

Informe de progreso 2009

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

## Resumen

En Orange España definimos la Responsabilidad Social Corporativa como *le compromiso de proporcionar respuestas sostenibles a las expectativas de nuestros grupos de interés en el ámbito medioambiental, social y económico*; para, desde la confianza, permitir a la empresa generar valor de forma sostenible.

Varios estudios han comprobado que la responsabilidad corporativa incrementa el valor de la empresa y mejora la rentabilidad a largo plazo, y en Orange España estamos convencidos de que la RSC es un elemento de éxito para el futuro del Grupo FT.

El equipo de RSC tiene la misión de impulsar la aplicación de los principios de desarrollo sostenible a todos los niveles de la empresa así como la optimización de los procesos internos con el fin de reducir nuestro impacto medioambiental.

Desde 2007, la RSC es parte de la estrategia de Orange España y queda recogida en el Plan Director de RSC de Orange España 2008-2011, el cual se puede consultar en nuestra web [www.orange.es](http://www.orange.es). Este Plan está estructurado en 18 desafíos y 4 grandes líneas de actuación, que son *Calidad de servicio, Cambio climático, Diseño para todos y uso responsable de las TIC's e Impulso y difusión de la RSC*.

Con el objetivo de involucrar a todos los empleados, disponemos de un sistema de gestión global así como una continua comunicación sobre el desarrollo sostenible en la intranet del grupo. Igualmente, para la elaboración de nuestro plan Director de RSC, contamos con la información de nuestros grupos de interés.

Nuestro compromiso está guiado por la determinación de tres prioridades estratégicas para el periodo 2008/2012: “Incluir”, “Conservar” y “Cuidar”. Esta estrategia, que está presente en todos los ámbitos de nuestras entidades sigue un ambicioso objetivo:

**“Convertir a Orange el líder de la responsabilidad corporativa en el área de las telecomunicaciones antes de 2012.”**

A continuación les comunicamos los retos llevados a cabo en 2009 en torno a nuestros tres ejes de actuación.

## como hemos progresado en 2009

### care

- 20,1% de **mejora promedio del call rate** (para todos los segmentos)
- aumento del 260% en la formación a distancia entre 2008 y 2009
- introducción a la RSC y proyectos específicos a todo el canal exclusivo (2.200 personas)
- aproximadamente 500.000 clientes con Factura Online.
- **premio a la Conciliación de la Vida Familiar y Profesional**, dentro de la categoría de gran empresa.
- Top Employers 2009: **1ª posición en condiciones laborales y la 2ª en el ranking general**.
- 98 embajadores Orange
- Programa Solidarios: **350 voluntarios** (11.3% de la plantilla)
- **charlas "Uso responsable de las TICs"** en los colegios de pozuelo en colaboración con Protegeles

### Include

- compartición de red 3G para **mejorar la cobertura UMTS de las ciudades de menos de 25 000 habitantes** (> 3.300 estaciones base).
- Catalogación de **productos y servicios accesibles en tienda online**.

### preserve

- **reducción de 17.000 tm de co2** equivalente a plantar 4 millones de árboles
- consumimos en 2009 un **34% menos de papel** que en 2008
- **67t de papel ahorrado** vía la reducción del wellcome pack
- lanzamiento del **etiquetaje ecológico de móviles** disponible desde diciembre 2009 sobre 38 terminales móviles representando a 75% de la gama.
- Introducción del uso de **papel certificado FSC**
- 10.000 **packs ecológicos** vendidos
- 70% de los dispositivos vienen con **Cargador o Cable USB**.

## Care

En Orange, nos aplicamos a **mejorar constantemente** nuestra calidad de servicio. Por ello, la tienda es un lugar privilegiado de encuentro entre la marca y el cliente. Para impulsar nuestra relación, 81 tiendas han abiertas en 2009 y 376 están previstas al horizonte 2011.

En 2009 **hemos reducido en un 80% el número de facturas incorrectas.**

Hemos mejorado la eficacia y la eficiencia de la comunicación a clientes fijo a través de todos los canales (e-mail, sms, carta, teléfono), el uso del canal online como fuente de información; los datos disponibles y los flujos de comunicación relacionados con la publicación para asegurar una información al cliente siempre actualizada.

**Hemos mejorado la satisfacción del cliente** reduciendo el número de incidencias.

Hemos consolidado los servicios de atención al cliente para asegurar una **mayor coherencia de servicio y un mejor trato a los clientes.** En 2009, hemos mejorado el call rate de atención al cliente en un 20,1% con respecto al año anterior.

