. Creo que los partícipes de las empresas deben sentir el orgullo de pertenecer y formar parte de una compañía que destina parte de sus beneficios a hacer el planeta más sostenible o a proyectos sociales.

...Desde la RSC se puede hacer mucho por fortalecer el tercer sector, el paso del donante no comprometido que entrega fondos y no sigue los proyectos todavía permanece pero es una figura en extinción a medio plazo. Si desde la RSC se apoyan proyectos sostenibles, comprometidos y con planes de permanencia y viabilidad esto hará que el tejido que desarrolla esos proyectos se fortalezca.

• ¿Cómo está actuando Vodafone España en este aspecto?

...Debemos reconocer que la telefonía móvil es básica en el siglo XXI y a todos nos facilita tremendamente la vida; casi no podríamos vivir sin ella. Desde la telefonía móvil pueden plantearse cantidad de soluciones a numerosos problemas sociales y de colectivos desfavorecidos y están ahí las empresas de este sector para dar respuesta. Debemos agradecer el esfuerzo que desde sus departamentos de I+D se hace.

...Nuestra experiencia con Vodafone es positiva, lo vemos más como un compañero de viaje en tantas batallas que tenemos que afrontar, que como un patrocinador.

Creo que es una compañía pionera en muchas cuestiones; es de agradecer su esfuerzo en I+D y su cercanía al tercer sector y, en general, su buen conocimiento del mismo."

• ¿Qué otras acciones podría realizar Vodafone España?

Cosas a mejorar: el tamaño de las grandes empresas siempre es un obstáculo para trabajar con rapidez y, a veces, el contar internamente con tantos departamentos y recursos hace que nos perdamos en la comunicación.

Pienso que en un futuro próximo es una compañía muy capaz de crear "orgullo de marca" entre sus empleados, apostando para contribuir de forma muy práctica y eficaz a mejorar la situación en España de las personas con dependencia.

Blanca Clavijo
Presidenta
AFAL



Imagen 1



Productos y Servicios Sociales

Tabla 1

Productos y servicios sociales desarrollados por Vodafone España (previos al ejercicio 2006-07)	
<p>BlackBerry Vodafone Accesible</p> 	<p>Ofrece a las personas sordas acceso a la comunicación mediante dispositivos móviles. Además, se ofrece un Servicio de Atención al Cliente específico para personas con discapacidad auditiva.</p>
<p>Formación BlackBerry Vodafone Accesible</p>	<p>Teniendo en cuenta todos los aspectos y características de las personas sordas, se realiza a la máxima difusión de la solución BlackBerry Accesible, a través de circulares informativas y de la web.</p>
<p>T-Loop</p> 	<p>Permite el acceso a la telefonía móvil a las personas con discapacidad auditiva que usen audífonos de bobina "T".</p>
<p>Mobile Speak</p> 	<p>Es un programa lector de pantallas para teléfonos móviles que permite a las personas ciegas y con discapacidad visual severa tener acceso a toda la funcionalidad del teléfono móvil, con la conversión de cada interacción con el teléfono en referencias sonoras.</p>
<p>Mobile Magnifier</p>	<p>Dirigido a personas con discapacidad visual, es un programa que aumenta el tamaño de los elementos que aparecen en la pantalla del teléfono móvil.</p>
<p>Vodafone Simply</p> 	<p>Es una gama de teléfonos muy fáciles de usar, por lo que son muy útiles, por ejemplo, para personas mayores.</p>
<p>Formación para la Integración de Mayores</p>	<p>Pretende acercar las nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información a las personas mayores y facilitar su adaptación a la nueva era de la Sociedad de la Información.</p>
<p>Formación Municipios Accesibles</p>	<p>Su principal objetivo es sensibilizar a técnicos, profesionales y a la población sobre la necesidad de trabajar desde el diseño inicial y en el día a día, para crear un Municipio para Todos, evitando la discriminación de una parte de sus habitantes.</p>
<p>Medical Guard Diabetes</p> 	<p>Facilita los controles periódicos de glucemia de los diabéticos.</p>

- Continuar ampliando la oferta de la cartera de productos y servicios existentes para dar una adecuada respuesta a las demandas de los usuarios e instituciones.

En este sentido, hemos fomentado y logrado un mayor grado de madurez en la relación y comunicación con las Organizaciones del Tercer Sector, lo que se ha traducido en una más adecuada respuesta a sus necesidades y el aumento del clima de confianza en los proyectos de colaboración llevados a cabo, que se describen en este capítulo.

Un hecho relevante en el ejercicio 2006-07, y que puede tener una incidencia significativa en el desarrollo de Productos y Servicios Sociales, fue la aprobación en noviembre de 2006 de la "Ley de promoción de la autonomía personal y atención a la dependencia", que tiene por objeto regular las condiciones básicas que garanticen la igualdad en el ejercicio del derecho subjetivo de la ciudadanía a la promoción de la autonomía personal y atención a las personas en situación de dependencia, en los términos establecidos en las leyes, mediante la creación de un Sistema para la Autonomía y Atención a la Dependencia, con la colaboración y participación de las Administraciones Públicas y la garantía por la Administración General del Estado de un contenido mínimo común de derechos para todos los ciudadanos en cualquier parte del territorio nacional.

Por otra parte, Vodafone España ha participado junto a otros operadores, instituciones y asociaciones, en la elaboración de las "Recomendaciones sobre Accesibilidad en Terminales de Comunicaciones Móviles" para el Grupo de Trabajo de Accesibilidad del Comité Técnico de Normalización 133 "Telecomunicaciones" de AENOR.

Difusión de Tecnología Disponible para Distintos Colectivos de Discapacidad

Coincidiendo con la aprobación por parte de la Asamblea General de Naciones Unidas de la "Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad", desde la Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familia y Discapacidad del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, y en colaboración con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, la Fundación ONCE y el CERMI, se desarrolló un plan de acción con el objetivo de que España sea uno de los primeros países en ponerla en marcha y difundirla.

Así, el Centro Estatal de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas (CEAPAT), perteneciente al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, inauguró sus nuevas instalaciones, constituyéndose como un centro referente en Europa en cuanto a accesibilidad y exposición de ayudas técnicas.

Con objeto de cumplir con el compromiso público del Informe de RC del año anterior de difundir la tecnología disponible para distintos colectivos de discapacidad, Vodafone España aceptó la invitación de CEAPAT para exponer de forma permanente, en las nuevas instalaciones de ésta, los principales productos y servicios sociales de telefonía móvil desarrollados por Vodafone España (ver Imagen 1 de la página 37).

Productos y Servicios Sociales

Como complemento a los Productos y Servicios Sociales desarrollados por Vodafone España en años anteriores, en el ejercicio 2006-07 se han desarrollado nuevos productos y servicios con alto valor social que se describen a continuación, superando ampliamente el compromiso adquirido en el Informe de Responsabilidad Corporativa del año anterior de introducir 3 productos/servicios para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables (ver tabla 1).

Teleasistencia Móvil (TAM)

Vodafone España, en colaboración con la Asociación Nacional del Alzheimer (AFALContigo) y con Alares®, expertos en asistencia familiar, ha iniciado el desarrollo de Servicios Preventivos de Teleasistencia Móvil, a través del Servicio "Siempre Contigo".



Con la puesta en marcha de este servicio se ha buscado dar respuesta a recientes necesidades sociales, empleando los últimos avances en tecnología y en telecomunicaciones, y proporcionando una amplia cobertura en servicios asistenciales, para dar asistencia dentro y fuera del hogar a la persona que lo precise.

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

"Siempre Contigo" está diseñado no sólo para las personas que puedan estar en situación de riesgo, ya sea por su actividad profesional o personal o por tener algún tipo de dependencia (esto es, personas mayores que viviendo solas o acompañadas puedan tener cualquier emergencia), sino también para personas con alguna discapacidad, enfermos crónicos, convalecientes, embarazadas, etc.

El dispositivo asociado a este servicio es muy simple, ya que dispone sólo de dos botones:

- Botón verde. Al pulsarlo, conecta al usuario con el teléfono de un primer contacto; si éste no está disponible, pasa a un segundo contacto.
- Botón rojo. Al pulsarlo, conecta con el Servicio de Teleasistencia Móvil Alares, a través del cual el usuario es inmediatamente atendido o auxiliado, aunque esté fuera de su domicilio.

Su función básica es el establecimiento de una llamada de voz en modo manos libres, con el teléfono programado con sólo pulsar un botón.

Además, permite de forma pasiva el envío de mensajes de texto programados (SMS) de alarmas generadas manualmente por el usuario (pulsadores), o por los sensores incorporados (temperatura, movimiento, batería) que lo hacen de forma automática.



Sistema Inteligente de Monitorización de Alertas Personales (SIMAP)



Vodafone España, junto con Cruz Roja de España (CRE), la Asociación Nacional de Alzheimer (AFAL Contigo), la Confederación Española de Familiares de Enfermos de Alzheimer y otras Demencias (CEAFA), y la Fundación Alzheimer España (FAE), ha desarrollado el Sistema Inteligente de Monitorización de Alertas Personales (SIMAP) con el que se pretende dar respuesta a las necesidades especiales de atención y localización de personas con Alzheimer, empleando los últimos avances en tecnología y telecomunicaciones.



Productos y Servicios Sociales

SIMAP permite, gracias a un programa de avisos, obtener información constante sobre la ubicación y los movimientos de la persona que porta el dispositivo. SIMAP va dirigido al colectivo de enfermos de Alzheimer, formado por más de 800.000 personas en España.

Este servicio fomenta la autonomía personal de la persona dependiente, y asegura la intervención inmediata ante una crisis personal, social o de salud, al mismo tiempo que ofrece seguridad para los usuarios y tranquilidad para sus familiares.

Existen distintas opciones de acceso al servicio:

- **Servicio de Atención Telefónica Permanente ("Call-Center"):** disponible las 24 horas, los 365 días del año, para indicar en el momento preciso su localización. Cada usuario es identificado por un código personal, de forma que las personas autorizadas que deseen conocer su ubicación deben facilitar dicho código y una contraseña que se les proporciona al darse de alta en el sistema.
- **Servicio de Atención SMS:** este servicio permite acceder al sistema a través de un mensaje de texto con un formato específico, en el que se incluyen las claves para validar tanto al solicitante de la localización como al portador del dispositivo. Si el sistema lo identifica como una persona autorizada, responde con un SMS con las indicaciones sobre la localización del usuario.
- **Servicio de Atención MMS:** en este caso, además de indicaciones en modo de texto, la persona autorizada recibe un mensaje multimedia (MMS), con la fotografía de un mapa con la ubicación exacta del portador del dispositivo.
- **Servicio de Atención Web:** este servicio permite a quienes dispongan de una conexión a Internet conocer por sí mismos la localización de la persona dependiente. Para contar con este servicio deben identificarse correctamente con un código de usuario y una contraseña (www.simapglobal.com).
- **Servicio de Alertas SMS:** permite recibir vía SMS (bajo suscripción) y de forma automática a diferentes horas del día, indicaciones en modo de texto acerca de la localización del portador del dispositivo (acceso a áreas peligrosas, batería agotada, abandono de áreas seguras, aumento de velocidad, servicio de noticias, etc.).



Apadrinamientos a través del teléfono móvil

Mediante un acuerdo realizado entre Vodafone España y la Fundación World Vision España, se ha puesto en marcha en el ejercicio 2006-07 una iniciativa que permite apadrinar niños a través del teléfono móvil.

Hasta ahora, los móviles se habían utilizado para hacer donaciones únicas; ahora es posible apadrinar y ayudar de forma constante y duradera a niños y niñas de Guatemala, Mali, Mongolia y Filipinas.

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

El número de visitas a la página de apadrinamientos hasta marzo 2007 ha sido de 182.233.

Con esta iniciativa y en palabras de María López-Escorial (Directora de Comunicación y Marketing de World Vision España), "nuestro país es un país pionero en este tipo de acciones. Esta posibilidad aún no se ha desarrollado ni siquiera en otros países que, como Japón y Finlandia, tienen un uso masivo del móvil".



Vodafone Mensajes Solidarios

El programa de donaciones que lanzamos en el año 2004 con 9 ONGs ha ido obteniendo mayor reconocimiento y respaldo entre las organizaciones españolas, contabilizando al final del ejercicio 2006-07, a 20 entidades que se benefician de este programa y que respaldan el nacimiento de esta iniciativa, ampliable en todo momento a todas aquellas ONG que quieran incorporar las nuevas tecnologías móviles en sus campañas por la solidaridad.

Mediante los acuerdos establecidos con las ONG participantes en la iniciativa, se dona a éstas el importe íntegro de los SMS Premium recibidos. Así, las donaciones realizadas durante el ejercicio 2006-07 a través de este sistema fueron de 136.033 euro, y las cantidades acumuladas desde el lanzamiento de este programa ascienden a aproximadamente 2,5 millones de euros.

World Press Photo 06

Vodafone España patrocinó y participó en el evento World Press Photo 06 organizado por la Fundación Photographic Social Vision, en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB), en noviembre de 2006.

La exposición anual de las fotografías ganadoras del WPP se puede visitar cada año en 80 ciudades de más 40 países. Además de mostrar lo mejor de la fotografía del año en cuestión, se puede interpretar como un recopilatorio histórico que recoge los principales acontecimientos del año.

El hecho de que miles de visitantes de todo el mundo vean esta exposición pone de manifiesto el poder de la fotografía para sobrepasar las fronteras lingüísticas y culturales.

Servicio Mi País

La estrategia de Vodafone España está basada en la oferta de productos y servicios sociales adaptados a las necesidades de cada tipo de cliente.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), avance del Padrón a 1 de enero de 2007, el número de extranjeros en España se eleva a 4,48 millones, el 9,9% de la población, y según proyecciones de este organismo, el número de extranjeros residentes en España en 2010 podría alcanzar los 5,7 millones (12,6% de la población).

De estos 4,48 millones de extranjeros empadronados actualmente, 1,7 millones son comunitarios, y entorno al 64% de los extranjeros residentes en España proceden de tres lugares concretos: América Latina, Magreb y Europa del Este.

Más del 90% de las personas procedentes de estas tres áreas geográficas poseen teléfono móvil y, únicamente del orden del 30% de los mismos tienen teléfono fijo.

ONGs participantes

en "Vodafone Mensajes Solidarios"

Amnistía Internacional
Aprocor
Ayuda en Acción
Cesal
Cruz Roja Española
Entreculturas
Fundación Ayuda contra la Drogadicción
Fundación Mandela
Fundación Vicente Ferrer
Greenpeace
Intermón Oxfam
Manos Unidas
Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad (MPDL)
Red Deporte y Cooperación
Plan España
Save the Children
Talita
Teodora
UNICEF
WWF/Adena

WORLD PRESS PHOTO



Productos y Servicios Sociales

Tabla 2

Evolución de Mi País						
	marzo 2003	octubre 2003	noviembre 2004	febrero 2006	septiembre 2006	marzo 2007
Nº Países	17	27	50	50	50	50
Tipo Cliente	Sólo para prepago	Prepago y contrato	Prepago y contrato	Prepago y contrato	Prepago y contrato	Prepago y contrato
Tipo Tarifas	Sólo para prepago	Más barata en prepago	Más barata en prepago	Más barata en prepago	Más barata en prepago	Igual en contrato y prepago
Happy Day	No	No	No	Sí	Sí	Sí
Happy Hour	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Descuento sobre tarifas internacionales	Hasta un 25%	Hasta un 25%	Hasta un 25%	Hasta un 25%	Hasta un 25%	Hasta un 50%
SMS	60 céntimos de euro	60 céntimos de euro	60 céntimos de euro	60 céntimos de euro	60 céntimos de euro	30 céntimos de euro
Canales de activación	IVR	IVR	IVR	IVR, USSD (a través de mensaje corto)	IVR, USSD, Mi Vodafone	IVR, USSD, Mi Vodafone, Tienda
Novedades	-	Ampliación de países, inclusión de contrato	Happy Hour, ampliación de países	Happy Day, activación a través de USSD	Ampliación Happy Hour, activación a través de Web	Igualación de tarifas, ampliación de descuentos, SMS



Considerando estas circunstancias, Vodafone España fue pionera en ofrecer servicios de telefonía móvil especialmente dirigidos al colectivo de inmigrantes. Así, el Servicio "Mi País" fue lanzado en exclusiva en España por Vodafone en 2003 y desde entonces ha sido sometido a continuas ampliaciones como se muestra en la Tabla 2.

Recientemente, se ha lanzado el Servicio Integral de Idiomas en inglés, rumano y árabe, gratuito para el cliente y que se compone de:

- Servicio de IVR y atención por agente en dichos idiomas.
- Página web www.vodafone.es con información de Productos y Servicios Vodafone en dichos idiomas.
- Posibilidad de que el cliente firme el contrato con Vodafone en uno de esos idiomas.
- Posibilidad de que el cliente reciba el Manual de Usuario de Vodafone en dichos idiomas.

Los folletos se editan, en español, inglés, rumano, francés, árabe, chino y ruso.

Mi País de Vodafone

Sine in fiecare zi de la 20:00 la 24:00 la rețeaua mobilă și rîsă a tarilor pe care tu o alegi cu doar 18 cent/min. și trimite SMS cu doar 50 cent.

