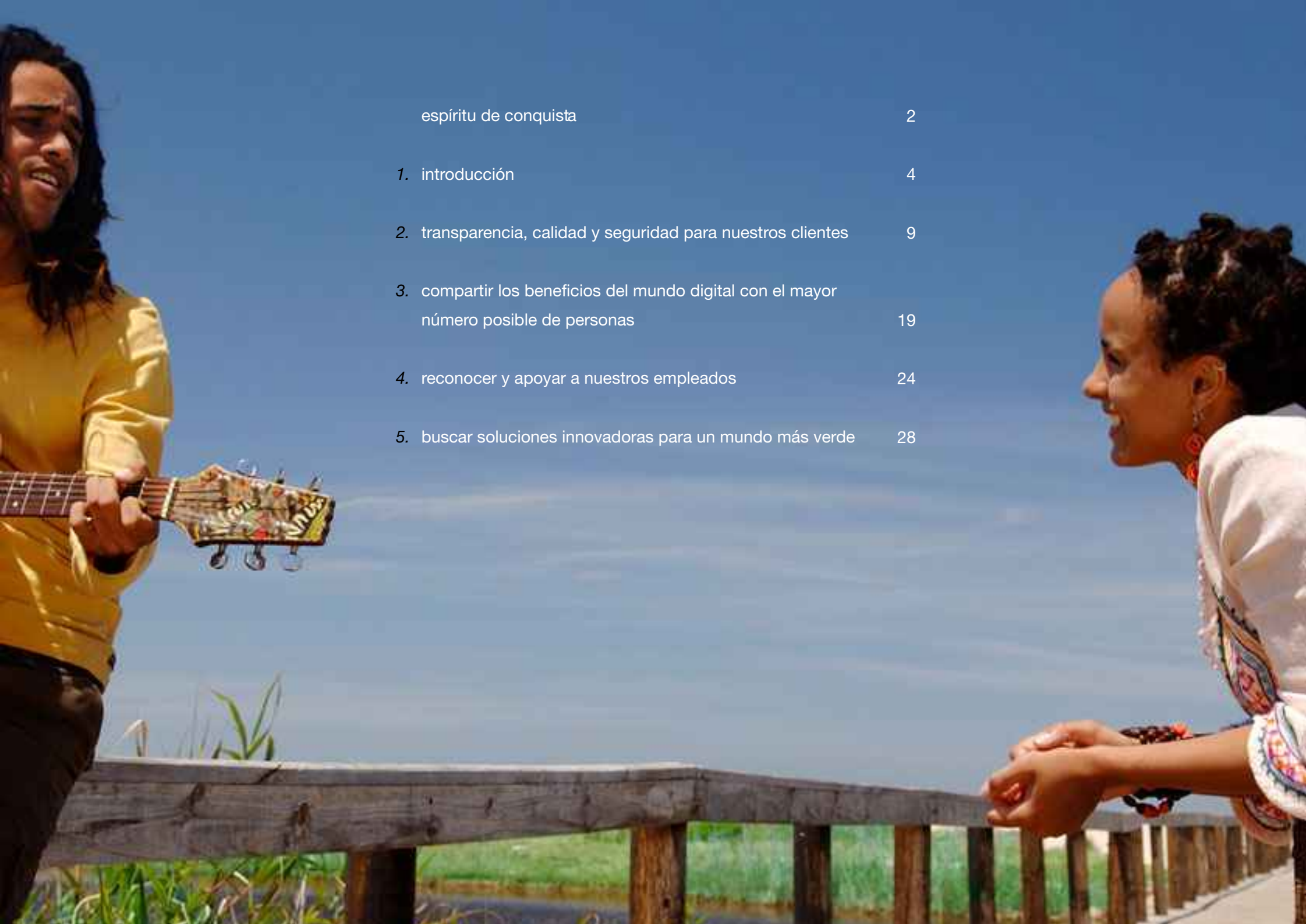


informe de progreso rsc 2010

Plan Director
de Responsabilidad Social Corporativa
de Orange España
2008-2011





espíritu de conquista 2

1. introducción 4

2. transparencia, calidad y seguridad para nuestros clientes 9

3. compartir los beneficios del mundo digital con el mayor número posible de personas 19

4. reconocer y apoyar a nuestros empleados 24

5. buscar soluciones innovadoras para un mundo más verde 28

espíritu de conquista

El pasado mes de julio, Stéphane Richard, presidente del Grupo France Telecom-Orange, dio a conocer el nuevo proyecto empresarial sobre el cual se apoyará la estrategia de nuestro Grupo en el futuro y que ha sido bautizado con el nombre de “Conquistas 2015”. Este plan de acción tiene como objeto definir los desafíos, metas y, en definitiva, “conquistas”, que nuestra compañía se ha propuesto para los próximos cinco años. En otras palabras, se trata de infundir y difundir en todo el equipo que formamos Orange en todo el mundo un “espíritu de conquista”.

En el transcurso de este plan de acción de Orange está el vertiginoso cambio al que se enfrenta cada día el mundo de las nuevas tecnologías y de los usos que hacen de ellas los ciudadanos, especialmente en torno a los nuevos servicios multimedia y de banda ancha móvil. Por citar algunas magnitudes como ejemplo, en el año 2020 se prevé que existan 50.000 millones de terminales conectados en todo el planeta; cada mes se transmiten 6 trillones de bytes y ya hay unos 2.000 años de vídeos en YouTube... Todo ello, en un entorno competitivo y normativo complejo, con cada vez más actores solapando sus actividades, y un aumento exponencial del tráfico que nos obliga a innovar y seguir invirtiendo para ofrecer a los usuarios una calidad óptima de servicio, la seguridad en sus datos y unas tarifas adaptadas a sus necesidades.

Para responder a estos desafíos, Orange ha optado por una estrategia empresarial innovadora, basada en la colaboración y la corresponsabilidad. En otras palabras, queremos cooperar con todos nuestros grupos de interés para establecer las condiciones que favorezcan un desarrollo sostenible, al mismo tiempo que damos respuesta a los desafíos que nos plantea un mundo tan complicado como el que vivimos. Por ello con “Conquistas 2015”, en Orange nos dirigimos de forma simultánea a nuestros empleados, clientes, accionistas y, de modo más amplio, a toda la sociedad en la que desarrollamos

nuestra actividad, apoyando nuestro compromiso con todos ellos a través de acciones en diferentes ámbitos:

- **con nuestros empleados:** porque para Orange, la prioridad, la primera conquista, son las mujeres y los hombres que trabajan en Orange. Ellos son la cara de nuestra compañía para nuestros clientes, y nuestro éxito depende en gran medida de sus habilidades, de su compromiso, de la ilusión con la que abordan su trabajo día a día. Para conseguir esta implicación, el diálogo y la escucha activa son herramientas fundamentales, que nos permiten saber sus inquietudes, sus ideas, sus necesidades... Sólo así podremos trabajar para apoyarles en su desarrollo profesional y en su realización personal, fomentando aspectos tales como la diversidad y la igualdad de oportunidades.

- **con el desarrollo y modernización de nuestras infraestructuras:** la “conquista” de las redes se traduce en un aumento de la cobertura y en una respuesta al creciente tráfico que transcurre por las mismas, tanto fijo como móvil, aumentando la calidad del servicio a nuestros clientes.

Y es que la base de nuestra actividad es conectar a la gente, comunicarles... En definitiva, hacerles más sencillo interactuar con su familia, con sus amigos, con sus contactos profesionales, con las instituciones., etc. Nuestro compromiso es trabajar para que cada vez un mayor número de personas puedan disfrutar de todas las ventajas que éstas proporcionan. El nuevo mundo digital sólo tiene sentido si está al alcance de todos, independientemente de su ubicación, edad, salud, condición social o nivel de educación.

informe de progreso rsc 2010

- **con la conquista de nuestros clientes:** nuestra ambición fundamental es ganar la confianza de los clientes proporcionándoles la mejor experiencia en su relación con Orange y convirtiéndonos en un “socio” que les acompañe, asesore y ayude en este nuevo mundo digital.

Y es que, aunque las nuevas tecnologías aportan grandes beneficios, también es verdad que entenderlas puede ser difícil para los clientes. La calidad de servicio es nuestra prioridad, pero también que el uso de nuestras tecnologías se haga de forma segura y responsable, especialmente entre los más pequeños, ofreciendo información y asesoramiento a nuestros clientes.

La estrategia de RSC de Orange está integrada en todas y cada una de estas conquistas.

Para una empresa como Orange, esto supone seguir innovando y creando riqueza, respetando al mismo tiempo a la sociedad, los recursos del planeta y el equilibrio del medio ambiente.

Esto sólo se puede conseguir si en el ejercicio de nuestra actividad nos comprometemos a mantener una conducta ejemplar como empresa, a promover prácticas respetuosas con el medio ambiente tanto en nuestro negocio habitual como ayudando a hacerlo también a nuestros clientes, y, finalmente, centrándonos en soluciones tecnológicas que faciliten a cada persona su día a día de manera sostenible tanto con la sociedad como con el medio ambiente.

Como dijo Stéphane Richard, en la presentación de “Conquistas 2015”, nuestra hoja de ruta es clara: “recolocar el factor humano en el centro de nuestras organizaciones, devolver a las redes su carta de nobleza y convertirnos en verdaderos “coaches” digitales para nuestros clientes.

