

# Informe de Progreso Orange 2015



# Informe de Progreso Orange 2015

**Con un proyecto de generación de valor basado en la convergencia, la innovación, la calidad de servicio y el desarrollo sostenible,**

Orange es el operador alternativo de referencia en el mercado español de las telecomunicaciones, país donde ya somos uno de los principales inversores extranjeros, con cerca de 20.000 millones de euros de inversión acumulada.

A través de nuestras distintas marcas -Orange, Jazztel, así como Amena y Simyo en el segmento de bajo coste-, **contamos con la confianza de 19 millones de clientes en España** (al finalizar el año 2015) que disfrutaban de nuestros servicios fijos (ADSL y fibra), móviles y de televisión.

**Vendimos 3.000.000 móviles en el año 2015. Podríamos haber vendido un móvil a todos los habitantes de Roma.**

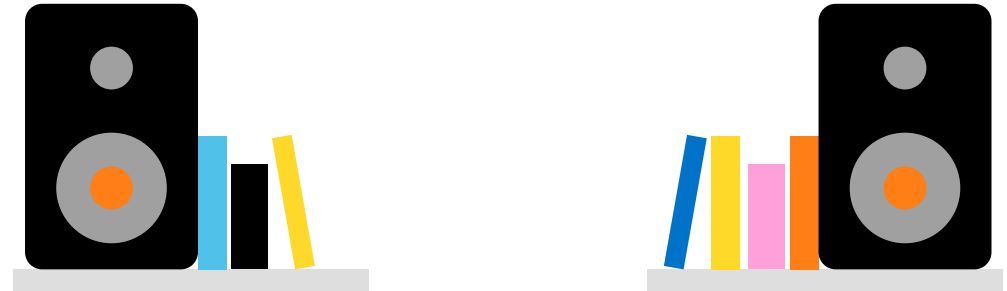




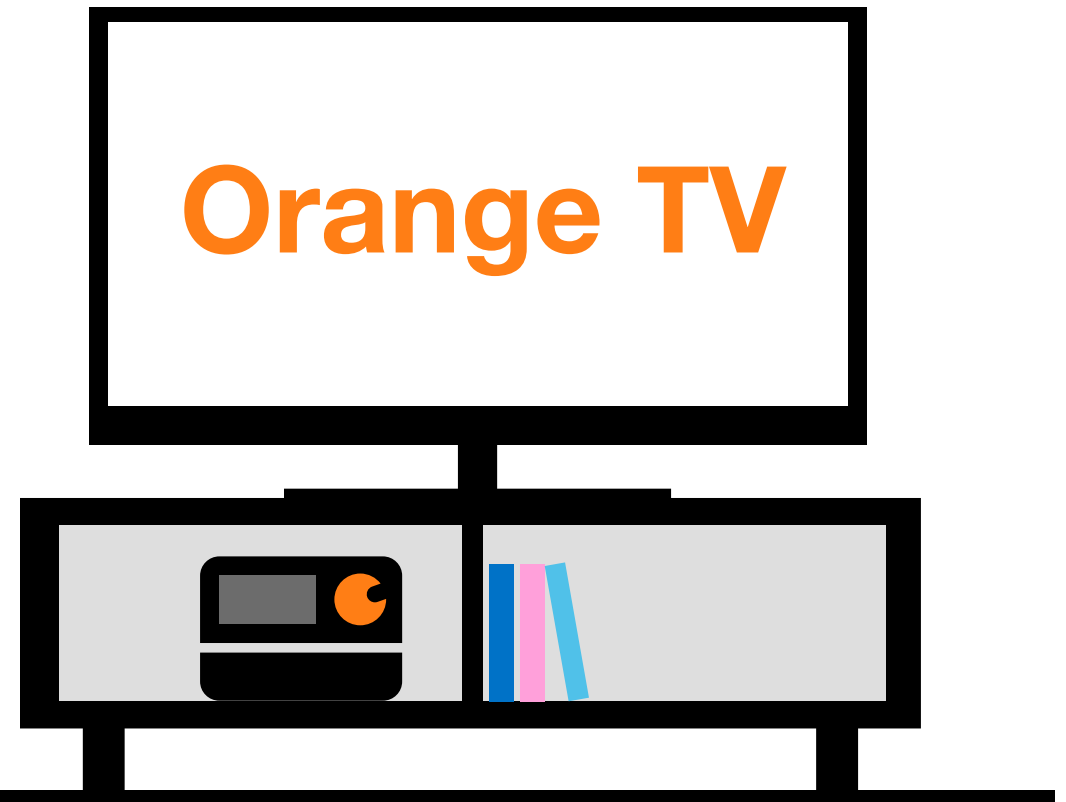
56% de hogares con fibra óptica



En línea con su apuesta por contribuir a situar a España entre los países líderes en redes de nueva generación, **Orange está llevando a cabo un ambicioso proyecto de despliegue de redes de súper banda ancha fijas y móviles**, con la ambición de alcanzar con cobertura de fibra óptica a 14 millones de hogares en 2019 y cubrir el 95% de la población española con tecnología 4G en 2017.



**Multiplicamos por tres el número de clientes que disfrutan de la mejor tv.**



En Orange, avanzamos con la creencia que el mundo digital es un potente motor de desarrollo económico y social. El increíble potencial de progreso e innovación que encierra debe ponerse al servicio del mayor número de personas posible. La política de **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)** de Orange se construye por tanto alrededor de este valor de progreso compartido. Al promover la aparición de soluciones más inclusivas, más duraderas, más colaborativas, introduce nuevas áreas de creación de valor para toda la sociedad y para Orange.

**La política de RSC, que se inscribe en la estrategia del Grupo Orange, se centra en tres palancas de la sostenibilidad: guiar y brindar confianza a todos en el mundo digital, un apoyo local al desarrollo económico y social y transformar nuestra relación con el planeta.**

Basado en la escucha constructiva de nuestros grupos de interés, y en una cultura interna que fomenta la innovación, nuestro compromiso de empresa ciudadana asigna el mismo significado a todas nuestras actividades: convertir a la tecnología digital en un acelerador del progreso para la sociedad y para todo el mundo.

## Nuestro enfoque de RSC

La confianza, el desarrollo económico y social y el medio ambiente son las principales áreas de nuestra responsabilidad social. Y esta únicamente tiene sentido si cumple las expectativas de la sociedad y de las personas. Esta es la razón por la que construimos nuestra política de RSC sobre la base de un diálogo estructurado y activo con todos nuestros grupos de interés.



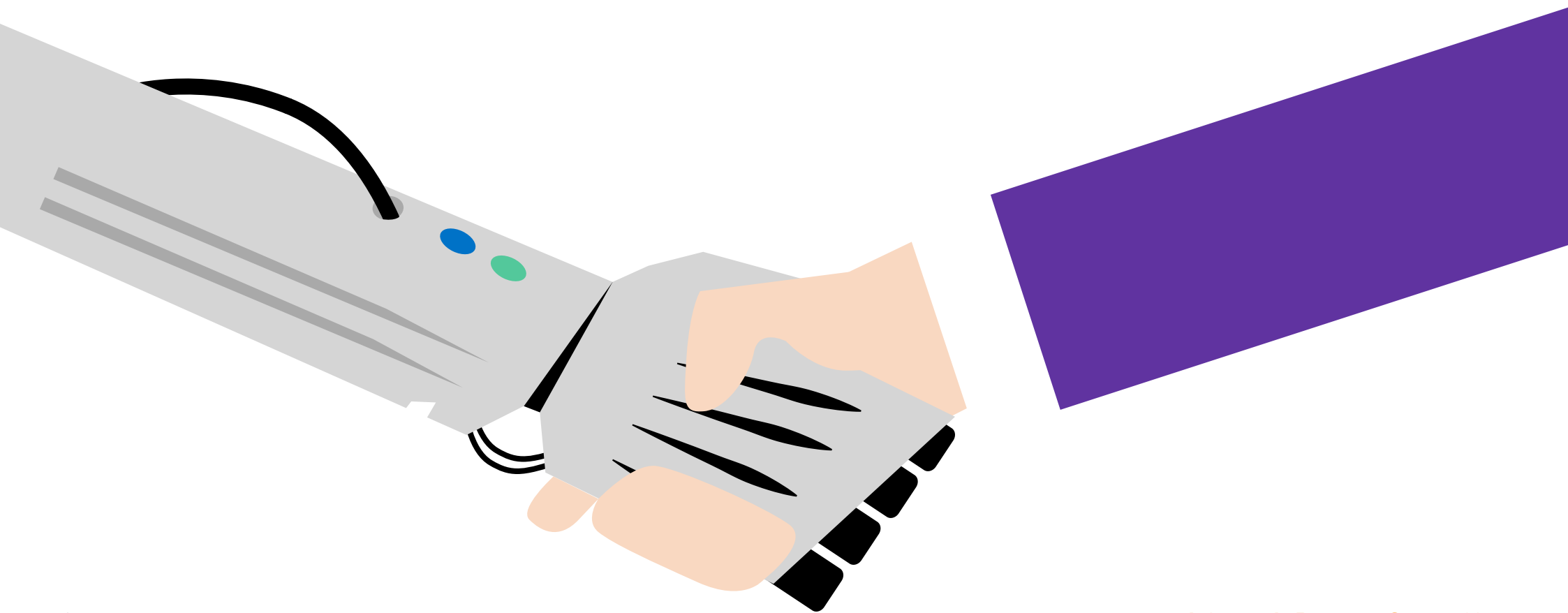
**Más información sobre el diálogo con nuestros grupos de interés haciendo click en el móvil.**

Además, nuestra política responsable está reforzada por unos principios de gobierno corporativo claros y sólidos al más alto nivel de la empresa. Un enfoque reforzado un año más por la publicación de un informe de progreso de nuestras acciones.

