

**Estado de información no financiera
Orange España
2021**



En 2021...

Pasión por nuestros clientes

Conectamos
20M
de clientes

Atendemos
3,8M
de clientes por
WhatsApp

#PorunusoLovedelatecnología
4
campañas

KidsReady
40.000
niños y niñas protegidos

Sostenibilidad integrada en el negocio

Empleo directo
6.799
puestos

Contribución económica directa
4.425M€
anual de Orange España

Crecimiento sostenible

Back to Growth



Inversión
31.000M€
Inversión acumulada en el país acumulado

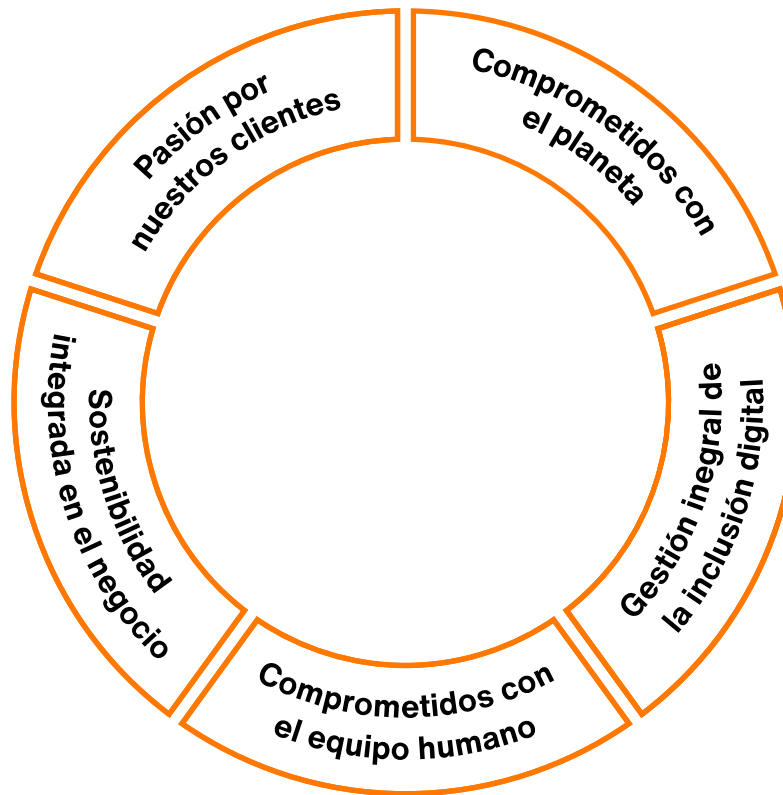
Comprometidos con el equipo humano

Diversidad
49,5%
de mujeres en plantilla

Garantizamos
100%
equipos y dispositivos seguros

Formación
3.000
empleados formados

Solidarios Orange
2.300
voluntarios



Comprometidos con el planeta

Reducción de
28,16%
de emisiones de GEI
(Alcance 1+2)

Compensación
6.500tCO₂
«Bosque Orange»
en 2020 y 2021

Energía
100%
de origen
renovable

Sello
Calculo,
reduzco y
compenso

Gestión integral de la inclusión digital

Cobertura 4G
98,4%
en España y 91,9%
en zonas rurales

Orange digital Center
11.200
personas inscritas

Jóvenes y mujeres
2.300
formados para mejorar
su empleabilidad

Autismo
5.000
alumnos en cursos

1

Somos Orange España

Orange, operador comprometido con el desarrollo y la sostenibilidad en España

Acerca de nuestra compañía

Estructura de gobierno

Valores que respaldan nuestro desempeño sostenible

Ética y derechos humanos

Cadena de suministro responsable

2

Sostenibilidad integrada en el negocio

Estrategia de crecimiento y compromisos 2025

Diálogo para un mundo digital sostenible

Riesgos y oportunidades

3

Pasión por nuestros clientes

Junto a nuestros clientes y la primera línea

Salud y seguridad de nuestros clientes

Por un uso seguro y responsable de las tecnologías

4

Comprometidos con el planeta

Estrategia y gestión medioambiental

Uso eficiente y energía renovable

Economía circular y gestión de recursos

Principales resultados de emisiones

5

Gestión integral de la inclusión digital

Conectividad y digitalización de la sociedad

Inclusión digital para que nadie se quede atrás

Privacidad y ciberseguridad

6

Comprometidos con el equipo humano

Políticas

Talento y formación

Diversidad e igualdad

Somos solidarios

7

Información adicional

1

**Somos
Orange
España**



Tecnología al servicio de las personas y el planeta

Jean-François Fallacher
CEO de Orange España

Operador comprometido con el desarrollo y la sostenibilidad en España

(GRI 102-14)

La tecnología digital ha sido señalada como una pieza clave para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En Orange, estamos convencidos de ello, y de que la tecnología ha de estar siempre al servicio de las personas, como una herramienta fundamental para mejorar sus vidas y el entorno en el que se desarrollan.

Como segunda firma del sector español de las telecomunicaciones y principal operador alternativo del país, en Orange asumimos el papel de liderazgo que nos corresponde, también en el ámbito de la sostenibilidad. Y trabajar en ello es, precisamente, lo que venimos haciendo a lo largo de nuestros más de 20 años de trayectoria en España, donde ofrecemos nuestros servicios a más de 20 millones de clientes y contribuimos al desarrollo y el crecimiento del país a través de grandes proyectos de inversión.

A lo largo de todos estos años, hemos puesto en marcha acciones concretas que demuestran nuestro compromiso con el futuro de todos. Así, llevamos a cabo grandes proyectos de inversión para desplegar las más modernas redes de telecomunicaciones en el país, que generan riqueza y empleo, sin olvidarnos de la importancia de aplicar el diseño sostenible a

dichas infraestructuras. Asimismo, impulsamos la innovación en el desarrollo de nuevas tecnologías y servicios útiles para nuestros clientes, al mismo tiempo que promovemos un uso responsable, constructivo e integrador del mundo digital.

Por ello, porque estamos convencidos de que los beneficios que aporta la tecnología no se transforman en progreso si no están al alcance de todos, **en 2020 fuimos el primer operador en lanzar una Tarifa Social**, para asegurar la conectividad de los hogares más vulnerables en un momento económico especialmente crítico. Y **en 2021, hemos seguido mejorando las prestaciones de esta tarifa**, así como sus posibilidades de contratación, para que cada vez más personas se saquen provecho de ello.

Asimismo, quiero señalar nuestro decidido **compromiso por la diversidad y por reforzar el papel de la mujer en el sector de la tecnología**, desde una doble vertiente. Por un lado, impulsando la integración, a través de la formación digital, de aquellos colectivos femeninos que se hallan en riesgo de exclusión y baja empleabilidad. Y, en segundo lugar, promoviendo que cada vez haya más representación femenina en nuestra industria, con acciones como nuestro programa de **becas**



“Come on”, para que aumente el número de niñas y jóvenes que elijan profesiones en disciplinas STEM.

Más allá de esto, quiero subrayar también nuestras acciones para promover un aprovechamiento positivo, seguro y sano de la tecnología. Eso también afecta a la **sostenibilidad**, en este caso a la individual y familiar, mediante el equilibrio de nuestras vidas digitales y analógicas.

En cuanto al cuidado del medioambiente, **en Orange hemos desarrollado siempre una política proactiva para fomentar la transición energética y reducir las emisiones de CO2**; para proteger la biodiversidad y los recursos naturales; y para promover la inclusión de los principios de economía circular en la mejora continua de nuestra organización y procesos.

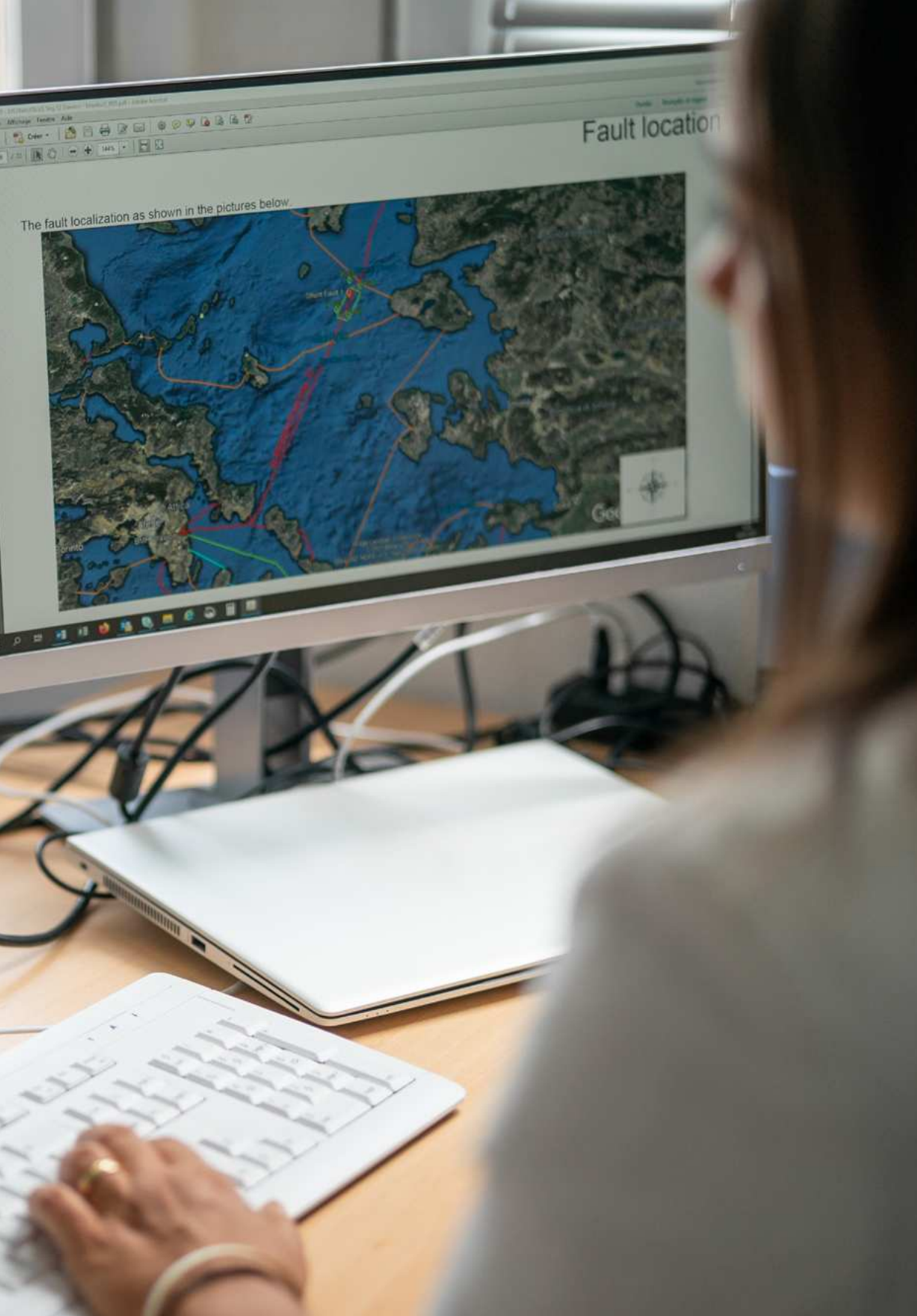
El cuidado del planeta ha de empezar, necesariamente, por minimizar nuestra huella en el entorno, lo que hacemos reduciendo emisiones a la atmósfera para paliar los efectos de nuestra actividad sobre el cambio climático, innovando en nuestras redes y estaciones para que cada vez sean más eficientes, favoreciendo el ahorro y la eficiencia energética, e **implicando a nuestros clientes** también en el cuidado del planeta a través del fomento del reciclaje y la optimización del final de la vida útil de equipos y terminales.

Todos estos esfuerzos han sido recompensados con el **sello “Calculo, Reduzco y Compenso”**, una acreditación concedida por la Oficina Española del Cambio Climático del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico, tras certificar la compensación de cerca del 5% de nuestra huella de carbono

de 2020. Este sello permite identificar, para un periodo anual, tres niveles de participación: cálculo de la huella de carbono, su reducción y compensación. Orange fue certificada el pasado año en los dos primeros apartados y ha completado en 2021 o también la inscripción en la sección de “compensación de huella de carbono”. Para nosotros es un orgullo ser la **primera empresa de telecomunicaciones en España en haber recibido este triple reconocimiento**.