[Detalii](#)

Tarife Comunitare Mi País

Cu doar 5 cent./min. vei putea suna la tot grupul Mi País. Abonează-te acum!

[Detalii](#)

Mi País in Vodafone Live!

Pearta tara ta in mobilul tau. In Vodafone Live! Vei găsi muzica, imagini, ghidul tău pentru vacanța ta în Spania, etc.

[Detalii](#)

Alte Servicii

Abonează-te acum pentru ca Vodafone să vorbească limba ta: facturi/manuale, serviciul client, tot în limba ta.

[Detalii](#)

Dacă dorești, vorbim românește

Dorința companiei Vodafone este să te simți ca acasă. Din acest motiv am creat **Serviciul Integral de Limbi Străine**, care îți facilitează accesul la diferite produse și servicii Vodafone în limba română. Inscribe-te acum:

Apelază gratis numărul 189 sau vizitează un magazin Vodafone*

Astfel, vei putea beneficia de următoarele servicii în limba română:

- Scut manual al clientului.
- Aștept personalizat prin intermediul Serviciului Gratuit de Asistență Clienti 123.
- Informații suplimentare pe site-ul www.vodafone.es

إذا رغبت في ذلك، نتكلم بلغتك

بودافون تريد أن تحس وكأنك بين أهلكم. لهذا الغرض قمنا بإنشاء الخدمة الشاملة للغات والتي يمكنك من ولوج خدمات مختلفة وموارد بودافون بلغتك الخاصة، الخراط معا حالا:

التمس مجاناً بـ 189 أو توجه إلى محل بودافون**

ستجد متعة خاصة والتعامل لعلك عند طلب الخدمات التالية:

- دليل مختصر للزبون.
- إحصائيات وشخصيات ومجموعات عبر خدمة الزبون 123
- المعلومات على الويب: www.vodafone.es

Es tu momento. Es Vodafone.



Accesibilidad de las Tiendas Vodafone

Una vez realizado en el ejercicio 2005-06 el Estudio de Accesibilidad física en tiendas propias, según las recomendaciones del Manual de Accesibilidad (urbanística, arquitectónica y tecnológica) de COCEMFE, e identificadas y priorizadas las adecuaciones/medidas correctoras comunes a aplicar tanto en tiendas propias como en franquicias, durante el ejercicio 2006-07 se ha procedido a su implantación. En este sentido, las actuaciones realizadas han sido las siguientes dependiendo de la fase en el plan de expansión y adecuación de tiendas:

- Proceso de Selección de nuevos locales. Se incluyen condiciones sobre la accesibilidad del local (tanto interior como exterior), en el formulario de aprobación del mismo. El incumplimiento o la imposibilidad de adecuación del local puede llevar a desestimar su contratación.
- Proceso de Diseño de nuevas tiendas. En todos los proyectos de nuevas tiendas, ya sean propias o franquicias, se están considerando tanto las recomendaciones de accesibilidad del estudio de COCEMFE, como del Departamento de Prevención de Riesgos Laborales. En este sentido, el objetivo es tener un acceso considerado "totalmente accesible", o cuanto menos "practicable", en todas las tiendas y franquicias.
- Modificación de Tiendas existentes. Los requisitos de accesibilidad son también considerados para el Plan de remodelación periódica de Tiendas Vodafone.
- A 31 de marzo de 2007, el porcentaje de tiendas accesibles y/o practicables, de acuerdo con los criterios de accesibilidad citados es del 87,3%.

Otras actividades desarrolladas

- Colaboración con la CNSE (Confederación Estatal de Personas Sordas) para facilitar el acceso a la información y a la comunicación de las personas sordas o con problemas de audición, desarrollando Talleres de Formación sobre las TICs. Durante el ejercicio 2006-07 se formaron un total de 57 personas.

La labor principal de esta primera fase ha estado centrada en la organización y desarrollo de sesiones formativas relacionadas con la solución Blackberry Vodafone Accesible. Se han impartido conferencias formativas en las diferentes Federaciones de la CNSE, lo que ha implicado un trabajo y una formación dentro de la propia Federación así como en las diferentes asociaciones locales que la componen, llegando así a un mayor número de personas que han podido acceder a esta formación.

- Seminarios de Accesibilidad Universal: "Municipios para todos". Se trata de una iniciativa del Real Patronato de la Discapacidad, ligada al Premio Reina Sofía de Accesibilidad Universal a Municipios, cuya finalidad es recompensar una labor continuada llevada a cabo en un periodo de tiempo no inferior a cinco años, en el campo de la accesibilidad universal de las personas con discapacidad al medio físico, la educación, el ocio, la cultura, el deporte, el transporte, el turismo y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Se han realizado seminarios en Ávila, Daimiel (Ciudad Real), Melide (A Coruña) y Milagro (Navarra).
- Proyecto ALTER (Alfabetización Tecnológica e Inserción Laboral de Personas con Discapacidad Física en el Medio Rural). El objetivo de este proyecto es atender al colectivo "los excluidos de los excluidos", buscando favorecer la integración social por medio del acceso al empleo de personas con discapacidad residentes en zonas rurales. Para ello, este proyecto desarrollado en colaboración con COCEMFE, contempla la alfabetización tecnológica, el fomento de competencias sociolaborales, la intervención familiar y la actuación sobre los recursos comunitarios.

La formación se lleva a cabo en los domicilios de los propios usuarios, empleando las nuevas tecnologías.

Este año Vodafone ha mantenido un valioso nivel de compromiso con el movimiento asociativo de personas sordas, representado por la CNSE. Las iniciativas han sido múltiples, de gran utilidad y de un importante calado.

Vodafone, por ejemplo, ha brindado su apoyo a iniciativas tan relevantes como el XV Congreso Mundial de la World Federation of the Deaf. También, a lo largo de estos doce meses se han sucedido las propuestas en las que hemos podido contar con su colaboración, tales como el impulso a la participación de las personas sordas en la telefonía móvil y en las nuevas herramientas que nos brindan las nuevas tecnologías.

También cabe destacar la ayuda recibida para elaborar instrumentos que han servido para normalizar la lengua de signos española.

Por todo ello, valoramos extraordinariamente la contribución que un año más nos ha prestado Vodafone.

Mar Amate García
Directora Gerente
CNSE

Productos y Servicios Sociales

El proyecto ALTER tuvo su origen en una iniciativa piloto llevada a cabo en Sevilla en 2004, y en este ejercicio 2006-07 se ha desarrollado en las siguientes zonas:

- Asturias: incluye la atención de 60 usuarios, habiéndose alcanzado el 39,2% de contrataciones, superando el 35% establecido como objetivo.
- Vizcaya (Bilbao y Baracaldo): se interviene con 60 personas con el objetivo de alcanzar el 35% de inserción laboral en el mercado ordinario con contrataciones no inferiores a 6 meses.
- Colaboración con ONCE (Organización Nacional de Ciegos), con la realización del Workshop ONCE-Vodafone, donde se presentó el "Estudio de usuarios sobre aplicaciones accesibles en movilidad".
- Acuerdo con la Confederación Española de Organizaciones de Mayores (CEOMA) y Unión Democrática de Pensionistas (UDP), dentro del "Programa para la incorporación de las personas mayores a la Sociedad de la Información". Durante el ejercicio 2006-07, se formaron un total de 1.519 personas.
- Participación junto con COCEMFE en las VI Jornadas Científicas de Investigación Sobre Personas Con Discapacidad.



Por último, podemos afirmar que el desarrollo de Productos y Servicios Sociales es un tema altamente valorado tanto por nuestros clientes como por el Público General (ver Gráfico 1).

Qué haremos

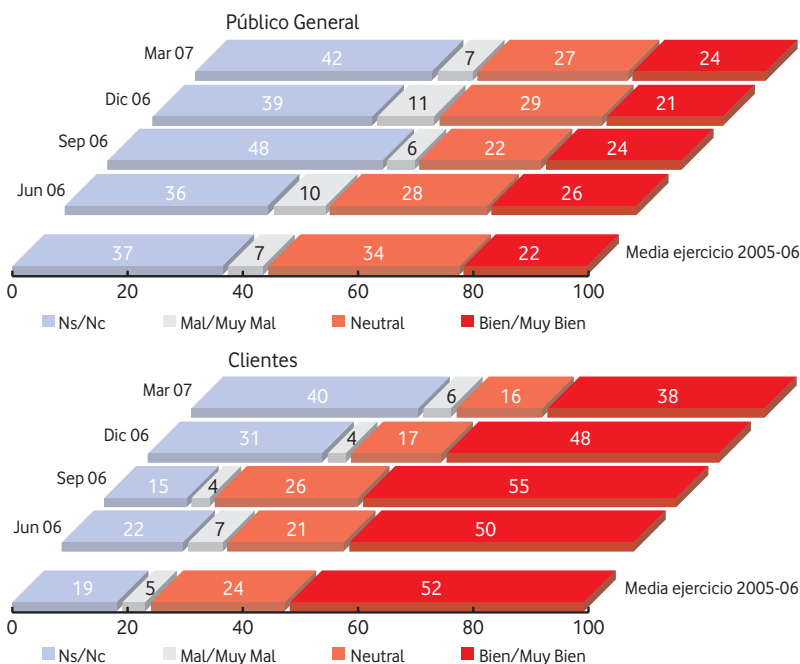
- Desarrollar nuevas campañas de difusión sobre la tecnología disponible para los distintos colectivos de discapacidad.
- Introducir 2 nuevos productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.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



Gráfico 1

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

Proporcionar productos y servicios que mejoren la calidad de vida de personas con necesidades especiales (discapacitados, enfermos, colectivos desfavorecidos...)"



Más información en:

www.vodafone.es/accesible
www.vodafone.es/tiendas
www.afal.es
www.cnse.es
www.cocemfe.es
www.cruzroja.es
www.once.es
www.simapglobal.com

La Fundación Vodafone España, en cumplimiento de su objetivo fundacional, ha continuado y ampliado sus actividades relacionadas con la innovación, la formación, la promoción y la difusión de las telecomunicaciones móviles y los beneficios que pueden aportar a la sociedad.



**Fundación
Vodafone
España**

¿A qué nos comprometimos?

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

¿Qué hemos hecho?

Innovación

Proyectos Nacionales

Proyectos de Telesistencia Móvil (TAM), en colaboración con Cruz Roja Española

En el ejercicio 2006-07 la Telesistencia Móvil ha continuado prestando servicios a aquellos grupos vulnerables que ya se están beneficiando de ella, además de iniciar nuevas líneas de aplicaciones sociales a otros grupos, como son las personas mayores, dando cumplimiento al correspondiente compromiso del año anterior.

De los primeros, destacan los servicios de protección al colectivo de mujeres víctimas de violencia de género. La TAM les permite:

- Tener conexión permanente con las Centrales de Atención de Alarmas de Cruz Roja.
- Disponer de cobertura en cualquier lugar con acceso a la telefonía móvil.
- La localización por sistemas GPS y por la red de Vodafone.
- Recibir apoyo inmediato a través de la telefonía móvil.
- La movilización de los recursos propios del usuario (familiares, vecinos, etc.) y de los recursos necesarios que existen en la localidad.

Proyecto Complementa

Desde la Fundación Tecsos (constituida por la Fundación Vodafone y Cruz Roja) se ha puesto en marcha esta iniciativa de Telesistencia Móvil, orientada a las personas mayores. Además de las prestaciones ya en uso de telesistencia, el Proyecto incluye elementos de seguridad pasiva dentro del hogar (detección de humos, gases, presencias...) y comunicación con cuidadores y familiares a través de videoconferencia, lo que redundará en una mejor y más amplia ayuda al interesado (ver Imágenes 1 y 2).



Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



Proyectos de Telemedicina, en colaboración con el Instituto de Salud Carlos III

En este ejercicio se han tomado como punto de partida las conclusiones del programa previo AIRMED para desarrollar un nuevo proyecto de Telemedicina y e-Salud. Se ha investigado en busca de nuevas aplicaciones de las TIC para el bienestar, la vida independiente y la salud, prestando especial atención a los servicios para pacientes crónicos, personas mayores y con necesidades especiales. Así, se está poniendo en marcha la Unidad de Investigación en Telemedicina y e-Salud, que se centrará en I+D de servicios móviles integrados para colectivos con necesidades especiales.

Proyectos para personas sordas

En colaboración con la Fundación CNSE y la propia Confederación Estatal de Personas Sordas, durante este ejercicio se han desarrollado las siguientes iniciativas:

- Proyecto DILSE III. Este proyecto tiene como objetivo desarrollar el Primer Diccionario Normativo de la Lengua de Signos Española. En 2006 se ha ampliado la base de datos de la LSE para soporte multiidioma y parametrización de signos. Estará disponible en DVD, web y aplicaciones móviles en el año 2008 (ver Imagen 3).
- Videollamada 3G/HSDPA para la Lengua de Signos Española (LSE). Se está desarrollando un software y terminales especiales para aumentar la nitidez de los signos que se hacen con las manos.
- Accesibilidad LSE para páginas web.
- Contenidos LSE para web en el móvil y MMS.
- Proyecto Signo-Guía.

Proyecto PLATAS (PLATaforma de Asistencia Social)

Incluido dentro del Plan Avanza del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, PLATAS propone nuevos servicios sociosanitarios basados en el uso de las TIC, que permitan a las personas mayores en situación de dependencia leve o moderada permanecer en su entorno habitual.

El proyecto se realiza en colaboración con Cruz Roja Española y el Instituto de Salud Carlos III. Fue galardonado con el accésit del Premio Plan Avanza en la categoría de "Inclusión en la Sociedad de la Información: Mayores y Discapacitados" (ver Imágenes 4 y 5).

Proyectos Europeos

MyHeart

Incluido en el VI Programa Marco de la Unión Europea dentro de los proyectos de e-Salud, MyHeart persigue la prevención primaria y secundaria y el diagnóstico precoz de enfermedades cardiovasculares para mejorar la calidad de vida de los pacientes y reducir los gastos asociados a estas enfermedades (ver Imagen 6).

"Dispositivos vestibles inteligentes" monitorizan las señales vitales y las envían a través de sistemas de comunicaciones móviles para que el personal sanitario pueda valorarlas. Esto permite conocer el estado de salud del usuario en cualquier momento y en cualquier lugar, y así reducir la intervención de los médicos especialistas.

Imagen 4



Imagen 5



Imagen 6



33 instituciones de 11 países europeos más la Clínica Mayo Rochester de EE.UU. forman el Consorcio que, a lo largo de tres años y desde 2004, está desarrollando este Proyecto.

Persona

En enero de 2007 se ha puesto en marcha este proyecto que va a desarrollar una plataforma para el acceso ubicuo e instantáneo a servicios dirigidos a personas mayores. Estas soluciones permitirán a los usuarios permanecer más tiempo en su entorno habitual y así mejorar su independencia y su calidad de vida.

Integrado dentro del VI Programa Marco de la Unión Europea, el Consorcio, coordinado por Vodafone Italia, está formado por más de 20 instituciones de España, Alemania, Dinamarca, Italia y Grecia.

Formación

Cursos de Posgrado

La Fundación Vodafone España organiza diferentes Masters con diversas universidades españolas. Desde el ejercicio 1995-96 hasta el 2006-07, 1.620 estudiantes han asistido a estos cursos de posgrado (ver Imagen 7). A continuación se resumen los más significativos:

- **Cátedra Vodafone – Universidad Politécnica de Madrid (UPM)**

La Cátedra Vodafone es un foro para fomentar el desarrollo de la Sociedad de la Información. Entre sus actividades destaca el Máster en Comunicaciones Móviles (60 Créditos), cuya VII Edición se ha desarrollado en el curso 2006-07. Los alumnos se especializan en sistemas y redes de comunicaciones, desde GSM hasta UMTS. Durante este curso la Cátedra también organizó seminarios, congresos y jornadas técnicas para ampliar la formación de los estudiantes.

- **Máster en Comunicaciones Móviles – Universidad Politécnica de Cataluña (UPC)**

Este Máster (60 Créditos), que se encuentra en su XII Edición, enseña a los alumnos todo lo necesario sobre los sistemas GSM, GPRS y UMTS, así como los aspectos legales y económicos del mercado de las comunicaciones móviles. Una vez finalizado el aprendizaje tienen la posibilidad de realizar prácticas en empresas del sector.

- **Máster en Comunicaciones y Desarrollo de Servicios Móviles – Universidad Politécnica de Valencia (UPV)**

Incluido dentro de las actividades que desarrolla el Aula Vodafone-UPV, se ha desarrollado la III Edición de este Máster de 610 horas, que forma a futuros profesionales del sector de las Telecomunicaciones. El Aula también lleva a cabo diferentes proyectos de investigación, difusión y formación en Co-

Imagen 7



Imagen 8



municaciones Móviles, gracias a la colaboración entre distintos departamentos de la Escuela Técnica Superior de Telecomunicaciones de la UPV.