# Confianza

Cinco horas: ese es el tiempo medio que pasamos al día en Internet. Nuestro día a día se ha vuelto más eficaz, más rápido y más rico en la era digital. Pero no siempre más fácil para todos. El desarrollo de un buen conocimiento y control de lo digital resulta necesario para que la tecnología satisfaga plenamente las expectativas individuales o colectivas de sus usuarios.

Mejorar este control del mundo digital, ayudar a nuestros clientes a proteger sus datos personales y su vida privada, guiar a las familias hacia usos seguros y responsables, respetar los datos personales que nos facilitan, pero también acompañar a nuestros trabajadores, clientes y proveedores en la adquisición de nuevas competencias, es la línea que seguimos para ser el operador de confianza en un mundo en constante cambio.



Multiplicamos por cuatro el número de #SuperProgramadores.



## Educar para proteger

Una de las áreas prioritarias de la estrategia de RSC de Orange es fomentar el uso responsable de internet entre los más pequeños y jóvenes. Dar a conocer qué pautas son las más adecuadas para cada edad o reunir a familias en torno a la programación son algunas de las iniciativas que lleva a cabo desde su programa “**Navega seguro**”.

**Más información sobre “Navega Seguro” haciendo click en la ilustración.**

Orange se preocupa especialmente por hacer de Internet un lugar mejor para los niños con actividades que desarrollan la creatividad de los más jóvenes, les ofrece nuevas formas de comunicación y les proporciona la posibilidad de colaboración con niños de todas las partes del mundo. En 2015, hemos multiplicado por cuatro los niños y niñas **#Superprogramadores** comparando con 2014.

Talleres como #SuperProgramadores, talleres familiares de programación de videojuegos y robótica, dirigido a niños y niñas de entre 7 y 15 años, buscan descubrir las grandes oportunidades de comunicación, educación y entretenimiento que las TIC ofrecen a los menores en su desarrollo, al mismo tiempo que aprenden hábitos más seguros y responsables para navegar en la Red.

Adicionalmente, y con el motivo del Día Internacional de Internet 2015, Orange ofreció a sus clientes la posibilidad de participar en el curso gratuito “Seguridad TIC y menores de edad”. Dicho curso se integra en el plan de formación denominado “Capacitación en materia de Seguridad TIC para padres, madres, tutores y educadores de menores de edad”, puesto en marcha por Red.es, entidad pública adscrita al Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

También la Comunidad de Madrid organizó de la mano de Orange, un nuevo curso de formación para los docentes madrileños sobre el uso seguro y responsable de las tecnologías de la información y de la comunicación. En Orange formamos

y sensibilizamos en 2015 a más de 1.500 niños y niñas en esta materia a través de nuestro centro de referencia online, Navega Seguro, de orientación a padres y educadores sobre el uso seguro de Internet y de las nuevas tecnologías por parte de los menores.

**Más de 1.500 niños y niñas han recibido charlas sobre el uso seguro de internet, gracias a empleados de Orange.**



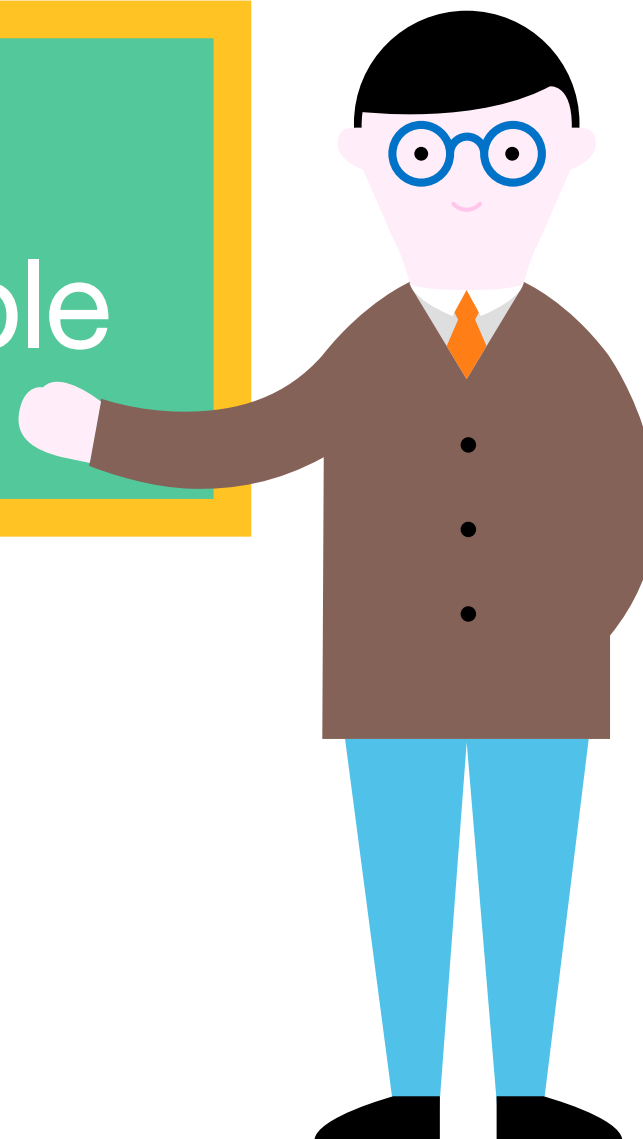


Finalmente, **lanzamos en 2015 la plataforma EducalInternet** con el apoyo de Red.es, en la que ya participaron 500 profesores. Esa iniciativa consiste en formar a los educadores, con los que los menores pasan buena parte de su tiempo, para que la “alfabetización digital” forme parte del programa de estudios. Las nuevas tecnologías son también una herramienta de comunicación y aprendizaje; y saber usarlas, aprovecharlas y reaccionar adecuadamente ante cualquier situación indeseada es parte importante del intercambio de conocimientos entre profesores y alumnos.

**Más información sobre EducalInternet haciendo click en la pizarra.**

**Hemos lazado junto a Red.es la plataforma EducalInternet, en la que ya participaron 500 profesores.**

# Tecnología Responsable





## Al servicio del cliente

**En la actualidad, nuestros clientes están cada vez más informados, pero también son cada vez más exigentes. Esperan que les prestemos servicios muy competentes y un acompañamiento personalizado. Solo dando respuesta a todas sus expectativas podremos distinguimos como operador de confianza.**

Para que las tecnologías digitales puedan expresar todo su potencial, y aportar así un valor añadido en la vida cotidiana de los usuarios, deberán ir asociadas a un acompañamiento a medida y tener en cuenta las exigencias de calidad, simplicidad y fiabilidad de alto nivel.



**Atendimos 46 millones de llamadas en 2015. Podríamos haber hablado con todos los españoles.**

**En Orange, velamos permanentemente por la prestación de ofertas y de la experiencia que proponemos a nuestros clientes sosteniendo nuestro enfoque en cuatro pilares:**

- **El seguimiento y la mejora de la calidad del servicio:** implantación de programas de mejora continua de la prestación de nuestras redes, productos y servicios conforme a la información y al análisis obtenidos del Customer Experience Tracker, el barómetro de la calidad del servicio de Orange.
- **Una relación con el cliente personalizada y abierta:** Orange desarrolla su cultura de servicio cliente y sensibiliza a todos sus colaboradores en tiendas y centros de atención telefónica para ofrecer a los usuarios una relación óptima.
- **La innovación:** la red de investigación y desarrollo de Orange se encarga de desarrollar servicios novedosos adaptados a las necesidades expresadas por los usuarios y susceptibles de mejorar su vida cotidiana.
- **La simplicidad:** los centros de análisis clientes permiten asegurar el nivel de simplicidad y de apropiación de las ofertas de Orange a partir de la percepción de los clientes.