No me quiero olvidar, por último, de las acciones que estamos desarrollando para que la economía española pueda aprovechar la oportunidad que nos brindan los fondos europeos para transformar sectores empresariales e industriales, en especial las pymes, con el fin de optimizar el rendimiento de sus negocios. En este sentido, **queremos ayudar a las empresas a construir su camino digital** ofreciendo soluciones que garanticen su actividad online e impulsen sus negocios. Para ello, ofrecemos un completo porfolio de servicios que incluye todas las categorías de productos subvencionables en el Kit Digital como son: presencia y posicionamiento web, comercio electrónico, redes sociales, oficina virtual, factura electrónica o ciberseguridad, entre otros.

Como vemos, 2022 nos plantea diversos retos como sociedad, muchos de ellos relacionados con una relación sostenible entre el planeta y quienes lo habitamos. Para superar esos desafíos, el papel de la tecnología resulta imprescindible y, como actor clave en esta esfera, Orange no solo colaborará en este empeño, sino que liderará la propuesta de soluciones, como lleva haciendo desde hace años.



Propuestas convergentes en un escenario creciente del bajo coste

En el año 2021, el mercado de las telecomunicaciones en España ha mantenido la tendencia de crecimiento de las ofertas de bajo coste, agudizada por la agresividad comercial y la crisis económica.

En este contexto, Orange sigue poniendo al servicio de sus clientes un variado y competitivo porfolio de productos adaptados a todos los segmentos del mercado, desde el apartado más premium (en el que ofrecemos servicios y contenidos de valor, como el fútbol, datos ilimitados, etc.) hasta propuestas para los hogares con menos recursos.

Por otra parte, es importante señalar que, con el objetivo de adaptarnos a la nueva realidad del mercado y llegar con mayor eficacia a actuales y potenciales clientes, en Orange hemos llevado a cabo una simplificación de nuestras marcas en 2021 con la migración de clientes de Amena a Orange. De esta forma, el catálogo de marcas de Orange queda conformado de la siguiente manera:

Orange, una marca de calidad, cercana y comprometida con la sociedad que se dirige al segmento premium con productos y servicios tanto para clientes residenciales como de empresa, caracterizadas por su calidad de red de Fibra óptica y Móvil 5G, amplio catálogo de dispositivos, abundancia (datos ilimitados, multilínea, fibra simétrica de hasta 10Gbps en combinación con WiFi6), con una amplia y variada oferta de contenidos para el entretenimiento del hogar (TV Total, TV Play, fútbol, plataformas de streaming como Netflix, Amazon Prime, FlixOlé, StarzPlay...), y servicios de valor añadido, como las ofertas cruzadas con los servicios financieros de Orange Bank y los nuevos productos de Orange Seguros.

Jazztel, una marca ampliamente reconocida en el mercado por su posicionamiento “value-for-money” para aquellos clientes que buscan servicios de telecomunicaciones de alta calidad a un precio justo, con una oferta que combina la simplicidad (dos packs combinados de fibra y móvil por menos de 40€ y con precios definitivos) con las señas de identidad de la marca: la calidad de la conectividad de su red de fibra y la mejor atención a sus clientes.

Por otra parte, durante el año 2021 hemos continuado impulsando el negocio de empresas y administraciones públicas, donde queremos ser el socio de confianza de todas las organizaciones en ese fenómeno global de la transformación digital.



Jazztel

Acercas de nuestra compañía

(GRIS: 102-1 102-3, 102-4 y 102-5, 102-2, 102-6, 102-45, 102-13, 102-12)

Estructura societaria del Grupo Orange España

Orange Espagne, S.A. es una sociedad unipersonal de naturaleza privada, cabecera de un grupo de sociedades mercantiles, y, a su vez parte, del grupo de sociedades encabezado por Orange, S.A. (Francia) en el sentido del Código de Comercio.

Orange Espagne S. A. participa mayoritariamente en el capital social de ciertas sociedades y tiene participaciones iguales o superiores al 20% del capital de otras. Se acoge a la dispensa de la obligación de presentar cuentas consolidadas y depositarlas en el Registro, amparada por el art. 43 apartado 1.2ª del Código de Comercio, modificado por la Ley 16/2007, de 4 de julio, de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional con base en la normativa de la Unión Europea, ya que se encuentra poseída en más de un 50% por el Grupo Orange, cuya sociedad dominante está sometida a la legislación de otro Estado miembro de la Unión Europea y concurren el resto de requisitos exigidos por el citado artículo. La información financiera del Grupo consolidado puede consultarse en <https://rai2021.orange.com/en/>.

Las sociedades participadas por Orange Espagne, S.A.U. en el ejercicio 2021, incluyendo porcentajes de participación, ubicación y actividad son:

Sociedades Participadas por Orange Espagne S.A.U.	Participación (%)
Orange España Comunicaciones Fijas, S.L.U. Servicios de comunicaciones fijas mayoristas Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España	100%
Orange España Distribución, S.A.U. Venta de servicios y equipos de Telecomunicaciones Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España	100%
Orange España Virtual, S.L.U. Servicios de Telecomunicaciones Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España	100%
Suma Operador de Telecomunicaciones, S.L.U. Servicios de Telecomunicaciones Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España	100%
Orange España Servicios de Telemarketing, S.A.U. Servicios de marketing y call center Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España	100%
Jazzplat Colombia S.A.S. Servicios de contact center y atención al cliente Carrera 72B N° 23-20 – Bogotá, Colombia	100%
Jazzplat España S.L.U. Servicios de Call Center Paseo del Ocio nº 4 – 19002 Guadalajara, España	100%
República de Comunicaciones Móviles, S.L.U. Servicios de telefonía móvil Avenida de Europa, 26, Ática 5 – 2º Pozuelo de Alarcón – Madrid, España	100%
Orange Mediación de Seguros, S.L.U. Mediación de seguros Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España	100%
TOTEM Towerco Spain, S.L.U. TOTEM Towerco Spain, S.L.U. Mercantil	100%

Estructura de gobierno

(GRIS: 102-18, 102-22, 102-20, 102-29, 102-23, 102-10, 102-26)

Consejo de administración

Presidente

Gervais Gilles Pellissier

CEO

Jean François Fallacher

Consejeros

- Mari-Noëlle Jègo-Laveissière
- Hugues Foulon
- Clarisse Hèriard Dubreuil
- Christophe Naulleau
- María Luisa Jordá Castro
- Antonio Anguita Ruiz
- Nadine Benedicte Javelot

Orange España se organiza de acuerdo a una estructura de gobierno, que se encarga de velar por los intereses generales de cada uno de nuestros grupos de interés, implementando medidas de supervisión, control y transparencia, con el objetivo de crear el máximo valor posible en la compañía y en la sociedad.

La gestión, administración y representación de la sociedad, corresponde al Consejo de Administración, como máximo órgano de gobierno de la compañía, que actuará colegiadamente, sin perjuicio de las delegaciones y apoderamientos que pueda conferir, pudiendo además designar comisiones, nombrar su presidente, su secretario y vicesecretario y delegar sus facultades en uno o varios consejeros delegados.

El presidente no ejecutivo del Consejo de Administración de Orange Espagne, S.A.U. es Gervais Gilles Pellissier, siendo Jean-François Fallacher el consejero delegado y responsable en la gestión de la organización.

Comisión de auditoría

En el seno del Consejo de Administración, se constituye la Comisión de Auditoría, compuesta por tres consejeros externos, que son designados por el Consejo de Administración. Al menos uno de ellos, es consejero independiente, y además uno de ellos es designado teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad y/o auditoría.

En su conjunto, los miembros de la Comisión tienen los conocimientos técnicos pertinentes en relación con el sector de las comunicaciones electrónicas.

El presidente de la Comisión de Auditoría es designado por el Consejo de Administración entre los consejeros que forman parte de dicha Comisión, y es sustituido cada cuatro 4 años, pudiendo ser reelegido una vez transcurrido un plazo de un 1 año desde su cese.

Actúa como secretario de la Comisión el del Consejo de Administración y, en caso de ausencia de este, el que fuera su vicesecretario.

La Comisión se reúne para informar sobre todos aquellos asuntos que sean de su competencia, de acuerdo con la normativa interna.

Presidenta

Clarisse Hèriard Dubreuil

Miembros

- María Luisa Jordá Castro
- Christophe Naulleau

Comisión de dirección

Por otra parte, la Dirección de Orange en España tiene como misión principal acompañar en el ejercicio de redefinición del modelo de negocio, con el objetivo de continuar consolidándose en el mercado, poniendo en valor el talento interno y la diversidad de perfiles de un gran equipo.

La nueva estructura del máximo órgano de dirección que guiará el desarrollo del negocio en los próximos años, representada en el siguiente gráfico, se encuentra operativa desde enero de 2021.

En 2021, el comité de dirección presenta las siguientes novedades respecto al año anterior:

- Las áreas de negocio se reestructuran, organizándose por segmentos de cliente: B2C Orange y Coordinación B2C, B2C Jazztel y Low Cost, B2B y Negocio Mayorista. Estas áreas asumen la gestión de los canales de ventas, anteriormente a cargo de la Factoría de Primera Línea. Asimismo, se crea una nueva dirección de Servicio al Cliente.
- Adicionalmente, se crea una nueva área de TV, con componente tanto tecnológico como de negocio, para poner un mayor foco en este activo clave para nuestra compañía.
- Factoría de Red e IT se divide en las áreas de Red y Coordinación Tecnología, e IT.
- Se crea la nueva área de Secretaría General, a cargo de Control Interno, Riesgos y Compliance, Servicios Jurídicos, Auditoría y Seguridad.



CEO
Jean-François
Fallacher



**B2C Orange y
Coordinación B2C**
Diego Martínez



**B2C Jazztel &
Low Cost**
Patricia Alonso



B2B
Joaquín Colino



Servicio al cliente
Ignacio López



**Red y coordinación
tecnología**
Mónica Sala



IT
Bruno Chomel



**Finanzas y control
de Gestión**
Stéphane Varret



Secretaría General
Antonio García



**Estrategia,
transformación,
desarrollo negocio y
Negocio Mayorista**
Julio Gómez



Personas
Berta Durán



**Regulación, Asuntos
Públicos y
Sostenibilidad**
Luz Usamentiaga



TV
Nacho García-Legaz

Gobierno de la sostenibilidad

Dado que la sostenibilidad es un elemento clave para Orange y transversal a todas las áreas de negocio de la compañía, la directora general de Regulación, Asuntos Públicos y Sostenibilidad, Luz Usamentiaga, es miembro del Comité de Dirección y responsable de elevar todos los asuntos sobre materia de sostenibilidad al máximo órgano de gestión de la compañía.

El gobierno efectivo de los asuntos ambientales y sociales se desarrolla de forma coordinada con la matriz de nuestro grupo, garantizando el alineamiento estratégico y el aprovechamiento de sinergias para cumplir los compromisos globales de Orange en la lucha contra el cambio climático y la inclusión digital.

Otro de los elementos clave de este modelo de trabajo en Orange España es la Oficina de Sostenibilidad, coordinada desde el área de Responsabilidad Social Corporativa y constituida por un equipo multidisciplinar, donde se integran los responsables de la información no financiera de cada una de las áreas de la compañía. Esto nos permite identificar y gestionar cada uno de los asuntos económicos, ambientales y sociales de forma ágil y transversal.

Además, Orange España ha diseñado e implementado en 2021 un modelo de gestión para integrar los factores y principios ESG en cada una de las áreas de la compañía y maximizar así el impacto positivo de nuestra actividad en la sociedad y el planeta.

Diálogos con grupos de interés

Escuchar a los clientes, empleados, autoridades, partners, sociedad civil y expertos, para entender sus expectativas sociales y ambientales e identificar prioridades.

Matriz de Materialidad

Comunicación

Compartir logros y aprendizajes interna y externamente a través de historias que inspiren.

Informe no Financiero

Medición de impacto

Dar seguimiento a través del cuadro de mando de la sostenibilidad. Mejorar y automatizar los métodos de medición del impacto.

Cuadro de mando de la sostenibilidad

Estrategia y compromiso

Definir objetivos 2025 claros que generen un compromiso a los equipos y sus líderes. Asegurar el alineamiento estratégico con el grupo Europa/OSP.

Estrategia y objetivos

Plan

Identificar oportunidades, priorizar iniciativas escalables, asignar presupuesto y responsabilidades para alcanzar las metas.

Plan Director de Sostenibilidad

Implementación

Ejecutar las acciones por las áreas responsables. Superar los obstáculos. Facilitar la verificación de terceros.