- **Curso de Especialista en Comunicaciones Móviles – Universidad de Sevilla**

Bajo el título de "Tecnologías y Aplicaciones Móviles: GPRS y UMTS" el Curso de Especialista en Comunicaciones Móviles ofrece a los alumnos, en su V Edición, la posibilidad de profundizar en su formación como ingenieros. El programa, que cuenta con 250 horas teóricas y prácticas, ha sido fruto de una cuidada selección de materias que se dividen en 8 módulos.

- **Máster en Informática aplicada a las Telecomunicaciones – Universidad de Málaga**

Este programa de posgrado (96 Créditos), que se encuentra en su IV Edición, proporciona a los alumnos los conocimientos necesarios sobre informática aplicada a las nuevas tecnologías de las comunicaciones móviles GSM, GPRS y UMTS, y está organizado en clases teóricas y prácticas. Al finalizar el curso los estudiantes realizan prácticas en empresas líderes del sector.

- **Máster en Diseño para Todos en Tecnologías de la Información y la Comunicación – Fundación ONCE**

Este programa de 303 horas, ya en su II Edición, está dirigido a profesionales de las TIC que quieran aprender cómo diseñar, desarrollar o implementar servicios y productos concebidos

Imagen 9



Imagen 10



bajo el lema de "diseño para todos". Las clases cuentan con un soporte técnico y de intérpretes que permite a personas con discapacidad acceder a una formación cualificada de postgrado. Este Máster, se imparte en la Escuela de Organización Industrial (EOI), gracias a la colaboración entre la Fundación ONCE y la Fundación Vodafone España.

Aulas Fundación Vodafone España

Se trata de centros con equipamientos multimedia, dirigidos a la formación básica y gratuita en nuevas tecnologías para grupos sociales que tienen acceso limitado a ellas por razones sociales, económicas, de discapacidades, etc.

El proyecto de Aulas es posible gracias a acuerdos de colaboración con diferentes ayuntamientos, asociaciones e instituciones. Durante el ejercicio 2006-07 han estado abiertas y se han realizado más de 134.000 usos en los siguientes centros:

- Aula Fundación Vodafone – Ayuntamiento de Alcobendas
- Aula Fundación Balia – Fundación Vodafone
- Aula Ayuntamiento de Málaga – Fundación Vodafone
- Aula Fundación Vodafone – MPDL
- Aula Fundación Vodafone – Jerez de la Frontera
- Aula Fundación Vodafone – Ayuntamiento de Fuenlabrada
- Aula Fundación Vodafone – ASPAYM Murcia

- Aula Ayuntamiento de Mataró – Fundación Vodafone
- Aula Fundación Vodafone – ASPAYM Ferrol

ESTALMAT – Proyecto de Detección y Estimulo del Talento Precoz en Matemáticas

Con el objetivo de detectar, orientar y estimular el talento precoz en matemáticas, se desarrolla el proyecto ESTALMAT con la colaboración de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales. Durante dos cursos, niños de entre 12 y 13 años con una capacidad extraordinaria para las matemáticas, asisten semanalmente a clases tutorizadas que pretenden potenciar el talento de los alumnos.

ESTALMAT se lleva a cabo en Madrid, Cataluña, Andalucía (ampliado este curso a todas las provincias), Castilla y León (Burgos, Valladolid, Segovia y León) y Canarias (Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote). 260 alumnos han seguido este programa en 2006-07.

Otros Cursos y Seminarios

La Fundación Vodafone España ha continuado su programa de congresos, jornadas y encuentros en colaboración con universidades, ayuntamientos e instituciones. La temática de estas convocatorias, de las que se han realizado del orden de 60 durante el ejercicio 2006-07, con un total de asistentes superior a 10.000, sigue cuatro líneas (ver Imágenes 8, 9 y 10):

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

Mecenazgo

El apoyo a la integración social, laboral y cultural de los colectivos vulnerables, mediante el apoyo de las TIC es el fin de los proyectos que se desarrollan desde el Área de Mecenazgo. Estas actividades se realizan en colaboración con diferentes asociaciones e instituciones que representan a estos colectivos.

Durante el ejercicio 2006-07 se han llevado a cabo, entre otras, las siguientes actividades:

- X Edición del Curso de Esquí Adaptado en Sierra Nevada organizado por la Fundación Deporte y Desafío (20 asistentes) (ver Imagen 11).
- Campamento ASPAYM para niños y jóvenes con discapacidad física en "El Bosque de los Sueños", situado en Cubillos del Sil, León (150 niños y jóvenes, más 50 monitores y voluntarios).
- Cursos de Buceo Adaptado en colaboración con la Fundación También (50 personas discapacitadas, más 20 acompañantes).
- Teléfono ANAR de ayuda a niños y adolescentes en riesgo.

- Cursos de telemarketing, con la Fundación AFIM (30 alumnos discapacitados).
- Programas de ayuda a niños oncológicos, con la Asociación Española contra el Cáncer. Se realizaron colonias de verano en Salardú, Lleida (100 niños).
- Programas de lecto-escritura para niños con discapacidad intelectual, con la Fundación PRODIS.
- Proyectos de integración laboral de personas discapacitadas, con APROCOR (8 personas formadas e integradas laboralmente).

Formación de Mayores

Con el fin de intentar acercar las nuevas tecnologías al colectivo de personas mayores, la Fundación Vodafone España puso en marcha en 2006 un programa de cursos en el manejo del teléfono móvil dirigido a personas mayores. Los cursos se han impartido en Madrid, Cataluña, Andalucía y Castilla y León. Durante el ejercicio 2006-07 más de 15.000 mayores han sido formados (ver Imagen 12).

Difusión

Publicaciones

Las siguientes publicaciones han sido editadas a lo largo del ejercicio 2006-07:

- Anuario de Derecho de las TIC 2006.
- Creación Neológica y Nuevas Tecnologías.
- La Unión Europea y su política para las comunicaciones electrónicas.
- Comunicaciones Móviles GSM y GPRS.
- TIC y Dependencia (se presentará en el ejercicio 2007-08).

Además de estas ediciones, en 2006 se presentó el "II Informe TIC y Discapacidad. Dependencia y Diversidad", en acto público presidido por D^a Amparo Valcárcel, Secretaria de Estado de Asuntos Sociales y Familia. En él se recogen las posibilidades que ofrecen las TIC a los colectivos dependientes. El informe fue elaborado por expertos técnicos y personas pertenecientes a grupos vulnerables de diversos organismos públicos y privados (ver Imagen 13).

Premio de Periodismo VIII Edición

La VIII Edición del Premio se centró en la "Evolución tecnológica de los sistemas de información y comunicación, así como en los beneficios que la movilidad implica, tanto desde el punto de vista social y de integración, como también desde el económico, profesional y cultural" (ver Imágenes 14 y 15).

En esta Edición el Jurado decidió fallar los premios en:

- Categoría de un Profesional de la Comunicación: Ignacio del Castillo y Javier Montalvo, ambos del periódico "Expansión".
- Categoría a la Trayectoria Profesional: Josep Borrell.

Imagen 11



Imagen 12



Imagen 13



Imagen 14



Imagen 15



Imagen 16



Más información en: www.fundacion.vodafone.es

Imagen 17



Premio a la Innovación y el Desarrollo en Comunicaciones Móviles - I Edición

En 2006 se ha instituido este premio, con el objetivo de incentivar la aparición de nuevas propuestas tecnológicas que cuenten con el soporte de las comunicaciones móviles y que planteen nuevos productos y servicios (ver Imagen 16).

Convocado en dos categorías, el fallo de esta primera edición ha sido:

- Categoría de "Proyecto de Desarrollo e Innovación Móvil en el Ámbito de la Investigación": equipo formado por D^a Noelia Cáceres, D. Francisco García y D. Johan P. Wideberg, de la Universidad de Sevilla por su proyecto "Uso de datos de una Red GSM para la inferencia de datos de movilidad interurbana de vehículos".
- Categoría de "Proyecto de Desarrollo e Innovación Móvil en el ámbito del Desarrollo Empresarial": Davida Aauri por su proyecto "Monitorización remota de colmenas de abeja".

Página web Accesible

Tras haber sido certificado con nivel Doble AA por su accesibilidad, en 2006-07, la Fundación, de acuerdo a su compromiso del año anterior, ha incorporado vídeos en lengua de signos en las páginas principales de su portal. Esto permite a las personas con discapacidad auditiva una mejor comprensión de los contenidos de la página web.

Premios recibidos

- Premios COCEMFE 2006 (ver Imagen 17).
- Accésit Plan Avanza.
- Distinción de Difusión de la Cultura del Ayuntamiento de Alcobendas.

Qué haremos

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

En diciembre de 2006 los medios de comunicación ofrecieron amplia cobertura a los resultados de la investigación realizada por el Instituto Danés del Cáncer, indicando la ausencia de relación entre las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil y el cáncer, tras llevar a cabo el estudio de mayor alcance y duración efectuado hasta la fecha.

Este estudio se caracteriza porque las investigaciones se han prolongado en el tiempo durante más de 20 años y que como base del análisis se ha llevado a cabo un exhaustivo seguimiento en la evolución de la salud de más de 420.000 personas.

Otro hecho relevante en este tema durante el ejercicio 2006-07 ha sido la sentencia del Tribunal Supremo fechada el 19 de abril de 2006, respalda la legislación vigente y determina que las emisiones radioeléctricas de las antenas de telefonía móvil no son nocivas para la salud humana, como ya han indicado en los últimos cinco años informes científicos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Unión Europea, el Ministerio de Sanidad y Consumo, la Asociación Española contra el Cáncer (AECC), el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), y otros organismos independientes.

No obstante, a pesar del incremento de informes independientes que se publican indicando que no existen evidencias de la relación entre las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil y la salud, hay una parte de ciudadanos que siguen mostrando preocupación por este tema. Por ello, Vodafone España continúa con su compromiso de mejorar la información a los ciudadanos para que convivan sin inquietudes con una tecnología que contribuye de forma cada vez más evidente a mejorar la calidad de vida de la sociedad.

¿A qué nos comprometimos?

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

¿Qué hemos hecho?

Cumplimiento de la legislación. Certificación de Emplazamientos

Nuestra red se compone, entre otros elementos, de Estaciones Base que emiten y reciben señales de radiofrecuencia y de Centros de Conmutación y Centros de Datos que enrutan las llamadas y capturan la información.

En lo relativo a emisiones radioeléctricas, la normativa que aplica a Vodafone España, es la siguiente:

- **Europa:** Recomendación del Consejo de Ministros de Sanidad de la Unión Europea, de 12 de julio de 1999, relativa a la exposición del público en general a campos electromagnéticos.

Descartan la relación entre el móvil y el cáncer tras estudiar a 421.000 voluntarios

La investigación más amplia realizada hasta la fecha durante 21 años **no halla vínculo alguno**, ni siquiera en las personas que más hablan por teléfono

N. R.C.

MADRID. Uno de los estudios más numerosos y prolongados de los realizados hasta la fecha vuelve a alejar la sospecha. No importa si se habla mucho o poco tiempo, la utilización del teléfono móvil no aumenta las posibilidades de sufrir un cáncer, según una investigación realizada en Dinamarca que ha seguido a más de 420.000 usuarios durante 21 años. Los investigadores daneses no hallaron ninguna relación con la aparición de leucemias ni con el desarrollo de tumores en la cabeza o en el cuello.

La población estudiada no se liberó del cáncer, pero la similitud entre los casos esperables y los que aparecieron en el estudio descartan un mayor riesgo para tumores cerebrales, ocu-

El miedo a los campos electromagnéticos

Lo que preocupa de los móviles son las radiaciones no ionizantes que liberan, como otros aparatos y tendidos eléctricos. Este tipo de radiaciones son capaces de ocasionar cáncer si se alcanza cierta dosis. En cambio, no existe ningún mecanismo físico o biológico por el que se pueda justificar que sean cancerígenas. Nadie ha demostrado que sea capaz de transformar en maligna una célula normal.

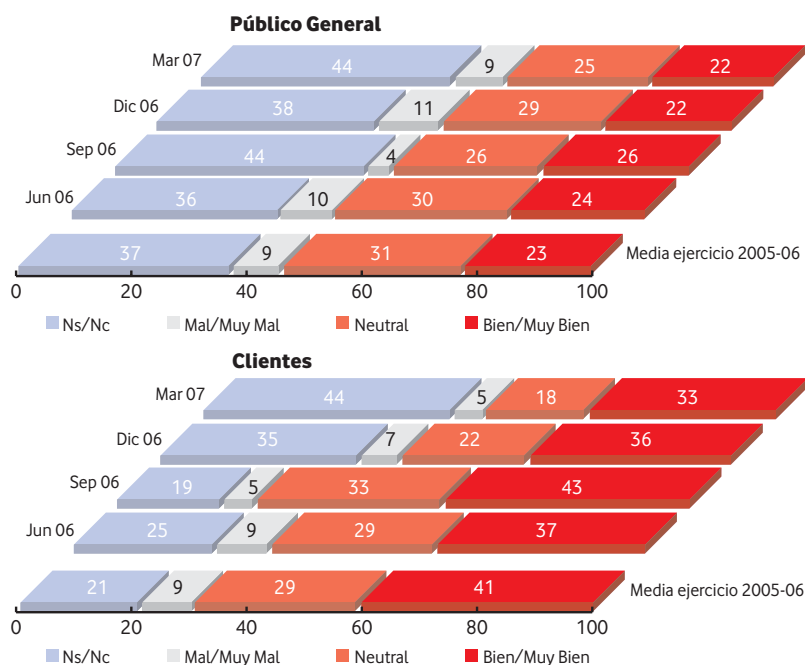
No se encontraron más tumores de cabeza y cuello ni leucemias en población con más de

ABC, viernes 8 diciembre 2006

Gráfico 1

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

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



Telefonía Móvil y Salud

- **Nacional:**

- Real Decreto 1066/2001, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento que establece condiciones de protección del dominio público radioeléctrico, restricciones a las emisiones radioeléctricas y medidas de protección sanitaria frente a emisiones radioeléctricas.
- Orden CTE/23/2002, de 11 de enero, por la que se establecen condiciones para la presentación de determinados estudios y certificaciones por operadores de servicios de radiocomunicaciones.

Vodafone España cumple con todos los requisitos contemplados en el RD 1066/2001 y la Orden CTE/23/2002, habiéndose certificado la totalidad de los emplazamientos urbanos requeridos y realizado las medidas oportunas en las estaciones de un año de antigüedad o cercanas a centros sensibles (colegios, hospitales, parques...).

La certificación supone la constatación de que no se han variado los niveles de emisión durante los últimos 12 meses y se ha llevado a cabo en los 6.450 emplazamientos requeridos. De ellos, se han realizado medidas en las 3.055 estaciones requeridas.

El resultado de estas mediciones ha acreditado, una vez más, que la totalidad de las estaciones de Vodafone España emite a unos niveles de emisiones radioeléctricas notablemente por debajo de los límites permitidos por la normativa vigente.

Por otra parte, en junio de 2006, el Secretario de Estado de Telecomunicaciones presentó el Plan del Gobierno para el control de las antenas de telecomunicaciones en España, que incluía la instalación de 200 estaciones de medición de emisiones radioeléctricas en España hasta 2007.

Este Plan de Medidas de Control de las Emisiones Radioeléctricas se pondrá en marcha en cuatro fases. La primera consta de estudios preventivos de los niveles de emisión, la inspección de las instalaciones, y la certificación anual de los operadores de telefonía móvil. En una segunda fase se incluye el lanzamiento de un Sistema de Vigilancia Permanente de Emisiones Radioeléctricas complementario. En la tercera se contempla la atención e información al ciudadano a través de una página web. Por último, un Comité Técnico de Seguimiento coordinará nuevas medidas y elaborará un informe anual sobre el resultado de las actuaciones realizadas.

Cumplimiento de la Política de Gestión de las Emisiones Electromagnéticas de Vodafone

El Grupo Vodafone realizó, durante el ejercicio 2006-07 una auditoría interna a Vodafone España con el objetivo de asegurar que se está cumpliendo su Política de Gestión de las Emisiones Radioeléctricas.

La auditoría se realizó tanto sobre las estaciones base de la compañía, como sobre los terminales y dispositivos móviles que se comercializan.

Las conclusiones del proceso de auditoría fueron las siguientes:

- La prevención de riesgos forma parte del proceso de selección de las estaciones base y los organismos públicos correspondientes se encargan de acreditar cada emplazamiento antes y después de su construcción, realizándose además medidas anuales en lugares sensibles (colegios, hospitales, parques...).
- Los niveles de exposición al público están en España muy por debajo de los que requiere la Política de Gestión de las Emisiones Radioeléctricas de Vodafone.
- Los Propietarios de emplazamientos reciben la correspondiente información sobre Antenas y Salud, y disponen de un número de teléfono específico para ponerse en contacto con Vodafone cuando lo precisen.
- Se publica y difunde información a través de Internet y de folletos (ver Figura 1).

Figura 1



- Existe un departamento responsable de asegurar que los valores de absorción de emisiones de los terminales están dentro de los límites estándar, y aplican a todos los equipos y dispositivos móviles comercializados por Vodafone España.