Hemos logrado reforzar la **protección del menor** gracias a todas las acciones que hemos realizado, campañas y trabajos de prevención, especialmente en colegios, con el fin de mejorar la seguridad de los menores en el uso de las tecnologías. Este objetivo se ha logrado gracias a nuestra colaboración con la **fundación Protégeles**, organización contra la pornografía infantil, la cual se ha convertido en la línea oficial de denuncia de Orange en relación a la protección del menor. Además, durante el año 2009 se han dado charlas educativas en 9 colegios a 300 niños de entre 11 y 14 años sobre el correcto uso de las Nuevas Tecnologías.

En la página web [www.orange.es/guiadepadres/](http://www.orange.es/guiadepadres/) se puede encontrar una **guía de padres** elaborada especialmente para la educación sobre el uso de las nuevas tecnologías en los hijos. También disponemos de un **código de conducta** el cual sirve de guía de comportamiento profesional para el grupo y sus filiales, implicando a todos los empleados del grupo, cualquiera que sea la línea de negocio o el nivel de responsabilidad.

### Seguridad de los menores

Orange utiliza el estándar europeo PEGI ([www.pegi.info](http://www.pegi.info)) para informar a los padres y los menores de los posibles riesgos relacionados con estos juegos de vídeo en Orange World. En 2009, 630 000 usuarios han utilizado el servicio y tenían acceso a estas recomendaciones. Además de los juegos para adultos, se ha establecido el control parental.

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 2009 hemos recibido, de manos del Excmo. Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón, **el premio a la Conciliación de la Vida Familiar y Profesional**, dentro de la categoría de gran empresa.

Adicionalmente, en la encuesta Top Employers 2009 hemos recibido la 1ª posición en condiciones laborales y la 2ª en el ranking general.

Dentro del Programa de Transformación, hemos realizado 21 **“business reviews”** para mejorar la relación a largo plazo con los principales proveedores locales. Se han realizado 81 **auditorías de prevención** logrando un 55% de los proveedores auditados.

Gracias al **sistema “Purchase to pay”**, creado para reducir los tiempos de los procesos, el tiempo medio de firma de pedidos centralizados ha bajado en un 54%.

A través de nuestros proveedores, fomentamos la incorporación de personas con discapacidad alcanzando el **cumplimiento de LISMI**, la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de Minusválidos.

Con el fin de fomentar el dialogo, la sensibilización y la divulgación interna, los empleados pueden encontrar en la **intranet** de la empresa todas las publicaciones información relativa a la Responsabilidad Social Corporativa.

También, la revista Orange **“Revista Única”**, que edita un millón de ejemplares al mes, incorpora información relativos a proyectos responsables medioambientales o sociales.

En nuestra web, el apartado **“Cumplimos contigo”** da a conocer a nuestros compromisos de forma clara y transparente, [http://internet.orange.es/cumplimos\\_contigo/compromisos\\_orange](http://internet.orange.es/cumplimos_contigo/compromisos_orange).

Orange incentivó el voluntariado de 350 empleados a través del **programa “Solidarios”**, que fomenta el desarrollo de actividades deportivas o culturales con asociaciones.

## Preserve

Durante 2009 Orange ha desarrollado el **programa “Acción CO2”**, compromiso empresarial para la reducción de emisiones de CO2. Varias acciones son las que se han llevado a cabo a lo largo del año en la lucha por reducir el impacto medioambiental de nuestra empresa. Gracias al **sistema “Free Cooling”** o enfriamiento natural se ha conseguido una reducción de 22% del consumo respecto al mismo periodo anterior en las estaciones radio, lo que se traduce en **1.090 toneladas de emisiones de CO2 evitadas**. El ahorro energético logrado mediante esta modificación supone una reducción de 5.800 toneladas anuales, cantidad equivalente a retirar de la circulación de 2.500 automóviles, o a plantar un millón y medio de árboles. Mediante los **sistemas de regulación y control del encendido de luces** se ha conseguido un mejor manejo y control energético de las instalaciones de iluminación. Esta medida evita la emisión de 242 toneladas de CO2 anualmente. En las salas de reuniones se han instalado **detectores de presencia** evitando la emisión a la atmósfera de 6,17 toneladas de CO2 al año. Igualmente, Orange ha implantado en sus edificios **medidas de climatización**, modificando la temperatura de 22° a 24°, evitando de este modo la emisión de 92 toneladas de CO2 a la atmósfera.