Estos objetivos diferentes forman parte de los distintos apartados dirigidos al cliente de nuestro plan Essentials 2020, el cual proyecta especialmente ofrecer una conectividad enriquecida y reinventar la relación cliente.

**20.000 personas atienden a nuestros clientes.**



### Proponer una experiencia basada en la sencillez

Desde 2010, Orange pone en práctica un programa de simplificación de su catálogo de ofertas con objeto de facilitar a los clientes su legibilidad y comprensión. Procuramos en todo momento conseguir la simplicidad de uso de nuestros productos y servicios gracias a la realización de test en condiciones reales de uso con clientes.

Para completar la relación directa en atención telefónica o en tienda estamos intentando digitalizar los canales de asistencia e interacción que ponemos a disposición de los clientes: a través de aplicaciones como “Mi Orange”, y a través del aumento de potencia de las herramientas de chat y de redes sociales.

### Orange, « Digital Coach »

Nuestro propósito no es únicamente sensibilizar sobre los riesgos, sino mejorar ampliamente el dominio del ámbito digital. Es por ello que queremos acompañar a nuestros clientes proporcionándoles las claves de este mundo digital con el fin de que sorteen los obstáculos y saquen partido de las oportunidades.

Multiplicamos por tanto las herramientas y los servicios, como “Tu Experto Orange” o el servicio Tranquilidad Orange.

### La calidad del servicio, una prioridad seguida de cerca

Orange pretende ofrecer a los usuarios, a través de sus diferentes canales de interacción, una relación de calidad. Utilizar fácilmente los productos y servicios, obtener respuestas claras y pertinentes de parte de los interlocutores Orange: éstas son las garantías que Orange quiere ofrecer a cada uno de sus clientes.

La calidad del servicio implica un profundo y regular seguimiento a través de los resultados y datos obtenidos del Customer Experience Tracker (CET). Este barómetro trimestral de referencia en nuestros países europeos permite comparar, desde 2008, la calidad de la experiencia del cliente en Orange y en la competencia, en cuatro dominios clave del recorrido cliente: ofertas, calidad, interacciones clientes y emociones.

Más de 10.000 tiendas Orange.

# Orange

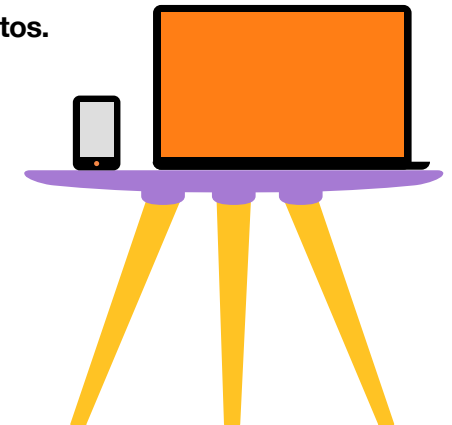
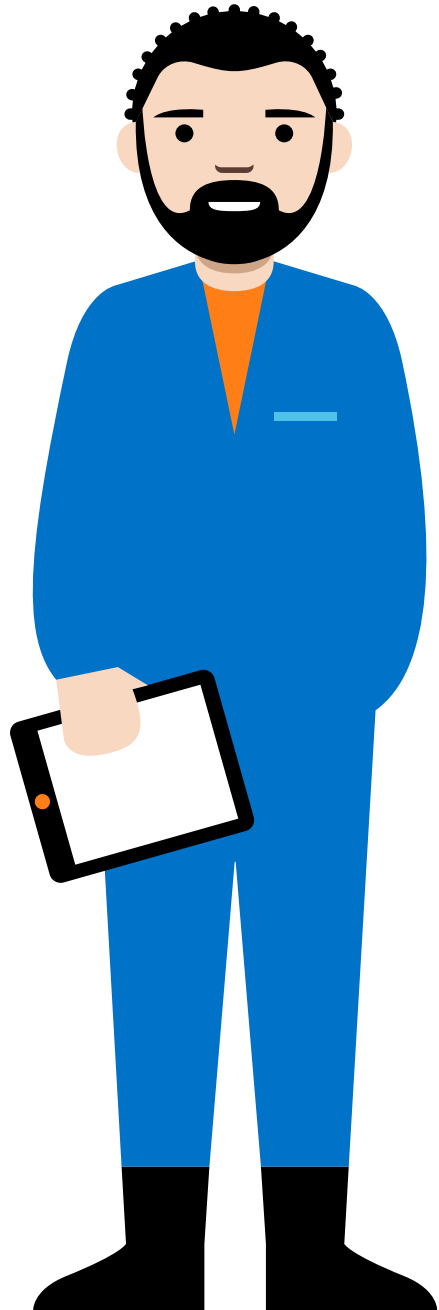


# Empleador de referencia

El mundo laboral del siglo XXI tiene el sello digital. Rápidas, flexibles, móviles... las formas de trabajo evolucionan para mejor pero a veces entrañan riesgos, como el de contribuir a eliminar las barreras entre la vida privada y la vida profesional.

La implicación de los trabajadores en la transformación de las formas de trabajo y la consideración de sus expectativas determinan la capacidad de una empresa para implantar un entorno laboral de calidad y propicio para suscitar su compromiso en beneficio del rendimiento colectivo.

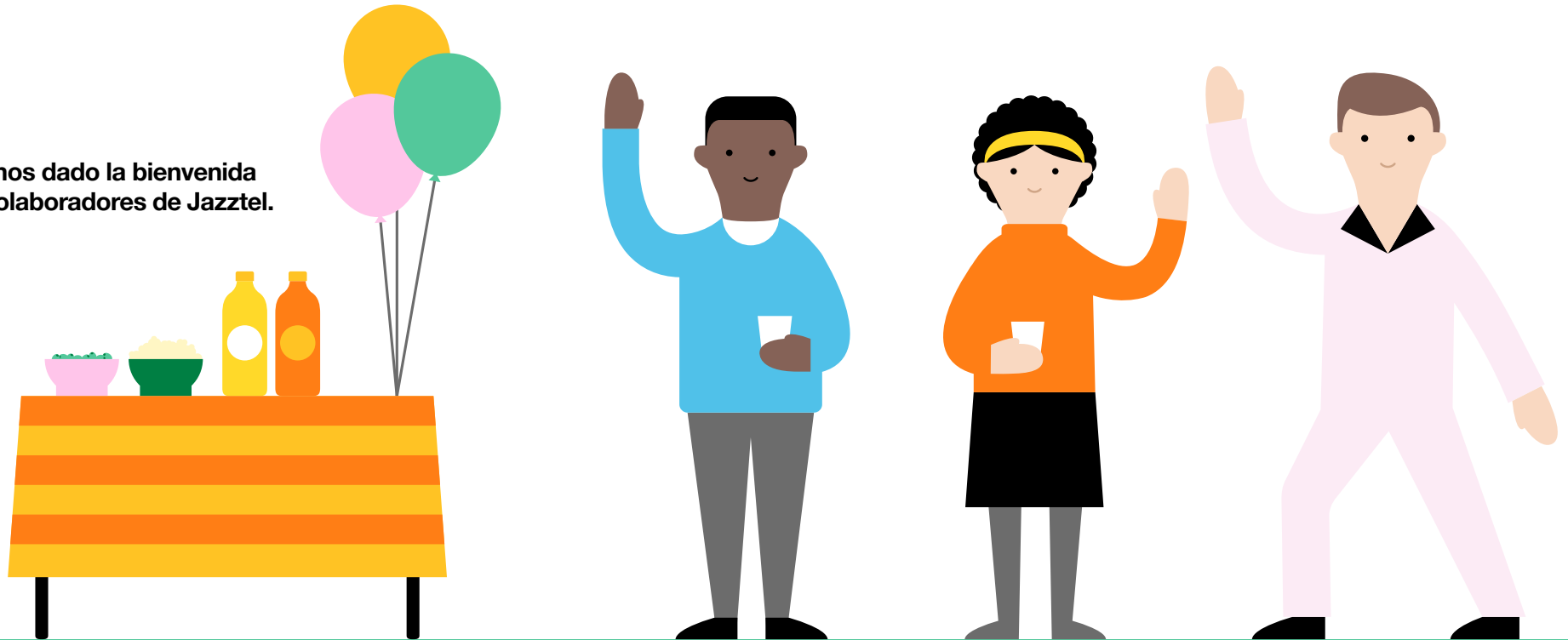
20.000 empleados indirectos.