Los niveles SAR (Tasa Específica de Absorción -"Specific Absortion Rate") de todos nuestros teléfonos móviles comercializados se referencian en nuestra página web www.vodafone.es/antenasysalud

Código de Buenas Prácticas para las Instalaciones de Telefonía Móvil

Uno de los hitos más importantes que se consiguieron durante el ejercicio 2006-07 fue la puesta en marcha de un "Código de buenas prácticas para la instalación de infraestructuras de telefonía móvil".

El Código fue elaborado por la FEMP (Federación Española de Municipios y Provincias) en colaboración con AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España) y, además del Código de Buenas Prácticas, contiene información sobre el nuevo Servicio de Asesoramiento Técnico e Información (SATI) a disposición de los municipios.

El SATI actúa en los siguientes ámbitos:

- Asesoramiento sobre los aspectos relativos a las características técnicas (tipos de equipos, idoneidad...) contenidos en la documentación presentada para la obtención de licencias municipales de las infraestructuras de radiocomunicación.
- Respuestas a las consultas sobre la aplicación del Código de Buenas Prácticas.
- Realización de informes jurídicos sobre proyectos de ordenanzas o modificación de las existentes y su adecuación a la normativa vigente.
- Información sobre las emisiones radioeléctricas de las estaciones base de telecomunicación.
- Respuesta a consultas relativas a aspectos biomédicos.
- Apoyo para responder en el ámbito local a inquietudes sobre emisiones electromagnéticas y su repercusión en la salud, tanto desde el punto de vista de la ciencia como desde la comunicación.

Vodafone España como firmante del Acuerdo FEMP- AETIC, o las empresas que en su nombre se encarguen de la instalación, mantenimiento o modificación de las infraestructuras, se ha comprometido a emplear el Código de Buenas Prácticas como guía y referencia para sus actuaciones y propuestas con aquellas corporaciones locales que lo hayan adoptado.

A su vez, las corporaciones locales que suscriban el Código de Buenas Prácticas mediante su adhesión al Acuerdo FEMP-AETIC, lo utilizarán como referencia para valorar las solicitudes de concesión de licencias en el ámbito de las infraestructuras de telefonía móvil.



Información

Vodafone España ha desarrollado actuaciones para mejorar e incrementar los diferentes canales de información al público para que puedan resolver las dudas, consultas o inquietudes que se les puedan presentar sobre las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil y la salud. Así, durante el ejercicio 2006-07 se ha creado un módulo específico sobre "Antenas y Salud y Telefonía Móvil" en el Portal Comercial al que tienen acceso tanto tiendas propias como franquicias y canal consumo, lo que supone más de 900 puntos de venta.

Se ha realizado también un sondeo al canal comercial para conocer el número de consultas relacionadas con el tema y el resultado

demuestra que, aunque continúa existiendo una cierta inquietud social, la preocupación por las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil está decreciendo en los últimos meses. De hecho, el 86% de los comerciales que han contestado el sondeo declaran que el número de consultas relacionadas con inquietudes sobre temas de salud está entre un 0-5% del total de consultas que reciben.



Por otra parte, dentro de las expectativas de nuestros Grupos de Interés se observa cómo este tema empieza a ocupar unas posiciones menos importantes (ver Capítulo 3, "La RC en Vodafone: Involucración con los Grupos de Interés").

En la última Encuesta de Satisfacción realizada durante el primer trimestre de 2007 a los propietarios de los emplazamientos en los que existe una instalación de Vodafone, el 79% se mostraba satisfecho o muy satisfecho con la información que Vodafone España le proporcionó en el momento de la contratación, sobre el funcionamiento de una estación de telefonía móvil. Al mismo tiempo, el sector de administradores de fincas, gestores y presidentes de comunidad solicitan una continuidad en la información para poder solventar aquellas dudas puntuales de los propietarios que puedan surgir con posterioridad a la contratación del emplazamiento.

Vodafone España realiza encuestas trimestrales a nuestros clientes y público en general sobre nuestras acciones de comunicación relacionadas con las emisiones radioeléctricas de la telefonía móvil (ver Gráfico 1 de la página 51).

Qué haremos

- **Ampliar las actividades de involucración con los Grupos de Interés, con objeto de mejorar su opinión sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a Telefonía Móvil y Salud (con respecto a los resultados de las encuestas de 2006-07).**

Más información en:

www.vodafone.es/antenasysalud
www.cancer.dk
www.who.int/es
<http://jnci.oxfordjournals.org/>

Despliegue Responsable de Red

Despliegue responsable de red

• ¿Cuál es la situación de este tema desde tu punto de vista?

Lo cierto es que el despliegue de las infraestructuras de telefonía móvil en los últimos años, ha supuesto para la mayoría de Ayuntamientos una situación novedosa a la que han tenido que hacer frente, tanto a nivel técnico como jurídico.

Este despliegue se inició en medio de un vacío normativo y de indefinición de competencias, al que se sumaba una falta de información así como una creciente alarma social sobre los posibles efectos negativos de las antenas sobre la salud de las personas, lo que no ayudó a los responsables municipales en su toma de decisiones.

En la actualidad, existe un marco legal que ha venido completándose con diferentes normativas estatales, autonómicas o locales sobre telecomunicaciones, así como un marco social más estable, alcanzado gracias al esfuerzo de los municipios y los operadores por dialogar y hacer participar a los movimientos vecinales en el despliegue de las infraestructuras de telecomunicaciones.

Con todo ello, y siendo conscientes de que con la incorporación de la tecnología de tercera generación los ayuntamientos van a tener que resolver un número mucho más elevado de solicitudes de licencias, creemos que la situación alcanzada en la seguridad jurídica del despliegue, y de los compromisos medioambientales y urbanísticos asumidos por los operadores, van a facilitar la ampliación de la red.

• ¿Cómo está actuando Vodafone España en este aspecto?

Vodafone España, al igual que el resto de los operadores integrados en AETIC, ha sido partícipe de la elaboración, junto a la Federación Española de Municipios y Provincias de un Código de Buenas Prácticas para favorecer el despliegue de infraestructuras de telefonía móvil, en el que se establecen criterios jurídicos, urbanísticos y medioambientales, que favorecen un despliegue ordenado y responsable.

• ¿Qué otras acciones crees podríamos realizar?

Fomentar la participación ciudadana en paralelo a la de los responsables municipales, en la selección final de los emplazamientos y continuar desarrollando estrategias de compartición con otros operadores que favorezcan un despliegue amistoso con el urbanismo, así como continuar con campañas de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía los resultados de las investigaciones científicas relativas a la posible incidencia de las emisiones radioeléctricas sobre la salud.



Gonzalo Brun Brun
Director de Coordinación
Técnico-Jurídica
FEMP

Nuestros servicios móviles dependen, entre otros componentes, de una red de estaciones base para transmitir y recibir llamadas y datos. Vodafone invierte continuamente en su despliegue de red para mejorar su cobertura y capacidad para nuestros clientes y dar soporte a las nuevas tecnologías como 3G/UMTS.

De hecho, durante el ejercicio 2006-07 la mejora de nuestra red 3G ha sido espectacular, dando continuidad al esfuerzo realizado en el ejercicio anterior, para conseguir igualar la percepción que nuestros clientes tienen en el uso de ambas redes (2G y 3G).

Durante el ejercicio 2006-07 Vodafone España ha instalado más de 2.500 estaciones base de acuerdo a su Plan de Despliegue, lo que ha supuesto una inversión de unos 700 millones de euros. En la actualidad, disponemos de más de 17.000 elementos de red, de los que cerca de 7.000 disponen de tecnología 3G.

Al mismo tiempo, somos conscientes de que a veces nuestro desarrollo de red puede ser causa de preocupación para algunas personas, bien por el impacto visual que pueden causar, o por temas relacionados con las emisiones radioeléctricas. En este sentido, en el proceso de selección de los emplazamientos de nuestras estaciones, además de los requisitos técnicos, de la calidad del servicio y de las obligaciones de las licencias, consideramos, en la medida que puedan ser aplicables, las expectativas de los Grupos de Interés implicados en el despliegue de red (ver Capítulo 9: "Telefonía Móvil y Salud").

En general, el despliegue de las estaciones base no es causa de controversia. Sin embargo, cuando ello ocurre nuestra Política de Despliegue Responsable de Red establece que escucharemos sus puntos de vista, tratando de darles solución, en la medida que sea posible. Estamos convencidos de que proporcionar información a tiempo produce tranquilidad y ayuda a obtener la aceptación del despliegue de nuestra red.

¿A qué nos comprometimos?

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

¿Qué hemos hecho?

Política y Guías de Despliegue Responsable de Red

Vodafone España, además de cumplir con la legislación nacional de telecomunicaciones que afecta al despliegue de red (Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones), aplica la Política de Despliegue Responsable de Red de Vodafone y las Guías que la complementan, documentos en los que se

Despliegue Responsable de Red

establece cuál debe ser nuestro comportamiento en temas tales como:

- Emisiones radioeléctricas (ver Capítulo 9: "Telefonía Móvil y Salud").
- Impacto medioambiental.
- Planificación y selección de emplazamientos.
- Comunicaciones con administraciones y comunidades del entorno de los emplazamientos.
- Relaciones con propietarios de emplazamientos.

La implantación de esta Política se mide a través de una serie de indicadores que hemos desarrollado durante el ejercicio 2006-07. Continuamos trabajando con las diferentes Administraciones para hacer entender que los plazos en la concesión de licencias tienen impacto no sólo en el desarrollo de la red, sino que influyen también en el proceso de dar cobertura a determinadas áreas que carecen totalmente de ella, así como en la ampliación de los beneficios de la sociedad de la información.

Involucración con los Grupos de Interés

La percepción que diferentes Grupos de Interés tienen sobre nuestro comportamiento en los temas de Despliegue Responsable de Red se ha incluido como un aspecto más a considerar en la encuesta que trimestralmente realizamos a Clientes y Público en General. Además, se han desarrollado y se está realizando el seguimiento de un conjunto de indicadores sobre este tema, con el objetivo de aumentar la aceptación pública de nuestro Despliegue de Red (ver Gráfico 1).

Por otra parte, mediante la firma del "Código de Buenas Prácticas" entre la asociación representante de los operadores móviles (AETIC) y la Federación Española de Municipios y Provincias, nos comprometemos a desplegar nuestra red buscando siempre la máxima integración con el entorno, actuando con transparencia (suministrando el máximo de información a los ciudadanos y a las administraciones públicas), y compartiendo, en la medida de lo posible, nuestras estaciones con otros operadores de telefonía móvil (ver Capítulo 9: "Telefonía Móvil y Salud").

Relaciones con Propietarios de Emplazamientos

En febrero de 2007 Vodafone España organizó las primeras "Jornadas sobre Propietarios de Emplazamientos" con presencia de numerosas operadoras del Grupo Vodafone. El evento fue una oportunidad para compartir las mejores prácticas en lo que a gestión de la relación con propietarios se refiere.

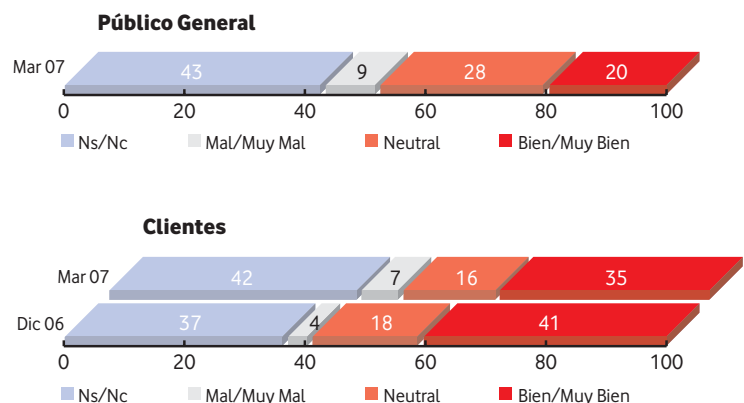
Vodafone España aportó su experiencia al respecto con el funcionamiento desde hace ya dos años de la Plataforma exclusiva para Atención al Propietario y con un Plan de precios especial equiparable a los planes dirigidos a los empleados (ver Figura 1 de la página 56).



Gráfico 1

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

Realizar una selección y diseño de antenas que trate de minimizar el impacto medioambiental".



Despliegue Responsable de Red

La Plataforma de Atención al Propietario funciona desde las 8:00 a las 24:00 horas, habiendo recibido durante el ejercicio 2006-07 un total de 11.638 llamadas. Cuando un propietario comunica alguna incidencia, ésta se remite inmediatamente a los correspondientes responsables en la zona geográfica a la que pertenece el emplazamiento para que sea atendida directamente por ellos.

La mayor parte de las llamadas recibidas son relativas a temas de facturaciones o relacionadas con las emisiones radioeléctricas de la "Telefonía Móvil y Salud". En este último caso, estos temas son remitidos al equipo de Vodafone experto en esta materia (ver Figura 2).

Los propietarios de emplazamientos son clave para el despliegue de nuestra red y por ello desarrollamos planes para hacerles partícipes de ellos y atender especialmente sus necesidades y sugerencias.

En aplicación de las Guías de Vodafone para el Despliegue Responsable de Red, hemos lanzado una nueva encuesta telefónica a un 5% de los Propietarios con los que Vodafone tiene un contrato de arrendamiento para sus instalaciones de red. El objetivo es conocer cuáles son sus principales expectativas y cuáles son las mejoras que podemos implantar en nuestra relación con ellos. Las principales conclusiones de dicha encuesta muestran que:

- El 86% de los encuestados consideran que están satisfechos o muy satisfechos por haber contratado el alquiler de un emplazamiento con Vodafone España y la mayoría (70%) se lo recomendarían a amigos y familiares.
- Vodafone España aparece como la operadora que mayores ventajas competitivas ofrece a sus Propietarios de emplazamientos.
- El funcionamiento de la Plataforma específica de Atención para Propietarios ha resuelto el problema, identificado en encuestas anteriores, relativo al desconocimiento de los Propietarios sobre cómo contactar con Vodafone.
- Existen unos altos niveles de satisfacción tanto con las soluciones proporcionadas como con la atención prestada por Vodafone.

Compartición de emplazamientos

Vodafone considera que la compartición de emplazamientos será en el futuro una parte importante del despliegue de redes de telefonía móvil.

Por ello, en la búsqueda por Vodafone de mejores y más efectivas prácticas, se está haciendo también un esfuerzo especial para optimizar nuestro despliegue de red, aprovechando infraestructuras de nuestros competidores y alcanzando acuerdos con ellos que aseguren el mejor servicio a nuestros clientes.

Somos, de hecho, la operadora del sector que tiene un mayor número de emplazamientos compartidos con todas las demás operadoras y estamos desarrollando nuevos proyectos para poder compartir la red de acceso 3G con otras operadoras.

Figura 1



Figura 2

Tipología de llamadas a la plataforma de Atención al Propietario.

- Requiriendo información: 56,4%.
- Incidencias: 39,2%.
- Para modificación de datos: 4,4%.



El Mundo, lunes 23 abril 2007

Hasta el cierre del ejercicio 2006-07 el número acumulado de comparticiones en emplazamientos propios es aproximadamente de 750 y en emplazamientos ajenos de 900. De ellos, el 81% y 68%, respectivamente, se realizaron durante el ejercicio 2006-2007.

Consolidación de emplazamientos y compartición de la red de acceso 3G

Así en octubre de 2006, Vodafone España y Orange firmaron un addendum al acuerdo previo de compartición para uso compartido de infraestructuras.

Según los términos del acuerdo, ambas operadoras compartirán las infraestructuras de sus redes en poblaciones de menos de 25.000 habitantes, lo que supondrá una agilización de la expansión por todo el territorio nacional de la tecnología UMTS. El pacto mejorará la cobertura de ambas operadoras en un 25% y reducirá en un 40% el número total de emplazamientos necesarios para el despliegue de redes en esas zonas. Vodafone y Orange compartirán un mínimo de 5.000 nodos de red para finales de 2009, aunque la gestión del tráfico de comunicaciones y la calidad dependerá de cada una de las operadoras de forma independiente, como hasta ahora.

El acuerdo prevé la posibilidad de extender la colaboración a la infraestructura de 2G en el mismo territorio.

En el marco del acuerdo firmado entre Vodafone España y Orange, se contempla también la consolidación de emplazamientos 2G de ambas operadoras en una única infraestructura que permita:

- Mantener la calidad de servicio anterior a su consolidación en todos los parámetros técnicos.
- Garantizar que todo el equipamiento de ambas infraestructuras pueda ser instalado en una única infraestructura.
- Reducir el impacto ambiental como consecuencia del desmantelamiento de uno de los dos emplazamientos.

Al mismo tiempo, la consolidación de emplazamientos 2G se plantea como un proyecto entrelazado con la compartición de la Red de Acceso 3G, ya que, mediante la Consolidación de Emplazamientos se compartirán las infraestructuras 2G en las poblaciones por debajo de 25.000 habitantes, y con la Compartición de la Red de Acceso 3G se compartirán los equipos 3G en estas poblaciones.

En este sentido, se pretende que las infraestructuras en las que se realiza consolidación de emplazamientos sean utilizadas para la compartición de la Red de Acceso 3G.