En 2009, con la colaboración de WWF, Orange desarrolló una iniciativa pionera en el sector de las telecomunicaciones como es el diseño de un sistema de medición del impacto medioambiental de los terminales -fijos y móviles- que comercializa la operadora, llamado “eco-rating” o **eco-etiqueta**, cuyo objetivo no es sólo 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 pueden hacer sus compras de forma responsable. En 2009 se han lanzado 38 modelos de móviles con **“Etiquetaje verde”**. También se ha puesto en marcha un **sistema de recogida de terminales** para reciclar en todas TTPP y franquicias de Orange España, recaudando un total de 4.283 móviles.

Durante el pasado año se han utilizado facturas y sobres de **papel certificado FSC** para el envío de la factura a los clientes de la cartera de pospago. Este sobre, enviado mensualmente a 2.600.000 clientes, supone que el **100% de las facturas** destinadas a los clientes pospago se están realizando en papel producido por fuentes controladas respetuosas con el medio ambiente.

Gracias al sistema de la **factura on line**, casi el 10% de los usuarios de cartera pospago han cambiado la factura impresa por este sistema, lo que ha supuesto un ahorro de papel aproximativo de **2 millones de facturas**.

El uso sostenible de papel también implica a los empleados. En 2009 usamos internamente **34% de papel menos** que en 2008. Y 10% del papel que consumimos ya es reciclado.

También Orange lanzó al mercado un **pack ecológico** que dispone de un móvil fabricado con materiales reciclados y algunos biodegradables contribuyendo así a una menor emisión de contaminación en la fabricación de productos y las ventas han ascendido hasta los 10.000 ejemplares.

## Include

En 2009, hemos continuado ampliando nuestras acciones para facilitar la inclusión digital de zonas rurales. Así, hemos dado cobertura 3G a núcleos de población reducida 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 llegaron a un acuerdo para compartir sus redes 3G para mejorar la cobertura UMTS de las ciudades de menos de 25 000 habitantes. A finales de 2009, ambos operadores ya comparten más de 3.300 estaciones base.









Hemos puesto al servicio del cliente ofertas específicas con precios reducidos para grupos de bajos ingresos, entre ellos el servicio para el target Inmigrantes para facilitar las llamadas a sus países de origen, y el servicio para el target Familias: con listas restringidas de canales de tv, restricción a contenidos adultos, etc. Durante el pasado año, hemos desarrollado un catálogo de “Ofertas de Autonomía” con productos accesibles en la web [www.accesibilidad.orange.es](http://www.accesibilidad.orange.es), donde se pueden encontrar terminales especialmente fabricados para personas de la tercera edad o que tienen algún tipo de discapacidad.









Para mejorar la calidad de vida de personas enfermas y responder a sus necesidades, Orange ha realizado un proyecto de Imágenes Médicas en la que puedan compartirse imágenes de diagnóstico médico en diferentes centros médicos con la Generalitat (CAT, sector público) y con el CRC (sector privado), y ha creado una solución global para la gestión de enfermedades crónicas a distancia (CDRM). Orange ha realizado también proyectos pilotos para las enfermedades de obesidad y diabetes, así como el proyecto “Telelctus”, que permite el diagnóstico de pacientes de lctus cerebral a distancia de manera inmediata evitando el desplazamiento al Hospital General de referencia. Este diagnóstico prematuro, supone una atención más rápida y consigue reducir en un 90% posibles secuelas.

## Care












El grupo France Telecom fundamenta su éxito en la capacidad de ofrecer productos y servicios de calidad para satisfacer a los clientes.



Por ello, estamos muy atentos a las necesidades y expectativas de nuestros clientes, evaluando y mejorando nuestros productos y servicios mediante las tecnologías y los métodos empleados. Nuestro compromiso con la calidad y la innovación al servicio de nuestros clientes es la fuerza que hay detrás de cada producto que diseñamos y sacamos al mercado. Entendemos que la preocupación del público y sus exigencias con respecto a la seguridad son de la mayor importancia.