De este modo, defenderemos nuestro modelo de empresa solidaria, atenta a la sociedad; una empresa humanista, generosa y apasionada por la innovación”. Así es como juntos hacemos más”.

Por **Jesús Guijarro**, Manager de Responsabilidad Social Corporativa de Orange España.



1. introducción



1. introducción

En Orange España definimos la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como **el compromiso que asumimos para proporcionar respuestas sostenibles a las expectativas de nuestros grupos de interés en los ámbitos medioambiental, social y económico**. Poniendo en práctica este compromiso, nuestra compañía tiene como objetivo final generar valor de forma sostenible.

Como empresa comprometida y actor principal en la industria de las telecomunicaciones, en Orange siempre hemos considerado una obligación trabajar en el desarrollo de prácticas responsables en los negocios.

De esta forma, respondemos a las necesidades de nuestros clientes, empleados y, en general, de todos los grupos de interés con los que nos relacionamos en el ejercicio de nuestra actividad, al mismo tiempo que contribuimos al cuidado del entorno y a que cada vez más personas puedan beneficiarse de las ventajas de los servicios de comunicación.

En línea con ese compromiso, nos esforzamos para enriquecer las comunicaciones de la gente en su día a día, pero sobre todo en facilitar el acceso a las nuevas tecnologías a aquellos que más lo necesitan, sin olvidarnos de la protección y la educación de los más pequeños en su uso responsable. Porque el nuevo mundo digital sólo tiene sentido si está al alcance de todos, más allá de su ubicación, edad, salud, condición social o nivel de educación.

Esto se plasma en nuestra propia estrategia como compañía, y, desde 2007, la RSC forma parte intrínseca de la misma. Los retos que nos hemos marcado en este ámbito están recogidos en el Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa de Orange España 2008-2011, que se puede consultar en nuestra página web <http://acercadeorange.orange.es>. Este Plan está estructurado en 18 desafíos y 4 grandes líneas de actuación:

- calidad de servicio,
- cambio climático,
- diseño para todos y uso responsable de las TIC's
- difusión de la RSC.



informe de progreso rsc 2010

Que para el periodo 2010/2015 convertimos en 8 objetivos estratégicos:

- ser líderes en experiencia del cliente
- garantizar un uso seguro y responsable de nuestros productos y servicios
- liderazgo en accesibilidad
- ser un empleador de referencia
- fomentar el desarrollo económico y social
- fomentar el diseño ecológico de productos
- ser una referencia en reciclaje y reutilización de terminales
- disminuir las emisiones de CO2

Respondiendo así a las expectativas de nuestros grupos de interés.

Desde el diálogo, la estrategia de RSC de Orange quiere reflejar nuestra forma de entender la responsabilidad respecto al entorno y la creación de valor común.

Así, durante 2010 hemos trabajado para:

Garantizar la transparencia, calidad y seguridad de nuestros productos y servicios, a través de las siguientes acciones:

- en colaboración con Protégeles, **más de 100 empleados voluntarios de Orange** han sido formados para impartir charlas a escolares sobre el “Uso responsable de las TICs”;
- la difusión de recomendaciones y publicación de artículos en blogs sobre seguridad en Internet;
- la comunicación de la funcionalidad de **restricción horaria en Livebox** como herramienta de ayuda para los padres a la hora de asegurar un uso responsable de las TICs por parte de sus hijos;
- la elaboración del **“Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles”** en colaboración con INTECO;
- el desarrollo de una solución de **apoyo a las víctimas de violencia de género** utilizando la tecnología móvil.

informe de progreso rsc 2010

Compartir los beneficios del mundo digital con el mayor número posible de personas, a través de:

- la **mejora de nuestra cobertura UMTS** en las ciudades de menos de 25.000 habitantes, gracias a la compartición de emplazamientos;
- el catálogo de **productos y servicios accesibles** que está disponible para los usuarios en nuestra tienda online;
- el lanzamiento de **“Esencial de Orange”**, un terminal pensado para atender las necesidades de los usuarios más mayores que se vende exclusivamente en farmacias.

Reconocer y apoyar a nuestros empleados, con:

- la certificación como **Empresa Familiarmente Responsable**;
- el **programa embajadores**, 140 empleados que trabajan en el contagio interno de los valores de Orange;
- el **lanzamiento de IdClick**, donde las ideas de los empleados son reconocidas y analizada su viabilidad para su puesta en marcha;
- el incremento de un **10%** en la formación online.

Buscar soluciones innovadoras para un mundo más verde, a través de:

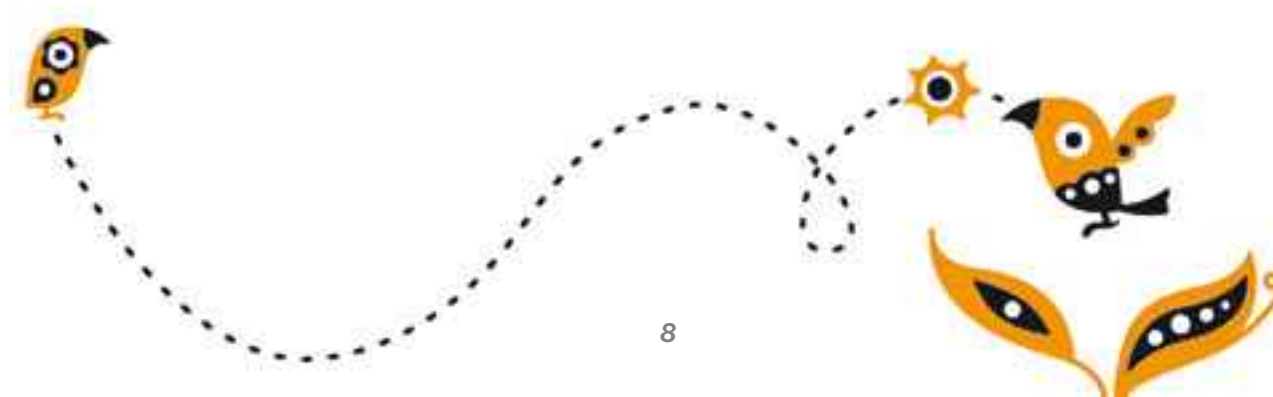
- el ahorro de un **7% de nuestras emisiones de CO2** respecto a 2006;
- la reducción de un **4% del consumo anual de energía** en la red;
- la mejora de la eficiencia energética en un **22%** gracias al **free-cooling**;
- el **ahorro del 3% del consumo anual de energía** en los edificios corporativos;
- la implantación del **papel certificado FSC**: actualmente el 69% del papel utilizado por Orange España tiene esta certificación;
- la reducción del consumo interno de papel de un **5% en 2010**;

informe de progreso rsc 2010

buscar soluciones innovadoras para un mundo más verde, a través de

- la sensibilización medioambiental de nuestros clientes a través de la **ecoetiqueta** en nuestros terminales móviles disponible en nuestra web; <http://acercadeorange.orange.es>
- la reducción de los desplazamientos mediante la utilización de salas de **telepresencia**;
- la sensibilización medioambiental de los clientes con el uso de la **factura online**, utilizada por el 15% de los clientes móvil, permitiendo así un ahorro de más de 200teq de emisiones de CO2;
- **107.000 terminales recogidos para su reutilización o reciclaje**;
- la sustitución de nuestras bolsas convencionales en tiendas por **bolsas ecológicas**;
- la implantación de soluciones de **Smart Metering o medición inteligente** para nuestros clientes: piloto de lectura automática de contadores de Aguas de Valencia y Gas Natural Fenosa.

Nuestro objetivo es seguir siendo una empresa atenta a las expectativas de la sociedad, humanista, preocupada por sus empleados, por sus clientes, sostenible, interesada en el medio ambiente y sobre todo, innovadora.



2. transparencia, calidad y seguridad para nuestros clientes



2. transparencia, calidad y seguridad para nuestros clientes

El grupo France Telecom Orange fundamenta su éxito en la capacidad de ofrecer productos y servicios de calidad que satisfacen las necesidades de nuestros clientes. Por ello, estamos muy atentos a sus demandas y expectativas y trabajamos de forma continua en la mejora de nuestros productos y servicios.

Nuestro compromiso con la calidad y la innovación al servicio de nuestros clientes es el valor que hay detrás de cada producto que diseñamos y sacamos al mercado. Y como entendemos que el público es cada vez más exigente respecto a la seguridad en el uso de la tecnología:

- hemos consolidado la atención al cliente para asegurar una **mayor coherencia y un mejor servicio a nuestros clientes**. Además, hemos mejorado la eficacia de la comunicación a clientes utilizando de forma más eficiente todos los canales de que disponemos (e-mail, sms, carta, teléfono) y utilizando también todos estos flujos de comunicación para asegurar una información al cliente siempre actualizada.
- ayudamos a nuestros clientes a **controlar su gasto mensual en factura** vía alertas SMS. A los clientes de tarifas planas de móvil, se les envía un aviso cuando han alcanzado el 80% de los minutos consumidos y otro al llegar al 100 % de los minutos consumidos.
- nos involucramos en el apoyo a las víctimas para mejorar la respuesta en casos de **violencia de género**. Orange, en colaboración con RIM y Blom, ha desarrollado para el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz una solución tecnológica basada en la tecnología móvil que permite a este consistorio incrementar su eficacia en la prevención e intervención en casos de violencia de género. Gracias a esta solución y al terminal móvil que se les facilita, las mujeres que sufren violencia de género en la localidad pueden contactar de manera rápida y sencilla con la Policía Local, en caso de peligro. Además, el terminal cuenta con un botón para aviso de situación de emergencia y un sistema de localización que permite a los agentes saber en todo momento la ubicación de la persona agredida y responder al aviso de manera inmediata.