**Orange basa su estrategia en materia de Recursos Humanos en el desarrollo de un modelo social** responsable cuya finalidad es convertir al trabajador en el empleado favorito en su área. La política de Orange en este sentido se fundamenta en tres pilares: la constante mejora de la calidad de vida en el trabajo, la anticipación y el acompañamiento de la transformación de la empresa y la promoción de la diversidad en todas sus formas.



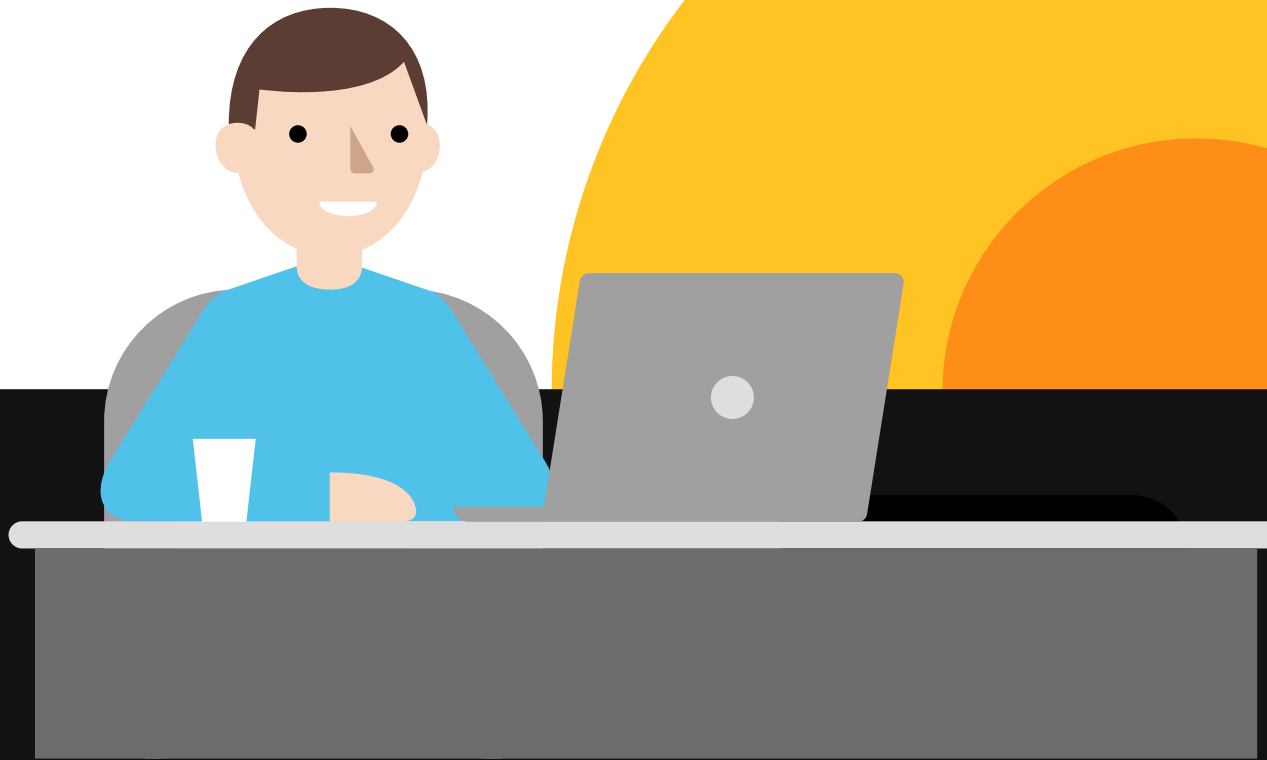
**En 2015, hemos dado la bienvenida a nuestros colaboradores de Jazztel.**



**La relación entre Orange y sus colaboradores se fundamenta en torno a seis ejes:**

- **Actuar como trabajador responsable.**
- **Proponer alternativas profesionales diversificadas.**
- **Promover métodos de trabajo orientados hacia la satisfacción de los clientes.**
- **Ofrecer a los directivos los márgenes de maniobra necesarios para conducir a sus equipos hacia el éxito.**
- **Ofrecer un entorno laboral de calidad.**
- **Valorar los equipos por sus contribuciones individuales y colectivas a los logros de la compañía.**

Un trabajo de escucha y un seguimiento profundo de la percepción de los colaboradores sobre la calidad de su entorno laboral permiten a Orange adaptar constantemente los enfoques de su política social. **Orange ha desarrollado varias herramientas para analizar el rendimiento social** de manera continuada tales como el barómetro social y se asegura de que estos retos se compartan al más alto nivel de gestión.



**Invertimos 11 millones de euros en beneficios sociales para nuestros trabajadores. Cantidad suficiente para comprar 5 islas en el Caribe.**



## Programa “Líder-coach”

**En los XIX Premios Capital Humano que organiza cada año Wolters Kluwer España, Orange ha destacado la aportación de su programa “Líder-coach” para apoyar a los managers de la organización en el desarrollo de su liderazgo natural.**

Así, el programa “Líder-coach” de Orange tiene como objetivo el desarrollo en los managers de la compañía de competencias tales como la habilidad para la movilización y motivación de colaboradores y equipos, propiciando así entornos de trabajo más productivos y mejora en las relaciones; el fomento del trabajo en equipo y la transversalidad, creando redes ágiles y eficientes de cooperación entre las áreas para facilitar la comunicación y el intercambio de experiencias, conocimientos y mejores prácticas. En definitiva, el “estilo de management Orange”, con el que se busca reforzar un estilo de gestión basado en una mayor implicación y compromiso con la organización y sus objetivos, así como con la sociedad.

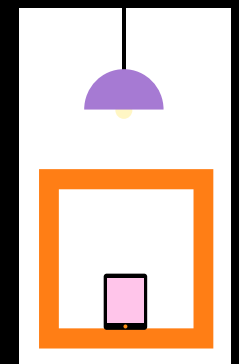
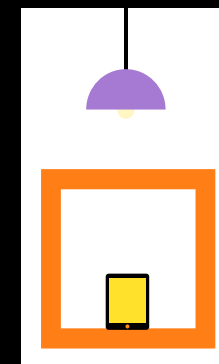
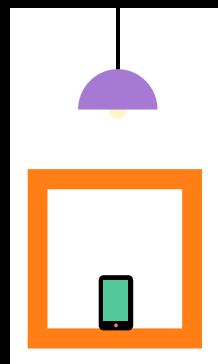
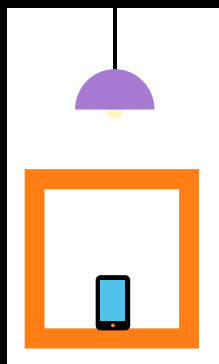


Top Employers Institute concede la certificación a las empresas que hacen alarde de su excelencia en materia de condiciones laborales. Ese es el caso de Orange, que aspira a convertirse en empleador de referencia. Para ello, Orange pone en marcha numerosas iniciativas en favor de la igualdad profesional, la calidad del entorno laboral, el empleo de los jóvenes y de las personas con discapacidad, etc. Gracias a estos resultados, Orange se sitúa entre los pocos **Top Employers en España, ¡por noveno año consecutivo!**

También Orange destaca como empresa saludable y es el primer operador de telecomunicaciones que recibe el Certificado **“Empresa Saludable” de AENOR.** Con esta certificación se reconoce el compromiso de la compañía para promover de forma sistematizada un plan de acción dirigido a garantizar la salud, el bienestar y la seguridad de sus empleados, así como de la sociedad en la que opera.



# Orange



### Gestión de la diversidad en Orange

Vivimos en un mundo lleno de diferencias que enriquecen nuestras experiencias. Comprender la diversidad, tanto cultural, generacional, como de género, resulta imprescindible para una organización como la nuestra. Además, debido a la complejidad de nuestra economía, el trabajo en equipo requiere de una diversidad de enfoques, competencias, actitudes y aptitudes cada vez mayores.



## Sensibilización en cascada: primero la dirección

En Orange, sabemos que lo primero es concienciar y sensibilizar a la dirección. Por eso, nos pusimos a trabajar en un plan de sensibilización en Diversidad, Igualdad y Conciliación dirigido a los managers de la organización para formarles sobre la importancia de la integración y la gestión de la diversidad, la flexibilidad y la corresponsabilidad en la empresa.

Organizamos talleres de sensibilización con el objetivo de:

- Dar a conocer las medidas de conciliación reforzando la idea de compromiso mutuo en torno a la rentabilidad, el crecimiento y el proyecto de empresa para que las trasladen posteriormente a sus equipos.
- Facilitar la comprensión de las diferencias de género, interculturales y generacionales y la aportación de la diversidad al trabajo en equipo.
- Establecer pautas de seguimiento para los compromisos adquiridos en esta materia.