COMPROMISO		PROGRESO
<b>Calidad de Servicio</b>		
Reducción 80% de facturas incorrectas y manuales		N/A reducción de facturas incorrectas a 20%
Mejora de la provisión clientes corporate,		Se ha reducido el plazo de los estudios de viabilidad y los tiempos de provisión: T. Provisión: 2 meses; T. Estudios Viabilidad: 10 días
Mejorar el conocimiento de la red comercial en productos complejos		Lanzamiento de la escuela de comerciales para las fuerzas comerciales de empresas (2.200 personas). Formación continua del 100% comerciales canal de distribución (FVI) para el segmento de SoHo y PYMES: 300 comerciales formados 90% asistencia a cursos por parte distribuidores de Orange
Mejorar la calidad de servicio hasta alcanzar un RSI=1, como indicador global de satisfacción de cliente Orange.		N/A
Mejorar los procesos para la reducción del volumen de refacturaciones / ajustes de factura		<b>Para los clientes Orange se ha conseguido una reducción del 48% en volumen y 30% en importe</b> <b>Sin embargo para los clientes Ya.com no se han alcanzado los objetivos previstos.</b>
Mejorar la solución en primera llamada de nuestros clientes, mediante el trabajo conjunto y alineado con nuestros Partners para la mejora de la calidad y eficiencia de los servicios prestados		Mejora promedio del call rate (para todos los mercados / segmentos) en 2009 de un 20,1% con respecto a 2008 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Residencial Móvil (Personal): 17,2 % en Prepago y 13,1 % en Pospago</li> <li>▪ Residencial Fijo (Home): 41,2% para marca Orange y 12% para marca Ya.com</li> <li>▪ Empresas Móvil: 14%</li> </ul>
<b>Marketing Responsable</b>		
Elaboración de un código de buenas prácticas en materia de publicidad responsable		
Regulación de la velocidad de los mensajes en pequeñas letras en las campañas televisuales		






COMPROMISO		PROGRESO
Portfolio simplificado de tarifas y módulos		Simplicidad en la oferta
Control del gasto de clientes		
Lanzamiento de un "Etiquetaje verde" en modelos de móviles		<p>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 es, no sólo 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.</p> <p>Más del 75% de los móviles comercializados por la marca ya la incluyen: <a href="http://acercadeorange.orange.es/responsabilidad_corporativa/compromiso_con_el_medio_ambiente/402.html">http://acercadeorange.orange.es/responsabilidad_corporativa/compromiso_con_el_medio_ambiente/402.html</a>.</p>
Integrar la guía de Marketing Responsable dentro del proceso TTM para asegurarnos de su aplicación y su conformidad antes del lanzamiento de cualquier servicio		
<b>Uso responsable de las TIC's</b>		
Guías Orange disponibles en las TTPP y franquicias		un paquete (100) a cada tienda nueva, a la apertura
Calificación Moral de Videojuegos		Durante 2009, 60.000 usuarios de promedio mensual han utilizado juegos en el portal wap clasificados según PEGI, un estándar europeo de clasificación de juegos de ordenador y videojuegos.
Estudio Viabilidad proyecto Orange Kids. Desarrollo portal dedicado al público infantil. Énfasis en la idea de internet como elemento de desarrollo personal para el niño, juegos educativos...etc...		acuerdo firmado
Convertir a Protegeles en la línea oficial de denuncia de Orange España		<p>En 2009, Orange firmó junto a la Asociación Protégeles un acuerdo general de colaboración en el ámbito de la protección de los menores y la lucha frente a los contenidos nocivos para los menores en internet.</p> <p>El objetivo de esta iniciativa es crear barreras significativas que eviten el mal uso de las redes, intentando crear un entorno seguro para todos sus usuarios en general y los menores en particular. <a href="http://personales.orange.es">http://personales.orange.es</a></p>








COMPROMISO		PROGRESO
Bloqueo automático de páginas web con contenido de pornografía infantil		
Incluir advertencias de acceso en todos los servicios de Orange con contenidos no recomendados para menores antes de mostrar cualquier imagen		
Poner a disposición de los clientes tanto en la web como en wap mecanismos de reporte de contenidos indebidos		
Comunicar a nuestros clientes las diferentes opciones que Orange pone a su disposición para garantizar la protección del menor		
Contribuir a la difusión del portal educativo europeo Teachtoday en España		
Bloqueo automático de páginas web con contenido de pornografía infantil		
<b>Seguridad en las TIC's</b>		
Alcanzar 90% de percepción de seguridad por parte de los usuarios de nuestros servicios		N/A
Alcanzar 90% de percepción en torno a la protección al menor en relación a nuestros servicios		N/A
Mejorar la visibilidad de las políticas de seguridad y privacidad de Orange. Dotar de mayor presencia en Home cuestiones relacionadas con la protección al menor, salud y móvil.. etc		N/A
Mobile Signature. Realización de cuatro proyectos pilotos con la Generalitat de Cataluña durante el año 2009		Movimientos de Funerarias: 4 usuarios Receta electrónica móvil: 5 médicos Electronic Health Records: 5 médicos Acceso a la información médica: 4 usuarios