<http://blog.orange.es/2010/10/orange-desarrolla-un-terminal-movil-para-ayudar-a-las-victimas-de-violencia-de-genero>

informe de progreso rsc 2010

- hemos logrado reforzar la **protección del menor** gracias a campañas y trabajos de prevención que hemos puesto en marcha, especialmente en colegios, con el fin de mejorar la seguridad de los menores en el uso de las tecnologías. A este objetivo ha contribuido nuestra colaboración con la **Fundación Protégeles**, organización sin ánimo de lucro que trabaja para erradicar la pornografía infantil y que se ha convertido en la línea oficial de denuncia de Orange en relación a la protección del menor. Además, durante el año 2010 hemos formado a más de más de 100 empleados voluntarios para dar **charlas educativas en colegios** a niños de entre 11 y 14 años sobre el uso responsable de las Nuevas Tecnologías.
- disponemos de una **guía de padres**, que se puede consultar en www.orange.es/guiadepadres, elaborada especialmente para ayudar a padres y tutores a enfrentarse con el desafío que supone asegurarse de que sus hijos/as están preparados para utilizar de forma segura todas las posibilidades que ofrecen las TIC.
- disponemos de un **código de conducta**, que sirve de guía de comportamiento profesional para nuestro grupo y sus filiales, implicando a todos los empleados del grupo, cualquiera que sea la línea de negocio o el nivel de responsabilidad.

En Orange hemos elaborado el “**Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles**” en colaboración con el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación INTECO. http://www.orange.es/especiales/estudio_moviles_menores







Los principales riesgos analizados en el informe, se han sistematizado en torno a siete temáticas:

- uso excesivo y adicción
- amenazas a la privacidad del menor y sexting
- acceso a contenidos inapropiados
- cyberbullying
- grooming





- ayudamos a los padres a gestionar el acceso a Internet de sus hijos a través del router Livebox, que dispone de una herramienta de **control parental** a través de la cual los padres pueden filtrar los contenidos que podrán visitar sus hijos así como las horas en las que la conexión a Internet estará activa. Estas restricciones afectarán a todos los dispositivos con acceso a Internet que se conecten utilizando el Livebox. De esta manera, Orange fomenta el buen uso de la tecnología y las medidas de seguridad en el hogar para la protección de los más pequeños. <http://www.profesorbot.com/orange/programa-la-restriccion-horaria-en-tu-livebox>

informe de progreso rsc 2010





- dentro de nuestro Programa de Transformación, hemos realizado 30 “business reviews” para mejorar la relación a largo plazo con nuestros principales proveedores locales. Además, se han realizado 85 auditorías de prevención, con un 50% de los proveedores ya auditados. Asimismo, el pasado 31 de agosto de 2010 lanzamos un Portal de Proveedores que mejora la información/comunicación de las políticas clave a nuestros proveedores locales.
- con el fin de fomentar el diálogo, la sensibilización y la divulgación interna, proporcionamos a nuestros empleados toda la información relativa a la política de RSC de Orange a través de nuestra intranet corporativa. Asimismo, la revista Orange “Revista Única”, de la cual se editan un millón de ejemplares cada mes, incorpora información relativa a proyectos responsables, medioambientales o sociales.
- en Orange, nos esforzamos en la mejora constante de nuestra calidad de servicio y consideramos que nuestras tiendas son un lugar privilegiado para reforzar la relación entre la marca y nuestros clientes. Para impulsar dicha relación, hemos abierto 81 tiendas en 2009 y 80 más en 2010.

compromiso		progreso
calidad de servicio		
reducir 25% el número de facturas incorrectas		Disminución del volumen de incidencias y reclamaciones generadas, aumentando la satisfacción del cliente. Tendencia positiva, acción en proceso.
mejorar la fiabilidad de la red		Mejora en calidad percibida por los clientes, tanto en el servicio fijo como en el móvil.
mejorar la experiencia del cliente en la compra		Incremento en la satisfacción de cliente en el proceso de contratación, mejora de la percepción de clientes durante los tres primeros meses sobre la oferta de servicios.
mejorar la experiencia en el acceso a la atención al cliente		Incremento en la satisfacción de cliente en el acceso a “Interactive Voice Response” en los productos.
satisfacción clientes con el servicio de atención al cliente		La tendencia desde principios de año es positiva.
mejorar el call rate de agente		<p>El objetivo era reducir el nº medio de llamadas por cliente que son atendidas por los agentes de nuestra plataformas de servicio al cliente, tanto para móvil residencial (prepago y postpago) como para empresa y para fijo, con el objetivo de mejorar la satisfacción de los clientes y reducir los costes operativos asociados.</p> <p>Las líneas de actuación han sido las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ mejora de canales automáticos de contacto con el cliente y potenciación de su uso ■ reducción de transferencias de llamadas entre call centers ■ reducción de llamadas repetidas de clientes. ■ aumento de resolución en el primer contacto. <p>Esta acción tendrá continuidad en 2011.</p>











informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
marketing responsable		
implantación del código de comunicación responsable		Con el apoyo del grupo France Télécom, lanzamos un código de comunicación responsable, que fomente la eliminación las letras pequeñas o los acrónimos en contratos y/o comunicaciones comerciales. Estamos en la espera de la versión en castellano para publicarlo.
eco-etiqueta de la totalidad de los terminales comercializados		Orange ha desarrollado junto a WWF (Organización internacional por la conservación del medio ambiente) un sistema de “eco-rating”, traducido como “eco-etiqueta” o medición del impacto medioambiental de los terminales móviles que comercializa la operadora. El objetivo no es solo evaluar y minimizar el posible impacto de dichos equipos, sino también implicar en el reto del desarrollo sostenible a los usuarios, que al tener acceso de forma transparente y sencilla a dicha información, podrán hacer sus compras de forma responsable. http://acercadeorange.orange.es/responsabilidad_corporativa/compromiso_con_el_medio_ambiente/402.html
difusión de la eco-etiqueta		Para sensibilizar a nuestros clientes sobre el impacto medioambiental de sus terminales, queríamos difundir la eco-etiqueta en nuestras tiendas Orange y en nuestra Revista única, impresa a un millón de ejemplares al mes. Asimismo, incluimos la Eco-Etiqueta en la presentación del “terminal estrella”, así como la nota medioambiental de los terminales en eshop. No se ha podido incluir la nota medioambiental para los Top-5 mensuales de Revista Única, ni tampoco en las fichas técnicas de los terminales en las tiendas. Son objetivos para 2011.
mejorar el control de consumo		Incremento en la satisfacción de clientes con la facturación. En este sentido, lanzamos 2 servicios gratuitos que facilitan a nuestros clientes el control de sus consumos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Alertas SMS en Tarifas Planas Envío de avisos por SMS, a petición del cliente, informándole del límite de minutos que lleva consumidos en relación al límite máximo que tiene contratado en su Tarifa Plana. Se envía a los clientes un aviso cuando se ha alcanzado el 80% de los minutos consumidos y otro al llegar al 100 % de los minutos consumidos. <ul style="list-style-type: none"> ■ Alertas SMS en SMS Premium Envío de un mensaje informativo a los clientes de Orange que quieran activar el servicio de SMS suscripción prestado por los terceros. Para ello se les remite un mensaje informativo, previo al envío del pin necesario para completar el proceso, indicándole que es un servicio Premium con coste y que puede consultar las condiciones en la web.









informe de progreso rsc 2010

compromiso	progreso
marketing responsable	
<p>marketing con causa</p>	<p style="text-align: center;"></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ descuentos específicos para ONGs <p>No se ha podido realizar esta acción en 2010 pero es un objetivo para 2011.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ lanzamiento Pack Unicef Prepago <p>Lanzamiento de un Pack con Unicef, en el que Orange apoye el proyecto “Educación de las niñas en Níger”. Además de la aportación de 5€ por unidad vendida, Orange dará visibilidad al proyecto en el packaging y en sus materiales internos, contribuyendo a una mayor sensibilización del target respecto al proyecto.</p> <p>Planificamos 2 lanzamientos en 2010.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ publicidad gratuita o en condiciones especiales para ONGs/causas solidarias <p>Consiste en la rotación de banners de acciones solidarias en el site de Orange. Está planeado para 2011.</p>
uso responsable de las TIC's	
<p>campana Doce meses / Doce causas</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Nos fijamos como objetivo la publicación mensual de una buena práctica de la compañía relacionada con el Uso responsable y seguro de las TIC's en el formato de boletín ¿Sabías que?. No hemos logrado el objetivo, no obstante, está marcado en nuestro agenda 2011, como también lo están las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ a principios de 2011 se activará el envío de mails mensuales con información acerca de Responsabilidad Social Corporativa. ■ Proyecto Web escuela
<p>actualización microsite guía de padres (web y papel)</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>La guía de padres tiene por objetivo ayudar a los padres a prevenir los riesgos de un uso incorrecto de las TIC por parte de los menores. Está disponible en formato papel y online en nuestra web http://acercadeorange.orange.es Está en preparación una nueva versión.</p>
<p>trabajo de prevención y sensibilización: charlas en colegios</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Desde 2009, los empleados de Orange, en colaboración con Protégeles, han impartido charlas sobre el uso seguro de Internet a 300 alumnos de sexto de primaria. Esta iniciativa se llevó a cabo en nueve Colegios de Pozuelo de Alarcón (Madrid) con los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ sensibilizarles acerca de los beneficios y riesgos de Internet. ■ educarles para que sepan navegar de manera segura y responsable. ■ proporcionarles estrategias para que puedan protegerse mientras navegan. <p>Tras el éxito de esta iniciativa, las charlas han continuado a lo largo del 2010 en diferentes colegios de Pozuelo, y se está estudiando la posibilidad de darlas también en otros municipios de la Comunidad de Madrid, así como extender esta iniciativa a todos los empleados de Orange, tengan o no su sede en Madrid.</p> <p>En 2010, se formó a 100 empleados voluntariados con el apoyo de la asociación Protégeles.</p>









informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
uso responsable de las TIC's		
emitir vídeos de Protégeles y/o Orange UK relativos al uso responsable y seguro de las TIC por los menores		Acción pendiente en nuestra web.
comunicación especial a clientes de Pozuelo en materia de Uso Responsable de las TIC		Este objetivo no se ha podido realizar al no poder segmentar el envío de la guía por colegio en el que se imparten charlas.
emailing especial Uso Responsable de las TIC		Contenidos pendientes en nuestra web.
extender las políticas de clasificación de contenidos a nuevos productos y servicios		En el marco del Código de Conducta se ha creado un Grupo de Trabajo para extender la actual clasificación de contenidos a los Servicios de Publicidad en Móvil, Chat y Dating.
colaboración con las principales asociaciones de consumidores para desarrollar campañas de formación e información sobre el Uso Responsable de las TIC y el consumo responsable.		Estamos llevando a cabo a través de Redtel, jornadas de formación y comunicación en materia de telecomunicaciones con CECU.
seguridad en las TIC's		
informar a los clientes en temas de seguridad / control parental / asistencia		En el área de eshop y área de clientes está disponible la información sobre estos servicios.
bloqueo de tráfico saliente de numeración 90X para evitar 'prácticas engañosas'		Acción pendiente.
50% de los contenidos y servicios de adultos (+18) con sistema de bloqueo		El objetivo es dotar al acceso de contenidos y servicios para adultos de un sistema de control parental, mediante el cual se puede bloquear el acceso a los contenidos de Zona Sexy y TV de adultos a través del portal WAP de Orange. El bloqueo puede ser permanente o restringido temporalmente mediante el uso de un PIN. Para desbloquear los contenidos, es necesario que el usuario introduzca una serie de campos que se encuentran en su DNI. 100 % de Contenidos y Servicios para adultos con sistema de bloqueo.
mejorar la visibilidad de las políticas de seguridad y privacidad de Orange en servicios de contenidos generados por usuarios (blogs, foros, chats)		Acuerdo con el proveedor de chats IRC Hispano, que se encarga de la moderación y gestión de las salas (más de 50 moderadores); cuentan con herramientas de moderación de forma que las conversaciones que no cumplan la política del servicio se cancelan. Además tienen contacto directo con autoridades como la Guardia Civil y la Policía para enviarles datos requeridos judicialmente. El proveedor IRC Hispano es líder en este tipo de servicios.
extender las herramientas de control de acceso más allá de los servicios de la Zona Sexy		En estudio para todos los servicios dirigidos al público "adulto".

informe de progreso rsc 2010

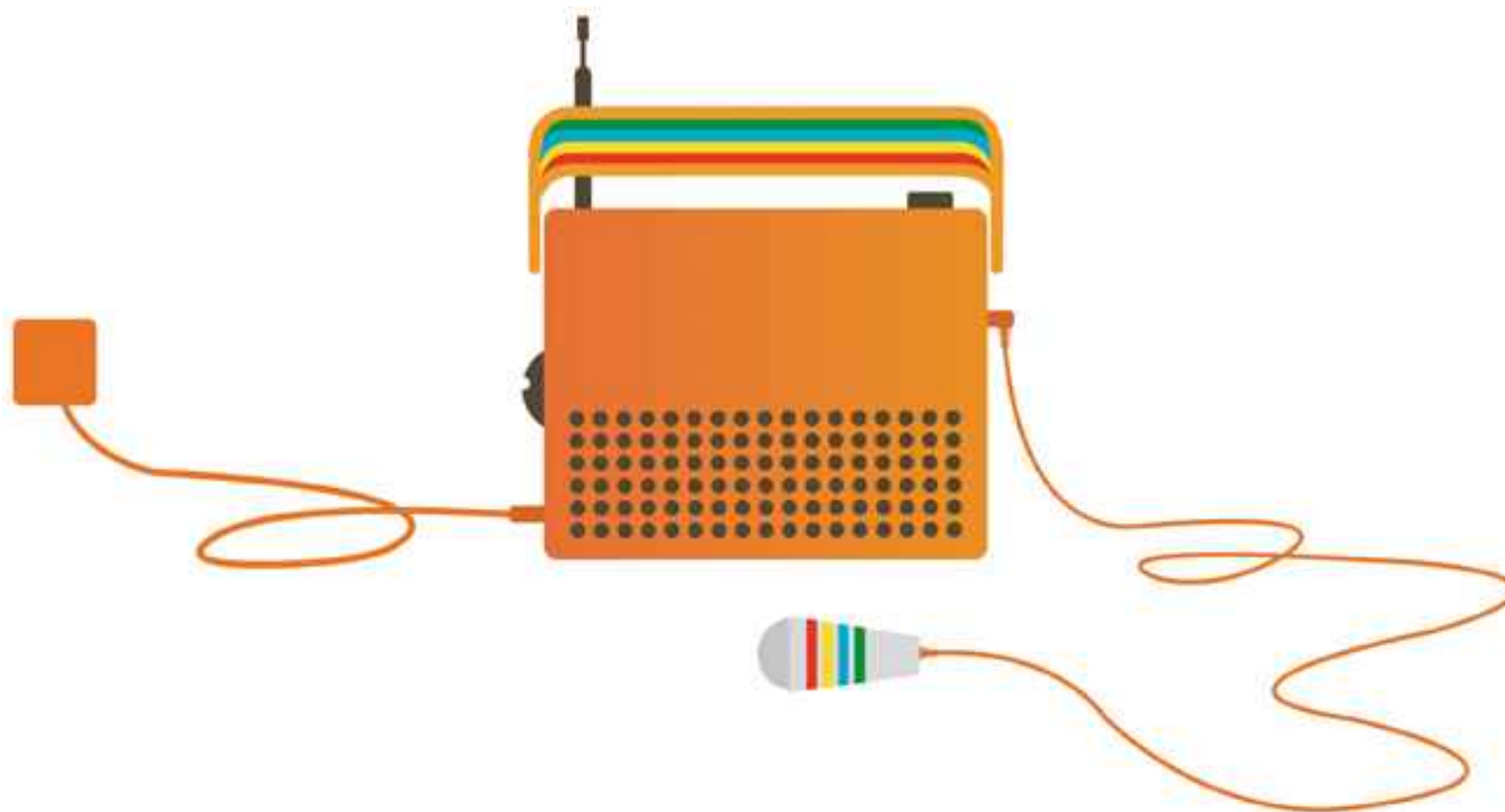
compromiso		progreso
diálogo, sensibilización y divulgación externa		
web del propietario		<p>El propósito del proyecto era poner en servicio una Web para proporcionar información al propietario de los emplazamientos.</p> <p>Actualmente en conversación con proveedores para la realización del análisis funcional de la herramienta (toma datos sobre requisitos y funcionalidades realizada)</p> <p>En espera del lanzamiento del proyecto.</p>
patrocinar los Premios Pymes Expansión / Premios San Juan (FEDA)		FEDA, la Confederación de Empresarios de Albacete, convocó la undécima edición de los Premios Empresariales San Juan 2010, patrocinada por Orange España.
realizar acciones de divulgación RSC		<p>No hemos conseguido realizar las campañas de comunicación previstas en el “encarte” de las facturas a clientes y en la Newsletter. Este objetivo sigue marcado para 2011.</p> <p>No obstante, hemos comunicado unas 12 buenas prácticas de todo tipo vía nota de prensa, a las que hay que añadir las que se han comentado vía reportaje.</p> <p>También estamos presentes en las redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 12.700 seguidores en Facebook ■ 7.000 seguidores en Twitter ■ publicación de artículos en el blog de Orange: http://blog.orange.es
dar mayor visibilidad a la página “cumplimos contigo” en el portal		Página descatalogada.
incluir información RSC en la revista Orange		<p>1 millón de ejemplares difundidos cada mes.</p> <p>No hemos publicado toda la información prevista debido al espacio dedicado a la comercialización del iPhone.</p>
realizar acciones de divulgación RSC en tiendas Orange		Se emite un vídeo de la eco-etiqueta en nuestras tiendas propias.
realizar encuesta de RSC a profesionales de la comunicación		Plan de comunicación con Gayin Anderson.
acción solidaria UNICEF / ACB		En estudio. Se realizaron otras colaboraciones.
promoción Día del Voluntariado		El objetivo era difundir una acción interna el día del voluntariado mediante publicaciones, rotación de banners, y módulos editoriales en el www.orange.es . No obstante, continua nuestro programa Orange solidarios.

informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
diálogo, sensibilización y divulgación externa		
diálogo con Administración Pública en materia de consumo		En Orange España mantenemos una interlocución continua con las diferentes CCAA, realizando actividades de diversa índole, tales como: Jornadas de formación en Telecomunicaciones, y reuniones periódicas tanto en materia institucional como de carácter operativo. Concretamente, en los últimos meses, hemos mantenido reuniones con la Comunidad de Madrid, Dirección del Instituto Nacional de Consumo, participado en jornadas de formación en Telecomunicaciones organizadas por la Junta de Andalucía, etc.
desarrollar mesas de dialogo con CECU, (Confederación Española de Consumidores y Usuarios) y OCU (Organización de Consumidores y Usuarios)		Actualmente se están llevando a cabo jornadas formativas sobre las antenas de telefonía móvil en la Comunidad Autónoma de Galicia. Concretamente están previstas acciones en Lugo, Coruña, Orense, y Pontevedra.
gestión de riesgos		
mantener el nivel de cumplimiento sobre el sistema de Control Interno		Los resultados apuntan a un elevado nivel de cumplimiento, por encima del 97%, en línea con ejercicios anteriores.
Informe de control interno sin debilidades materiales o deficiencias significativas de control interno, en relación al marco de control establecido en la compañía.		En ejecución. Actualmente se encuentra ejecutado en un 80%. Los resultados indican un grado de cumplimiento superior al 97,5%.
cadena de suministro responsable		
mejora de la satisfacción de los proveedores: reducción de los tiempos de proceso tramitación interna de los documentos de compras		En 2010, planeamos mejorar la satisfacción de nuestros proveedores reduciendo los tiempos de tramitación interna de documentos. Las medidas tomadas para la reducción de tiempos de tramitación interna de documentos están implantadas (firma electrónica de pedidos y actas, reducción de work flows, etc.). Sin embargo, la medición de esos KPIs, que nos permitirá cuantificar las mejoras y fijar objetivos de mejora, se pospone para 2011.
lanzamiento de un Portal de proveedores		Para comunicar e informar mejor a nuestros proveedores, lanzamos en agosto de 2010 un portal propio que mejora la comunicación de las políticas clave a los proveedores locales.
mejorar nuestra relación con los principales proveedores locales		En 2010, realizamos un control y seguimiento de nuestros principales proveedores locales a través de 25 "QREDIC" y 30 "Business Reviews".
regalos solidarios procedentes del comercio justo		Un año más, realizamos regalos solidarios.

informe de progreso rsc 2010

compromiso	progreso
cadena de suministro responsable	
implantación de un código de conducta para proveedores de call-centers	El 100% de los contratos con nuestros proveedores de call-centers incluyen en el cuerpo del contrato un cláusula específica de “Conducta Ética, Responsabilidad Social Corporativa y Medio Ambiental”.
realizar compras de comercio justo	Fomentamos la sensibilización de nuestros empleados y el consumo de productos de comercio justo a través de las máquinas de café presentes en nuestras salas de vending.



3. compartir los beneficios del mundo digital con el mayor número posible de personas



3. compartir los beneficios del mundo digital con el mayor número posible de personas

Orange tiene entre sus desafíos trabajar por la superación de la brecha digital, tener en cuenta en el desarrollo de sus productos y atender las necesidades especiales de los colectivos de consumidores con menos accesibilidad.

Nuestra voluntad es trabajar por aquellas personas que tienen dificultades de acceso a las TIC, mediante la lucha contra los factores de exclusión, ya sean geográficos, económicos o físicos.

También dirigimos nuestras acciones hacia los campos de salud y solidaridad. La acción social de Orange se dirige a facilitar las condiciones de vida de enfermos y personas discapacitadas, mientras que la Fundación Orange tiene como objetivo favorecer la comunicación y la creación de vínculos entre las personas, con especial hincapié en los colectivos con barreras de comunicación y participación (autismo,...).

- en 2010, hemos continuado ampliando nuestras acciones para facilitar la inclusión digital de zonas rurales. Así, hemos conseguido un **30% más de cobertura 3G** en núcleos reducidos de población minimizando el impacto ambiental.

España: un acuerdo mutuo ejemplar de las redes 3G

El uso compartido de infraestructuras entre los operadores permite una expansión más rápida de las redes de comunicación móvil con un reducido impacto sobre el medio ambiente. Más allá de la distribución de las infraestructuras pasivas (torres, mástiles), que se practica desde hace mucho tiempo, estamos explorando formas de distribución más complejas de la infraestructura activa (RAN-sharing). En España, desde finales de 2007, Orange y Vodafone tienen un acuerdo para compartir sus redes 3G con el fin de mejorar la cobertura UMTS de las ciudades de menos de 25.000 habitantes. A finales de 2010, ambos operadores ya compartían más de 3.800 estaciones base.

informe de progreso rsc 2010

- disponemos de un **catálogo de “Ofertas de Autonomía”** con productos accesibles en la web www.accesibilidad.orange.es, donde se pueden encontrar terminales especialmente pensados para personas de la tercera edad o que tienen algún tipo de discapacidad.
- lanzamos un nuevo móvil **“Esencial de Orange”** dirigido a mayores que, por primera vez en España, se distribuye exclusivamente en farmacias. Con este lanzamiento, damos un paso importante en nuestro objetivo de atender las demandas del segmento “senior” de la población en lo que a telefonía móvil se refiere. Este creciente colectivo necesita productos con características de usabilidad muy específicas que, hasta ahora, no hallaban respuesta adecuada en el mercado. “Esencial de Orange” ofrece las funcionalidades más demandadas por las personas mayores: llamadas, SMS, radio FM, linterna... Además, incorpora un botón de emergencia, una apuesta por la seguridad y la tranquilidad de las personas mayores y de sus familiares. En caso de necesidad, con solo deslizar este botón, se activará el modo emergencia alertando automáticamente, mediante llamadas y SMS, a los familiares y/o a los servicios de atención 112. Además, emitirá una fuerte alarma sonora que alertará al entorno próximo de la situación de emergencia.
- para mejorar la calidad de vida de personas enfermas y responder a sus necesidades, Orange ha realizado un proyecto en Cataluña, en colaboración con el CAT (sector público) y el CRC (sector privado), que permite compartir imágenes de diagnóstico médico en diferentes centros médicos; hemos desarrollado así mismo una solución global para la gestión de enfermedades crónicas a distancia (CDRM) con la Clínica Universitaria de Navarra.




Orange, Nokia y UNICEF juntos por la escolarización en Níger

Consciente de la importancia de la escolarización y alfabetización de los niños, colaboramos en el '**Programa Educación Básica para todos**' llevado a cabo en Níger por UNICEF. Con dicha iniciativa, la organización pretende incrementar la presencia de los niños en la escuela, eliminando la desigualdad existente en el acceso a la educación, principalmente entre las niñas.








<http://blog.orange.es/2010/12/orange-nokia-y-unicef-juntos-por-la-escolarizacion-en-niger>

- con el objetivo de que los clientes de Orange pudiesen colaborar a favor del pueblo haitiano tras la catástrofe de Puerto Príncipe, Orange puso en marcha una **campaña por Haití** para el envío de mensajes solidarios. Como resultado de la misma se recaudaron **430.000 €**, remitidos directamente a Cruz Roja y UNICEF. Además, a petición del Círculo Cultural Hispano Haitiano, la compañía facilitó que sus usuarios se pudieran comunicar de manera gratuita (España-Haití y Haití-España) con sus familiares en el país caribeño.