Muchas de nuestras iniciativas están enfocadas en la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres.

Una de ellas es la ratificación del chárter de la Diversidad junto a la Fundación para la Diversidad. Se trata de un decálogo que confirma nuestro compromiso para trabajar en la sensibilización a los directivos, managers y empleados y concienciar a todos de la importancia de trabajar con equipos multidisciplinares.

En los últimos 4 años, gracias a estas políticas y propuestas, lideradas por la Comisión de Igualdad, hemos conseguido implantar muchas medidas en diferentes ámbitos de actividad:

- Firmamos con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad un acuerdo para aumentar la presencia de mujeres en puestos directivos.
- En cualquier proceso de selección debe haber al menos una mujer en la terna final.
- Promovemos que las mujeres de alto potencial participen y se formen en algunas de las escuelas más importantes, foros y eventos relacionados con liderazgo y mujer (EPWN)
- En formación fomentamos la participación de las mujeres en cursos de formación, tanto presenciales como en formato on line, intentando adecuar, en la medida de lo posible, las sesiones formativas al horario de reducción de jornada.
- Hemos equilibrado la presencia de hombres y mujeres en programas internacionales, como Orange Campus.

- Además, uno de los objetivos marcados es la disminución de la diferencia relativa a la brecha salarial.

Todas estas políticas y compromisos han sido reconocidos por el Ministerio de Sanidad, políticas sociales e Igualdad al otorgar a Orange Espagne S.A.U el Distintivo de Igualdad en la empresa.

Asimismo, contamos desde 2010 con el certificado **Empresa Familiarmente Responsable (EFR)**. Contamos con una serie de medidas de conciliación entre la vida profesional y personal que mejoran las recogidas en la ley.





### Planes para un futuro que ya llega: diversidad generacional

Y ahora comenzamos a trabajar en otro tipo de diversidad: la diversidad generacional. En Orange trabajamos personas de varias generaciones en varios departamentos de la compañía y trabajamos en una serie de medidas pensando en la diversidad generacional que tenemos.

La buena gestión de la diversidad tiene beneficios muy claros para las personas y para las empresas: contribuyen a incrementar y mejorar la satisfacción del entorno laboral, ayuda al desarrollo personal y profesional y a la atracción de talento. En Orange creemos que la gestión de la diversidad no debe existir solo para cumplir con la ley.

### **Solidarios Orange:**

#### **Cuando nuestros colaboradores se comprometen**

El compromiso con los demás, con nuestra sociedad, con el entorno en el que vivimos y que hemos de cuidar, se nutre de pequeños gestos. Por ello, en Orange nuestros colaboradores se comprometen como voluntarios con nuestro programa "Solidarios Orange".



**En 2015, se realizaron más de 10.000 horas de voluntariado.**

Todo el año, los colaboradores de Orange están inmersos en la participación en todo tipo de acciones que promueven una vez más la importancia del voluntariado, la integración y la acción social, tanto de nosotros, como empleados, como de todas las personas de nuestro entorno (familiares, amigos,...). Porque no se trata solo de colaborar, sino de animar a que otros colaboren también, de forma que, gesto a gesto, la solidaridad se convierta en una “enfermedad contagiosa” en nuestra sociedad.

Asimismo Orange se ha implicado en la ayuda a los refugiados colaborando en la campaña de captación de donativos que está llevando a cabo la plataforma [refugia2.org](http://refugia2.org) cuyos beneficiarios fueron Aldeas Infantiles SOS y las escuelas de integración.

Además celebramos, un año más, nuestra ya tradicional “Semana solidaria”. En colaboración con fundaciones y asociaciones, más de 100 voluntarios de Orange han ayudado a que cerca de 850 personas en riesgo de exclusión social se sientan como uno más de la familia Orange. Así se pretende integrar a las personas con discapacidad, cooperar y ayudar a los más necesitados. Para poner en marcha estas iniciativas la compañía ha contado con la colaboración de instituciones, fundaciones y organizaciones locales como la Fundación Voluntariado y Estrategia, la Fundación Asprona, la Fundación Nuestra Señora del Rocío de Triana, el Centro Ocupacional Vicente Pérez, la Fundación Deporte Integra y la Fundación Adecco.



**Aumentamos un 36% las donaciones a causas solidarias.**

# Sociedad

Las tecnologías digitales están cambiando el mundo y contribuyen al desarrollo de las sociedades. Sin embargo, aún existen múltiples fuentes de brechas digitales, en particular con las personas más vulnerables. Como empresa de telecomunicaciones, Orange ha hecho de la revolución digital su bandera, en el convencimiento de que la innovación, concebida desde un punto de vista humano y comprometido, es el motor más eficaz y potente para conseguir un desarrollo económico y social continuado y solidario.

Facilitar el acceso al mayor número de personas posible, desplegar servicios digitales esenciales y adaptados a las necesidades individuales, apoyar la educación en el entorno digital, la innovación social y el espíritu empresarial: estos son los motores de nuestras acciones al servicio del desarrollo de las personas.



# Emprendimiento digital

**Con el objetivo de impulsar el emprendimiento digital, en Orange desarrollamos distintas iniciativas que abarcan diferentes ámbitos de actuación, entre ellas:**

- Impulsamos nuevas oportunidades de negocio en la economía digital con nuestro programa de aceleración para start-ups **Orange Fab**, un programa de innovación abierto para impulsar el emprendimiento digital, pensado para startups que hayan desarrollado productos o servicios innovadores y estén interesados en un crecimiento y oportunidades de distribución. Orange Fab Spain se centrará en las startups con sede en España, a las que acompañará a lo largo de un programa de tres meses de duración, durante el cual ofrecerá sesiones de mentoring, espacio de coworking y acceso a la red de contactos de Orange tanto a nivel local como nivel internacional. Las startups se beneficiarán, por tanto, de los canales de distribución, socios, experiencia y presencia global de Orange. Internet de las cosas (IoT) y servicios NFC han sido los ejes estratégicos en los cuales se centrará Orange Fab durante su primer año en España.

**Más información sobre Orange Fab haciendo click en la mujer de azul.**

- La plataforma de crowdsourcing de innovación y talento **Imagina con Orange**, desarrollada por Orange sugiere cada trimestre un nuevo desafío para el cual solicita ideas y propuestas innovadoras a todos aquellos que quieran participar con sus soluciones. A su vez, los visitantes de la plataforma podrán votar las mejores ideas y enriquecerlas con sus propias contribuciones, comentarios, etc. De esta forma, Orange da la oportunidad de buscar soluciones de futuro a estas nuevas realidades sobre las que se construirá la sociedad digital del futuro. Y es que este es el eje de

la llamada innovación abierta, que es uno de los objetivos que Orange se plantea dentro de su plan estratégico de Orange “Esenciales 2020”.

**Más información sobre Imagina con Orange haciendo click en el hombre de morado.**

- Además, Orange ha desarrollado junto a Cruz Roja, la iniciativa **“Impulso Orange”** cuyo objetivo es facilitar el acceso al mercado laboral de los más jóvenes, a través de una formación cualificada en las competencias como “Comercial de Telecomunicaciones”.

A lo largo de seis meses, ofreció una formación teórica, seguida de prácticas laborales en sus tiendas, a chicos y chicas de entre 18 y 25 años. De esta forma, la compañía proporciona una enseñanza útil para facilitar su futuro laboral, al mismo tiempo que incrementa el número de profesionales cualificados y motivados en la venta de servicios del sector de las telecomunicaciones. Junto a Cruz Roja, facilitamos el acceso al mercado laboral de los más jóvenes, a través de una formación cualificada en las competencias como “Comercial de Telecomunicaciones”.

**Más información sobre Impulso Orange haciendo click en el hombre de negro.**

- Finalmente, Orange y la Escuela de Organización Industrial (EOI) se unen para impulsar la economía digital en España, con los programas **“Sé digital”** y **“Lánzate”** que preparan a más de 7.000 personas para hacer negocios digitales. Con estas iniciativas, promovemos que emprendedores que estén desarrollando proyectos para la nueva sociedad digital reciban coaching por parte de figuras clave en el ámbito de las TIC.





# Innovación para todos

Contra la brecha digital vinculada a la discapacidad o la edad, hace años que trabajamos en una estrategia de “diseño para todos”. Su principal objetivo es adaptar nuestros productos y servicios a las necesidades de estas poblaciones, y desarrollar productos específicos que combinen innovación, simplicidad y ergonomía.