COMPROMISO		PROGRESO
Colaborar en acciones, campañas y trabajos de prevención, especialmente en colegios, con el fin de mejorar la seguridad de los menores en el uso de las nuevas tecnologías		<p>Durante los meses de abril y mayo de 2009, empleados de Orange, en colaboración con Protégeles, impartieron 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 con los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacerlos conscientes de los beneficios y riesgos de Internet.</li> <li>- Educarlos para que sepan navegar de manera segura y responsable.</li> <li>- Proporcionarles estrategias para que puedan protegerse mientras navegan.</li> </ul> <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 dar charlas en otros municipios de la Comunidad de Madrid, así como de extender esta iniciativa a todos los empleados de Orange, tengan o no su sede en Madrid.</p>
<b>Políticas laborales</b>		
Conciliación: No convocar reuniones antes de las 9 y después de las 18:00		comunicación a los managers
Conciliación: Implantación servicios de conciliación		
Certificación EFR		N/A
<b>Prevención de riesgos laborales</b>		
Impartir formación en prevención de riesgos al 20% de empleados		276 certificados emitidos / 9% de los empleados
<b>Diversidad / igualdad</b>		
Implementar un network de mentoring interno para mujeres		
El 100% de los procesos de selección incluyen hombre y mujeres		toda la compañía
Protocolo de acoso		N/A
<b>Dialogo, sensibilización y divulgación interna</b>		
Publicar información e informes sobre RSC en la Intranet UNE		156 clicks
Reorganización del comité de ética		
Cambio del proceso de denuncias y relanzamiento interno		

COMPROMISO		PROGRESO
Programa de voluntariado "Solidarios"		<p>Esta iniciativa pone al alcance de los empleados diferentes formas de ayuda a personas discapacitadas o desfavorecidas socialmente. En 2009, el 11% de la plantilla (un total de 350 empleados) participó en las actividades de este programa.</p> <p>"Orange Solidarios" ofrece tres tipos de colaboraciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Actividades de voluntariado</u></li> </ul> <p>Para que esto sea posible, Orange colabora con varias fundaciones: Fundación Deporte y Desafío, Fundación También, Padre Garralda, Fundación Magdalena, Don Orione, Theodora... Así, los voluntarios, junto con su familia, 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.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Actividades de voluntariado continuo y con compromiso</u></li> </ul> <p>En estas actividades el voluntario se compromete a tener una relación continuada con la fundación con la que colabora. En este momento, sólo tenemos este tipo de voluntariado con la Fundación Deporte y Desafío.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Donación en nómina</u></li> </ul> <p>La donación en nómina consiste en unas determinadas aportaciones de la nómina del empleado a una o varias de las fundaciones. 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>
Comunicar internamente la estructura organizativa y los órganos de gobierno de FTE		

COMPROMISO		PROGRESO
Programa Embajadores de la cultura Orange		<p>El pasado 26 de mayo de 2009 se celebró la sesión de lanzamiento del Proyecto “Embajadores” de la cultura. El objetivo de este proyecto es mejorar en nuestros comportamientos y actitudes, en nuestra forma de trabajar, en nuestra forma de comunicarnos y en nuestra forma de liderar. En definitiva, ser más Orange, incorporando los valores de la compañía a nuestro día a día.</p> <p>Cómo funciona el proyecto? Actualmente se reúnen periódicamente 98 embajadores de todas las áreas de la empresa. Cada grupo de embajadores tiene un tema asignado sobre el que realizará un diagnóstico y presentará sus propuestas de mejora.</p> <p>Además de los embajadores, todos los empleados pueden participar en el proyecto. Por supuesto, la participación es voluntaria y la expresión libre. Esta colaboración no exige mucho tiempo; exige ilusión, creatividad y ganas de mejorar y de ser más Orange.</p> <p>Durante 2009 los embajadores hicieron llegar todas las recomendaciones personalmente a la Directora de Recursos Humanos, y al CEO.</p>
<p>Ética: Alcanzar que el 80% de la plantilla realice formación ética a través de herramienta e-learning</p> <p>Ética: Crear cuestionario para managers a distribuir trimestralmente de forma que el 100% de los managers conocen lo que hace la Comité de Ética</p>		
Gestos con efectos: Pildoras CO2.		
<b>Dialogo, sensibilización y divulgación externa</b>		
Incluir información RSC en la revista Orange		1M de ejemplares / mes
Ayudar las empresas a reducir su huella medio ambiental a través de una herramienta de la Fundación Entorno		
Trabajo de dialogo con los stakeholders (Empresas): identificar temas de mejora		
Presentar la compañía como empresa responsable		100% Clientes a quien se les presenta Orange
Formación a los comerciales relativa a la responsabilidad social corporativa		300 Comerciales formados (50%)
"Cumplimos contigo"		10.892 clicks