informe de progreso rsc 2010

compromiso	progreso
Orange accesible / diseño para todos	
<p>solución tecnológica contra la Violencia de Género en colaboración con el Ayuntamiento Torrejón</p>	<p> Orange, en colaboración con RIM y Blom, ha desarrollado para el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz una solución tecnológica que permite a este consistorio incrementar su eficacia en la prevención e intervención en casos de violencia de género. Con la nueva solución tecnológica desarrollada por Orange, las mujeres que sufren violencia de género en la localidad pueden contactar de manera rápida y sencilla con la Policía Local, en caso de peligro. El terminal móvil que les es facilitado por los agentes de seguridad, cuenta con un botón para aviso de situación de emergencia y un sistema de localización que permite a los agentes saber en todo momento la ubicación de la persona agredida y responder al aviso de manera inmediata.</p> <p>http://blog.orange.es/2010/10/orange-desarrolla-un-terminal-movil-para-ayudar-a-las-victimas-de-violencia-de-genero</p>
<p>e-salud: proyecto de Gestión Remota de Enfermos Crónicos</p>	<p> En materia de Salud, hemos trabajado principalmente en el proyecto Gestión Remota de Enfermos Crónicos (GREC) par SANOFI AVENTIS.</p> <p>Orange y la Clínica Universitaria de Navarra (CUN) presentaron en noviembre de 2009 el servicio para la Gestión Remota de Enfermos Crónicos (GREC). Este servicio es un nuevo canal de comunicación médico-paciente, mediante el cual los enfermos disfrutan de una monitorización continua tanto de sus variables físicas como de su tratamiento, lo que facilita al paciente el control de su enfermedad, mejorando además su calidad de vida.</p> <p>Se trata de un sistema que utiliza un dispositivo móvil de Orange para la transmisión de los indicadores médicos asociados a patologías crónicas, tales como la diabetes o la obesidad, haciendo posible el seguimiento remoto y continuo de dichas enfermedades por especialistas endocrinos de la Clínica.</p> <p>Esta experiencia forma parte de un nuevo modelo de asistencia sanitaria, en un contexto en el que cambian los estilos de vida y las patologías crónicas aumentan exponencialmente. Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) se estima que en el año 2020 las patologías crónicas supondrán el 60% de las enfermedades. En este sentido, Orange se quiere adaptar a las nuevas necesidades de una sociedad en continuo cambio a través de la tecnología.</p>
<p>comercialización de terminales orientados a personas con necesidades especiales y personas de la tercera edad</p>	<p> Orange lanzó en diciembre de 2010 un nuevo móvil dirigido a mayores que, por primera vez en España, se distribuye exclusivamente en farmacias. Con "Esencial de Orange", la compañía da un paso importante en su objetivo de atender las demandas del segmento "senior" en lo que a telefonía móvil se refiere. Este creciente colectivo necesita productos con características de usabilidad muy específicas que, hasta ahora, no hallaban respuesta adecuada en el mercado. "Esencial de Orange" ofrece las funcionalidades más demandadas por las personas mayores: llamadas, SMS, radio FM, linterna... y Dispone, además, de un botón de emergencia, una apuesta por la seguridad y la tranquilidad de las personas mayores y de sus familiares. En caso de necesidad, con solo deslizar este botón se activará el modo emergencia alertando automáticamente, mediante llamadas y SMS, a los familiares y/o a los servicios de atención 112. Además, emite una fuerte alarma sonora que alerta al entorno próximo de la situación de emergencia.</p> <p>Se puede ver un vídeo al respecto en: http://www.ohmyphone.com/sin-categoria/video-review-zte-gs-202</p>

informe de progreso rsc 2010

compromiso	progreso
Orange accesible / diseño para todos	
e-salud: Teleictus	 <p>A lo largo de 2010, se planeó extender la comercialización del “proyecto Teleictus”, que consiste en la implantación de un sistema de vídeo en los centros de salud conectado al hospital principal, que recoge las imágenes de los pacientes que sufren un ictus y las envía a los equipos especializados del Hospital Central donde pueden analizarlas en profundidad para realizar sus diagnósticos.</p> <p>Su comercialización no se ha podido llevar a cabo todavía.</p>
piloto de factura en Braille para clientes con discapacidad visual en PDV o en nuestra web	 <p>El objetivo es responder adecuadamente a las necesidades de consulta de factura por parte de nuestros clientes con discapacidad visual.</p> <p>Estamos estudiando las mejores vías de desarrollo de ese proyecto.</p>
diseño de nuestra página corporativa Acerca de Orange con criterios de accesibilidad	 <p>Nuestra página web tiene un nivel 85% de accesibilidad con grado AA.</p> <p>Por problemas técnicos, no se ha podido alcanzar el nivel de accesibilidad 100% (etiquetas alternativas en las imágenes, uso de cabeceras, limitar el refresh de la página, etc.). En estudio de mejoras.</p>
actualizar catálogo de Productos y Servicios Accesibles	 <p>En 2009, se lanzó el catálogo de productos accesibles en: http://tiendamovil.orange.es/moviles-accesibles.htm</p> <p>Se estudia crear una etiqueta de accesibilidad siguiendo el modelo de la eco-etiqueta.</p>
Incluir acceso al Catálogo de productos accesibles en la web de los distribuidores	 <p>No se ha podido realizar. Será uno de nuestros objetivos para 2011 simplificar su consulta.</p>
Piloto de Atención al Cliente para personas con discapacidad auditiva en punto de venta	 <p>Estamos estudiando diferentes vías de desarrollo de este proyecto. Será uno de nuestros objetivos para 2011.</p>
brecha digital	
RAN SHARING: Dar cobertura 3G a núcleos reducidos de población minimizando el impacto ambiental	 <p>El uso compartido de infraestructuras entre los operadores permite una expansión más rápida de las redes de comunicación móvil reduciendo el impacto sobre el medio ambiente. Más allá de la distribución de las infraestructuras pasivas (torres, mástiles), que se practica desde hace mucho tiempo, estamos explorando formas de distribución más complejas de la infraestructura activa (RAN-sharing). En España, a finales de 2007, Orange y Vodafone llegaron a un acuerdo para compartir sus redes 3G con el fin de mejorar la cobertura UMTS de las ciudades de menos de 25.000 habitantes. A finales de 2010, ambos operadores ya compartían más de 3.800 estaciones base.</p>

4. reconocer
y apoyar
a nuestros empleados





4. reconocer y apoyar a nuestros empleados

El grupo France Telecom Orange fundamenta su éxito en la capacidad de ofrecer productos y servicios de calidad que satisfacen las necesidades de nuestros clientes. En Orange deseamos que nuestros equipos reflejen la diversidad existente en la sociedad, así como comprender mejor sus necesidades y proveerles de los servicios que precisan. En este sentido, estamos trabajando reforzar la igualdad profesional entre hombres y mujeres, más allá de las obligaciones legales básicas. Nuestras acciones giran en torno a tres ejes: fortalecer la diversidad en los departamentos técnicos, facilitar el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad y establecer un equilibrio entre la vida personal y profesional de todos nuestros trabajadores. Así:

- con el fin de responder a las necesidades profesionales y personales de nuestros trabajadores, hemos puesto en marcha medidas para favorecer el equilibrio entre la vida privada y vida profesional. Así, en 2010, Orange España obtuvo la certificación como **Empresa Familiarmente Responsable**. Este reconocimiento, promovido por la **Fundación Más Familia**, identifica a las organizaciones que se esfuerzan en crear una cultura que apoye y facilite la conciliación entre vida profesional, familiar y personal.
- Orange España continúa en el Top 10 de las mejores empresas para trabajar, según la encuesta **Top Employers 2010**, obteniendo los mejores resultados entre los operadores (Movistar y Vodafone).
- hemos firmado el **Plan de Igualdad**, un conjunto ordenado de medidas aplicadas con la finalidad de equilibrar la presencia masculina y femenina en los puestos de trabajo.
- el programa interno "**Embajadores Orange**" tiene por objetivo la generación de ilusión y motivación en torno a la cultura Orange y a los valores de la compañía. Como parte de este programa -en el cual ya participan directamente más de 140 empleados-, se han puesto en marcha más de 30 iniciativas propuestas por los embajadores y sus colaboradores, con el objetivo de mejorar los procesos, la experiencia de cliente y, en general, la eficiencia interna y externa de Orange.
- en Orange incentivamos el voluntariado a través del **programa "Solidarios"** que fomenta el desarrollo de actividades deportivas o culturales solidarias y en el cual han participado, desde su creación, más de 400 empleados.

informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
políticas laborales		
Orange, Empresa Familiarmente Responsable (EFR)		Orange España obtuvo en 2010 la certificación como Empresa Familiarmente Responsable. Esta certificación, promovida por la Fundación Más Familia, identifica a las organizaciones que se esfuerzan en crear una cultura que apoye y facilite la conciliación entre vida profesional, familiar y personal.
informar a los empleados y managers sobre la conciliación de vida personal y profesional		Creación de un site sobre Igualdad y Conciliación en el Portal del Empleado. Comunicaciones mensuales a empleados. Finalización planificada para Ene 2011.
aumentar el uso de la formación online		Hemos incrementado un 10% la formación online respecto a 2009.
teletrabajo		Se realizó un anteproyecto sobre 'Teletrabajo'. Está incluido en la Comunicación en II Convenio Colectivo de France Telecom España.
prevención de riesgos laborales		
auditorías y reuniones de coordinación con proveedores		En 2010, hemos realizado auditorías y reuniones de coordinación con el 50% de los proveedores acreditados.
incluir por defecto el curso en el programa anual formativo de cada trabajador		Curso online disponible para todos los empleados.
diversidad / igualdad		
protocolo contra el acoso		Hemos definido un protocolo contra el acoso de aplicación a la totalidad de empleados/as de Orange España.
promover el voluntariado		Desde su creación, han participado 400 empleados en las actividades del programa de voluntariado "Solidarios": <ul style="list-style-type: none"> ■ actividades de voluntariado Para llevarlas a cabo, colaboramos con varias fundaciones: Fundación Deporte y Desafío, Fundación También, Padre Garralda, Fundación Magdalena, Don Orione, Theodora... Gracias a estas actividades, los voluntarios, junto a sus familias, si lo desean y la actividad lo permite, pueden conocer y ayudar a personas de todas las edades y con diversas discapacidades, físicas y/o mentales. <ul style="list-style-type: none"> ■ actividades de voluntariado continuo y con compromiso En estas actividades, el voluntario se compromete a tener una relación continuada con la fundación con la que colabora. En este momento desarrollamos este tipo de voluntariado con la Fundación Deporte y Desafío.

informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
diversidad / igualdad		
promover el voluntariado	😊	<ul style="list-style-type: none"> ■ donación en nómina <p>El empleado puede apoyar la labor de una o varias fundaciones mediante aportaciones de la nómina. El empleado elige la cantidad de la donación, la o las fundaciones con las que quiere colaborar y si desea una donación única o donaciones mensuales, pudiendo darse de baja cuando quiera.</p>
diálogo, sensibilización y divulgación interna		
realizar acciones de divulgación RSC	😐	<p>Hemos creado un e-learning de Responsabilidad Social Corporativa que difundiremos en 2011 a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ la Escuela de Comerciales ■ el Portal de Distribuidores ■ la web de Call Centers <p>También, informamos a nuestros “Embajadores” de nuestras mejores prácticas para que ellos, a su vez, puedan transmitirla al resto de la organización.</p>
realizar campañas de sensibilización medioambiental para empleados	😊	<p>En colaboración con la Fundación Entorno, sensibilizamos a nuestra plantilla en la protección medioambiental a través de “pildoras formativas” (cambio climático, gestos verdes, ahorro de agua,...)</p>
realizar talleres RSC de creatividad con una selección de empleados de la compañía	😐	<p>Aplazado a 2011 en el marco del proyecto de diálogo con grupos de interés.</p>



5. buscar soluciones innovadoras para un mundo más verde



5. buscar soluciones innovadoras para un mundo más verde

El calentamiento global, el deterioro del ecosistema, los desastres medioambientales... son problemas que nos preocupan porque la protección del medio ambiente es responsabilidad de todos. Como compañía comprometida con el medio ambiente, es nuestra responsabilidad procurar que nuestras actividades tengan el menor impacto posible en la naturaleza y en nuestro entorno, ayudando a nuestros clientes a que participen en este cambio gracias a la amplia gama de ofertas de productos y servicios sostenibles que ofrecemos.

Desde 2009, Orange está involucrada en el programa “Acción CO2” de la Fundación Entorno, a través del cual nuestra empresa se compromete con la reducción de emisiones de CO2. Son varias las acciones que se han llevado a cabo a lo largo del año para reducir el impacto medioambiental de nuestra empresa:

- con el fin de mejorar la eficiencia energética y reducir el impacto ambiental, desde el año 2008, Orange esta implantando en su red de telefonía móvil una solución de refrigeración conocida como enfriamiento natural O “free-cooling”. Gracias a él se ha conseguido una reducción del 22% en el consumo energético de nuestra red móvil, lo que se traduce en una reducción en emisiones de CO2 a la atmósfera de 2.307 toneladas.
- mediante los sistemas de regulación y control del encendido de luces en las oficinas de Orange se ha conseguido una mejor gestión y control energético de las instalaciones de iluminación.
- en los terminales móviles incluimos la información de la llamada “eco-etiqueta” o medición del impacto medioambiental de sus dispositivos. De esta forma, no solo se evalúa y minimiza el posible impacto de dichos equipos, sino que también se implica en el reto del desarrollo sostenible a los usuarios, que al tener acceso de forma transparente y sencilla a dicha información, pueden hacer sus compras de forma responsable.

La iniciativa, que se puso en marcha en diciembre de 2009, forma parte del compromiso internacional acordado por el Grupo Orange con WWF para impulsar el cuidado del entorno dentro de la estrategia global de responsabilidad social corporativa del operador. Podéis acceder a las etiquetas a través de nuestra web. http://acercadeorange.orange.es/responsabilidad_corporativa/compromiso_con_el_medio_ambiente/402.html

- en colaboración con MobilePoint, se ha puesto en marcha, en las tiendas propias y franquicias de Orange, el nuevo servicio de recogida de terminales “Estrena y Recicla”. Gracias al mismo, en Orange incentivamos el reciclado de los terminales de sus clientes a través de descuentos en la compra de nuevos móviles por la entrega de móviles usados de cualquier operador, funcionen o no.

informe de progreso rsc 2010

Con “Estrena y Recicla”, nuestros clientes han contribuido a la sostenibilidad y al cuidado del medio ambiente mediante la retirada, a lo largo de 2010, de **107.000 terminales** recogidos. De esta forma, no sólo se contribuimos a la sostenibilidad y al cuidado del entorno mediante la retirada de viejos terminales para su tratamiento.

Además, gracias a acuerdos como el que Orange tiene con MobilePoint, al mismo tiempo podemos alargar la vida útil de algunos de estos dispositivos lo que supone, además de un uso eficiente de los recursos, facilitar el acceso a la telefonía móvil a colectivos desfavorecidos a precios económicos.

Asimismo, Orange dona el **1% del valor de todos los terminales retirados a una ONG**. (<http://www.ohmyphone.com/smartphone/estrena-y-recicla>)

- hacemos uso del papel **certificado FSC** para el envío de facturas a los clientes de la cartera de pospago que aún no hacen uso de la factura online. La utilización de FSC en este envío, que llega mensualmente a más de 4.500.000 clientes, supone que el **100% de las facturas** destinadas a estos clientes se realiza en papel producido por fuentes controladas respetuosas con el medio ambiente.
- gracias al sistema de la **factura online**, más del 15% de los usuarios de cartera pospago han cambiado la factura impresa por su equivalente en formato electrónico, lo que supone un ahorro aproximado de papel de **más de 120 toneladas al año**.








El uso sostenible de papel también implica a los empleados. En 2010 usamos internamente **un 10% menos de papel** que en 2009. Y el 10% del papel que consumimos ya es reciclado o certificado.

Soluciones de Smart Metering o medición inteligente: Aguas de Valencia






Hemos puesto en marcha con varias compañías del sector utilities, como Gas Natural-Unión Fenosa y Aguas de Valencia, proyectos piloto para la lectura y monitorización automática y a distancia de contadores eléctricos o de agua. La solución desarrollada por Orange permite enviar de forma automática el consumo real a un sistema de monitorización central.

La lectura en tiempo real contribuye a gestionar de forma más eficiente los contadores y optimizar los recursos energéticos del cliente final.

informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
gestión medioambiental		
gestión de la totalidad de los residuos derivados de la renovación de la red		El 100% de nuestros residuos está gestionado a través de canales autorizados.
emplazamientos compartidos con otros operadores: desplegar al menos un 30% de nuevos emplazamientos en compartición.		Gracias al esfuerzo con otros operadores se ha logrado el sobrecumplimiento del objetivo al conseguir instalar en 540 emplazamientos compartidos, de un total de 670 estaciones base desplegadas en 2010 (81%) Permite reducir el impacto visual de nuestras antenas y el consumo energético relacionado.
plan de renovación de líquidos refrigerantes por sustitutivos ecológicos		Gracias a la sustitución de los gases utilizados para refrigerar los equipos por otros ecológicos y respetuosos con el medio ambiente, hemos reducido en un 4% las emisiones de gases perjudiciales para la capa de ozono. En aquellos equipos que están obsoletos, sustitución de equipos de aire acondicionado completo (con R-22) por equipos ecológicos a través del Plan de Obsolescencia 2010
cambio de impresoras y tóneres ecológicos		Proyecto de cambio de impresoras en los edificios de Orange, e instalación de máquinas con tóneres ecológicos en Tiendas propias y el Corte Inglés.
reutilización / reciclaje de impresoras		Este objetivo afecta solo a puntos de venta en El Corte Inglés y a uno de los equipos de Tiendas Propias. Han finalizado todas las instalaciones previstas para este año.
cambio climático		
free-cooling o “enfriamiento natural”: reducir en un 20% el consumo de energía eléctrica de 1.000 emplazamientos respecto al mismo periodo del año anterior		<p>Con el fin de mejorar la eficiencia energética y reducir el impacto ambiental, desde el año 2008, Orange incorpora en la red de telefonía móvil una solución de refrigeración conocida como Enfriamiento Natural o “Free Cooling”.</p> <p>Este proyecto está basado en la adaptación de los sistemas de climatización convencionales de las estaciones base de la red de telefonía móvil, para conseguir una reducción del consumo de energía eléctrica por disminución del tiempo de funcionamiento del aire acondicionado.</p> <p>El consumo energético de los sistemas de climatización convencionales puede representar hasta el 30% del consumo total del nodo o antena. Con la implantación de los sistemas de enfriamiento natural, basados en la conducción forzada de los flujos de aire frío y caliente, se puede conseguir un ahorro de hasta un 25% en el consumo eléctrico, al tiempo que se reduce el número de averías de los equipos de climatización y aumenta su vida útil.</p> <p>El objetivo anual ha sido superado con un 22% de eficiencia energética en los sites. También, se ha reducido el consumo energético de la red móvil en su conjunto en más de un 4% en 2010.</p> <p>Gracias al sistema “Free Cooling” o enfriamiento natural se ha conseguido una reducción de 22% del consumo energético de la red móvil respecto al año, lo que se traduce en 2.307 toneladas de emisiones de CO2 evitadas.</p>
plan de Obsolescencia 2010 de equipos de climatización y strings de baterías		Renovación tanto de baterías como de equipos de refrigeración que por su antigüedad están obsoletos y son propensos a fallos e incidencias.

informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
cambio climático		
mejorar la eficiencia energética de la red		En 2010, redujimos el consumo energético de nuestra red en un 4% por la introducción de nuevos equipos o sustitución de los antiguos en la renovación tecnológica de la red.
"Machine to Machine" (M2M): smart metering		<p>M2M (Machine to Machine) es un concepto genérico que indica el intercambio de información en formato de datos entre dos máquinas remotas. Ejemplos prácticos: gestión de flotas, alarmas domésticas, TPV (Terminal Punto de Venta), contadores de agua/gas/ electricidad, paneles informativos en carreteras, máquinas vending, telemantenimiento de ascensores, estaciones meteorológicas. Facilitan la reducción de emisiones de CO2.</p> <p>En 2010, realizamos varios pilotos, entre ellos uno con Aguas de Valencia y otro en un municipio de Madrid para la gestión remota de las rutas de recogida de residuos urbanos.</p>
lanzamiento de la Eco-SIM		El objetivo de esa acción es reducir el tamaño del plástico de las tarjetas SIM a la mitad. Proyecto retrasado a 2011.
green datacenters		<p>Los datacenters representan una parte importante de nuestro consumo energético.</p> <p>A través de acciones continuas, Orange se esfuerza en disminuir su consumo energético a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ consolidación <p>Reubicando en un mismo servidor otras aplicaciones de manera que se reduzca el número de servidores en el CPD y por tanto el consumo energético de nuestros sistemas informáticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ virtualización <p>Reduciendo el número de Datacenter al mínimo posible sin perjudicar los requisitos operativos de seguridad y continuidad de servicio.</p> <p>Este año suprimimos un datacenter.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ proveedor de referencia: IBM <p>Trabajamos con los mejores en soluciones verdes.</p>
100% bolsas ecológicas en tiendas Orange		Gracias a la sustitución del polietileno por plástico 100% reciclado "ecoloop" en las bolsas distribuidas en nuestras tiendas, contribuimos a reducir un 63% de las emisiones de CO2 relacionadas con esta actividad o 83t de CO2 menos / año.





informe de progreso rsc 2010

compromiso	progreso
cambio climático	
<p>consumo responsable en las oficinas: ahorro del consumo eléctrico de los edificios corporativos en un 3 % con respecto al consumo realizado en 2009</p>	<p>En su compromiso por reducir sus emisiones de CO2, Orange España ha conseguido reducir notablemente su consumo de electricidad (lo que ha supuesto un ahorro del 3% más en 2010 con respecto al año 2009).</p> <p>Esta reducción se debe a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ detectores de presencia en las salas de reuniones: <p>Estos detectores de movimiento mantienen apagadas las salas que no se están utilizando. Los detectores consumen (60 detectores por 4 pantallas de media por 108 vatios por pantalla) 25.920 vatios/hora.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ modificación de horarios de climatización de las sedes (07.00 - 21.00): <p>Antes, el horario de encendido y apagado era más prolongado y las temperaturas eran más bajas o elevadas, según estación. Ahora, el horario se reduce y se iguala al horario de iluminación; además se establecen temperaturas estándar para todos los edificios (22, 23 grados en invierno y 25, 26 en verano).</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ modificación de horarios de luz de las sedes (07.00 - 21.00): <p>Antes, las luces estaban funcionando prácticamente todo el día, a expensas de que el vigilante las apagase. Ahora, todos los circuitos de alumbrado de cada planta están automatizados. Reducir la iluminación 4 horas día supone un ahorro de 907.200 vatios/día, lo que supone un ahorro de costes de 90,72 €/día.</p>
<p>automatización de la toma de datos de los contadores de electricidad</p>	<p>En 2010, pusimos en marcha el proyecto 'Circutor' que permite automatizar la toma de datos de los contadores de electricidad de nuestros emplazamientos.</p> <p>El 85% de los emplazamientos cuentan con un contador de electricidad.</p>
<p>sala de telepresencia</p>	<p>Nuestros empleados pueden disfrutar de una sala de telepresencia para realizar conferencias con el extranjero. De esta forma, reducimos nuestras emisiones de co2 vinculadas a los viajes realizados en tren o en avión.</p>
consumo sostenible de papel	
<p>25% de clientes con Factura Online</p>	<p>En su compromiso con el medio ambiente, Orange sigue creando soluciones en línea con su política de consumo responsable. Así, en colaboración con WWF, Orange lanzó en 2010 el proyecto factura online para promover el ahorro de papel y sensibilizar a los ciudadanos sobre el uso responsable de los recursos.</p> <p>A través de esta iniciativa, el operador se compromete a informar a sus abonados sobre los beneficios de recibir el detalle de su factura telefónica por e-mail en lugar de por correo tradicional.</p> <p>Este proyecto forma parte del compromiso ambiental acordado con WWF a escala internacional y está integrado en la estrategia global de responsabilidad social del operador.</p> <p>Actualmente más de 15% - 700.000 personas - de los clientes móviles hacen uso de la factura online, lo que supone, adicionalmente a los clientes ADSL y Empresas, un ahorro de más de 200t de papel anuales.</p>

informe de progreso rsc 2010

compromiso	progreso
consumo sostenible de papel	
<p>reducir el gasto de papel un 5% durante el año 2010</p>	<p>■ encarte online</p> <p>Poco a poco se va realizando los encartes vía mail con el fin de evitar el uso de papel.</p> <p>■ optimización del servicio de reprografía</p> <p>Un sistema de impresión inteligente ha permitido cumplir con nuestro objetivo de reducción de gasto de papel en 2010.</p>
<p>reciclar el 100% del material PLV obsoleto en las tiendas Orange</p>	<p>Este objetivo está todavía en estudio.</p>
<p>Orange hace uso del papel certificado FSC</p>	<p>En línea con sus compromiso con el cuidado del medio ambiente, Orange España hace uso del papel certificado FSC, promovido por el Forest Stewardship Council, que asegura que los bosques se gestionan de forma responsable y que los productos que se obtienen, como puede ser el papel, mantienen la trazabilidad o cadena de custodia durante todo el proceso de transformación y acabado. Esta acción se realiza en colaboración con WWF.</p> <p>En 2010, el 69% del papel comprado por Orange tenía la certificación FSC. Este material es utilizado tanto en la revista Única, de la cual se distribuyen un millón de ejemplares al mes; como en el 100% de las facturas de clientes residenciales pospago (carta con encarte + sobre), que suponen más de tres millones de facturas.</p> <p>El objetivo de Orange en 2010 era que la totalidad de su papel fuera de fuente certificada o reciclada. No hemos conseguido lograr ese objetivo en 2010 debido al incremento de coste que supone a la compañía.</p> <p>No obstante, el 100 % de la cartera de clientes con factura papel reciben la factura y las comunicaciones adjuntas con certificación FSC.</p> <p>Además, el 10% de las copias en impresora utilizadas internamente son de papel reciclado o certificado.</p>
reciclado de terminales	
<p>fomentar la recogida y reciclaje de terminales usados</p>	<p>El 1 de diciembre de 2010, lanzamos el nuevo servicio de recogida de terminales “Estrena y Recicla”, por el que se aplican importantes descuentos (de 4 a 255 euros) en la compra de nuevos móviles a aquellos clientes que entreguen móviles usados de cualquier operador, funcionen o no funcionen.</p> <p>Gracias a “Estrena y Recicla”, nuestros clientes han contribuido a la sostenibilidad y al cuidado del medio ambiente mediante la retirada en 2010 de 107.000 terminales usados para su reutilización.</p> <p>http://movil.orange.es/soporte-y-ayuda/orange-care/estrena-y-recicla</p>

informe de progreso rsc 2010

compromiso		progreso
reciclado de terminales		
Donación del 1% de “Estrena y Recicla” a una ONG cuya acción social este vinculada a la protección del medioambiente (p.e. reciclado y reutilización de terminales)		Estamos analizando los proyectos presentados.
implantar la “Firma Digital” en las tiendas Orange		Objetivo: implantar un sistema de firma digital que evite la impresión de contratos. Los contratos pasarán de formato papel a formato digital, permitiendo un importante ahorro de papel. El proyecto está retrasado, pero está marcado en nuestra agenda 2011.
campos electromagnéticos		
desarrollar una herramienta de comunicación relativa a los campos electromagnéticos para difundir a través de Internet, comunicaciones al equipo e intranet		Acción en curso.
definir un plan de acción nacional relativo a campos electromagnéticos.		Orange España actúa conjuntamente con el resto de operadores móviles, a través de la Asociación REDTEL, en todo lo referente a campos electromagnéticos. Por tanto, no existe un plan de acción individual como tal, sino un plan de acción común, enmarcado en el ámbito de la Asociación. El plan en sí, es muy amplio y se apoya en la labor de diferentes subcomités, dependiendo de la materia a tratar. Por ejemplo, el Comité Institucional gestiona toda acción a llevar a cabo ante las distintas administraciones públicas, tanto a nivel estatal, regional, o local. En cambio, si se trata de actuaciones orientadas al estudio y tratamiento de cuestiones de índole jurídica, la gestión se lleva a través del Subcomité Jurídico, en el que participan los representantes de las Asesorías Jurídicas de las distintas compañías. Otro ejemplo es el del Subcomité de Red, que lleva las cuestiones relativas al despliegue de carácter técnico.

contáctanos en:

responsabilidad.corporativa@orange-ftgroup.com

gracias