Qué haremos

- Proporcionar formación/comunicación sobre la Política y Guías de Despliegue Responsable de Red a empleados y proveedores.
- Evaluar el cumplimiento de la Política de Despliegue Responsable de Red.
- Continuar midiendo la opinión del público sobre nuestro comportamiento en el Despliegue de Red y mejorar la aceptación pública sobre la base de los resultados de 2006-07.

Más información en:

www.vodafone.es/comunidades

Energía y Cambio Climático

Gráfico 1
Distribución consumo energía eléctrica (2006/07)

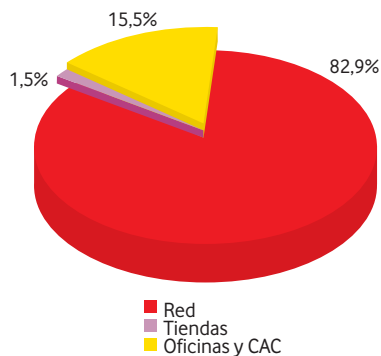


Gráfico 2
Consumo de energía en la red (Mwh)

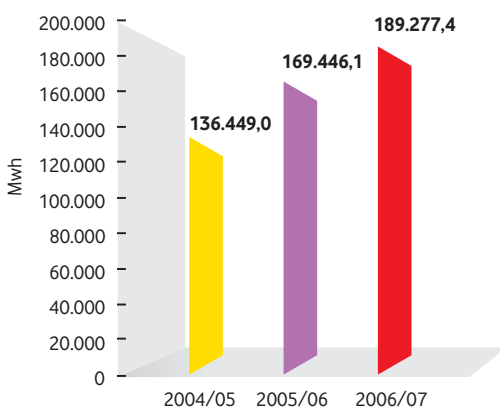
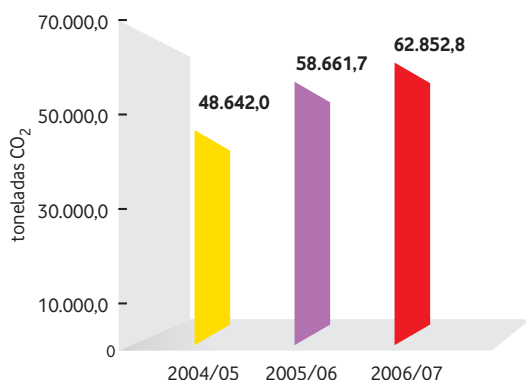


Gráfico 3
CO₂ derivado del consumo de energía en la red (toneladas)



Por “cambio climático” se entiende un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

Tal y como se reconoce en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (noviembre de 2006), “las actividades humanas han ido aumentando sustancialmente las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera, y ese aumento intensifica el efecto invernadero natural, lo cual dará como resultado, en promedio, un calentamiento adicional de la superficie y la atmósfera de la tierra que puede afectar adversamente a los ecosistemas naturales y a la humanidad”.

Para Vodafone España, limitar nuestra contribución al cambio climático es una prioridad. Como en la mayor parte de las actividades empresariales, el desarrollo de las telecomunicaciones lleva aparejado una demanda de energía para el funcionamiento de la Red.

La energía utilizada por las operaciones de nuestra Red, suponen cerca del 83% del consumo total de Vodafone España (ver Gráfico 1).

El significativo crecimiento de nuestra actividad en el ejercicio 2006-07 ha implicado el aumento del consumo de energía de nuestra red en un 11,7% respecto al ejercicio anterior, llegando hasta 189.277,4 Mwh. De igual forma, las emisiones de CO₂ que este consumo lleva asociadas aumentaron un 7,1%, llegando a 62.852,8 toneladas (ver Gráficos 2 y 3).

Ahora bien, este aumento en el consumo de energía absoluto, y por ende en las emisiones de CO₂ asociadas, se ha transformado, como consecuencia del Plan de Eficiencia Energética aplicado por Vodafone España en el periodo 2003-06, en reducciones significativas en los consumos de energía por elemento de red, y de sus emisiones de CO₂ asociadas, en concreto del 5,4% y 11,9%, respectivamente.

¿A qué nos comprometimos?

- Establecer un nuevo Plan de Eficiencia Energética.
- Desarrollo piloto de Energías Renovables/Verdes (marzo de 2008).

¿Qué hemos hecho?

Plan de Eficiencia Energética 2006-10

Con el objetivo de mejorar progresivamente la eficiencia energética de nuestra red y reducir el impacto ambiental asociado, en el ejercicio 2005-06 finalizamos el Plan de Eficiencia Energética puesto en marcha en 2003-04. Como consecuencia de dicho Plan, en sus tres años de vigencia conseguimos un ahorro total de energía de 13.059 Mwh, lo que supone una reducción de las emisiones de CO₂ de 4637,2 toneladas que, según el informe ASEMFO “Los bosques como sumidero de carbono. junio 2004”, equivale a la cantidad que absorbería un área forestal de 649,2 Ha en un año.

Conscientes de nuestra responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad, y aunque Vodafone España ya dispone de una de las redes más eficientes desde el punto de vista energético del Grupo Vodafone, hemos desarrollado un nuevo Plan de Eficiencia Energética 2006-10, aún más ambicioso que el anterior de 2003-06. Este plan contempla proyecciones para inversiones en tecnologías más eficientes y objetivos de mejora, habiendo sido aprobado por nuestro Consejero Delegado y el Director de Tecnología (ver Gráfico 4).

Este Plan contempla actuaciones para aumentar la eficiencia energética tanto en nuestra Red de Acceso como en los Centros de Conmutación (ver información adicional adjunta).

Por otra parte, se realizarán mediciones "in situ" en al menos 10 estaciones base, instalando medidores directos, con el fin de poder detectar otros ahorros potenciales de energía en equipos individuales.

Considerando la planificación en la implantación de las medidas contempladas y teniendo en cuenta las previsiones de aumento en el tráfico de voz y datos de nuestra Red, **Vodafone España pretende obtener unos ahorros del 8% en el consumo de energía previsto desde el inicio del ejercicio 2006-07 hasta el fin del 2009-10** (ver Gráfico 4).

Ello implica un ahorro en emisiones de CO₂ de, al menos, el 8% y de una disminución en las emisiones de CO₂ respecto al tráfico de red cursado del 35% (ver Gráficos 5 y 6).

Durante el ejercicio 2006-07 se han obtenido como consecuencia de la aplicación de este Plan de Eficiencia Energética, unos ahorros de 6.231,5 Mwh, lo que supone un ahorro en emisiones de CO₂ de 1.969,1 toneladas,

Plan de Eficiencia Energética (2006-10)

Actuaciones en Los Centros de Conmutación

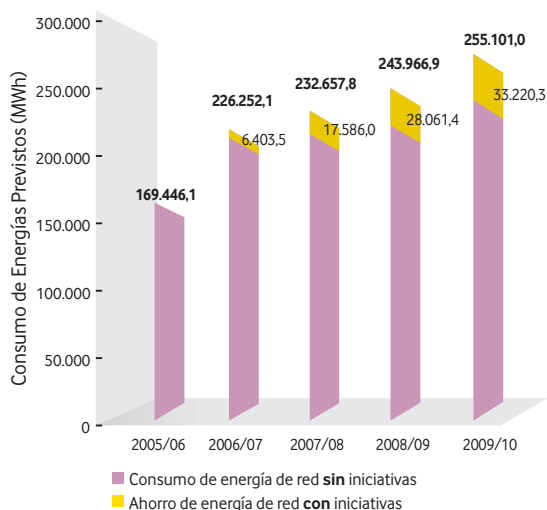
- Instalación de sistemas de refrigeración con "Free Cooling".
- Apagar zonas no ocupadas.
- Retirada de obstáculos en falso suelo para conseguir una mejor refrigeración.
- Cierre de algún Centro de Conmutación.

Actuaciones en La Red de Acceso

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

Gráfico 4

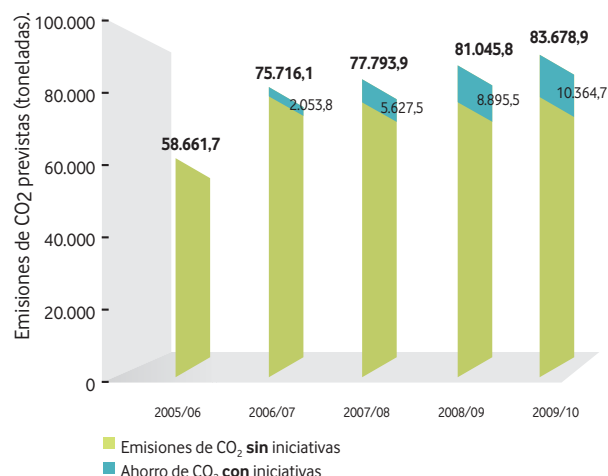
Plan de Eficiencia Energética 2006-10



% de ahorro previsto en consumo de energía: 8%

Gráfico 5

Plan de Eficiencia Energética 2006-10

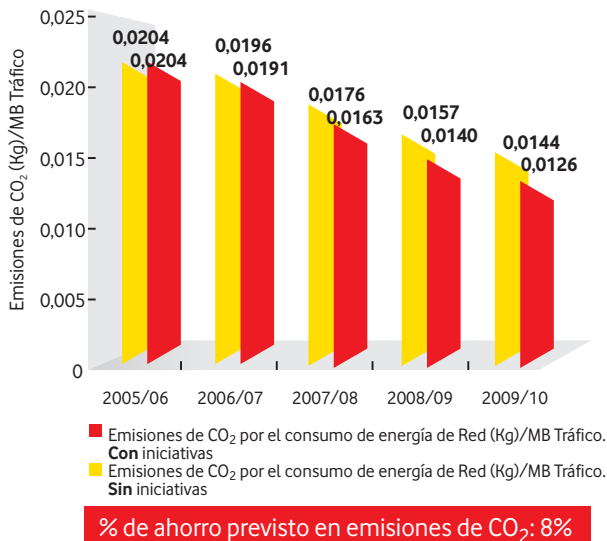


% de ahorro previsto en emisiones de CO₂: 8%

Energía y Cambio Climático

Gráfico 6

Plan de Eficiencia Energética 2006-10



lo que equivale, de acuerdo con el informe ASEMFO "Los Bosques como sumidero de Carbono. junio 2004", a la cantidad que absorbería un área forestal de 275,7 Ha en un año.

De esta forma, desde el inicio de sus Planes de Eficiencia Energética en 2003-04, Vodafone España ha logrado un ahorro total de emisiones de CO₂ de 6.606,3 toneladas, lo que equivale a la cantidad que absorbería un área forestal de 924,9 Ha en un año.

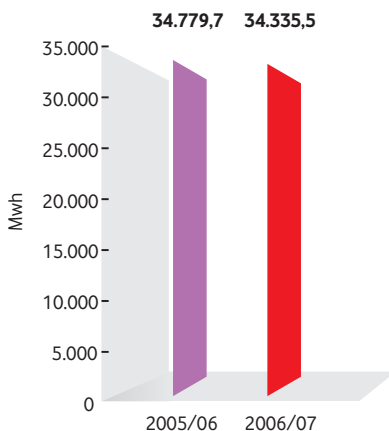
Energías Renovables/ Verdes

Tras el estudio de viabilidad técnico-económica realizado durante el ejercicio 2005-06 por Vodafone España para la utilización de energías renovables/verdes en las instalaciones corporativas más representativas, nos comprometimos a analizar su implantación durante el ejercicio 2006-07.

Una vez realizado dicho análisis y tras el compromiso de ejecución del Plan de Eficiencia Energética 2006-10 indicado en el punto anterior, Vodafone España ha decidido concentrar sus esfuerzos en dicho Plan, y por lo tanto posponer la decisión de la implantación de energías renovables/verdes para futuros ejercicios.

Gráfico 7

Consumo eléctrico en oficinas (Mwh)



Otros consumos de energía

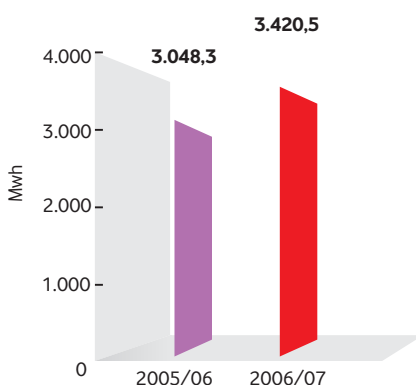
Aunque es un factor menos representativo en comparación con el consumo energético en la red, el consumo eléctrico de oficinas y tiendas también se encuentra bajo control (ver Gráficos 7 y 8).

Con objeto de aumentar la eficiencia energética en tiendas y oficinas, se han realizado actuaciones de ahorro energético, tales como instalación de detectores de presencia, de lámparas de bajo consumo, adaptación de los rangos de temperatura en las oficinas (de aires acondicionados en verano y calefacción en invierno), o implantación de sistemas de "Free Cooling" en las principales oficinas.

Por otra parte, a causa del transporte por carretera y avión se producen emisiones de CO₂ como consecuencia de la combustión de gasolina y diesel, por lo que también efectuamos controles sobre dichos medios de transporte.

Gráfico 8

Consumo eléctrico tiendas (Mwh)



A pesar del significativo aumento de nuestra actividad, Vodafone España está trabajando en la contención de los gases emitidos por el consumo de combustible en nuestra flota de vehículos y en los vuelos que realizamos (ver Gráficos 9, 10 y 11).

Todas estas actuaciones se complementan con el seguimiento periódico que efectuamos de la percepción que nuestros clientes y público en general tiene sobre el comportamiento de Vodafone España en lo relativo a la minimización de nuestro impacto en el Medio Ambiente (ver Gráfico 12).

Gráfico 12

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

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

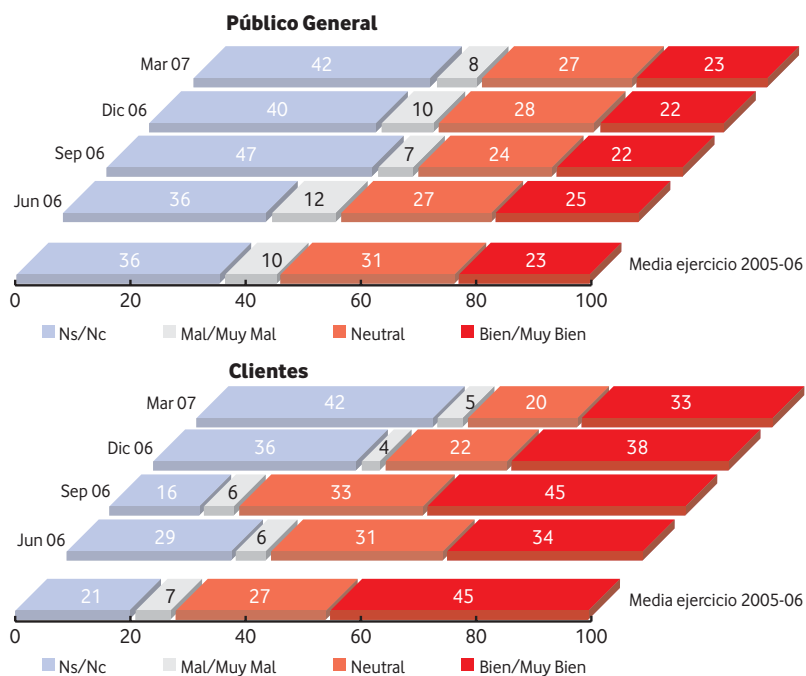


Gráfico 9

Consumo flota de vehículos (Miles litros)

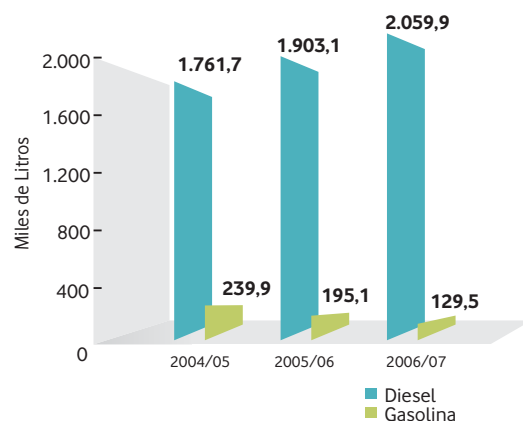


Gráfico 10

Nº Vuelos Cortos/Nº Empleados

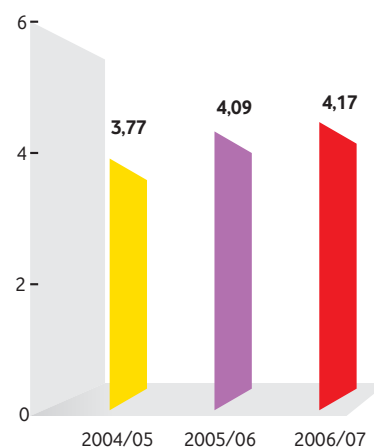
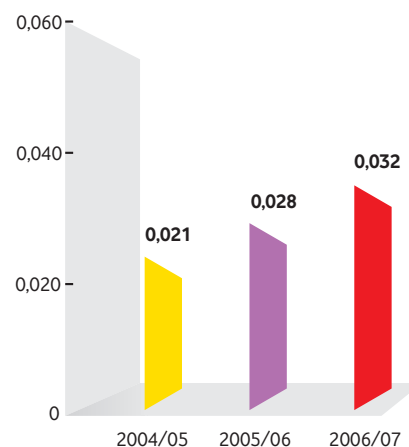


Gráfico 11

Nº Vuelos Largos/Nº Empleados



Qué haremos

- Reducir en un 8% el consumo de energía previsto en red (2010).
- Conseguir una reducción del 35% en las emisiones de CO₂/MB de tráfico (2010).
- Implantar Sistemas de Medida Directa de Energía en más de 10 emplazamientos(2008).