Formación, implementación y auditorías



- Definir las líneas estratégicas y objetivos de sostenibilidad a nivel de grupo.
- Asegurar la comprensión de los objetivos para su implementación local.
- Seguir el desempeño social y ambiental de todas las filiales del grupo.

Grupo Orange/ Europa CSR

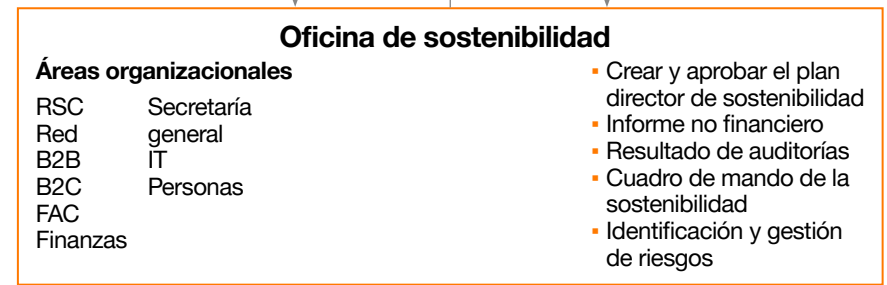
OSP COE

- Aprobar las líneas estratégicas y objetivos de sostenibilidad de OSP.
- Integrar la sostenibilidad al proceso de toma de decisiones de negocio.
- Seguir la evolución de los objetivos de OSP.

Grupo 2025 estrategia y objetivos (anual)

OSP Estrategia de sostenibilidad, objetivos y progreso del Plan director (trimestral)

OSP Estrategia (anual)



Diálogos
Matriz de materialidad

Impacto social y ambiental
Informe no financiero



* Todas las decisiones de inversiones y compras serán definidas dentro del marco delimitado por la gobernanza y responsabilidad de Orange.

Valores que respaldan nuestro desempeño sostenible

(GRI 102-16)

El conjunto de principios de nuestro Código Ético guía nuestra conducta en todas las interacciones que se llevan a cabo dentro de la compañía y hacia el exterior, para garantizar la confianza de nuestros empleados, clientes, proveedores, accionistas, socios y de toda la sociedad en general. Estos principios de acción y de comportamiento están basados en el respeto, la integridad, la calidad del servicio y el espíritu de equipo:

- El respeto es la base fundamental sobre la cual se desarrollan las relaciones con todos nuestros grupos de interés y nuestras actividades de negocio. Este mismo respeto nos lleva siempre a tomar en cuenta el reconocimiento individual, considerando las diferencias entre las personas, y más allá del cumplimiento de las leyes y reglamentos.
- El principio de integridad nos obliga a aplicar rigurosamente el deber de honestidad en el ejercicio de nuestra actividad profesional.
- El compromiso de calidad se aplica a todas nuestras líneas de negocio, y en Orange, todos tenemos un papel importante para conseguir este objetivo. Nuestra ambición es ser reconocidos y recomendados por todos aquellos con los cuales nos relacionamos en el ejercicio de nuestra actividad.
- Y finalmente, la solidaridad y la cooperación son los fundamentos sobre los cuales se inspira el espíritu de equipo con el cual trabajamos en nuestro día a día para conseguir lo mejor de cada uno y como organización.

Nuestros principios de acción y de conducta se inscriben en el marco de los principios fundamentales de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (en particular los relativos a la erradicación del trabajo infantil y forzoso), la OCDE (en particular en lo que respecta a la lucha contra la corrupción), y los compromisos que el Grupo Orange ha adoptado, sobre todo en materia de Responsabilidad Social Corporativa, convirtiéndonos en una de las primeras organizaciones que se inscribieron en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Es importante señalar que el órgano directivo es el primer paso para que el sistema de cumplimiento de todos los principios que inspiran la organización funcione. En otras palabras, estamos convencidos de que desde el órgano de gobierno se tiene que promover la cultura ética al resto de la compañía y, para ellos, los miembros del mismo reciben una formación específica sobre anticorrupción, riesgos penales y comportamientos éticos.

Estos son los principios de acción y compromisos en el ejercicio de nuestra actividad:

Con nuestros clientes: mejorando constantemente nuestros productos y servicios, la calidad de nuestras relaciones en todos los canales, nuestra capacidad de innovación y nuestros procesos con el objetivo de satisfacer sus necesidades y expectativas, así como sus exigencias en materia de seguridad y salud.

Con nuestros accionistas: todos nuestros esfuerzos están dirigidos a aumentar la confianza de los accionistas, con el objetivo de asegurar la rentabilidad de sus inversiones. Para ello, proporcionamos de manera regular, información comprensible, pertinente y fiable y mantenemos una escucha activa, particularmente a través de nuestro club de accionistas. Asimismo, velamos por un respeto escrupuloso de las normas del mercado de valores y por los principios de buena gestión corporativa.

Con nuestros empleados: creemos en la integridad, la capacidad de iniciativa, el sentido de la responsabilidad y la motivación de nuestros empleados. Y por ello, favorecemos el desarrollo de sus aptitudes profesionales y el sentido de la responsabilidad individual. También desarrollamos la inteligencia colectiva de la innovación y del espíritu de equipo. Cabe destacar también que nuestros equipos reflejan la diversidad de culturas y competencias que caracterizan a nuestra organización. No toleramos ninguna forma de discriminación y garantizamos la existencia de mecanismos que permitan a los empleados denunciar infracciones o fraudes y el tratamiento adecuado y diligente para el respeto y la aplicación de las leyes.



Ética y derechos humanos

Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas

(GRI: 102-17)

En Orange España nuestro compromiso con la integridad nos lleva a respetar rigurosamente el deber de honestidad en el ejercicio de toda actividad profesional.

En este sentido, se anima a todos los empleados, a que, si alguna vez son testigos en su entorno de un comportamiento poco ético o contrario a las políticas y procedimientos, informen de sus preocupaciones a su manager, a Recursos Humanos, al Departamento Legal, al Compliance Officer o asesor de ética.

En caso de que los empleados de la compañía detecten acciones que van en contra de la ética, las políticas o los procedimientos de Orange podrán actuar mediante dos canales:

- Alertas por correo electrónico, dirigidas a la dirección buzon.etica@orange.com
- Plataforma “Hello Ethics” del Grupo Orange: <https://orange.integrityline.org>

A través de estas vías, pueden plantear inquietudes sobre infracciones relacionadas con:

- Corrupción, conflicto de interés y fraude.
- Ética.
- Contabilidad, control interno y auditoría.
- Derechos humanos y libertades fundamentales.
- Salud y seguridad de las personas.
- Medioambiente.
- Otras violaciones de las leyes y regulaciones.

Los empleados también podrán realizar preguntas generales o específicas a los expertos de Orange sobre temas relacionados con la ética, el cumplimiento y la RSC. Durante 2021, se han recibido y realizado 12 investigaciones.

El Comité de Ética y Cumplimiento garantiza la protección de los denunciantes que actúen de buena fe, y la confidencialidad de la identidad del denunciante y de la información facilitada en la alerta.

Con nuestros proveedores: construimos relaciones de confianza, de respeto y de integridad con los proveedores, para garantizar el mejor servicio posible a nuestros clientes. Seleccionamos y evaluamos a nuestros colaboradores para que cumplan los Principios de Conducta de Proveedores y ponemos a su disposición mecanismos de denuncia asegurando estricta confidencialidad.

Con nuestros competidores: suscribimos el principio fundamental de una competencia sana y leal, como factor del crecimiento común y fomento de la innovación.

Con todas las otras partes interesadas en los países donde opera el Grupo: respetamos las leyes y reglamentos en vigor, así como las culturas y los países donde estamos presentes. Promovemos el uso de tecnologías de la información y la comunicación al servicio del desarrollo sostenible y contribuimos al progreso de las comunidades locales en las que operamos. Somos conscientes de nuestras responsabilidades y optimizamos nuestro consumo de energía y recursos naturales, integrando las preocupaciones medioambientales en nuestras actividades.

Cabe señalar, finalmente, que aseguramos los recursos necesarios para el cumplimiento de todos estos compromisos.

Operaciones evaluadas y medidas anticorrupción

(GRIS: 205-1, 205-3 y 103-2)

En Orange España sostenemos el principio de “tolerancia cero” ante la corrupción y el tráfico de influencias de cualquier tipo en las actividades que llevamos a cabo. La política contra la corrupción es de aplicación a todos los grupos de interés y su objetivo es ofrecer un marco de principios a seguir en todas las operaciones comerciales, así como la definición de conductas prohibidas que pueden considerarse corrupción o tráfico de influencias.

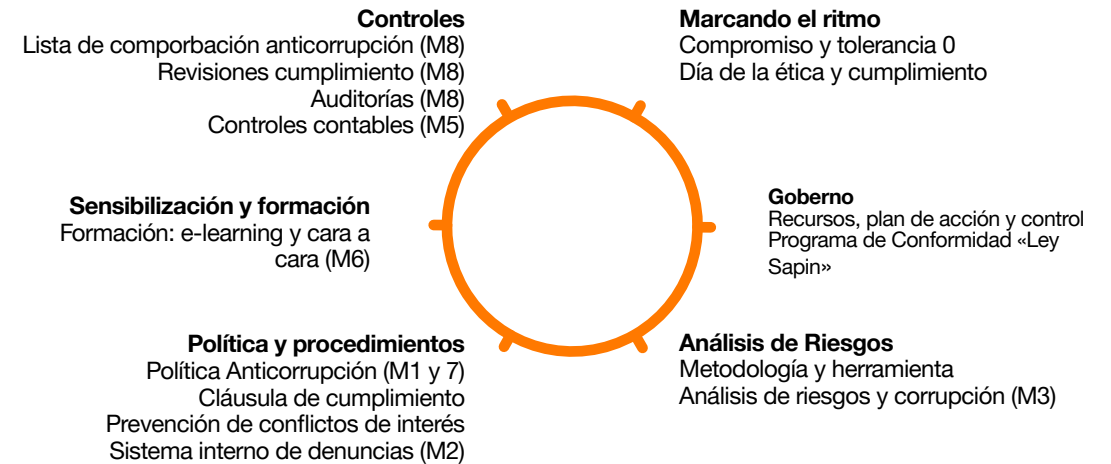
Esta política contra la corrupción se establece de conformidad con el Convenio de la OCDE de lucha contra la corrupción de 1997 y la Convención de las Naciones Unidas Contra la Corrupción de 2003. También cumple los requisitos establecidos por la ley francesa n.º 2016-1691 en materia de transparencia, lucha contra la corrupción y modernización de la economía (conocida como ley Sapin 2) y se constituye un «código de conducta», tal y como se define en el artículo 17 de esta ley. Además, cumple con los requisitos de la ley estadounidense contra las prácticas corruptas en el extranjero y con los de la ley británica contra la corrupción de 2010.

Estas políticas y códigos de conducta rigen sobre las relaciones comerciales que mantenemos en Orange España en el marco de nuestras actividades con una amplia red de personas físicas y jurídicas (proveedores, subcontratistas, clientes B2B, partners de interconexión, etc.). Dichas interacciones varían en complejidad y amplitud, yendo desde proveedores locales hasta partners internacionales, pudiendo presentar varios riesgos para Orange España y para el Grupo Orange, como son:

- Corrupción.
- Sanciones económicas.
- Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.
- Otros riesgos de fraude y cumplimiento.

Para asegurar el correcto desarrollo de todas las relaciones comerciales, hemos diseñado e implementado un proceso de Due Diligence, como un conjunto de verificaciones y controles necesarios antes de firmar o renovar un contrato, con el fin de asegurar que ninguna interacción comercial presenta riesgo potencial para Orange y su imagen de marca, y poder tomar así las decisiones apropiadas.

Planes de acción específicos (prevención de la corrupción)



Además, y para cubrir cualquier riesgo, desde Orange España, como filial del Grupo Orange, participamos en el proceso específico del Grupo Orange: iDDfix.

Su finalidad es disponer de un marco único que reúna los procedimientos de debida diligencia, fraude y cumplimiento, un conjunto completo de herramientas que permita determinar el grado necesario de diligencia debida.

Desde Orange España estamos implementado este proceso para cumplir con los requisitos de las leyes y regulaciones nacionales e internacionales, fortalecer la transparencia, proteger al Grupo Orange y combatir mejor la corrupción.