COMPROMISO		PROGRESO
ACB y su programa de RSC		
www.planetaverde.tv		
Divulgar las acciones de RSC a través de medios de comunicación		
Presentación del Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa a los medios / asociaciones especializadas		
Estudio viabilidad Promoción Semana solidaria, promover contenidos, espacios dedicados a una acción solidaria en concreto: Lucha contra el cáncer, medio ambiente...etc.		
Establecer mesas de diálogo con diferentes stakeholders (ONGs, Administraciones Públicas, Centros de Investigación...) con el fin de conocer de primera mano los posibles problemas encontrados por los menores en el uso de las nuevas tecnologías, especialmente móvil/internet		
Desarrollar mesas de dialogo con CECU, confederación de consumidores y usuarios y OCU, Organización de Consumidores y Usuarios		Tramite telemático, jornadas formativas,....
<b>Gestión de riesgos</b>		
Informe de control interno sin debilidades materiales o deficiencias significativas de control interno, en relación al marco de control establecido en la compañía.		
Realizar la revisión anual de cuestionarios sobre las principales áreas implicadas (Controlling, Delegación de Poderes, Recursos, Seguridad de la Información, DNF, Ética, Sistemas de Información). Auditoria Interna y Externa independiente anual		
Identificar si existen iniciativas de lobby que pudieran dañar la reputación de FTE y en caso afirmativo adoptar acciones correctivas		





COMPROMISO		PROGRESO
<b>Cadena de suministro responsable</b>		
Consolidar los servicios de atención al cliente para asegurar una mayor coherencia de servicio y homogeneidad en la calidad y trato percibida por los clientes		Proveedores) Ahorro 12,6 M€
Mejorar el dialogo con proveedores a través de “Business reviews”		Con los principales proveedores locales se han realizado “business reviews” 21 “business reviews” realizadas
Reducción de tiempos proceso en un 25%		La implantación de “Purchase to Pay” ha permitido que el tiempo medio de firma de pedidos centralizados ha bajado en un 54 %, desde 6,13 días a 2,8 días.
Facilitar y simplificar las relaciones comerciales y la gestión de la cadena de suministro		la definición y desarrollo del Portal del Proveedor ha ocupado nuestros esfuerzos estando únicamente pendientes de su lanzamiento
Impulsar las buenas prácticas en la cadena de suministro		Se han definido e a incluido cláusulas SEA en el 100% de los contratos con otras entidades al respecto de la interconexión, el roaming y alquiler de líneas
Fomentar, a través de nuestros proveedores, la incorporación de personas con discapacidad como trabajadores de los propios proveedores		100% firma actas contrato con proveedores / 36% cumplimiento LISMI
Fomentar en nuestros proveedores la mejora continua en seguridad laboral		Se han realizado auditorias de prevención al 60% de los proveedores acreditados 81 auditorias / 55% de los proveedores auditados








## Include

Orange se enfrenta a desafíos como la brecha digital o la inclusión de las necesidades especiales de grupos de consumidores con menos accesibilidad.

Nuestra intención es estar al servicio de aquellas personas que tienen dificultades de acceso a los productos y servicios; mediante la lucha contra los factores de exclusión, ya sean geográficos económicos o físicos. A través de esta propuesta, también dirigimos nuestras acciones hacia los campos de salud y solidaridad.








La acción social de Orange facilita las condiciones de vida de enfermos y personas discapacitadas, mientras que la Fundación Orange multiplica iniciativas para promover la comunicación bajo todas las formas posibles.