La telefonía móvil está evolucionando continuamente, lo cual significa que tanto los teléfonos móviles como los equipos de red se convierten rápidamente en obsoletos. Ahora bien, tanto los teléfonos móviles como los equipos de red, una vez llegado el fin de su vida útil, pueden ser reutilizados o reciclados, con importantes beneficios sociales y medioambientales.

Gráfico 1
Total (Tn) recogidas por Vodafone a través de la iniciativa Tragamóvil

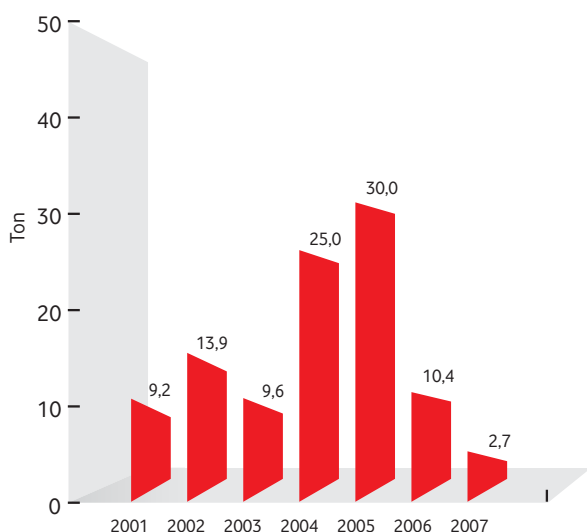
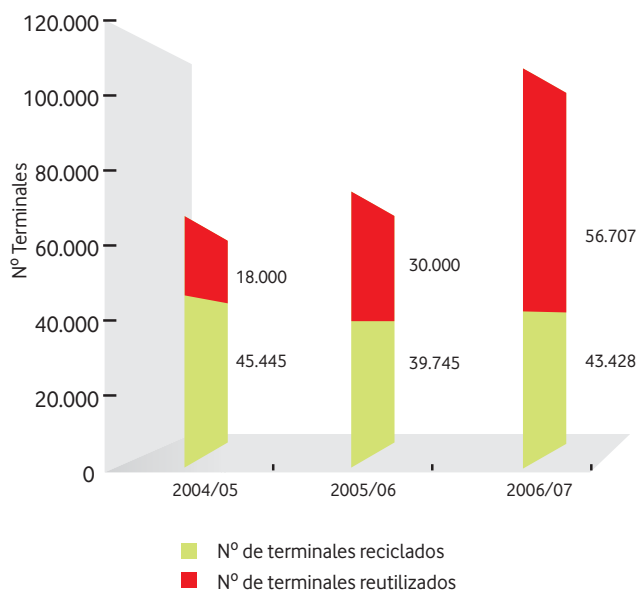


Gráfico 2
Nº Terminales recogidos por Vodafone para Reutilización y Reciclado



Para ello, es esencial realizar una gestión efectiva del “final de su vida útil”, puesto que estos equipos pueden contener tanto materiales valiosos como algunos potencialmente peligrosos si no se gestionan adecuadamente. La recuperación de estos materiales previene que puedan llegar a contaminar el medio ambiente, al mismo tiempo que reduce la cantidad de materias primas que es necesario extraer de la naturaleza para fabricar otros nuevos equipos. Una gestión efectiva, en combinación con un buen diseño en la fase de fabricación, favorece la reducción significativa del impacto ambiental de estos equipos a lo largo de su ciclo de vida.

Se estima que la vida media de uso de un teléfono móvil en España es de 18 meses, y que cada usuario ha tenido unos cuatro teléfonos móviles de promedio a lo largo de su vida. En la mayoría de las ocasiones, los nuevos teléfonos reemplazan a los antiguos que siguen funcionando perfectamente.

Vodafone España viene desarrollando programas para la reutilización y reciclaje de teléfonos móviles, por lo que promovemos entre nuestros clientes y el público en general la entrega de sus teléfonos móviles en desuso para gestionarlos adecuadamente, ya sea mediante su reutilización o mediante su reciclaje.

Los teléfonos móviles que continúan estando en buenas condiciones se pueden reacondicionar y reutilizar, vendiéndolos a precio reducido en países en vías de desarrollo o emergentes, lo cual tiene un evidente e importante beneficio social, ya que con esta actuación se facilita el acceso de estos países a la telefonía móvil, así como un beneficio medioambiental, ya que se evita la necesidad de utilizar nuevas materias primas para fabricar nuevos teléfonos móviles.

En el caso de teléfonos móviles que ya no funcionan, se pueden recuperar sus componentes (batería, pantalla, carcasa, circuito electrónico, etc...), y tras un proceso de tratamiento y reciclado adecuado, los metales, plásticos y otros materiales pueden ser recuperados y utilizados en nuevas aplicaciones de una forma eficaz, rentable y compatible con el medio ambiente.

El éxito de cualquier programa de reutilización o reciclaje depende fundamentalmente de la colaboración de los usuarios, en la medida en que estén dispuestos a entregar sus teléfonos móviles en desuso. En España durante el año 2006, se vendieron alrededor de 20 millones de teléfonos móviles; sin embargo, a nivel nacional el número de teléfonos móviles en desuso recogidos ha sido notablemente inferior, ya que la realidad es que la mayoría de los teléfonos móviles en desuso son conservados por los usuarios sin darles un uso específico.

¿A qué nos comprometimos?

- Ampliar el esquema de recogida de terminales a franquicias.
- Desarrollar esquema de reutilización de terminales en empresas.

¿Qué hemos hecho?

Teléfonos móviles

Vodafone España está comprometida con el desarrollo de sistemas para facilitar la recogida y tratamiento más adecuado de los teléfonos móviles en desuso que nos entreguen los usuarios. Así, participamos desde su lanzamiento en el año 2001, en la iniciativa de recogida y reciclaje de teléfonos móviles "Tragamóvil", promovida por ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones), que con la entrada en vigor del RD 208/2005 sobre la gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, se constituyó en un sistema integrado de gestión, que agrupa a los principales operadores de telefonía móvil y a la mayor parte de fabricantes.

Desde el lanzamiento de la iniciativa "Tragamóvil", los residuos gestionados por esta iniciativa han sido más de 715 toneladas, de las cuales más de 100 toneladas han sido recogidas a través de las tiendas de Vodafone España (ver Gráfico 1).

Como se observa en el Gráfico 1, las cantidades recogidas por Vodafone España a través de la iniciativa Tragamóvil han disminuido significativamente en el ejercicio 2006-07. Ello ha sido debido a la puesta en marcha por Vodafone España del Sistema de Reutilización al que nos referimos posteriormente.

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

Por otra parte, Vodafone España ha lanzado en 2006 un nuevo programa para la recogida de teléfonos móviles usados de clientes residenciales que, además de los beneficios ambientales (comunes con la iniciativa "Tragamóvil"), añade beneficios sociales para países en vías de desarrollo, a la vez que aporta incentivos a nuestros clientes por su entrega. Se trata del Plan de Reutilización de Vodafone que lanzamos en colaboración con Fonebak, empresa especializada en la recogida, reutilización y reciclado seguros de teléfonos móviles y accesorios.



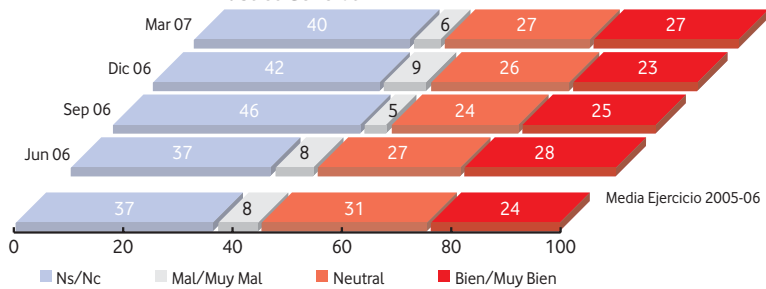
Residuos

Gráfico 3

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

Reciclar más teléfonos móviles y accesorios”

Público General



Clientes

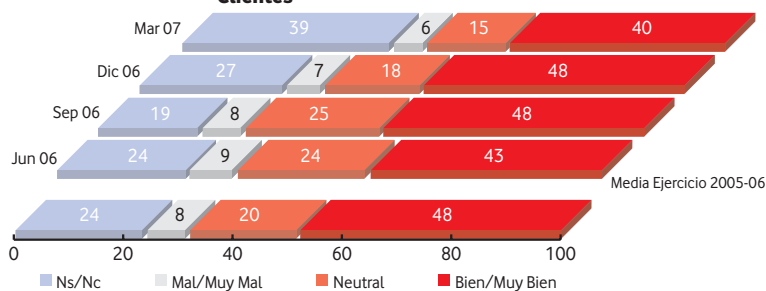


Gráfico 4

Equipos de Red Recicladados

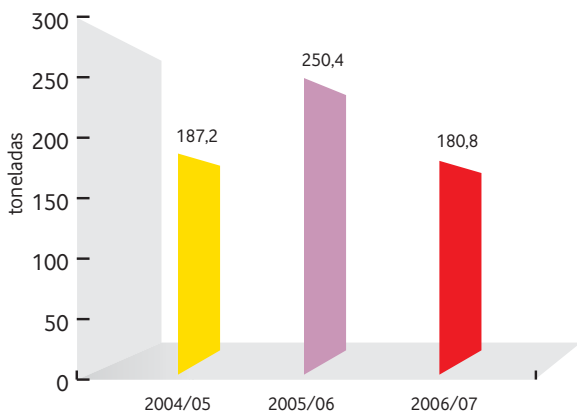
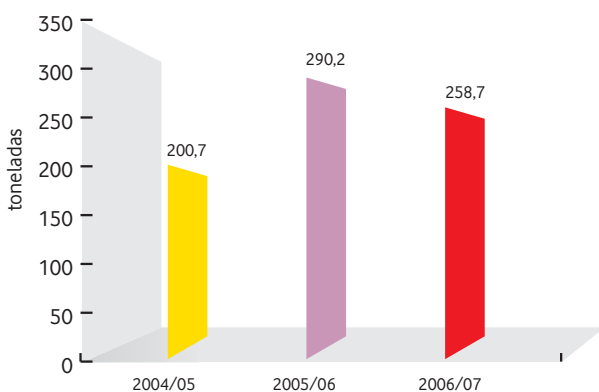


Gráfico 5

Papel reciclado en Vodafone



Este programa está ya a disposición de nuestros clientes residenciales en los más de 1.800 puntos de venta Vodafone (propios, franquicias o distribuidores), y el cliente recibe a cambio de la entrega del teléfono móvil en desuso una cantidad determinada de puntos que puede acumular en su programa de fidelización.

Nuestro enfoque en este Plan de Reutilización ha sido unificar el sistema en todos nuestros puntos de venta, de manera que nuestros clientes tengan siempre un punto donde poder entregar su viejo teléfono móvil, teniendo la certeza de que el destino de ese teléfono móvil será el más adecuado, tanto desde el punto de vista medioambiental como social.

El Plan de Reutilización ha sido implementado durante el ejercicio 2006-2007 para los clientes empresa a través de un programa piloto.

La aplicación del Plan de Reutilización en el ejercicio 2006-07, ha permitido a Vodafone España recoger más de 56.000 unidades (incluyendo a nuestros clientes particulares, de empresa y distribuidores).

Además, por segundo año consecutivo, hemos lanzado a nivel interno una campaña de recogida de teléfonos móviles en colaboración con la Fundación Entreculturas y Cruz Roja Española, cuyos beneficios han sido destinados íntegramente a la financiación de proyectos sociales de estas dos ONGs.

En total, a través de nuestras iniciativas de Reutilización y Reciclaje de móviles, en Vodafone España hemos conseguido recoger más de 100.000 teléfonos móviles en el ejercicio 2006-07 (ver Gráfico 2 de la página 62).

En el próximo ejercicio pretendemos desplegar el sistema en la Unidad de Negocio de Empresas y ampliar el sistema equivalente de recogida y reutilización de teléfonos móviles no solo al proceso de fidelización de clientes, sino también a la captación de nuevos clientes, aportándoles otro tipo de beneficios para fomentar su entrega.

Mediante nuestras encuestas trimestrales a clientes y público general, continuamos efectuando el seguimiento de su percepción sobre el comportamiento de Vodafone España en lo relativo al reciclado y reutilización de teléfonos móviles (ver Gráfico 3).

Otros Residuos, Agua y Sustancias que dañan la capa de ozono

Tanto en nuestras actividades de oficinas y tiendas, como en el despliegue, operación y mantenimiento de nuestra red de telefonía móvil, se generan residuos de todo tipo (papel, cartón, residuos asimilables a urbanos, residuos electrónicos, residuos peligrosos, inertes, etc.). De acuerdo con la Política Ambiental de Vodafone España¹, una de nuestras líneas prioritarias de actuación es el reciclaje de residuos.

¹ Puede consultar la Política Ambiental de Vodafone España en la Web (www.vodafone.es/responsabilidad)

Durante el ejercicio 2006/07, Vodafone España ha generado más de 180 toneladas de residuos procedentes de nuestra red, entre los que se incluyen equipos de radio, de aire acondicionado, cables, antenas, etc. Todos ellos han sido entregados a gestores autorizados para su destrucción y reciclaje (ver Gráfico 4).

En cuanto al papel utilizado en nuestras operaciones, hemos reciclado más de 250 toneladas. Además, en este ejercicio, gracias a la implantación de diversas medidas como el archivo digital y la concienciación a los empleados como consecuencia de campañas internas de información, hemos conseguido disminuir en un 30% la cantidad de papel consumido (ver Gráficos 5 y 6).

Por otra parte, para la puesta en el mercado de nuestros servicios y productos, hemos utilizado 284 toneladas de envases y embalajes (la mayoría de ellos compuestos de papel y cartón) habiendo sido incluidos todos ellos dentro del Sistema Integrado de Gestión de Residuos de Ecoembes, al que estamos adheridos.

El consumo total de agua durante este ejercicio 2006-07 ha sido de 154.320 m³, toda ella procedente del sistema de abastecimiento público. En cuanto a los vertidos (procedentes básicamente de aguas residuales sanitarias), se realizan únicamente a los sistemas de alcantarillado público, y no hemos tenido este ejercicio ningún otro vertido ni derrame accidental significativo (ver Gráfico 7).

Otra de nuestras líneas prioritarias de actuación es la minimización del uso de sustancias que destruyen la capa de ozono, para lo cual se ha establecido y se está llevando a cabo un plan de sustitución de aquellas sustancias de este tipo instaladas en nuestros sistemas de refrigeración o extinción de incendios.

En este sentido, el ODP (Potencial de Agotamiento del Ozono, llamado ODP por sus siglas en inglés: Ozone Depletion Potential²) contenido actualmente en nuestros equipos es de 816,6 y el GWP (Potencial de calentamiento global, llamado GWP por sus siglas en inglés: Global Warming Potential³) es de 36.561.797,95.

Qué haremos

- Continuar con los sistemas de recogida de dispositivos para su reutilización y reciclaje, realizando una auditoría sobre su funcionamiento.

Más información en:

www.vodafone.es/tiendas
www.tragamovil.com

²El ODP de cada sustancia se calcula partiendo de una escala que tiene como base un Kg CFC-11, al cual se le asigna un valor de 1.

³El GWP de las sustancias se calcula teniendo como base 1 Kg de CO₂, al que se le asigna un valor de 1.