Operaciones y due diligence (GRIS 205-1, 205-3)	2020	2021
Nº de operaciones evaluadas	1189	1019
Nº de operaciones que no superan la evaluación	29	12
Transgresiones a la buena fe contractual confirmados	7	8

Conflicto de intereses

(GRIS: 102-25 y 415-1)

Entendemos conflicto de interés como la interferencia entre los intereses de la Compañía y los privados del empleado o los de la persona física o jurídica con la que este está vinculado. El conflicto de interés no es en sí mismo una infracción, pero este tipo de situaciones pueden dar lugar en ocasiones a fraude o corrupción. Además, puede suscitar dudas sobre la integridad de Orange España y sus empleados.

Por eso, declarar y gestionar los conflictos de intereses es muy importante para prevenir cualquier consecuencia que pueda ser perjudicial para Orange y sus profesionales, como podrían ser: daño reputacional, riesgos financieros y actos u omisiones que puedan conducir a sanciones penales y medidas disciplinarias.

Cualquier empleado que se encuentre en un escenario de conflicto de interés debe hacer una declaración (lo que se denomina declaración espontánea) a través de los formularios de Vive Orange donde se proporcionarán los datos de la situación. Esta declaración llegará al manager directo y al área de cumplimiento, que tomarán una decisión al respecto y mantendrán informado al empleado sobre el proceso.

La alta dirección, el CEO, N-1 y N-2 y los Managers pertenecientes a las áreas más expuestas, así como todas las personas empleadas en el área de Compras Core y Speed, deben realizar de forma obligatoria una **declaración anual de conflictos de interés**.

Además, en Orange España prohibimos realizar, directa o indirectamente, cualquier tipo de aportación desde la Empresa a partidos políticos (efectivo, objetos de valor, bienes o servicios, préstamos o garantías para préstamos).

Formación en ética y cumplimiento normativo

(GRI: 205-2, 412-2)

En Orange, la integridad y el cumplimiento de la ley son factores esenciales para impulsar con éxito cualquier objetivo de la compañía. Además, cabe recordar que en España las empresas pueden ser responsables penales por los delitos cometidos por sus empleados.

Orange España cuenta con un Sistema de Cumplimiento Normativo que nos dota de un sistema de control cuyo fin es prevenir la comisión de delitos.

La formación es un elemento clave para promover esta cultura basada en la ética y el respeto a la legalidad entre los empleados.

Para ayudarnos a reforzar la importancia del cumplimiento, ser conscientes de los potenciales riesgos que pueden generarse en nuestra actividad y saber cómo evitarlos, todos los empleados de Orange España tienen la obligación de realizar los cursos sobre cumplimiento y prevención de riesgos penales y en materia de anticorrupción que se publican en Orange Learning.

Los empleados que presentan un riesgo potencial mayor, por desempeñar sus tareas en áreas más expuestas por sus relaciones con terceros, así como los miembros del Consejo, reciben una formación presencial. La realización de estas formaciones son objeto de seguimiento por parte del área de cumplimiento.

Con el fin de acentuar aún más su importancia, durante este año, tanto el CEO, como el Chief Compliance Officer, han transmitido una serie de mensajes que recuerdan el compromiso de Orange España con la ética y el cumplimiento normativo, habiéndose formado este año en materia de anticorrupción a más del 75% de los empleados de Orange Espagne.

También sabemos que el compromiso medioambiental, la diversidad, el respeto a los derechos humanos, la inclusión digital, además de ser los ejes de la Responsabilidad Social Corporativa, están en el centro de la transformación de nuestro modelo de negocio. Por eso, desde 2021, ofrecemos formación para que todos los empleados descubran los retos comunes, nuestros compromisos y las claves de un mundo responsable e inclusivo, a través de la plataforma Orange Learning. Durante el 2021, el 66% de los empleados han recibido formación en materia de derechos humano, ética, diversidad e igualdad.

Acciones responsables a lo largo de toda la organización

Fruto de la transversalidad e integración en el negocio de nuestra estrategia de sostenibilidad, desde el equipo de Facturación, Cobros y Fraude, se ha promovido la realización de un autodiagnóstico para identificar acciones con las que apoyar, desde estos procesos, el compromiso de Orange con la sociedad y el planeta en el marco de políticas RSC.

Esto se realiza a través de la prevención de acciones delictivas o identificando a los clientes más vulnerables con el desarrollo de procesos de scoring social.

De igual manera, impulsamos la formación tecnológica de nuestros grupos de interés y apoyamos una cultura de la sostenibilidad gracias a políticas éticamente responsables, como la creación de umbrales de crédito adaptados a las necesidades de nuestros clientes, la comunicación al cliente de situaciones sospechosas de fraude o la aplicación de planes personalizados de recobro.

Por último, también estamos concienciados con la protección del medioambiente, y, por ello, trabajamos en innovaciones en nuestra operativa, como la factura electrónica o el requerimiento de información vía digital, con el fin de disminuir nuestra huella medioambiental.

Acuerdos y contratos con cláusulas sobre derechos humanos, prácticas anticompetitivas e incumplimientos

(GRI 412-3, 206-1 y 419-1)

Durante el ejercicio 2021, el 100% de los contratos de inversión con proveedores o subcontratistas firmados por Orange en España han contenido la cláusula de respeto a los DD.HH.

Asimismo, cabe destacar que no se ha reportado ningún incidente por comportamiento o prácticas anticompetitivas, prácticas monopolísticas y antimonopolio, ni incumplimientos anticompetitivos.

Acuerdos y contratos con cláusulas sobre derechos humanos GRI 412-3	España 2021	Detalles
Contratos de inversión con proveedores o subcontratistas con cláusula de DD.HH.	100%	Todos los contratos firmados por Orange en España

Inteligencia artificial y ética

Conscientes de la necesidad de que la ética guíe también la innovación y las operaciones de Orange España, hemos creado en 2021 un Comité de Ética de la Inteligencia Artificial, responsable de vigilar los usos e impactos de la IA sobre las personas, así como supervisar que los algoritmos de machine learning no tengan sesgos y sean equitativos, justos y transparentes.

Igualmente, garantizará que la IA empleada en Orange España sea implementada éticamente, de manera transparente y democrática, a la vez que coherente con nuestra estrategia, identificando todos los riesgos que conlleva el uso de la IA dentro de los procesos de negocio.

Una de las claves de este comité es su composición multidisciplinar, formado por representantes tanto de las áreas de gestión, como de las áreas operativas de IT, Datos, Seguridad de los Datos, Ciberseguridad, Privacidad de los datos, Compliance, RSC y Gobierno del Dato. El mismo, estará dotado de una visión end to end de los casos de uso y procesos que requieren del uso de la IA, implementando en ellos buenas prácticas, que garanticen la responsabilidad, el buen gobierno y la ética en el uso de estas nuevas tecnologías.

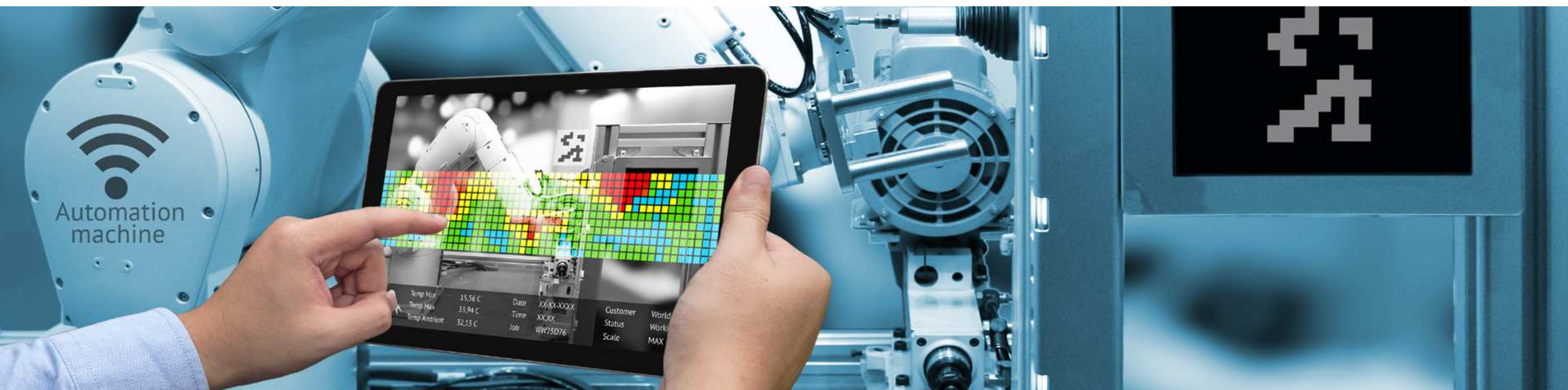
Afiliación a asociaciones

(GRIS: 102-13)

Con el fin de maximizar nuestra contribución al crecimiento y desarrollo sostenible del país, desde Orange España formamos parte de asociaciones, iniciativas y entidades de ámbito nacional e internacional, que nos ayudan a impulsar la transformación digital, promover la innovación, mejorar la competitividad y el desarrollo justo e inclusivo de nuestra sociedad.

Aportamos nuestro talento y experiencia como operador de referencia en el sector de las telecomunicaciones en España, formando parte de la Junta Directiva de Digitales, asociación española para la digitalización, a través de Luz Usamentiaga, actual secretaria general de la asociación. A través de la misma representante, también somos parte de la Junta Directiva de ADigital.

Orange España participa, además, en otras asociaciones sectoriales, comunidades y grupos de trabajo con el fin de contribuir a la generación de conocimiento y el desarrollo de nuestra acción como operador responsable en diferentes ámbitos.



Patrocinios

En Orange, tenemos una larga tradición de apoyo al tenis ya que, desde hace años, colaboramos con prestigiosos torneos, como Mutua Madrid Open en España, aportando soluciones tecnológicas e innovadoras en estos eventos.

Asimismo, nos hemos sumado a la lista de patrocinadores oficiales de la Real Federación Española de Tenis, así como de otros torneos, como Barcelona Open Banc Sabadell – Trofeo Conde de Godó o ATP Mallorca Championships.

La colaboración con estos eventos se integra de forma natural en las señas de identidad de nuestra compañía, como soporte a la celebración y mayor disfrute por parte de sus seguidores, gracias a la conectividad que aportan nuestras redes de última generación y el desarrollo de experiencias innovadoras que les permiten experimentar el deporte del tenis como nunca antes.

Aportaciones

Como parte de nuestro compromiso de transparencia, hacemos público también el importe de donaciones a entidades sin ánimo de lucro y fundaciones realizadas en 2021:

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro 2021

Federación Española Banco de Alimentos	10.000€
Asociación España con ACNUR	35.000€
Asociación Cultural Avanza ONG	22.400€
Fundación FDI	37.238€
Aldeas Infantiles SOS España	30.000€
Donadoo Solidarity	35.000€
Fundación SERES	15.400€
Total	185.038€



Cadena de suministro responsable

(GRI: 102-9, 102-10, 414-1, 414-2, 204-1, 409-1, 308-2, 204-1)

El día a día las organizaciones que se pueden calificar, genéricamente, como entidades “con propósito” no puede ser, de ninguna manera, una labor individual. De poco sirve que una empresa ponga en práctica de forma interna determinados comportamientos o prácticas responsables, social y/o medioambientalmente hablando, si no implica en su labor a toda la cadena de valor de su negocio, lo que incluye, como no puede ser de otra forma, a socios y colaboradores.

Es lo que hoy se conoce como cadena de suministro responsable, entendiendo como tal el aval que ofrece una determinada empresa, ante sus clientes y ante la sociedad en su conjunto, de que todos sus productores, proveedores, distribuidores, proveedores, contratistas, etc., comparten los mismos valores éticos y de responsabilidad social y medioambiental que la propia organización. Y es que los usuarios cada vez valoran más a la hora de elegir una u otra marca o producto, no solo que quien lo comercializa sea garante de la responsabilidad de sus actos, sino también de los de aquellos con los que se relaciona; y de la misma forma, que rompa lazos con los que, de una u otra manera, navegan contracorriente en esa importante labor de construir una sociedad cada vez más justa y sostenible.

En línea con nuestra Política de compras responsables, desde Orange construimos relaciones de confianza y lealtad con todos nuestros proveedores:

- Velando para ayudarles a adoptar una conducta responsable y que puedan ofrecernos productos y servicios dentro del estricto respeto a las normas nacionales e internacionales sobre Derechos Humanos y Laborales, protección infantil, higiene y seguridad.
- Exigiéndoles que prohíban y combatan a través de su actividad la discriminación negativa basada en raza, color, sexo, orientación sexual, idioma, discapacidad, religión, opinión política u otra, origen nacional o social, propiedad, nacimiento u otro estado.
- Instándoles a promover la diversidad y la igualdad de oportunidades y tratamiento en el empleo y la ocupación, así como el absoluto respeto y cuidado, físico y mental de todos sus empleados y colaboradores.