En Orange ponemos nuestra capacidad de innovación al servicio de la salud. Para nosotros, trabajar en ‘e-health’ o ‘e-salud’ supone esforzarse por hacer realidad la unión exitosa de la asistencia sanitaria y de las tecnologías de la información. La explosión de los contenidos, del uso de Internet, la amplia penetración de la telefonía móvil y la generalización de las tarjetas inteligentes acelerarán los cambios, facilitando el flujo de la información y optimizando la práctica clínica habitual.



En este ámbito hemos lanzado nuestra app **‘Mi Esencial Tablet’**, una aplicación que permite a las personas mayores manejar de forma más fácil y cómoda la tableta, simplificando su uso y permitiendo, además, que los familiares puedan, desde su propio smartphone y en remoto, gestionar y configurar la aplicación.

**Más información sobre ‘Mi Esencial Tablet’ haciendo click en el anciano.**

También Orange, en asociación con Doro, el líder del mercado de terminales para personas de edad avanzada, comercializó **Doro Liberto® 820 mini**, el primer smartphone de la operadora dirigido a este segmento de edad. El nuevo terminal está diseñado para aquellos usuarios mayores acostumbrados a los teléfonos tradicionales que quieren disfrutar ahora también de todas las posibilidades de comunicación que proporciona la telefonía inteligente a un precio asequible. El terminal incorpora My Doro Manager®, una solución cloud para la gestión y asistencia remota por parte de una persona de confianza seleccionada por el propio usuario, que podrá configurarle el teléfono, incluso enviarle Apps recomendadas de fácil instalación, en cualquier momento y lugar. También puede configurar a distancia el botón de emergencia para que, llegado el caso, avise hasta a 5 familiares simultáneamente, mediante llamada y envío de SMS con posición GPS incluida.

**‘Mi Esencial Tablet’ permite a nuestros mayores usar la tablet más fácilmente.**

**Cabe señalar, asimismo, la labor social realizada por la Fundación Orange, que, entendiendo la tecnología como herramienta y como oportunidad, desarrolla proyectos para mejorar la calidad de vida de las personas con autismo y de las personas con discapacidad visual o auditiva.** Trabajamos impulsando proyectos tecnológicos que mejoren la calidad de vida de estas personas y tratando de que la sociedad conozca el trastorno del autismo. Más de 50.000 usuarios siguen cada semana nuestras viñetas de Los Lunes Autismo.

También desde la Fundación Orange, tratamos de impulsar la educación digital con proyectos como los **FabLabs Sociales**, lanzado también en 2015. El nombre Fab Lab deriva de “fabrication laboratory” (laboratorio de fabricación) en el que la gente puede hacer realidad sus diseños e ideas. Estos laboratorios disponen de un equipamiento común, que ofrece las siguientes capacidades:

- Fabricación por adición de material con impresoras 3D.
- Fabricación por sustracción de material con fresadoras de control numérico de distintos tamaños.

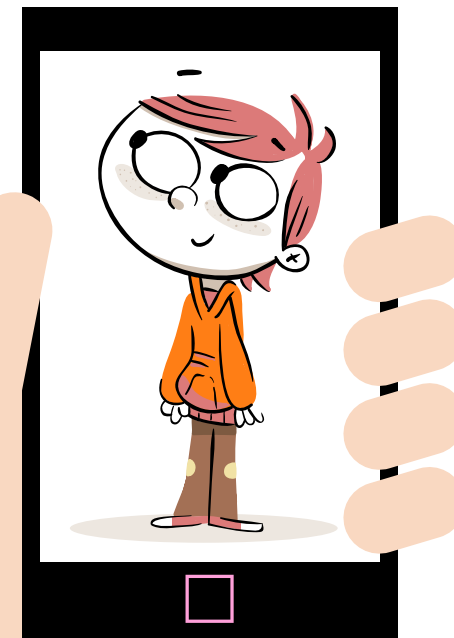
**Más información sobre la Fundación Orange haciendo click en el cuadro.**

**Más información sobre FabLabs Sociales haciendo click en el niño.**



Las aplicaciones Áppside acercan la cultura a las personas con discapacidad auditiva o visual.

50.000 usuarios siguen nuestras viñetas de “Los Lunes, Autismo” en Facebook.

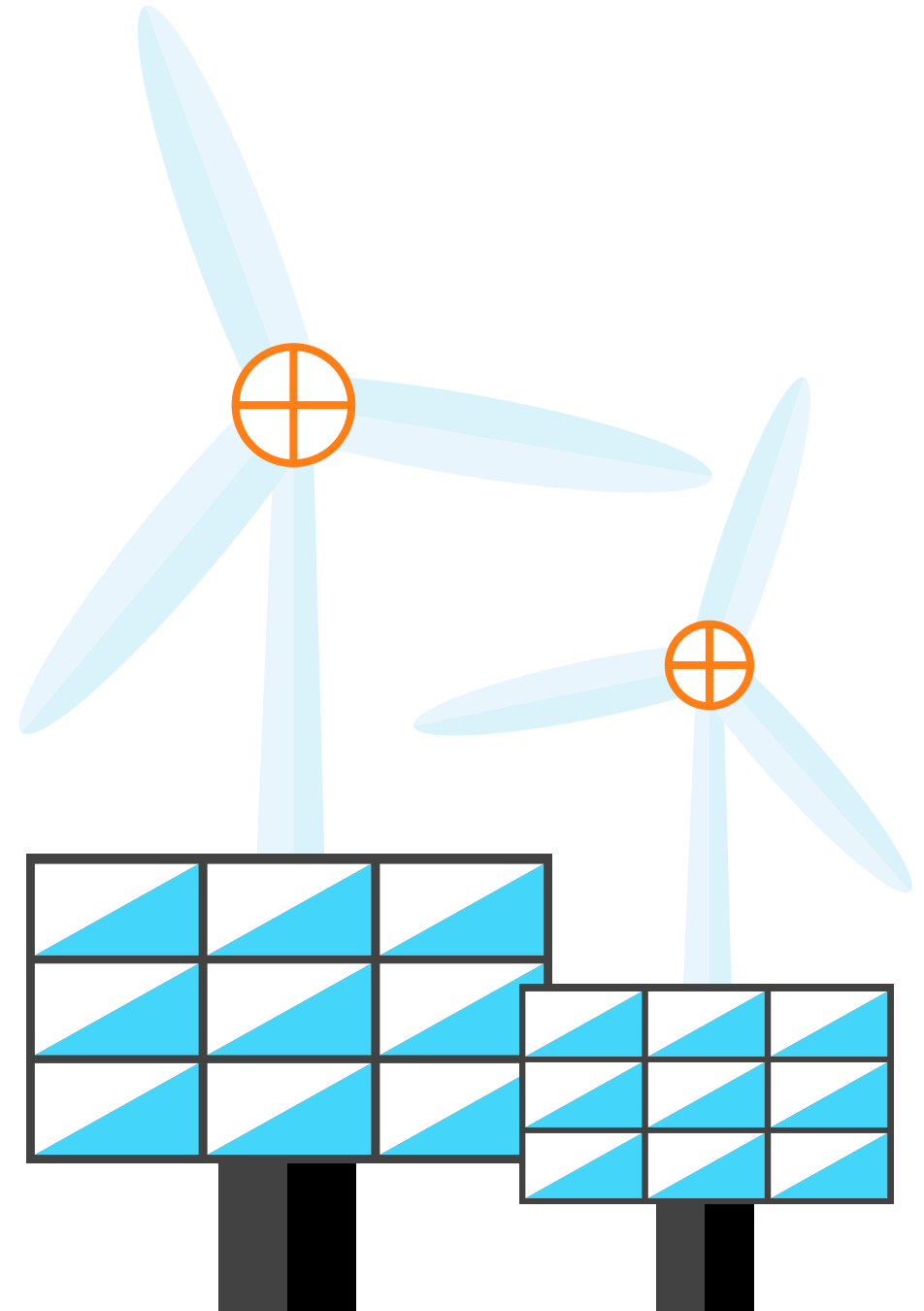


# Entorno

**Las tecnologías digitales y la continua explosión de sus usos en los últimos años colocan a los operadores frente a una ecuación ambiental cada vez más compleja: ofrecer a sus clientes un número cada vez mayor de usos limitando al mismo tiempo su impacto sobre el medio ambiente.**

En Orange trabajamos en soluciones y planes de acción ambiciosos para transformar nuestra relación con el planeta limitando los efectos del cambio climático, mejorando la gestión de nuestros residuos y protegiendo la biodiversidad. En este contexto, nos hemos movilizado con el fin de reducir nuestro consumo energético y nuestras emisiones de CO<sub>2</sub>, de optimizar el final de la vida útil de nuestros equipos y fomentar el reciclaje o buscar soluciones más responsables desde un punto de vista ecológico para nuestros clientes.