COMPROMISO		PROGRESO
<b>Orange Accesible / Diseño para todos</b>		
Incluir nuestros productos accesibles en la web de los distribuidores		
Proyecto telelctus		7 sistemas de videoconferencia instalados
Proyecto GREC		<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 y 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 al mismo tiempo que aumenta la media de edad de la población, y en el que 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>
Proyecto CAT		<p>Orange ha realizado un proyecto piloto con diferentes centros médicos de la Generalitat (CAT, sector público) y con el CRC (sector privado).</p> <p>El proyecto consiste en que las imágenes de diagnóstico médico se puedan compartir entre diferentes centros médicos. El lanzamiento comercial se realizó en septiembre de 2009 y se está facturando en relación con las radiografías.</p> <p>A lo largo de 2010 se quiere extender la comercialización a la monitorización del lctus "proyecto Telelctus" que consiste en la implantación de un sistema de video en los centros de salud conectado al hospital principal, que recoge las imágenes de los pacientes y las envía a los equipos especializados del Hospital Central dónde analizan sus diagnósticos en profundidad.</p>




COMPROMISO		PROGRESO
Extensión de la solución de gestión remota de enfermos crónicos a nuevos protocolos médicos (hipertensión, respiratorio, anticoagulante)		Esta acción depende del GREC
Desarrollar solución de gestión de ensayos clínicos para laboratorios farmacéuticos		Por cambio en la planificación de las acciones
Lanzar al menos un nuevo producto o servicio para el target Inmigrantes: productos definidos para facilitar las llamadas a sus países de origen		7.000 altas a Diciembre 2009
Lanzar al menos un producto para el target Familias: con listas restringidas de canales de tv, restricción a contenidos adultos,...		424 usuarios (se esta valorando prunar el servicio)
Estudio de la viabilidad, análisis de recursos e inicio del desarrollo directrices accesibilidad W3C en el site de OES		539.942 clicks
Desarrollar un catálogo de Productos y Servicios Accesibles		<a href="http://tiendamovil.orange.es/moviles-accesibles.htm">http://tiendamovil.orange.es/moviles-accesibles.htm</a>
<b>Brecha digital</b>		
RAN SHARING: Dar cobertura 3G a núcleos de población reducida minimizando el impacto ambiental		<p>Orange firmó con Vodafone a finales de 2007 un acuerdo con el fin de compartir sus redes 3G para mejorar la cobertura UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) de las ciudades de menos de 25000 habitantes. 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, etc), que se practica desde hace mucho tiempo, Orange explora formas de distribución más complejas de la infraestructura activa (RAN-sharing).</p> <p>A finales de 2009, más de 3.300 estaciones de base se compartían entre los 2 operadores, Orange y Vodafone.</p>










## Preserve

El calentamiento global, el deterioro del ecosistema, los desastres medioambientales... La protección del medio ambiente es responsabilidad de todos. Como compañía comprometida con el medio ambiente, nuestra responsabilidad es hacer que nuestras actividades tengan un impacto muy reducido 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.

COMPROMISO		PROGRESO
<b>Gestión medioambiental</b>		
SITE SHARING: Compartición de emplazamientos con otros operadores		Ahorros: 50 M€ > 60% de comparticiones en nuevos proyectos
Modificaciones del diseño de la base de datos de legislación ambiental NorMA y actualización de contenidos.		N/A
<b>Cambio Climático</b>		
Free-cooling o “enfriamiento natural”		<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% de energía 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>Con la implantación de esta técnica, el consumo energético de la red móvil en su conjunto se ha reducido en más de un 10%. El ahorro energético logrado mediante esta modificación supone una reducción de 6.500 toneladas anuales, cantidad equivalente a retirar de la circulación más de 2.800 automóviles, o a plantar un millón y medio de árboles.</p>
SWAP Nodos B Siemens por otros de NSN mas modernos y eficientes energéticamente.		Ahorros de energía 1,1 M€ (11.205.396Kwh) 3.045 Nodos B y 19 RNC's
M2M – Smart metering		Finalista RSC de los Orange Labs Innovation Awards 2009
Reducción de CO2, 20/20/20: Formación on line		Horas de formación online acumuladas año 2009= 15.151 horas
Reducción de CO2, 20/20/20: Formación sobre el uso de videoconferencias y otras herramientas de reuniones a distancia		1.100 sesiones de videoconferencia