Con el objetivo de demostrar nuestro compromiso con estos principios, a continuación, presentamos algunas de las principales iniciativas de nuestra Política de Compras Responsables:

- La cláusula de RSC en todos los acuerdos marco y contratos locales del Grupo.
- El Código de Conducta que detalla los compromisos éticos, sociales y ambientales.
- Nuestra condición de miembros fundadores de la Joint Audit Cooperation.
- Nuestra participación en la plataforma EcoVadis, asegurándonos, además, de que nuestros proveedores también lo estén.

Para garantizar el cumplimiento de las premisas anteriormente citadas, hemos incorporado a nuestros procesos una serie de herramientas que facilitan la selección y evaluación de nuestros proveedores, teniendo en cuenta criterios de tipo medioambiental, social y ético.

Código de Conducta de Proveedores

(GRI: 414-2, 414-1)

La política de tolerancia 0 en materia de corrupción que tenemos en Orange se aplica tanto en lo que se refiere a empleados, como también a otro tipo de socios y colaboradores. En consecuencia, toda la política de compras y relación con proveedores ha de ser completamente transparente y basada en criterios objetivos y medibles, sin que pueda haber sospecha alguna de trato de favor en ningún caso.

Estas exigencias implican por parte del proveedor suscribir un código de conducta, que incluye:

- Prácticas de responsabilidad social relativas a Libertad de Asociación y el Derecho a la Negociación Colectiva, diversidad y no discriminación, remuneración de acuerdo con la norma legal nacional, horas laborables de acuerdo con las leyes locales, y principios de salud y seguridad.
- Prácticas de responsabilidad ambiental relativas a protección del medio ambiente, protección de recursos naturales y gestión de residuos.
- Prácticas comerciales relativas a anticorrupción, competencia, patrocinio, contribuciones políticas, prevención de lavado de dinero, seguridad y protección de datos.
- No tolerancia a ninguna forma de trabajo forzoso, trabajo infantil o cualquier otro tipo de esclavitud en cualquiera de nuestras operaciones propias o en la cadena de suministro. Cabe recordar que Orange suscribe anualmente la declaración de la Ley de Esclavitud Moderna, que tiene como objetivo eliminar todas las formas de trata de personas, trabajo forzoso o infantil, y que aplica tanto a la empresa como a aquellos con los que trabaja.

A fin de garantizar el cumplimiento de este Código de Conducta para Proveedores, durante la vigencia del Contrato, el proveedor deberá proporcionar a Orange todos los elementos solicitados para garantizar que se está llevando a cabo su cumplimiento. Además, y de forma inmediata, informará a la compañía de cualquier incumplimiento de los principios que pueda llegar a producirse, tanto por parte del propio proveedor como de cualquier subcontratista, así como de las medidas correctivas adoptadas para garantizar el cumplimiento de los principios.

En caso de no suscribir el código de conducta propuesto por Orange, el proveedor habrá de garantizar que su propio código de conducta sea equivalente al de Orange y suscriba los mismos principios.

Con el fin de informar de cualquier circunstancia relacionada con los Principios de Conducta de Proveedores, desde Orange ponemos a disposición de nuestros proveedores un correo específico (buzon.etica@orange.com) en el que podrán reportar sus dudas, sospechas de incumplimiento o preguntas, asegurando estricta confidencialidad.

Evaluación de proveedores

(GRI: 414-2, 409-1 y 308-2)

A la hora de contratar a proveedores, desde Compras de Orange se realiza la selección basándose en una revisión de riesgos a través de preguntas asociadas a 4 temáticas:

- Medioambiente.
- Prácticas laborales.
- Derechos Humanos.
- Ética y cadena de suministro.

Durante 2021, hemos incorporado a estas evaluaciones de riesgos aspectos adicionales relacionados con responsabilidad social corporativa: en concreto, el nivel de implantación y cumplimiento de:

- Ética Corporativa.
- Responsabilidad Social.
- Medioambiente.
- Energía.
- Calidad.

Asimismo, para conocer mejor a nuestros socios, hemos implementado dentro de nuestro programa de cumplimiento, el proceso iDDfix, que facilita la realización de comprobaciones de due diligence, identificando los riesgos de responsabilidad social corporativa, fraude y cumplimiento relacionados con terceros, entre otros.

Además, en 2021, hemos integrado en la herramienta de Procesos de Compras OSP, MyProc, el cuestionario evaluación iDDfix en materias medioambiental, legal, RSC y seguridad y salud, con el objetivo de conocer mejor a nuestros proveedores. Cabe señalar, por otra parte, que participamos de la alianza JAC y operamos con la plataforma ECOVADIS para evaluar el sistema de sostenibilidad de nuestros proveedores:

- **JAC:** se trata de una alianza de operadores a través de la cual compartimos recursos y mejores prácticas para implementar los principios de responsabilidad y sostenibilidad en las diferentes capas de la cadena de suministro de TIC a nivel internacional.
- **ECOVADIS:** Todos los proveedores de Orange que superen un determinado volumen de negocio son invitados a superar la certificación Ecovadis. A través de esta plataforma on-line, que califica el nivel de sostenibilidad en las compañías, hemos puesto en marcha una iniciativa de compras sostenibles para vigilar y velar por el desempeño social y ambiental de nuestros proveedores. Adicionalmente, nos permite priorizar las compras en categorías de riesgo con criterios de RSC.

En los análisis de compliance recurrentes por proveedor realizados a lo largo del ejercicio 2021, no hemos identificado ninguna situación relativa a responsabilidad social corporativa (incluida la evaluación relativa a trabajo forzoso) que haya implicado rescindir la relación comercial.

Evaluación de proveedores GRI 414-2 y 308-2	2020	2021
Nº de proveedores evaluados en relación con los impactos sociales y ambientales	15	40(*)
Nº de proveedores detectados con impacto ambiental negativo	0	0
Nº de proveedores detectados con impacto social negativo	0	0

* Orange promociona entre sus proveedores la obtención de la certificación Ecovadis. De 10 proveedores invitados en 2021, dos de ellos consiguieron superar la evaluación y obtener el certificado (incluidos en *)

Cambios e impactos de la cadena de valor

(GRI: 102-10)

Durante el año 2021, no se han producido cambios significativos a lo largo de la cadena de suministro.

Además, resulta relevante mencionar que el 83% del gasto gestionado por el departamento de Compras de Orange España se realiza con proveedores con NIF español, y el 97% con proveedores con identificador europeo, generando un importante impacto regional.



2

**Sostenibilidad
integrada en el
negocio**

Estrategia de crecimiento y compromisos 2025

(GRI: 102-15)

Ejemplaridad en responsabilidad social y ambiental

En Orange estamos convencidos de que en los próximos años no será posible un desempeño económico sólido si este último no va acompañado de un desempeño ejemplar en temas sociales y ambientales. Por este motivo, nuestro posicionamiento se basa en un modelo de negocio responsable comprometido con nuestros empleados, clientes y la sociedad, en definitiva, un modelo de negocio que busca el crecimiento sostenible y responsable.

Promovemos la inclusión digital para que todos puedan beneficiarse de la revolución digital. Además de comprometernos a proporcionar cobertura en las zonas rurales, desde Orange nos hemos implicado en la formación y apoyo a las personas que están a día de hoy al margen de la digitalización porque estamos seguros de que eso significa exclusión social y laboral en un futuro inmediato.

Para combatir el cambio climático, como Grupo hemos fijado el ambicioso objetivo de ser neutro en carbono para 2040, en línea con el compromiso asumido por la industria de las telecomunicaciones (GSMA), un verdadero reto teniendo en cuenta el incremento del tráfico de datos en las redes. Para lograrlo, nos hemos comprometido a realizar nuevas inversiones en energías renovables, promoviendo la economía circular y mejorando la eficiencia energética.

Plan Back to Growth

Sobre la base del plan estratégico de la compañía, Engage 2025, Orange España ha acometido un ambicioso proyecto de transformación, bautizado como «**Back to Growth**», con el objetivo de impulsar el negocio de la compañía y seguir contribuyendo a la recuperación de la economía española. Este plan «**Back to Growth**» se apoya en los siguientes pilares y acciones concretas:

Customer obsession

- Gran foco en la experiencia de cliente.
- Optimización de las herramientas y simplificación de procesos.
- Transformación del modelo de relación con nuestros clientes, con un enfoque especial en la mejora del canal digital y en la experiencia omnicanal.

B2C

- Seguir avanzando en la mejora del desempeño comercial, apoyada en nuestra variada oferta de productos y servicios para diferentes perfiles de cliente.
- Simplificación del porfolio de marcas, adaptado a la realidad actual del mercado:
 - Orange: marca premium para segmento de valor.
 - Jazztel: value for money.
 - Low Cost: simplicidad en ofertas y tarifas.

B2B

- Reorganización del negocio de Empresas para ganar en eficiencia uniendo todas las actividades B2B en una única dirección.
- Desarrollo de un plan de transformación del negocio B2B, revisando todos los procesos y el customer journey.
- Diseño de un porfolio más atractivo para autónomos y pymes, así como de una estrategia de apoyo a las pymes en su digitalización y captación de fondos europeos para su transformación tecnológica.

Back to Growth





Red




- Consolidación de la posición de liderazgo de Orange en materia de infraestructuras de telecomunicaciones gracias a nuestros ambiciosos proyectos de inversión la extensión de redes de fibra (más de 16 millones de hogares y negocios conectados, segunda mayor red FTTH en España), 4G (más del 98% de cobertura poblacional al final del año) y también 5G (más del 58% de cobertura poblacional en 2021).
- Avance en el despliegue de la tecnología 5G en España, tras confirmar a Orange como el operador español con mayor cantidad de espectro en las 2 bandas prioritarias para el despliegue de esta tecnología: 523 millones de euros invertidos en la adquisición de frecuencias 5G, alcanzando 110MHz en la banda de 3,5GHz y 2x10MHz en la banda de 700MHz.
- Primer operador en lanzar en cinco ciudades en España la nueva Fibra 10Gbps (tecnología XGSPON) para clientes residenciales.

Nuestra estrategia de lucha contra el cambio climático y apuesta por la inclusión digital está intrínsecamente ligada a nuestro plan estratégico, alineándose el cumplimiento de los objetivos estratégicos y las necesidades de todos nuestros grupos de interés.

1



Foco en el cliente y en la primera línea



-  Atención al cliente 360
-  Mejora del "Customer Journey"
-  Anticipación a la necesidades del cliente.

1Red
que más personas
conecta en España

2



Foco en el «core business»



-  Apuesta por la inversión en infraestructuras y excelencia en el servicio
-  WiFi-6, la más avanzada tecnología de conectividad

5G 

3



Simplificación de procesos

-  Optimización de tiempos de entrega del servicio
-  Personalización de los servicios para cada cliente

Love


Diálogo para un mundo digital so stenible

(GRIs 102-40, 102-42, 102-43, 102-21)

Ecosistema de grupos de interés

(GRI 102-43)

En Orange creamos las condiciones para un diálogo fluido y transparente con los diferentes grupos de interés, porque sabemos que trabajar conjuntamente es la mejor forma de promover un mundo digital responsable, más sostenible e inclusivo para todos.

La identificación de nuestros principales grupos de interés se lleva cabo internamente, tomando como marco la norma AA1000 de Accountability, sobre cuyos principios de inclusión, materialidad y capacidad de respuesta, basamos nuestro diálogo.