Nuestra estrategia “Esencial 2020” recoge el compromiso de reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> en un 20% entre el año 2006 y 2020. Por eso, con la ayuda de todos, diseñamos productos y desarrollamos soluciones de eficiencia energética.





## Certificado del sistema de gestión medioambiental

Consciente de la relevancia que tiene la contribución de todos, instituciones, empresas, administraciones públicas y particulares en el fomento de prácticas responsables que respeten el medio ambiente y permitan el claro avance de la sociedad hacia un mundo mejor, Orange se ha impuesto la integración de unas directrices de carácter ambiental en su estrategia de negocio.

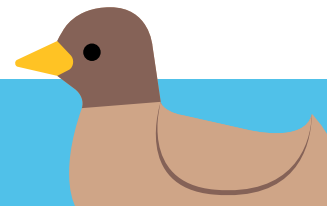
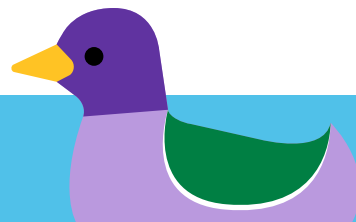
Estas directrices se concretan en la **Política de Medio Ambiente de Orange**, que busca como meta reducir y prevenir el impacto ambiental de sus actividades, así como facilitar mejoras sobre los aspectos ambientales con los que interactúa, todo ello orientado tanto a la sociedad como al medio ambiente, bien en el ámbito local, nacional o global en el que como empresa actúa.

De esta forma, se plasma la voluntad de Orange de satisfacer las expectativas que nuestros clientes, proveedores y la sociedad en su conjunto demandan de las empresas, que conscientemente asumen su responsabilidad en el avance hacia un desarrollo sostenible.

# Principios medioambientales

**Orange se compromete a seguir los siguientes principios:**

- La inclusión de las consideraciones ambientales y mejores prácticas en las decisiones y procesos de negocio como operador integrado de comunicaciones.
- El cumplimiento de la legislación ambiental vigente y de aquellos otros requisitos suscritos por Orange, así como la adopción, siempre que sea posible, de futuras normas de aplicación, particularmente en el ámbito de los equipos eléctricos y electrónicos y en el de los campos electromagnéticos.
- El establecimiento de programas donde se marquen objetivos y metas conducentes a mejorar continuamente el desempeño ambiental y la interacción de nuestros productos, servicios, oficinas, centros técnicos e infraestructuras de comunicaciones con los aspectos ambientales afectados por la actividad, así como la revisión periódica de éstos.
- La prevención de la contaminación, la reducción de los impactos ambientales y el uso eficiente de los recursos en el despliegue, adecuación y mantenimiento de la red de comunicaciones, oficinas y centros técnicos, así como en la prestación de servicios.
- La formación y sensibilización ambiental de los empleados, de forma que se asegure el desarrollo de su labor con el máximo respeto al medio ambiente, fomentando asimismo el respeto ambiental entre los proveedores clave.
- El impulso de la comunicación y colaboración con las administraciones públicas, asociaciones empresariales, organizaciones de consumidores y usuarios así como otras partes interesadas, que nos ayuden a mantener unas relaciones de colaboración satisfactorias.



# Reducción de nuestra huella medioambiental

Para poder definir coherentemente nuestros próximos pasos en materia medioambiental, primero debíamos conocer el impacto que nuestras actividades tienen en el entorno, contabilizado en emisiones de CO<sub>2</sub>. Y por ello, hemos medido nuestra huella medioambiental para, con esta información, adoptar las políticas más efectivas para conseguir nuestros objetivos, que se plasman en nuestro Plan de Eficiencia Energética (“EnergyAction Plan”).

Gracias a las medidas de ahorro tomadas, ya hemos logrado un 15% de ahorro energético por cliente respecto a 2006, así como evitar la emisión de 70.000 toneladas de CO<sub>2</sub> en 2015.

Sin embargo, una gran parte de estas emisiones se debe a actividades “indirectas” asociadas a nuestro negocio, como son la compra de dispositivos móviles, routers o equipos de red. Por eso, nuestro próximo objetivo es involucrar también a nuestros proveedores en la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.



El 100% de nuestra energía eléctrica proviene de fuentes renovables.

### Iniciativas en la red

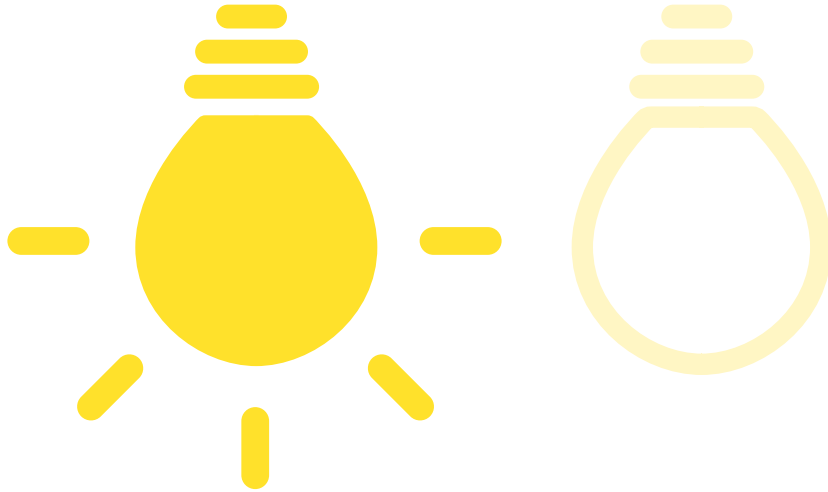
Con el fin de mejorar la eficiencia energética y reducir el impacto ambiental de nuestra red, hemos lanzado una serie de líneas de trabajo encaminadas a conseguir este objetivo, como:

- Fomentar las opciones de compartición de infraestructuras, reduciendo así los consumos.
- Acelerar la modernización de las infraestructuras técnicas, lo que ofrece un incremento sustancial en la mejora de la eficiencia de consumo energético.
- Instalar equipos de medición del consumo energético, para poder monitorizar de manera precisa el comportamiento de nuestras infraestructuras, detectar deficiencias y corregir posibles desajustes.



Reducimos a la mitad nuestro consumo de gasoil en red.

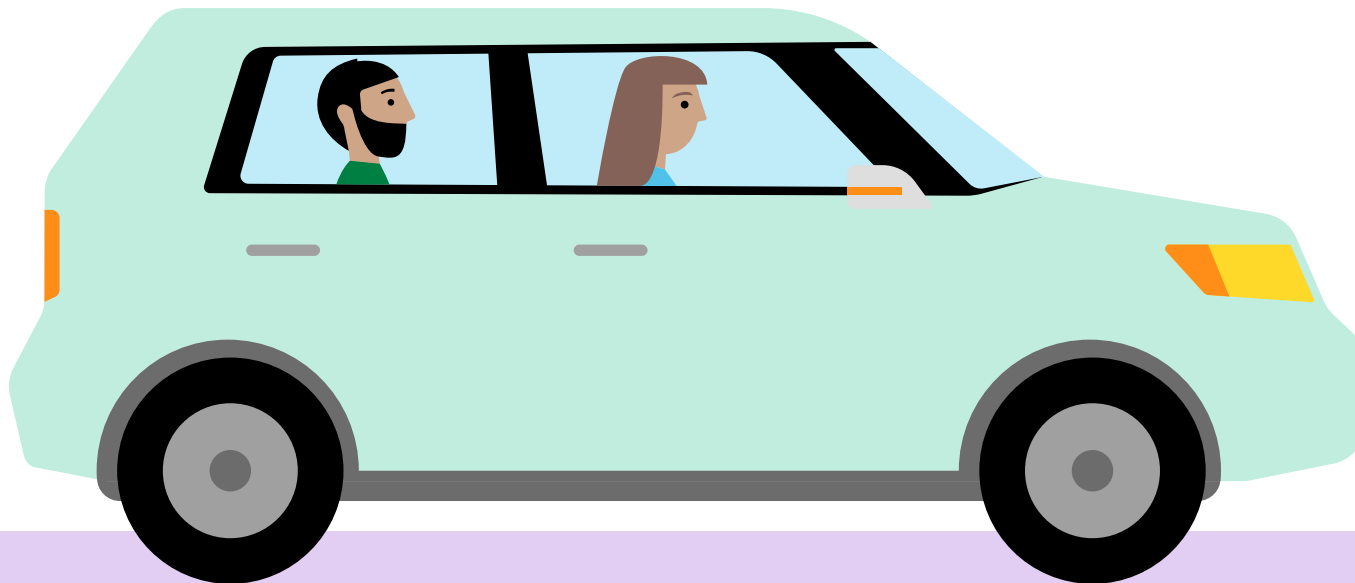
**Reducción del 15% de nuestro consumo eléctrico por cliente.**



### **Iniciativas en nuestras oficinas y tiendas propias**

Nuestro compromiso con la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> se ha llevado también al área de Infraestructuras e Inmuebles a través de dos vías actuación: menos consumo energético y menos consumo de papel. En este sentido, hemos desarrollado acciones relacionadas con climatización e iluminación sobre todos los emplazamientos que gestionamos: edificios técnicos, sedes corporativas y tiendas. **Los empleados de Orange son parte activa de este desafío**, llevando a su día a día pequeñas acciones que contribuyen al cuidado del entorno y al ahorro de recursos, como son utilizar el transporte público, usar papel reciclado o apagar sus ordenadores cuando no están trabajando con ellos.