Gráfico 6
Papel de oficina utilizado

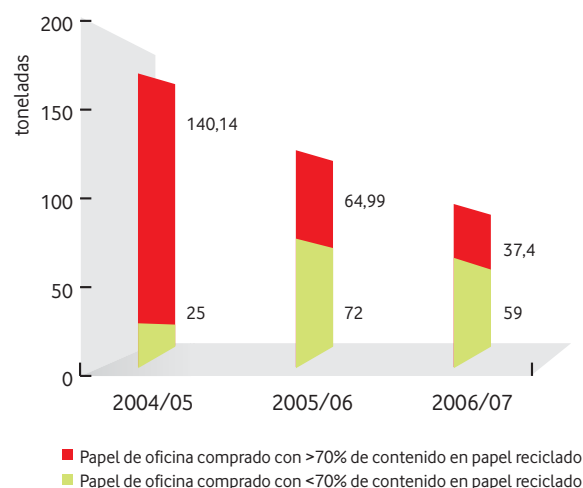
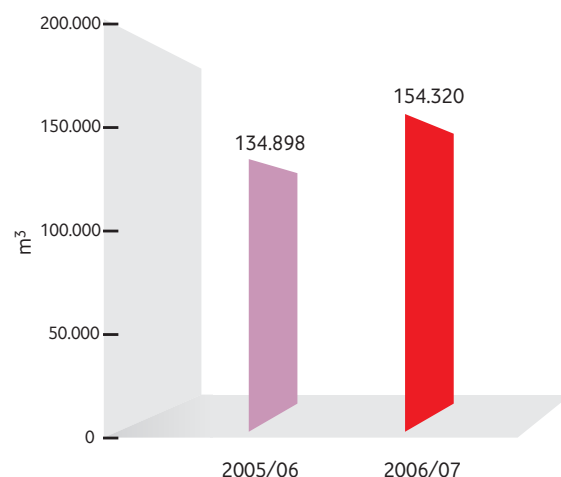


Gráfico 7
Consumo de agua



Compromisos

Tema	Nos comprometimos a:	¿Qué hemos hecho?	Progreso	¿Qué haremos?	Fecha
Telefonía Móvil y Salud	Establecer objetivos, respecto a la opinión de los Grupos de Interés, sobre el comportamiento de Vodafone en cuanto a Telefonía Móvil y Salud (2008).	Aspecto incluido en diferentes encuestas. Los resultados son la base de partida para establecer los objetivos.	En proceso.	Ampliar las actividades de involucración con los Grupos de Interés con objeto de mejorar su opinión sobre el comportamiento de Vodafone España en cuanto a Telefonía Móvil y Salud (con relación a los resultados de las encuestas 2006-07).	marzo 2008
Despliegue Responsable de Red	Establecer objetivos respecto a la opinión de los Grupos de Interés sobre el comportamiento de Vodafone España en los temas de Despliegue Responsable de Red.	Aspecto incluido en encuesta. Desarrollados indicadores, cuyo seguimiento nos permitirá evaluar el nivel de mejora alcanzado en la aceptación pública.	✓ 100 %	Formación/Comunicación sobre Políticas y Guías de DRR a Empleados y Proveedores.	marzo 2008
				Evaluar cumplimiento por Vodafone España de la Política de DRR.	marzo 2008
				Continuar midiendo la opinión del público sobre nuestro Despliegue de Red y mejorar la aceptación pública (sobre la base 2006-07).	marzo 2009
Responsabilidad Corporativa y Clientes	Poner a disposición del personal aplicable un curso "on-line" sobre Marketing Responsable.	Curso realizado. Participaron, entre otros, personal de Marketing, Ventas y Asesoría Jurídica.	✓ 100 %	Lanzar un Programa de Concienciación "on-line" sobre temas de Privacidad para describir la Política de Privacidad de Vodafone y lo que significa para los empleados.	marzo 2008
	Definir un Plan de Comunicación a clientes en temas de RC (contenidos, accesibilidad...).	Realizadas comunicaciones a clientes sobre diversos temas tanto a través de folletos, como de información de facturas.	✓ 100 %	Continuar con las campañas de comunicación en temas de RC dirigidas a clientes.	marzo 2008
	Ampliar los sistemas de control de accesos a contenidos en todo el entorno de navegación "off-net" (fuera de Vodafone live!).	Realizado. Además se ha aplicado un filtro que bloquea el acceso a páginas con contenidos para adultos.	✓ 100 %	Lanzar Perfil Joven.	marzo 2008
	Chats sujetos a control parental.	Actualmente trabajando en el tema.	En proceso	Continuar con "chats" sujetos a control parental.	marzo 2008
	Desarrollar sistemas para protección contra Virus y "spam" en todo el entorno de navegación "off-net" (fuera de Vodafone live!).	Actualmente trabajando en el tema.	En proceso	Continuar con el desarrollo de sistemas para protección contra Virus y "Spam" en todo el entorno de navegación "off-net!". Plataforma "Anti-Spam".	marzo 2008
	Establecer sistema de control sobre altas y bajas, y sistema de restricciones para SMS Premium.	Previsto para junio de 07.	En proceso	Continuar con el establecimiento de sistemas de restricciones para los SMS Premium. Control de altas y bajas.	marzo 2008
Fundación Vodafone España	Promover acciones para el desarrollo del bienestar social mediante el uso de las TICs, ampliando a nuevos grupos vulnerables y dependientes.	Entre otras, ampliados los trabajos para desarrollar la teleasistencia no sólo para mayores, sino también sus cuidadores y sus familias.	✓ 100 %	Potenciar la aplicación de las TICs para el apoyo a grupos dependientes, en más entornos del interesado (su hogar, el barrio y la ciudad).	marzo 2008
	Realización de 22 encuentros sobre aplicaciones sociales de las tecnologías.	Realizados más de 25 encuentros.	✓ 100 %	Realizar 30 encuentros con instituciones docentes y ONGs sobre las aplicaciones sociales de las nuevas tecnologías.	marzo 2008
	Implementación de nuevos desarrollos técnicos que mejoren la accesibilidad de la página web en lengua de signos.	Disponibles en la web vídeos en lengua de signos con explicaciones sobre la Fundación y sus actividades más identificativas, beneficiando al colectivo de personas sordas.	✓ 100 %	Ampliar los desarrollos multimedia de la website para facilitar el acceso a la información a otros grupos vulnerables, como las personas mayores.	marzo 2008

Tema	Nos comprometimos a:	¿Qué hemos hecho?	Progreso	¿Qué haremos?	Fecha
Productos y Servicios Sociales	Campaña de difusión sobre la tecnología disponible para los distintos colectivos de discapacidad.	Se han realizado comunicaciones a clientes sobre Productos y Servicios Sociales a través de informaciones de facturas.	✓ 100 %	Desarrollar nuevas campañas de difusión sobre la tecnología disponible para los distintos colectivos de discapacidad.	marzo 2008
	Introducir 3 productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.	Realizado: TAM, SIMAP, Apadrinamientos a través del móvil.	✓ 100 %	Introducir 2 nuevos productos/servicios con características para reducir la exclusión social y mejorar la calidad de vida de colectivos vulnerables a través de las comunicaciones.	marzo 2008
	Iniciar la implantación de medidas de accesibilidad en tiendas y oficinas.	Realizado.	✓ 100 %	Continuar con las actuaciones para aumentar el porcentaje de Tiendas Propias y Franquicias Practicables o Accesibles; tanto en el acceso al local como en el interior de la zona de venta y atención al público.	marzo 2008
Responsabilidad Corporativa en la Cadena de Suministros	Implantar una aplicación a través de la cual todos los nuevos proveedores de Vodafone España podrán realizar su autoevaluación.	Desarrollada la aplicación, ya está siendo empleada por los nuevos proveedores.	✓ 100 %	Evaluar localmente el comportamiento de 10 proveedores, siendo uno de los pilares básicos para la evaluación la Responsabilidad Corporativa.	marzo 2008
				Realizar el seguimiento de todos los suministradores identificados como de alto riesgo en el proceso de cualificación.	marzo 2008
				Dentro del proceso de involucración con ONGs, incluir un apartado específico relativo a la cadena de suministros.	marzo 2008
Energía y Cambio climático	Establecer un nuevo Plan de Eficiencia Energética.	Aprobado Plan para el período 2006-10.	✓ 100 %	Reducir en un 8% el consumo de energía previsto en Red.	marzo 2010
	Desarrollo piloto de Energías renovables/verdes.	Se analizará su aplicabilidad a partir del Plan de Eficiencia Energética 2006-10.	Pospuesto	Conseguir una reducción del 35% en las emisiones de CO ₂ /MB de tráfico.	marzo 2010
				Implantar Sistemas de Medida Directa de Energía en más de 10 emplazamientos.	marzo 2008
Residuos	Ampliar el esquema de recogida y/o reutilización de terminales a franquicias.	Realizado en el 100% de las franquicias.	✓ 100 %	Continuar con los sistemas de recogida de dispositivos para su reutilización y reciclaje, realizando una auditoría sobre su funcionamiento.	marzo 2008
	Desarrollar el esquema de Reutilización para Empresas.	Desarrollado el esquema e iniciada la fase piloto.	✓ 100 %		
Empleados	Implantar el proceso de "Performance Dialogue".	Participó el 96% de la plantilla.	✓ 100 %	Elaborar un Plan derivado de la nueva Ley de Igualdad, estableciendo objetivos a alcanzar, y actuaciones a implantar.	marzo 2008
	Reducir el Índice General de Absentismo en un 5%.	Implantada actuación en Puntos de Venta, habiéndose disminuido el absentismo en un 35%. En cuanto al Índice General, no se ha logrado el objetivo previsto.	0 %	Implantar las actuaciones del Plan de Igualdad.	marzo 2009
				Establecer un Programa de hábitos saludables en el trabajo.	marzo 2008

Principales Datos

	2006-07 (%Δ)*	2005-06	2004-05
Económicos			
Facturación total (millones €)	6.637 (+13,3%)	5.857	4.778
Facturación por servicios (millones €)	5.992 (+13%)	5.300	4.343
EBITDA (millones €)	2.312 (+15,0%)	2.010	1.674
ARPU medio mensual (€)	35,2 (-1,1%)	35,6	34,5
Nº de clientes (millones)	14,89 (+10,1%)	13,52	11,47
Dispositivos 3G (miles)	2.890 (+220%)	902	88
Medioambientales			
Consumo Energía en la Red (Mwh)	189.277,4 (+11,7%)	169.446,1	136.449
Emisiones CO ₂ derivadas del consumo de Energía en la Red (Tn)	62.852,8 (+7,1%)	58.661,7	48.642
Eficiencia Energética: ahorro energía (Mwh acumulados desde 2003-04)	19.290,6 (N.A.)	13.059,1	8.518,8
Eficiencia Energética: ahorro emisiones de CO ₂ (Tn acumuladas desde 2003-04)	6.606,3 (N.A.)	4.637,2	3.117,1
Reciclaje de teléfonos móviles (Tn acumuladas. Histórico desde 2001)	100,7 (N.A.)	87,7	57,7
Papel reciclado (Tn acumuladas desde 2002-03)	1.409,1 (N.A.)	1.150,4	860,0
Sociales			
Recursos dedicados por la Fundación Vodafone España a proyectos sociales (miles €)	5.887,3 (+3,7%)	5.677,9	5.592,2
Nº de Alumnos en Cursos Universitarios y de Postgrado (acumulado histórico)	1.620 (N.A.)	1.424	1.237
Empleo			
Nº de empleados	3.959 (-3,1%)	4.085	4.015
% Contratos indefinidos (completo y parcial)	97,2% (+0,2 p.p.*)	97,7%	96,9 %
% Mujeres	43,4% (+0,7 p.p.*)	42,7%	42,3%
% Mujeres en Cargos Directivos	27,6% (+0,9 p.p.*)	26,7%	25,9%
Nº horas formación/ empleado	86,3 (-13,1%)	99,3	94,9
Índice Incidencia Accidentes	320,7 (+8,5%)	295,6	323,8

* p.p: puntos porcentuales



INFORME DE VERIFICACIÓN

ALCANCE

SGS ICS Ibérica, S.A. (en adelante SGS) ha realizado, a petición de VODAFONE ESPAÑA, S.A. (en adelante VODAFONE ESPAÑA) la verificación independiente del documento INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2006-07 VODAFONE ESPAÑA. El alcance de la verificación incluye el texto y datos contenidos en el documento de referencia; no incluyendo la información y/o datos referenciados y no introducidos en dicho documento.

INDEPENDENCIA

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

VERIFICACIÓN

Metodología y equipo verificador

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

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

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

Se ha realizado una revisión del grado de avance y cumplimiento de los compromisos en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2006-07, planteados en el Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al ejercicio 2005-06, así como de las actuaciones realizadas por VODAFONE ESPAÑA en relación a los requerimientos de los Grupos de Interés.

En el Anexo 16 del Informe de Responsabilidad Corporativa 2006-07 referente a los Indicadores GRI, se relacionan los indicadores verificados, no habiéndose puesto de manifiesto ningún error o ausencia significativa una vez realizada nuestra revisión.

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

ÁREAS DE MEJORA

- Ampliar las acciones y compromisos establecidos en el área Responsabilidad Corporativa y Clientes, dado que 3 de los 6 compromisos siguen en proceso de ejecución y abiertos estando previsto su cierre en el primer trimestre 2008.
- Seguir estableciendo procesos de mejora con el área de Recursos Humanos, para motivar una reducción del Índice General de Absentismo en la Organización.

PUNTOS FUERTES

- La sistemática para el análisis y entendimiento de los requerimientos e información de los Grupos de Interés (*Stakeholders*) es muy positiva y, supone un nuevo avance y consolidación en este sentido respecto al Informe de Responsabilidad Corporativa del ejercicio de 2005-06.
- Se valora positivamente el cumplimiento interno y el despliegue a todos los niveles de la organización, en relación a los datos reflejados en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005-06.
- Es destacable el esfuerzo y avance realizados como consecuencia del Plan de Eficiencia Energética.
- Se ha realizado un esfuerzo importante y novedoso respecto al desarrollo de Productos y Servicios Sociales, superando los compromisos establecidos en número y plazo respecto al Informe de Responsabilidad Corporativa de 2005-06.

CONCLUSIONES

En base a la verificación realizada, el equipo verificador de SGS considera que:

- El documento INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2006-07 de VODAFONE ESPAÑA contiene información y datos fiables que representan de manera coherente actividades y resultados para el periodo reflejado, y ha sido elaborado de acuerdo a los requisitos de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad G3 de 2006 del Global Reporting Initiative (GRI), así como el suplemento del sector de las telecomunicaciones (2003) y de la Norma AA1000 Assurance Standard (2003).
- El Nivel de Aplicación GRI, declarado por VODAFONE ESPAÑA (A+), es apropiado.
- VODAFONE ESPAÑA dispone de sistemas de gestión para identificar y responder a los impactos sociales, económicos y ambientales de sus actividades, incluyendo la identificación y respuesta a los puntos de vista de las partes interesadas.

19 de julio de 2007

Firmado: Álvaro Rodríguez de Roa Gómez -SGS ICS Ibérica, S.A.

Alcance y cobertura del Informe RC

Este es el cuarto Informe de Responsabilidad Corporativa de Vodafone España y cubre nuestro ejercicio 2006-07 (1 de abril de 2006 a 31 de marzo de 2007). Los informes que hemos realizado hasta la fecha son de carácter anual, correspondientes a cada uno de nuestros anteriores ejercicios.

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

Guías del Informe

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

- Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative, en su versión 3.0 de 2006 (GRI3), y el suplemento GRI del sector de las Telecomunicaciones de 2003.
- AccountAbility 1000 Assurance Standard (AA1000AS), Guidelines de 1999.

Principios del Informe

Nuestro enfoque en la gestión e informe sobre Responsabilidad Corporativa consiste en centrarse en los temas más importantes, alineándonos con los Principios de la Norma AA1000AS.

Esta norma se basa en el principio fundamental de inclusión de expectativas y necesidades de los Grupos de Interés en todas las etapas del proceso. A su vez, el principio de inclusión se establece en torno a tres pilares:

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

A partir del cumplimiento de este principio general de inclusión, Vodafone España pretende asegurar el cumplimiento del resto de principios descritos por la AA1000AS.

a. Principios relativos a la amplitud y naturaleza del proceso llevado a cabo por la organización

- Relevancia: incluyendo información significativa susceptible de afectar a uno o más de nuestros Grupos de Interés.
- Integridad: aclarando, si corresponde, qué aspectos han sido incluidos y cuáles excluidos, y las razones de dicha exclusión.
- Periodicidad y oportunidad de la información: actuando de una forma periódica, sistemática y oportuna en toda la gestión para apoyar el proceso de toma de decisiones.

b. Principios relativos al significado de la información

- Aseguramiento: siendo verificada la información por parte de expertos independientes.
- Accesibilidad: realizando una comunicación apropiada y efectiva a nuestros Grupos de Interés.
- Calidad de la información: midiéndola en términos de "Comparación-Fiabilidad-Relevancia- Comprensibilidad".

c. Principios relativos a la gestión del proceso


- Integración en Procesos: integrando todo el Programa de Responsabilidad Corporativa en nuestra gestión.
- Mejora continua: con el objetivo de mejorar todos nuestros resultados.

Rigor y verificación

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

Tanto la información como los datos recogidos en el Informe han sido verificados por una entidad independiente. Su informe de aseguramiento se encuentra en el Capítulo 15: "Informe de Verificación".

La autocalificación A+ ha sido corroborada por la entidad verificadora independiente, y posteriormente GRI ha revisado todo el proceso, concediendo al Informe la máxima calificación que se puede otorgar: A+.