El listado de estos grupos de interés se muestra en el siguiente diagrama:

<p>Sociedad</p> <p>Líderes de opinión y expertos</p> <ul style="list-style-type: none"> Líderes políticos Personalidades influyentes, artistas, activistas, religiosos... Sociólogos, de las TIC, transformación social, cambio climático, competencias digitales, ciberseguridad <p>Organizaciones no gubernamentales</p> <ul style="list-style-type: none"> Medioambientales Para el desarrollo socioeconómico Redes de empresariales sociables <p>Medios de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Prensa, radio, televisión Blogs, redes sociales, comunidades online <p>Asociaciones y fundaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> Consumidores y usuarios Protección de la infancia Salud Discapacidad Población en riesgo de exclusión social Derechos Humanos Comunidades 	<p>Negocio</p> <p>Proveedores</p> <ul style="list-style-type: none"> Red Fabricantes Centros de atención al cliente Desarrolladores Proveedores generales Propietarios inmobiliarios <p>Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> Distribuidores Tiendas Orange Franquiciados Tiendas Orange Personal de primera línea <p>Asociaciones sectoriales</p> <ul style="list-style-type: none"> De operadores de comunicaciones RSC <p>Educación</p> <ul style="list-style-type: none"> Centros educativos y universidades Centros de investigación Centros de formación <p>Empresas colaboradoras</p> <ul style="list-style-type: none"> Partners Star-ups 	<p>Clientes Particulares</p> <ul style="list-style-type: none"> Urbanos Rurales Desempleados Estudiantes <p>Empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> Grandes empresas Pymes Autónomos
	<p>Internos Empleados</p> <ul style="list-style-type: none"> Empleados de todas las áreas, managers, miembros del comité de dirección, representantes de los trabajadores 	<p>Administración</p> <p>Administraciones públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> Gobierno central Gobiernos autonómicos y locales <p>Organismos internacionales</p> <ul style="list-style-type: none"> OMS ONU <p>Organismos de regulación</p> <ul style="list-style-type: none"> De telecomunicaciones De control y normalización

Grupos de interés	Canales de comunicación	Frecuencia
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> A través de la primera línea de atención en tiendas, telefónica o WhatsApp Desde las apps de MiOrange, Jazztel y Simyo Encuestas de satisfacción, blogs y comunidades 	<p>Canales abiertos, comunicación permanente</p> <ul style="list-style-type: none"> El 70% de los contactos con nuestros clientes se realiza a través de canales digitales, habiendo crecido un 10,7% este año. Más de 3,8M de clientes utilizaron Whatsapp como canal de atención (+24% crecimiento anual)
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> Intranet ViveOrange Reuniones de área, de compañía y sesiones de la Oficina de Sostenibilidad Participación activa de los empleados en los diálogos con grupos de interés Encuesta de clima y barómetro social. Comisiones adhoc con la representación legal de trabajadores Lanzamos “Pasión por nuestros Clientes”, como respuesta a una de las principales prioridades del plan Back to Growth: “foco en el Cliente y la 1ª Línea 	<p>Canales abiertos, comunicación diaria</p> <ul style="list-style-type: none"> Mantenidas 3 sesiones asamblearias de la oficina de sostenibilidad y reuniones ad hoc con todos los equipos. 3 miembros del Comité de Dirección, 5 Directivos y 18 expertos de diferentes áreas participaron en 2021 a través de entrevistas y talleres en el Diálogo para un mundo digital responsable. Comités de seguridad y salud en todas las sociedades y centros con representación de los trabajadores, a través de los que puede ejercerse el derecho de consulta y participación. 147 empleados participando en las actividades de Tienda y Call Center
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> Medios de comunicación: entrevistas, ruedas y notas de prensa, RRSS (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn,...) Orange.com, Hablemos de Empresas, fundacionorange.es, Somosresponsables.orange.es, Solidarios Orange, Es un mundo nuevo... Nobbot.es y Blog.Orange.es Encuestas y estudios de mercado Expertos: foros, eventos y entrevistas 	<p>Canales abiertos, comunicación permanente</p> <ul style="list-style-type: none"> Más de 290.000 conversaciones en redes sociales
Negocio	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones con proveedores, partners y asociaciones 	<p>Canales abiertos de comunicación permanente</p>
Administraciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones; reportes; línea telefónica Informes (Informe de Sostenibilidad) 	<p>Diálogo activo con todas las administraciones en 2021:</p> <ul style="list-style-type: none"> 47 reuniones con Ministerios 90 con Comunidades Autónomas y 266 con Ayuntamientos / Diputaciones

Mantenemos con todos ellos un diálogo natural y cercano a través de diferentes canales, lo que nos permite acelerar la identificación de nuevas necesidades sociales o en materia medioambiental, así como otras temáticas emergentes, asuntos estratégicos o de gran impacto. De esta forma, podemos desarrollar una estrategia de sostenibilidad imbricada en nuestro negocio, priorizando, gracias a las conclusiones extraídas de este diálogo, iniciativas que maximizan el impacto positivo en las personas y el planeta.

Esta escucha, estructurada y continua, nos ayuda a mantener actualizada la matriz de materialidad, así como a identificar riesgos, necesidades emergentes y oportunidades de colaboración y codesarrollo.

En la tabla de la página anterior, el detalle de los canales que nos permiten establecer un diálogo abierto y continuado con todos los grupos de interés.

Tal y como se puede apreciar en la tabla, la comunicación con los empleados es uno de los pilares a partir de los que se genera valor en Orange. Por ello, mantenemos un diálogo continuo con todos nuestros profesionales a través de diferentes canales, con el objetivo de informar, escuchar y poner en marcha acciones que den respuesta a sus necesidades y ayudan a mejorar día a día la estrategia de la compañía.

Un claro ejemplo de ello es la comunicación a través de la intranet, con artículos, vídeos, y entrevistas, que ofrecen la opción de comentar de forma abierta y participativa. Por otro lado, se realizan también comunicados específicos sobre temas de interés; una newsletter semanal; retransmisiones vía streaming, con participación del empleado a través del chat o la herramienta de comentarios; encuentros de área o temáticos; y, por supuesto, la vía de escucha abierta a través de los canales de escucha de los buzones de Comunicación Interna y Cultura.

Además, periódicamente realizamos encuestas, como el barómetro, el pulso o el OHI, para conocer el clima de la organización y diseñar planes de acción que refuercen los aspectos más demandados. También se realizan encuentros con grupos reducidos de empleados para profundizar en temas concretos y reforzar el alineamiento y la escucha.

Los medios de marca son soportes propios con los que también contamos en Orange para conectar con nuestros grupos de interés, como una vía importante de comunicación con la sociedad sobre distintas cuestiones que se hallan en el corazón de nuestra actividad. Asimismo, contribuyen, mediante contenidos

atractivos, a la divulgación de nuestra aportación, como compañía, al cumplimiento de los ODS, mediante nuestras acciones para impulsar la sostenibilidad, la inclusión digital, el uso responsable de la tecnología, el medioambiente, la innovación, el emprendimiento, etc. Todas ellas, y muchas más, son temáticas que abordamos desde los distintos medios que promovemos, como son como ByOrange, Hablemos de Empresas, PopTV y Nobbot, cuyos contenidos se difunden también a través de nuestros perfiles en redes sociales. Entendida así, la información se convierte en un servicio más que ofrecemos a la sociedad para contribuir al desarrollo colectivo a través del conocimiento sobre todas aquellas cuestiones que dan forma al futuro.

En 2021, hemos querido, además, entender mejor cómo la crisis ha alterado los hábitos, necesidades y retos de la sociedad en su conjunto, y saber qué se espera de un operador como Orange en este contexto para apoyar la transformación digital de la forma más responsable.

Para ello, a través de encuestas, entrevistas y workshops, hemos realizado un estudio consultando a más de 220 personas, una muestra representativa de nuestros diferentes grupos de interés: clientes, administraciones públicas, sociedad civil, proveedores, expertos de todas las áreas de la compañía, etc. En dichas entrevistas les preguntamos cuestiones tales como qué está cambiando (o no) en el mundo post-Covid o cómo podemos trabajar juntos para promover un mundo digital responsable, entre otras.

Matriz de materialidad

(GRIs 102-44, 102-46 y 102-47)

A partir de este diálogo hemos determinado los temas materiales (económicos, sociales o ambientales) según la siguiente metodología:

- 1** **Identificación de temas**
 Aspectos económicos, sociales y ambientales más relevantes.
- 2** **Evaluación**
 Priorización de los temas identificados a través de la matriz de Materialidad.
- 3** **Determinación de la cobertura**
 Descripción del impacto e implicancia de la organización
- 4** **Revisión**
 Reconsideración de los temas materiales en base a feedback y contexto.

Si bien se mantienen las principales líneas estratégicas del plan Engage 2025, el contexto -social, económico y sanitario- actual ha dibujado nuevos retos y oportunidades para que Orange contribuya al bienestar de nuestra sociedad, la recuperación económica de España y la sostenibilidad del planeta.

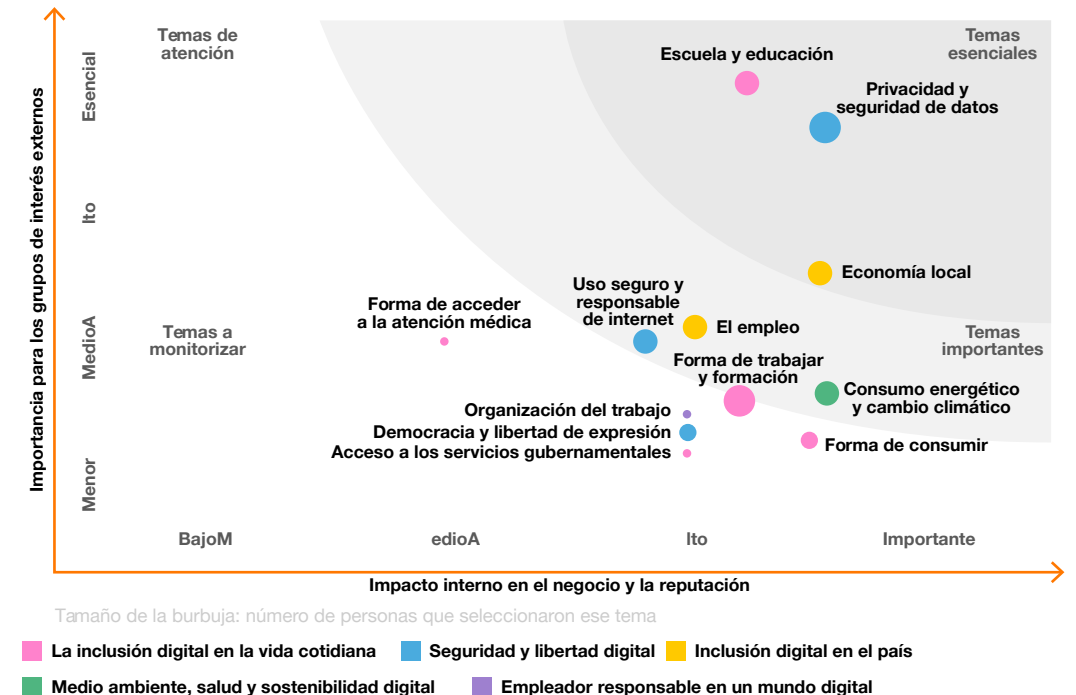
Gran oportunidad para desarrollar la cercanía a los clientes de Orange España y crear diferenciación a través de la RSC

<p>Oportunidad para desarrollar la cercanía con clientes a través de la RSC</p> <ul style="list-style-type: none"> Hacer que la tecnología sea útil para los ciudadanos. Brindar servicios esenciales a la sociedad. Facilitando las relaciones humanas. Hacer la vida de nuestros clientes más fácil y sostenible. <p style="text-align: right;">32%</p>	<p>Mejorar la imagen de marca y comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Capitalizar la imagen de las telcos durante el COVID Dar visibilidad a las acciones de RSC y compartir mejores practicas <p style="text-align: right;">21%</p>	<p>Compromiso con la sostenibilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> Uso responsable y sostenible de la información y las comunicaciones Desarrollar una visión de mediano y largo plazo <p style="text-align: right;">18%</p>	<p>Las alianzas son clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Más alianzas público privadas Impulsar la innovación Responsabilidad de todos los grupos de interés para aprovechar los fondos europeos Involucrar a los empleados 18% <p>Crear diferenciación promoviendo inclusión digital</p> <ul style="list-style-type: none"> Ser un facilitador de la digitalización Facilitar el uso de la tecnología a personas vulnerable Conectado e inclusivo 12%
---	--	--	---

Estos aprendizajes nos impulsan a evolucionar nuestro rol de socio digital inclusivo, confiable y sostenible para la sociedad y las empresas españolas, a través de:

- Alfabetización digital**
 Proveer equipamiento, conectividad y **habilidades digitales** a niños, maestros, escuelas y personas mayores, contribuyendo a la digitalización de la sociedad con productos y servicios simples para su vida cotidiana.

 Desarrollar productos y servicios para la **digitalización de las pymes**, promoviendo colaboraciones público-privadas facilitando la transformación productiva del país.
- Privacidad y seguridad**
 Ayudar a nuestros clientes a tener una experiencia online segura, protegiendo su privacidad y datos gracias a los **servicios de ciberseguridad** y el desarrollo de su **identidad digital** de forma responsable.
- Telco verde**
 Compromiso claro con la **neutralidad en carbono** y la eficiencia energética, más allá de nuestra huella; ayudando a otros sectores de la economía a ser más sostenibles a través de la digitalización.