COMPROMISO		PROGRESO
Consumo responsable en las oficinas	😊	<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 <b>5.8%</b> más en 2009 con respecto al año 2008). Esta reducción se debe a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Detectores de presencia en las salas de reuniones:</u> 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) 25920 vatios/hora. Evaluamos aproximadamente el apagado estimado a cuatro horas al día. El ahorro conseguido es de 103680 vatios/día, lo que representa un ahorro de 10,3 € al día (103,68 Kw./día por 0,10€).</li> <li>• <u>Modificación de horarios de climatización de las sedes (07.00 – 21.00):</u> 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 pone idéntico al horario de iluminación y las temperaturas se establecen estándar para todos los edificios (22, 23) en Invierno y (25, 26) en Verano. El ahorro, para 2 horas de funcionamiento, se estima a 661200 vatio/hora, lo que puede ser evaluado en un ahorro de 66,12 €/día.</li> <li>• <u>Modificación de horarios de luz de las sedes (07.00 – 21.00):</u> 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 907200 vatios/día, lo que supone un ahorro de costes de 90,72 €/día.</li> </ul>
Reciclaje de terminales móviles de uso profesional	😊	297 kg recogidas
Configurar el modo de ahorro de energía en todos los equipos	😊	Ahorro total: 10.938,33 kilovatios 100 % de PC's configurados con el modo de ahorro de energía
Consolidación y virtualización de servidores de la DSI : 40% global en 2009	😊	40% virtualización de servidores
Consolidación de Datacenters	😊	2 datacenters (/5)
Iniciativa Green Datacenter en todos ellos	😊	N/A

COMPROMISO		PROGRESO
<b>Consumo sostenible de papel</b>		
Orange hace uso del papel certificado FSC		<p>En su contribución con el 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 obtenemos, como puede ser el papel, mantienen la trazabilidad o cadena de custodia durante todo el proceso de transformación y acabado del producto. Esta acción se realiza en colaboración con WWF.</p> <p>En 2009, el 40% del papel comprado en Orange tiene certificado FSC. Éste es utilizado tanto en la revista Única, que distribuye 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 es que la totalidad de su papel sea de fuente certificada o reciclada.</p>
Fomentar la Factura Online		<p>En su compromiso con el medioambiente, Orange sigue creando soluciones en la línea de su política de consumo responsable.</p> <p>De esta manera, la compañía lanzó la iniciativa junto a WWF de promover el ahorro de papel a través de la factura online, con la que se pretende 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 del correo tradicional.</p> <p>El proyecto de Orange es el resultado del compromiso ambiental acordado con el WWF a escala internacional y está integrado en la estrategia global de responsabilidad social del operador.</p> <p>Actualmente más de 500.000 clientes hacen uso de la factura on line, lo que supone un ahorro de 1.500.000 de papel.</p> <p>El ahorro logrado mediante esta iniciativa supone para Orange una disminución en el consumo de papel de 1.500.000 hojas mensuales, lo que equivale a 8.127 kg de ahorro en papel. Gracias a ello, la compañía ha reducido sus emisiones de CO2 en 28 toneladas anuales.</p>
Ahorro de papel en los packagings		<p>Sustitución en un 15% de modelos la información en papel por CD o Información en la Web</p> <p>16% de dispositivos (+ 10% en 2008)</p> <p>Simplificación del wellcome pack de prepago, con impacto directo en el ahorro de papel en los packaging 60 % ahorro de papel en los WP (de 75 a 32 páginas) 844.160 WP reducidos= 67 tm de papel ahorrado</p>

COMPROMISO		PROGRESO
Incluir en ECOEMBES los packaging fijos		
Reducir el gasto de papel durante el año 2009 en un 5% con respecto al gasto de 2008		
<b>Reciclado de terminales</b>		
Implantación de una solución de reciclaje de terminales en TTPP y franquicias		4.283 móviles reciclados beneficio estimado para 2010: 178.344€ <sup>1</sup>
Optimizar el número y uso de cargadores o cables de datos USB / micro-USB en un 25% de los packs comercializados		70% de los dispositivos vienen con Cargador o Cable USB.
Lanzamiento Pack Ecológico		10.000 packs vendidos
Reducción de un 5% de uso de tóner a color durante el año 2.009 con respecto al utilizado en 2008.		
Optimizar el proceso de reciclado de residuos peligrosos, estableciendo canales de recogida para los tóner proporcionados por proveedores diferentes al habitual (OCÉ).		
<b>Campos electromagnéticos</b>		
Desarrollar una herramienta de comunicación relativas a los campos electromagnéticos incluyendo internet; comunicaciones al equipo; intranet		
Definir un plan de acción nacional relativo a campos electromagnéticos.		Redtel como vía de dialogo, mediación, portavoz institucional.

<sup>1</sup> Los ingresos por esta actividad están sujetos al volumen de recogidas, distintas actividades de comunicación y promoción ayudarán a incrementar dicho volumen. Sin tener en cuenta estos factores se estima que para 2010 se generará un ingreso de 178.344€.