**Reducción del 25% de las emisiones de CO<sub>2</sub> relacionadas con los viajes de los empleados.**





Para que los empleados conozcan mejor cómo pueden contribuir, desarrollamos campañas de comunicación interna con consejos y acciones encaminadas al ahorro de energía, reciclaje de residuos y consumo de papel en nuestras sedes. Así, por ejemplo, se han lanzado mensajes promoviendo el uso de coche compartido o el uso de la videoconferencia para evitar desplazamientos, se han señalado los contenedores de reciclaje de las áreas de descanso para facilitar la correcta separación de residuos, etc.

**De cara a los clientes, también hemos realizado acciones encaminadas a reducir el consumo de papel, como son la disminución de la documentación que les enviamos (contratos, cartas, albaranes, etc.) o la documentación que acompaña el teléfono móvil adquirido por el cliente (folletos, flyers, tamaño del embalaje, etc.).**



**El 99% de nuestro papel es certificado o reciclado.**

**Reducción del 43% del uso de papel en oficinas y tiendas.**

### Recogida y reutilización de terminales móviles en desuso

Actualmente, los terminales móviles son el aparato electrónico más abundante en el mundo. Hasta la fecha se han fabricado más de 8.000 millones de dispositivos, lo que equivale a 20 veces el perímetro de la tierra, y se calcula que en 2015 la cifra podría ascender a 15.000 millones. Sin embargo, apenas se recoge uno de cada 20 móviles a pesar de las ventajas que esto podría suponer en términos medio ambientales.

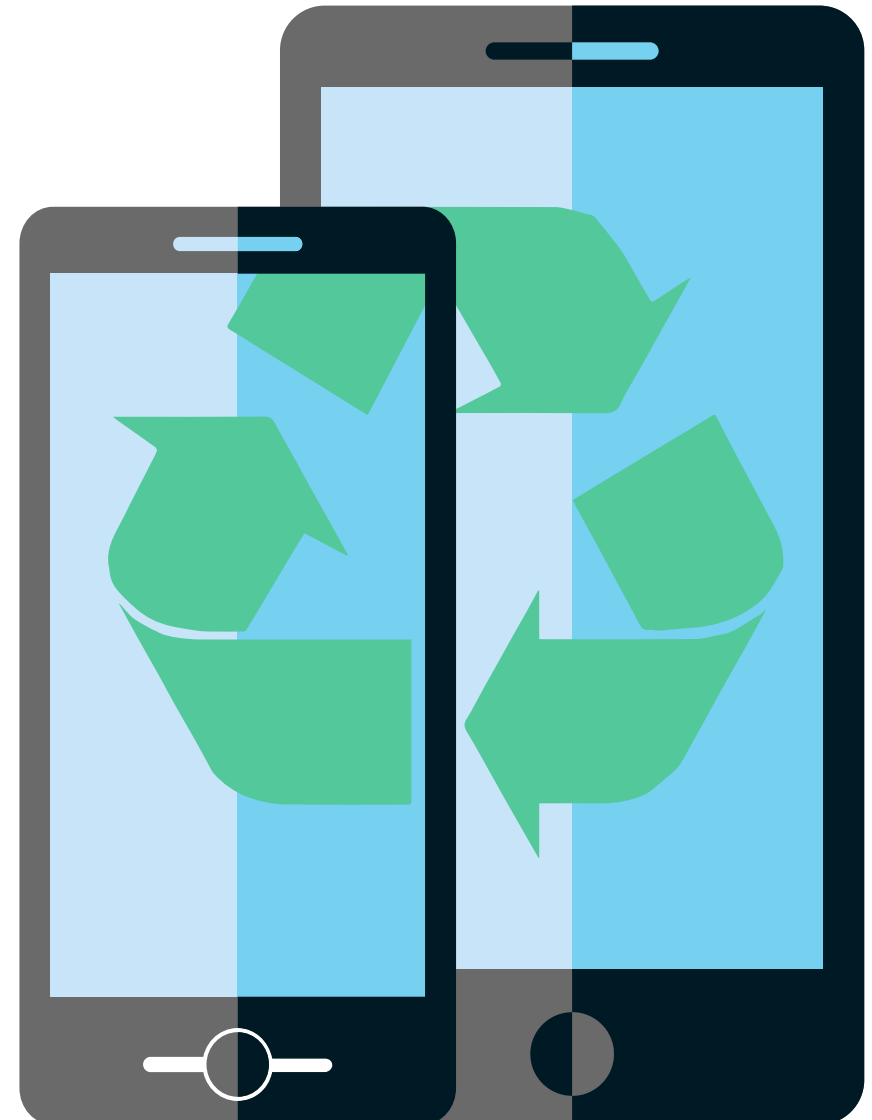
Y es que, junto a los componentes contaminantes que hay en los móviles y que han de ser correctamente depositados para evitar que dañen nuestro entorno, hay otros materiales, como el aluminio, el cobre, el acero o el plástico, que pueden ser reciclados para generar nuevos productos. Esta recuperación permite grandes ahorros económicos y de recursos en los procesos de extracción, pero también evita agresiones innecesarias al medio ambiente.

Por ello, en Orange, estamos decididamente comprometidos con la recogida de estos móviles usados, tanto por lo que supone en disminución de basura contaminante, como por su contribución a un consumo más racional y responsable de los recursos naturales.

En 2015, recuperamos el 10,2% de los terminales móviles que comercializamos, a través de dos programas:

- **Compramos tu móvil**, que promueve la recogida de terminales en desuso a cambio de importantes descuentos en la adquisición de uno nuevo.
- **Reciclaje solidario en tiendas Orange** como en colaboración con ayuntamientos, centros educativos o empresas. Esta iniciativa nos ha permitido contribuir a nuestro proyecto solidario a favor de la educación de la infancia “Construye su futuro” cada vez que un cliente deposita sus viejos terminales y accesorios en los contenedores ubicados en nuestras tiendas.

28 toneladas de móviles recogidos.





**El objetivo de esta iniciativa es doble:** concienciar a la sociedad sobre la importancia que tiene para la conservación del entorno el sencillo gesto de entregar un móvil y contribuir, al mismo tiempo, a la integración de niños en riesgo de exclusión a través de la educación. Y es que, por cada móvil que sea entregado para su reciclaje o recuperación, en 2015, Orange ha dedicado un porcentaje de su valor al proyecto solidario “Construye su futuro”, llevamos a cabo en República Dominicana junto a UNICEF Comité Español. El objetivo de esta iniciativa solidaria era mejorar la educación de hasta 220.000 niños y niñas que viven en las zonas más pobres del país caribeño, ofreciéndoles una educación y por tanto la posibilidad de un futuro mejor.

Además, en mayo y noviembre 2015, Orange celebró nuevas ediciones de la **Semana del Reciclaje**, durante la cual la compañía quiere recoger más de 7.000 móviles usados animando a sus clientes a entregar sus viejos terminales. El objetivo de esta iniciativa, que coincide con la celebración internacional del Día del Reciclaje y la Semana Europea de la Prevención de Residuos, es concienciar a la sociedad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y reducir la huella medioambiental haciendo una correcta gestión de los móviles en desuso.

**Más información sobre lo que pasa cuando reciclas tu móvil haciendo click en el contenedor.**

**Nos aliamos con las Naciones Unidas contra el cambio climático COP21**

En todos los países en los que opera el Grupo, tenemos el compromiso de reducir nuestra huella medioambiental poniendo los dispositivos y las acciones necesarias para controlar el consumo de energía en nuestras oficinas y reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>. Y para mostrar que estamos concienciados con esta causa, Orange se convirtió en el socio oficial de la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático que se celebró en París del 30 de noviembre al 11 de diciembre de 2015.

Te acercamos  
a lo que te importa