Impactos e ingresos generados

(GRI: 207-1, 207-2, 201-1, 203-1, 102-7)

En términos de impacto, Orange es motor de actividad económica en España a través de la construcción de infraestructuras de telecomunicaciones, la disponibilidad de red y conexión, el transporte y la distribución de nuestros productos, contribuyendo a la generación de valor, desarrollo económico y empleo directo e indirecto a lo largo de toda la cadena de valor y en toda la geografía española, incluido el entorno rural:

Valor económico generado y distribuido Orange Espagne

GRI 201-1, 102-7 y 203-1

¹ La reducción de los resultados se debe a un cambio en la metodología de cálculo de los impactos fiscales

Aportación al PIB	2020	2021
Contribución económica Directa (M/€ año)	4.268€	4.425€
Remuneración de Personal (M/€ año)	259€	397€
Impuestos pagados (M/€ año) ¹	272€	218€
Inversiones (Capex)	566€	644€
Otros servicios y suministros pagados (M/€ año)	1.755€	1.908€
Pagos por otros Conceptos (M/€ año)	1.416€	1.258€
Resultados financieros		
Ventas Netas (M/€ año)	4.471€	4.272€
Fondos Propios (M/€ año)	4.325€	3.711€
Humanos		
Empleo directo (total empleados)	-	2.816
Mujeres en plantilla (%)	-	41%
Mujeres en puestos gerenciales (%)	-	32,9%
Formación (total horas)	-	75.904
Sociales		
Inversión Orange empresa (M/€ año)	1,22€	1,68

La política fiscal de Orange se basa, fundamentalmente, en asegurar el cumplimiento de la normativa partiendo de una interpretación razonable de la regulación, atendiendo a las resoluciones vinculantes de la Administración y/o a la jurisprudencia nacional y comunitaria, así como al compromiso en la aplicación de las buenas prácticas tributarias. Estas buenas prácticas se refieren tanto a tareas de compliance y de asesoramiento recurrente al negocio, como a la participación en proyectos especiales y en nuestra relación con la administración tributaria. Todo esto tiene como objetivo evitar riesgos fiscales, procurando la eficiencia en apoyo a la estrategia empresarial de la compañía.

La política fiscal de Orange España se manifiesta en el pago de los impuestos directos e indirectos que gravan nuestra actividad, repercutiendo positivamente a la creación de valor a largo plazo y favoreciendo el desarrollo económico del país.



Subvenciones públicas

(GRI: 201-4)

Durante 2021, Orange ha participado en las siguientes iniciativas con subvención pública:

Panoramix:

- Objetivo: Desarrollar una plataforma prescriptiva que sirva como herramienta end-to-end de todos los procesos de toma de decisiones en tiempo real y con garantías de calidad en todos los procesos. En concreto:
- Presupuesto: 1.284,9 K€
- Subvención: 321,2k€ (Red.es) no reembolsable.

IoTSegura:

- Objetivo: construir una plataforma avanzada y sofisticada que permita probar la seguridad del ecosistema de IoT de una forma óptima, homogénea y actualizada.
- Presupuesto: 589,3K€
- Subvención: 226k€ reembolsables (i=0%) y 96,7k€ no reembolsables (CDTI)

Riesgos y oportunidades

(GRIS: 102-11, 102-15 Y 102-30)

Nuestro plan estratégico Engage 2025 y nuestras actividades están expuestos a una serie de riesgos que pueden afectar a nuestros grupos de interés, dificultar el cumplimiento de nuestros objetivos, suponer obligaciones legales o erosionar nuestra imagen o marca. Por ello, el sistema de gestión de riesgos implantado en Orange es una pieza clave al efecto de identificarlos y adoptar las medidas oportunas para limitar los impactos negativos.

El modelo de gestión de riesgos de Orange España se enmarca en la metodología desarrollada por el Grupo Orange y se rige por los principales estándares internacionales, tales como COSO (Committee of Sponsoring Organizations, de la Comisión Treadway), COSO ERM y la norma ISO 31000, que facilitan y sirven de referencia en la compañía para el establecimiento de las políticas y metodologías de control y gestión de riesgos.

Adicionalmente, nuestro modelo de gestión de riesgos se basa en una serie de principios, básicos de entre los cuales destacan el alineamiento con la estrategia de la compañía y el cumplimiento de la normativa vigente y la comunicación fiel y fiable de los riesgos a los cuales estamos expuestos.

Nuestros sistemas de control interno y gestión de riesgos abordan los diversos riesgos operativos, legales, financieros y no financieros a los que se puede enfrentar Orange. Estos sistemas se basan en una organización y unos procedimientos puestos en marcha por la Alta Dirección, el Comité Ejecutivo y los empleados, con el objetivo de proporcionar la seguridad razonable de que Orange cumplirá sus objetivos operativos, conforme a las leyes y reglamentos actuales, y publicará información financiera y no financiera fiable.

Gobernanza de los riesgos

La existencia de un modelo de gobierno y organización adecuado es esencial para poder gestionar el riesgo de forma eficiente y conforme a las directrices de la matriz.

Aunque en Orange España la gestión de riesgos se centraliza, dentro del área de Secretaría General, en el Departamento de Control Interno, Riesgos y Compliance, esta actividad involucra a toda la organización, de forma coordinada y bajo supervisión de los órganos de gobierno de Orange España y del Grupo Orange.

La **Comisión de Auditoría**, en su función delegada del Consejo de Administración, vela por la eficacia de los sistemas de control interno y de gestión de riesgos, supervisando la exposición de la compañía a los riesgos más críticos. Además, la Comisión de Auditoría tiene la función de supervisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera y no financiera preceptiva y presentar recomendaciones o propuestas al órgano de administración, dirigidas a salvaguardar su integridad.

El **Grupo Orange** cuenta con una Dirección específica encargada, entre otras funciones, de la supervisión de la eficacia e implantación de los sistemas de auditoría interna, gestión de riesgos y de control interno en las entidades del grupo.



En materia de coordinación local de la gestión de riesgos, Orange España cuenta con un Comité de Riesgos Local organizado de manera semestral por el Departamento de Control Interno, Riesgos y Compliance, y que soporta y complementa el trabajo realizado por otros comités de gobernanza.

El marco de gestión de actividades y riesgos se basa en una estructura transversal y colaborativa, organizada en tres líneas de control:

- La primera línea proporciona productos y servicios operativos, gestiona los riesgos de las operaciones en línea con los requisitos de la segunda línea.
- La segunda línea define, despliega, gestiona y evalúa los sistemas de gestión de riesgos y de control interno del Grupo.
- La tercera línea proporciona un aseguramiento de los riesgos independiente y objetivo.

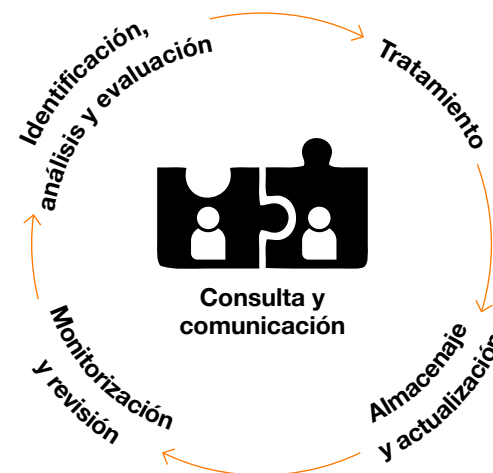
1ª línea	2ª línea	3ª línea
Áreas Operativas	<ul style="list-style-type: none"> ■ Control interno ■ Riesgos ■ Cumplimiento ■ Legal ■ Fraude telco ■ Fraude no telco ■ Seguridad de la información 	Auditoría interna

← Comunicación - Cuadro de mandos - Alertas →

Proceso de gestión del riesgo

Se mantiene un proceso de gestión dinámico para identificar, evaluar, gestionar y reportar riesgos de forma periódica.

Proceso de gestión de riesgos en OSP



Cada riesgo se define como un acontecimiento potencial cuyas consecuencias, de producirse, podrían impedir que Orange llevara a cabo su misión, cumplir sus compromisos o alcanzar sus objetivos, o que afectara a las personas, los activos, los resultados y la situación financiera de Orange, o al medio ambiente o a la reputación de la entidad o del Grupo.

Identificación

Periódicamente, se lleva a cabo un ejercicio de actualización y revisión de los riesgos de la compañía:

- Ejercicio “top-down”: revisión de los riesgos con los miembros del Comité de Dirección.
- Ejercicio “bottom-up”: revisión de los riesgos con las áreas operativas.

Los directores encargados de la evaluación y gestión de los riesgos son también los responsables de la identificación y escalada de circunstancias nuevas y emergentes que pueden poner en peligro la estrategia de la compañía. Gracias a este ejercicio, al ser un análisis procedente de diferentes fuentes (dirección, áreas operativas, función de riesgos, etc.), la identificación de riesgos es muy completa.

Diversidad de riesgos

Nuestro universo de riesgos incluye tanto estratégicos como financieros, operacionales y de cumplimiento, a los que estamos expuestos como compañía del sector de las telecomunicaciones.



Análisis, evaluación y tratamiento

El análisis de las causas y consecuencias complementa y afina la descripción del evento de riesgo e influye en el nivel de probabilidad o en el nivel de impacto de este. En función de la valoración de su probabilidad e impacto, todos los riesgos que identificamos se ubican en un Mapa de Riesgos. Según la zona donde se ubique, la criticidad del riesgo puede ser bajo, moderado, alto o muy alto. Su inclusión en el mapa de riesgos refleja el principio de la prevalencia del análisis de impacto (basado en las consecuencias) sobre el análisis de probabilidad (basado en las causas).

Los directores responsables de riesgos en Orange evalúan y definen:

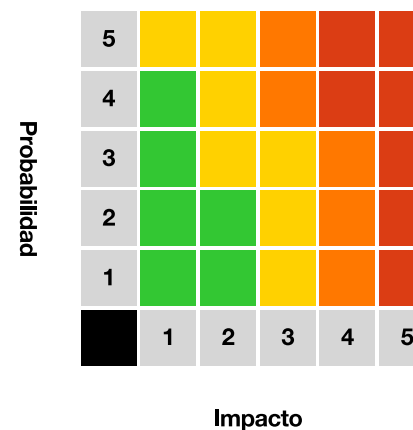
- La probabilidad y el impacto del riesgo conforme a la metodología implantada. Entre los posibles impactos están el Financiero (Fraude/otros), de Negocio, a las Personas y de Imagen/Reputación.
- Los controles implantados y su monitorización.

Una vez identificados, analizados y evaluados los riesgos a los cuales se enfrenta la compañía, se aplica la regla de las 4 Ts, seleccionando la opción más adaptada al riesgo y contexto de la compañía:

- Tratar** el riesgo identificado mediante los planes de acción definidos para cada uno, con base en los recursos disponibles en la compañía. Estos planes de acción son gestionados por sus responsables, tienen fechas de finalización estimadas y su grado de avance es monitorizado con regularidad.
- Tolerar** el riesgo tal y como está, en caso de que se considere aceptable.
- Transferir** el riesgo a un tercero (banco, proveedor, stakeholders, etc.), en caso de que no se considere aceptable para la propia organización.
- Terminar** la acción que genera el riesgo (venta de una subsidiaria, finalización de la venta de un producto, etc.), en caso de que no se pueda ni tratar, ni tolerar, ni transferir.

Seguimiento y reporte

La cuarta etapa del proceso de gestión del riesgo contempla todas las actividades de seguimiento y reporte de los riesgos. La naturaleza evolutiva de los riesgos pone de manifiesto la necesidad de seguimiento de estos mediante actividades de reporte presentes dentro de la compañía. Estas actividades de reporting permiten que la alta dirección sea conocedora de la situación actual de los riesgos y sus planes de acción, para, en lo posible, habilitar una mejor toma de decisiones.



Contexto, riesgos y oportunidades

El cambio constante que caracteriza al entorno en el que desarrollamos nuestra actividad requiere de una revisión continua de las tendencias, riesgos y oportunidades que podrían afectar a la compañía.