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

Punto	Página	Definición	Verificación
Estrategia y Análisis			
1.1	2	Declaración del máximo responsable.	✓
1.2	15	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	✓
Perfil de la Organización			
2.1	Portada	Nombre de la organización.	✓
2.2	5	Principales marcas, productos y/o servicios.	✓
2.3	9	Estructura operativa.	✓
2.4	1	Localización de la sede principal.	✓
2.5	3	Países en los que opera.	✓
2.6	Portada 3	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	✓
2.7	4, 5	Mercados servidos: zonas geográficas, sectores y tipos de clientes.	✓
2.8	4	Dimensiones de la organización informante.	✓
2.9	4, 68	Cambios significativos del periodo.	✓
2.10	3, 5, 22, 50	Premios y distinciones recibidos.	✓
Parámetros del Informe			
Perfil del Informe			
3.1	1, 70	Periodo cubierto por la información.	✓
3.2	70	Fecha de la memoria anterior más reciente.	✓
3.3	70	Ciclo de presentación de memorias.	✓
3.4	1	Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	✓
Alcance y cobertura del Informe			
3.5	70	Proceso de definición del contenido.	✓
3.6	70	Cobertura del informe.	✓
3.7	70	Existencia de limitaciones de alcance.	✓
3.8	N. A. (1)	Aspectos que puedan afectar a la comparación informativa.	✓
3.9	9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	✓
3.10	N. A. (1)	Efectos de las correcciones de información de informes anteriores.	✓
3.11	N. A. (1)	Cambios significativos respecto a periodos anteriores sobre alcance y cobertura.	✓
Índice del contenido del GRI			
3.12	71-74	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web.	✓
Verificación			
3.13	70	Política y prácticas sobre verificación externa.	✓
Gobierno, compromisos y participación de los Stakeholders			
Gobierno			
4.1	10	Estructura de gobierno.	✓
4.2	10	Características de la presidencia del Consejo.	✓
4.3	10	Consejeros independientes o no ejecutivos.	✓
4.4	11	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	✓
4.5	10	Vínculo entre las retribuciones de los directivos y el desempeño de la organización.	✓
4.6	10	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	✓
4.7	9	Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad.	✓
4.8	9, 10	Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad.	✓
4.9	9	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo.	✓
4.10	9	Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad.	✓
Compromisos con iniciativas externas			
4.11	15	Principio de precaución.	✓
4.12	45-50	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad.	✓
4.13	13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación.	✓
Participación de los Grupos de Interés			
4.14	13	Relación de grupos de interés de la organización.	✓
4.15	12, 13	Procedimiento para la definición de los GI.	✓
4.16	13	Enfoques utilizados para la participación de los GI.	✓
4.17	15	Aspectos de interés surgidos de la participación de los GI.	✓

Punto	Página	Definición	Verificación
ECONÓMICO			
Enfoque de Gestión			
	4, 6-15, 34		
Desempeño económico			
EC1	7	Valor económico directo generado y distribuido: ingresos y costes de explotación, retribuciones empleados, donaciones, beneficios no distribuidos, pagos a proveedores y gobiernos.	✓
EC2	N.A. (2)	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	✓
EC3	7	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales (planes de pensiones).	✓
EC4	7	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	✓
Presencia en el mercado			
EC6	34	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	✓
EC7	9	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	✓
Impactos económicos indirectos			
EC8	68	Inversiones en infraestructuras y servicios para el beneficio público.	✓
AMBIENTAL			
Enfoque de Gestión			
	9-15, 54-65		
Materiales			
EN1	65	Materiales utilizados por peso y volumen.	✓
EN2	64	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	✓
Energía			
EN3	58	Consumo directo de energía por fuentes primarias.	✓
EN4	58	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	✓
Agua			
EN8	65	Captación total por fuentes.	✓
Biodiversidad			
EN11	N.A. (3)	Descripción terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas.	✓
EN12	N.A. (4)	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alta biodiversidad.	✓
Emisiones, vertidos y residuos			
EN16	65	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	✓
EN17	65	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	✓
EN19	65	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	✓
EN20	N.A. (5)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	✓
EN21	65	Vertidos de aguas residuales, según naturaleza y peso.	✓
EN22	64	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	✓
EN23	N.A. (6)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	✓
Productos y servicios			
EN26	59, 60, 63, 64	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y el grado de reducción del impacto.	✓
EN27	64, 65	% de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	✓
Cumplimiento normativo			
EN28	55	Coste de las multas y nº de sanciones no monetarias por normativa ambiental.	✓
SOCIAL			
Enfoque de Gestión			
	9-15, 26-33		
DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO			
Empleo			
LA1	26	Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región.	✓
LA2	26, 27	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	✓
Relaciones empresa/trabajadores			
LA4	30	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	✓
LA5	31	Periodo mínimo de preaviso relativos a cambios organizativos.	✓
Salud y seguridad en el trabajo			
LA7	32	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	✓
LA8	31	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	✓

Punto	Página	Definición	Verificación
Formación y educación			
LA10	27	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	✓
Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA13	26	Composición de órganos de gobierno y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría (diversidad).	✓
LA14	27	Relación entre salario base de los hombres respecto a las mujeres, por categoría profesional.	✓
DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS			
Enfoque de Gestión			
	9-15, 26-36		
Prácticas de inversión y abastecimiento			
HR1	34, 35	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	✓
HR2	34, 35	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas que han sido adoptadas en consecuencia.	✓
No discriminación			
HR4	10	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	✓
Libertad de asociación y convenios colectivos			
HR5	30	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras.	✓
Explotación infantil			
HR6	10	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	✓
Trabajos forzados			
HR7	10	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	✓
DESEMPEÑO DE SOCIEDAD			
Enfoque de Gestión			
	9-15, 37-57		
Comunidad			
SO1	37-57	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades de las operaciones de la organización.	✓
Corrupción			
SO2	11-12	Porcentaje y nº total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgo con la corrupción.	✓
SO3	11	Porcentaje empleados formados en anticorrupción.	✓
SO4	12	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	✓
Política pública			
SO5	10	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	✓
Cumplimiento normativo			
SO8	17	Valor monetario de sanciones, multas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes y normas.	✓
DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD POR PRODUCTOS			
Enfoque de Gestión			
	9-18, 51-53		
Salud y seguridad del cliente			
PR1	51-53	Fases de ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	✓
Etiquetado de productos y servicios			
PR3	52	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios.	✓
Comunicaciones de marketing			
PR6	16-17	Procedimiento y programa de cumplimiento con las leyes, estándares y códigos voluntarios relacionados con las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, promoción y patrocinios.	✓
Cumplimiento normativo			
PR9	17	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	✓
INDICADORES ESPECÍFICOS DEL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES			
Operaciones Internas			
Inversiones			
I01	54	Inversiones de Capital en la infraestructura de red, por países o regiones.	✓
I02	N.A. (7)	Costes de la extensión de la red a todas las zonas y grupos con menores ingresos que no son rentables. Describir la legislación y los mecanismos reguladores aplicables.	✓
Seguridad y Salud			
I03	31	Prácticas para asegurar la seguridad y salud del personal de campo involucrado en la instalación, operaciones y mantenimiento de mástiles, estaciones base, cables y otras estructuras externas. Relatar temas de seguridad y salud incluidos trabajo en altura, shock eléctrico, exposición a EMF y campos de frecuencia de radio, y exposición a sustancias químicas peligrosas.	✓

Punto	Página	Definición	Verificación
I04	52	Cumplimiento con los estándares de exposición a radiofrecuencia (RF) de las emisiones de terminales con respecto al ICNIRP (Comisión Internacional de protección ante radiaciones no ionizantes).	✓
I05	52	Cumplimiento con las guías de exposición a radiofrecuencia (RF) de las emisiones procedentes de estaciones base con respecto al ICNIRP (Comisión Internacional de protección ante radiaciones no ionizantes).	✓
I06	52	Políticas y prácticas con respecto a la tasa de absorción específica (SAR) de terminales.	✓
Infraestructura			
I07	54-57	Políticas y prácticas con respecto a la ubicación de antenas y emplazamientos de transmisión incluidas las consultas a las partes interesadas, compartición de emplazamientos e iniciativas para disminuir el impacto visual. Describir la manera de evaluar las consultas y su cuantificación, donde sea posible.	✓
I08	54, 57	Número y porcentaje de emplazamientos individuales, compartidos y en infraestructuras existentes.	✓
Proporcionando acceso			
Disminuyendo la brecha digital			
PA1	43	Políticas y prácticas que permitan el desarrollo de las infraestructuras de telecomunicación y el acceso a los productos y servicios de telecomunicaciones en remotos y en áreas de baja densidad de población. Incluir una explicación de los modelos de negocio aplicados.	✓
PA2	37-50	Políticas y prácticas para superar las barreras de acceso y utilización de los productos y servicios de telecomunicaciones, incluidos el lenguaje, la cultura, analfabetismo y falta de educación, ingresos, discapacidades y edad. Incluir una explicación de los modelos de negocio aplicados.	✓
PA3	23-24	Políticas y prácticas para asegurar la accesibilidad y la fiabilidad de los productos y servicios de telecomunicaciones, y las cantidades, donde sea posible, de los periodos y localizaciones de las caídas de red.	✓
PA4	23-24	Cuantificar el nivel de disponibilidad de los productos y servicios en aquellas áreas en las que opera la organización. (Ejemplos: número de clientes/compartición de mercados, mercado direccionable, porcentaje de población cubierto, porcentaje de terreno cubierto).	✓
PA5	37-44	Número y tipos de productos y servicios de telecomunicación proporcionados para los sectores de la sociedad seleccionados que no generan beneficios o generan pocos.	✓
PA6	41	Programas para proporcionar y mantener productos y servicios de telecomunicación en situaciones de emergencia y apoyo en catástrofes.	✓
Acceso a contenidos			
PA7	10	Políticas y prácticas para gestionar asuntos relacionados con los derechos humanos y el acceso y utilización de productos y servicios de telecomunicación. (Ejemplo: participación en iniciativas relacionadas con la libertad de expresión, censura, limitación de accesos, registro, temas de seguridad en colaboración con el gobierno, robos, crímenes, contenidos no éticos, protección de niños, etc.).	✓
Relación de clientes			
PA8	53	Políticas y prácticas para comunicar al público temas relacionados con los campos electromagnéticos.	✓
PA9	51, 52	Cantidad invertida en programas y actividades de investigación en campos electromagnéticos. Descripción de aquellos en los que se está participando actualmente y los que ha fundado la organización.	✓
PA10	20-22	Iniciativas para asegurar la claridad de las facturas y tarifas.	✓
PA11	18-20	Iniciativas para informar a los clientes sobre las características del producto y las aplicaciones que promuevan un uso responsable, eficiente, efectivo y ambientalmente correcto.	✓
Aplicaciones Tecnológicas			
Eficiencia de recursos			
TA1	58, 59	Aportar ejemplos de la eficiencia de recursos en los productos y servicios proporcionados.	✓
TA2	4, 5	Ejemplos de productos, servicios o aplicaciones de telecomunicaciones, que tengan el potencial de reemplazar físicamente objetos. (Ejemplo: una agenda por una base de datos en la red o un viaje por una videoconferencia).	✓
TA3	6-8	Revelar cualquier cuantificación de transporte y/o cambios de recursos derivados del uso por el cliente de los productos o servicios de telecomunicaciones enumerados arriba. (Aportar alguna indicación de escala, tamaño del mercado o ahorros potenciales).	✓
TA4	6-8	Indicar la estimación del efecto rebote (consecuencias indirectas) del uso de los productos y servicios mencionados arriba, así como las lecciones aprendidas para futuros desarrollos. Esto puede incluir las consecuencias tanto sociales como medioambientales.	✓
TA5	20	Descripción de las prácticas relativas a los derechos de propiedad intelectual y a las tecnologías de fuente abierta.	✓

N.A. (1): no se ha reformulado información presentada en memorias anteriores, ni se han producido cambios significativos con respecto a años anteriores en los métodos de cálculo.

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

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

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

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

N.A. (6): dato no significativo en Vodafone España.

N.A. (7): la obligación del Servicio Universal no aplica a Vodafone España.

Glosario de Acrónimos y Abreviaturas

- **AA1000AS:** AccountAbility 1000 Assurance Standard
- **ACCA:** Association of Chartered Certified Accountants
- **AEC:** Asociación Española de Empresas de Consultoría
- **AECA:** Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas
- **AECC:** Asociación Española contra el Cáncer
- **AETIC:** Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España
- **AFAL Contigo:** Asociación Nacional del Alzheimer
- **AFIM:** Ayuda, Formación e Integración del Minusválido
- **ANAR:** Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo
- **APROCOR:** Asociación Pro-Centros Ocupacionales y Residenciales
- **ARPU:** Average Revenue Per User (Ingresos Medios por Cliente)
- **ASEMFO:** Asociación Nacional de Empresas Forestales
- **ASIMELEC:** Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones
- **ASPAYM:** Asociación de Parapléjicos y Grandes Minusválidos
- **BCP:** Business Continuity Plan
- **BTS:** Base Transceiver Station (Estación Base)
- **CAC:** Centro de Atención al Cliente
- **CCE:** Código de Compras Éticas
- **CEAFA:** Confederación Española de Familiares de Enfermos de Alzheimer y otras Demencias
- **CEAPAT:** Centro Estatal de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas
- **CECU:** Confederación de Consumidores y Usuarios
- **CEOMA:** Confederación Española de Organizaciones de Mayores
- **CERMI:** Comité Español de Representantes de Minusválidos
- **CI:** Comunicación Interna
- **CMT:** Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones
- **CNSE:** Confederación Estatal de Personas Sordas
- **COCEMFE:** Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España
- **CRE:** Cruz Roja Española
- **CSIC:** Consejo Superior de Investigaciones Científicas
- **DRR:** Despliegue Responsable de Red
- **EBITDA:** Earnings Before Interests, Tax, Depreciation and Amortization
- **EMAPA:** Eastern Europe, Middle East, Africa, Asia Pacific and Affiliates
- **EMF:** Electromagnetic Fields (Emisiones Radioeléctricas)
- **FAE:** Fundación Alzheimer España
- **FEMP:** Federación Española de Municipios y Provincias
- **FTSE:** Financial Times Stock Exchange
- **GI:** Grupos de Interés
- **GPRS:** General Packet Radio Service (2,5G: Generación 2,5)
- **GPS:** Global Positioning System
- **GSM:** Global System for Mobile Communications (2G: 2ª Generación)
- **GSMA:** GSM Association
- **GRI:** Global Reporting Initiative
- **HSDPA:** High Speed Downlink Packet Access
- **ICJCE:** Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España
- **INE:** Instituto Nacional de Estadística
- **ISO:** International Organization for Standardization
- **IVR:** Interactive Voice Response (Sistema de Reconocimiento de Voz)
- **KCQ:** Key Control Questionnaire
- **KPI:** Key Performance Indicator
- **LISMI:** Ley de Integración Sociolaboral de los Minusválidos
- **LSE:** Lengua de Signos Española
- **LSSI:** Ley de servicios de la Sociedad de la Información
- **MERCO:** Monitor Español de Reputación Corporativa
- **MMS:** Multimedia Messaging Service (Servicio de Mensajes Multimedia)
- **MOVE:** Mobile Vodafone Expo
- **MPDL:** Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad
- **MSC:** Mobile Switching Centre
- **NYSE:** New York Stock Exchange
- **OCU:** Organización de Consumidores y Usuarios
- **OMS:** Organización Mundial de la Salud
- **ONCE:** Organización Nacional de Ciegos de España
- **ONG:** Organización No Gubernamental
- **ONU:** Organización de Naciones Unidas
- **PC:** Personal Computer
- **PEGI:** Pan European Game Information
- **PIB:** Producto Interior Bruto
- **PIN:** Número de Identificación Personal
- **PPB:** Project Prioritisation Borrador
- **PREDIF:** Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos
- **PRL:** Prevención de Riesgos Laborales
- **RC:** Responsabilidad Corporativa
- **RD:** Real Decreto
- **RPD:** Real Patronato sobre Discapacidad
- **RSC:** Responsabilidad Social Corporativa
- **SACOM:** Students and Scholars Against Corporate Misbehaviour
- **SAR:** Specific Absorption Rate
- **SATI:** Servicio de Asesoramiento Técnico e Información a Municipios
- **SDO:** Sustancias que Dañan la Capa de Ozono
- **SETSI:** Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información
- **SIMAP:** Sistema Inteligente de Monitorización de Alertas Personales
- **SIM:** Subscriber Identity Module
- **SMS:** Short Message Service (Servicio de Mensajes Cortos)
- **SOMO:** Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (Centro para la Investigación de Corporaciones Multinacionales)
- **SPAM:** Comunicaciones Comerciales Electrónicas sin autorización del destinatario
- **TAM:** Teleasistencia Móvil
- **TIC:** Tecnologías de la Información y la Comunicación
- **UCE:** Unión de Consumidores de España
- **UDP:** Unión Democrática de Pensionistas
- **UE:** Unión Europea
- **UM:** Mensajería Unificada
- **UMTS:** Universal Mobile Telecommunications System (3G: 3ª Generación)
- **UNEP:** United Nations Environment Programme
- **UNICEF:** the United Nations Children's Fund (el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia)
- **UNCTAD:** United Nations Conference on Trade and Development (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo)
- **UPC:** Universidad Politécnica de Cataluña
- **UPM:** Universidad Politécnica de Madrid
- **UPV:** Universidad Politécnica de Valencia
- **USB:** Universal Serial Bus
- **USSD:** Unstructured Supplementary Service Data
- **WRI:** World Resources Institute

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

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

Barniz basado predominantemente en materias primas naturales y renovables.