Consideraciones tecnológicas

Riesgos

- Fallos de red y continuidad del servicio
- Ciberamenazas
- Incremento de la complejidad de las redes (mayor uso de datos, virtualización de la red...)
- Obsolescencia

Oportunidades

- Mejora de la conectividad
- Ciberseguridad
- Digitalización de las actividades laborales y del modelo de negocio
- Mejora de la experiencia del cliente

Consideraciones económicas

Riesgos

- Presión en los precios y márgenes
- Concentración de proveedores
- Impacto económico por la crisis Covid-19
- Interrupciones en la cadena de suministro

Oportunidades

- Mayor demanda de conectividad
- Oportunidades de innovación y desarrollo de nuevas soluciones y servicios
- Compartición de redes

Riesgos y oportunidades

Consideraciones sociales

Riesgos

- Brecha digital
- Fuga de datos, privacidad
- Desconfianza hacia nuevas tecnologías (5G, IA, etc.)
- Incumplimiento de los derechos humanos por terceros vinculados a Orange

Oportunidades

- Despliegue y ampliación de la cobertura de redes fijas y móviles
- Apoyo al uso responsable de las tecnologías
- Desarrollo de soluciones inclusivas y accesibles
- Acceso a la educación, información y trabajo

Consideraciones medioambientales

Riesgos

- Impacto de eventos climáticos extremos
- Incremento de las obligaciones regulatorias
- Incumplimiento de los compromisos de la compañía

Oportunidades

- Reducción del uso de CO2 mediante nuevas tecnologías
- Desarrollo de nuevas soluciones bajas en carbono
- Desarrollo de la economía circular
- Movilización de los grupos de interés (clientes, empleados, regiones, ONG's.)

Gestión de los riesgos ESG

Los riesgos ESG son particularmente relevantes en el contexto en el que desarrollamos nuestra actividad y, por ello, en Orange España contamos con la involucración de toda la organización en la detección y gestión de los riesgos ESG.

El Comité Ejecutivo de Dirección, compuesto por el consejero delegado y los directores generales, es el órgano ejecutivo encargado de desarrollar e implementar la estrategia de sostenibilidad y garantizar la integración de los aspectos sociales, ambientales y éticos en los procesos de toma de decisión realizados al más alto nivel.

Por último, la Dirección General de Regulación, Asuntos Públicos y Sostenibilidad, que depende directamente del consejero delegado y se encuentra presente en el Comité Ejecutivo de Dirección, asume funciones de coordinación e impulso de la Estrategia de Sostenibilidad de Orange España, además de ser la dirección responsable de asegurar el debido cumplimiento del Plan de Vigilancia. Esta Dirección cuenta con una oficina de Sostenibilidad, que vigila y apoya el despliegue de la estrategia ESG en la compañía, incluyendo la gestión de sus riesgos en colaboración con el Risk Manager de la entidad.

Desde la función de Gestión de Riesgos, abordamos y consideramos las temáticas ESG en nuestros procesos, agrupando los riesgos que gestionamos en materia de ESG en cuatro bloques o "clusters":

- Salud y seguridad de las personas.
- Compromisos sociales/compromiso Orange (contrato social).
- Daños al medioambiente/clima.
- Cumplimiento de leyes, regulaciones u obligaciones en materia de Vigilancia Debida.

Estos riesgos son revisados y actualizados dos veces al año, y al final del ejercicio son reportados y revisados con la Dirección de Riesgos y la Dirección de RSC del Grupo.

Adicionalmente, la función de Control Interno despliega y revisa cuestionarios de Control Interno sobre la madurez de las funciones de Riesgos y RSC, para garantizar un adecuado despliegue y alineamiento del entorno de control con el Grupo.



Basándonos en el principio de precaución, en relación con las garantías y provisiones derivadas de riesgos medioambientales, durante el ejercicio 2021, la Compañía continúa desarrollando, tanto a nivel local como a nivel global, varios programas de seguros con objeto de mitigar la posible materialización de algún incidente derivado de riesgos de responsabilidad medioambiental y/o de catástrofes naturales, que garanticen la continuidad de su actividad. Tenemos en vigor una cobertura de todo riesgo, daños materiales y lucro cesante, con objeto de cubrir las pérdidas materiales, daños en activos y pérdida de ingresos y/o clientes, entre otros, como consecuencia de eventos de la naturaleza.

Plan de vigilancia

Desde Orange España, hemos definido un modelo de supervisión y gestión de los compromisos asumidos en materia de lucha contra el cambio climático (a través de la neutralidad de carbono) y de implicación en el desarrollo de una conectividad accesible que favorezca la inclusión digital.

Pasos de debida diligencia

Política: elaboración anual del Plan de Vigilancia de Grupo

Hoja de ruta

- Plan de Vigilancia anual a nivel de Grupo.

Evaluación de impacto

- Continuada

Operaciones sujetas a vigilancia

- Desde 2019, Orange ha puesto en marcha una metodología basada en el análisis de relevancia: escala de gravedad, compensación o remediación.
- Deterioro de las condiciones de trabajo que ponen en peligro la salud, la seguridad y la protección de las personas.
- Incapacidad física o mental (fallecimiento, accidente laboral, enfermedad profesional, invalidez, etc.).
- La esclavitud moderna o la trata de seres humanos en las relaciones contractuales.
- Condiciones de trabajo no decentes en proveedores y subcontratistas.
- Cadena de suministro responsable.
- Violación de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva sobre las condiciones de trabajo.
- Cualquier acto de discriminación: contratación, trabajo, salario, diversidad, procedimientos injustos.
- Violación de la libertad de expresión (en la sociedad civil).
- Violación de la intimidad, protección de datos.
- Fraude, anticorrupción y soborno.

Como parte del Grupo Orange, desde España, disponemos de un Plan de Vigilancia, en cumplimiento de La Ley de Deber de Vigilancia Corporativa francesa, para la prevención de violaciones de los derechos humanos o abusos ambientales, tanto dentro de la propia empresa como en las diferentes sociedades, subcontratistas y proveedores.

Anualmente informamos sobre las medidas implementadas, así como sobre los avances logrados:

Actividades

- Plan Estratégico 2025.
- Política de DDHH.
- Vigilance Plan.
- Regular tanto a nivel global como local.
- Evaluaciones de riesgo en materia de DDHH.
- Engloba relaciones con empleados, proveedores y subcontratistas.
- Cada entidad establece un plan de acción adaptando los procesos del Grupo y las medidas de prevención y mitigación de riesgos pertinentes a su propio contexto. Este plan es aprobado por el Consejo de Administración de cada filial o por el Comité de Dirección de las divisiones de Orange SA.
- Procedimientos para la evaluación periódica de las circunstancias de las filiales, subcontratistas o proveedores con los que Orange tiene una relación comercial establecida: incluye cuestionario de gobierno RSC y análisis de riesgos del deber de vigilancia que abarca los derechos humanos, las libertades fundamentales, la salud y la seguridad y el medio ambiente.
- Barómetro del empleado: % >”satisfactorio” y “Orange proporciona un entorno ambiente de trabajo que garantiza la salud y la seguridad”.
- Índice de frecuencia de los accidentes laborales.
- Fresh Program: programa de bienestar y hábitos saludables.
- Cada año, desde 2017, Grupo Orange suscribe la declaración de la Ley de Esclavitud Moderna, que tiene como objetivo eliminar todas las formas de trata de personas, trabajo forzoso o infantil.
- 100% contratos con proveedores y de inversión incluyen una cláusula RSC por la que se anexa el “Código de Conducta del Proveedor”, que insta a compartir nuestros compromisos sociales y medioambientales y respetar nuestros principios. Este Código, se aplica a terceros, así como a cualquiera bajo su control.
- Orange mantiene un diálogo fluido con la representación legal de los trabajadores, negociando con ésta todas las normas de interés colectivo, como el acuerdo de nuevas condiciones de teletrabajo, e informando de todas las decisiones relevantes para los trabajadores.
- Plan de Igualdad incluido en el Convenio de
- Selección y evaluación de nuestros proveedores teniendo en cuenta criterios medioambientales, sociales y éticos. Somos miembro fundador de la Joint Audit Cooperation, formamos parte de la plataforma EcoVadis y aseguramos que nuestros proveedores también lo estén.
- iDDfix.
- Código Ético y Hellow Ethics, canal de alertas sobre ética.
- Políticas y formaciones a empleados con directrices para prevenir el fraude y la corrupción.
- Carta Internacional para la Inteligencia Artificial inclusiva con el fondo Arborus a principios de 2020.
- Como asegurar la igualdad en la IA.
- Orange participa en la Junta Directiva de Global Network Initiative (GNI), una alianza de empresas de telecomunicaciones e Internet que protege la libertad de expresión y la privacidad en las tecnologías de la información y comunicaciones.
- Estatuto de Protección de Datos y formación sobre protección de datos a empleados.
- Sistema Eliot.
- Due Diligence.

3

**Pasión por
nuestros clientes**

Junto a nuestros clientes y la primera línea

(GRIS: 102-43)

En Orange, el motor de nuestra actividad son los clientes. La atención al cliente y la calidad del servicio que ofrecemos es un elemento de diferenciación muy relevante y apreciado. Al mismo tiempo, es una de las claves que nos permiten seguir creciendo y contando con la confianza de más de 20 millones de clientes, que esperan que mejoremos día a día su satisfacción respondiendo a sus expectativas a través de una experiencia diferencial y recomendable.

Para conseguirlo, es imprescindible disponer de una visión integral del cliente que nos permita identificar y definir soluciones y oportunidades innovadoras que den respuesta a sus necesidades. Así, ponemos a su disposición una propuesta comercial multimarca, ofreciendo productos y procesos simples y fáciles de entender, siendo eficaces y haciendo siempre patente ese distintivo de fiabilidad que nos caracteriza.

Otro atributo que buscan los clientes en la atención que reciben desde Orange es la accesibilidad del servicio. Es decir, esperan que les demos opciones cada vez más sencillas y digitales para gestionar sus servicios de forma autónoma, en cualquier momento (autogestión) y desde cualquier dispositivo o canal (omnicanalidad), con el fin facilitar el acceso de forma rápida y eficaz.

De hecho, el 70% (+10,7% este año) de los contactos con nuestros clientes se realiza ya a través de canales digitales. En 2021, más de 3,8 millones de clientes utilizaron WhatsApp como canal de atención (+24% crecimiento anual), con un nivel de satisfacción muy elevado.

Y todo ello garantizando siempre la privacidad y seguridad de los datos que nuestros clientes nos confían: ofreciéndoles tener el control de sus datos; sabiendo que están seguros y cómo son utilizados; y pudiendo encontrarlos con facilidad; y autorizando o no su utilización, así como suprimiéndolos, cuando lo deseen.

Todo ello, supone establecer una relación muy cercana con nuestros clientes. Además, las distintas encuestas en las que los animamos a participar, en el marco del programa de Voz de Cliente (VoC), nos permite involucrarles en la transformación de la compañía y en la optimización del valor que les aportamos en su experiencia e interacción con Orange a través de los productos y servicios que les ofrecemos. Los objetivos de este programa son:

- Entender cuál es la posición competitiva de cada una de nuestras marcas y qué atributos se asocian con ellas.
- Cómo valoran los clientes la experiencia de uso de las redes de Orange y de los distintos servicios.
- Qué elementos son los más relevantes a lo largo de su ciclo de vida con la compañía.
- Cómo valoran sus interacciones en los distintos canales.

El estudio de los resultados extraídos a través del programa VoC, junto al análisis del rendimiento operativo de los distintos Customer Journeys, nos permite identificar qué es lo que realmente le importa al cliente, y constituye la base para la construcción de planes de mejora de productos, políticas, procesos, comunicaciones, mapas de servicio de los distintos canales, modelos de atención, experiencia de uso de la red, etc.

Para respetar la voluntad del cliente de participar o no en estos estudios, se establecen criterios para contactar y elaborar las distintas muestras.

A continuación, se presenta una serie de indicadores operativos, que reflejan la evolución positiva que se está experimentando en la relación con nuestros clientes:

- Continúa la mejora de la recomendación (NPS) del segmento de productos convergentes por cuarto año consecutivo.
- 8,8 / 10 clientes convergentes recomiendan Orange².

Dado que la experiencia de cliente está en el centro de la estrategia de Orange España, el Comité de Dirección realiza periódicamente un seguimiento de los resultados y planes a través del Comité de Experiencia de Cliente, con la participación del CEO de la compañía.

Con el objetivo de enfatizar la involucración de toda la organización en la mejora continua de la atención a nuestros usuarios, en 2021, lanzamos en España el programa “Pasión por nuestros Clientes”, para que cada empleado interiorice lo esencial de este posicionamiento, con independencia del área o lugar que ocupe dentro de la organización.

A continuación, un resumen de los resultados alcanzados en 2021:

² El NPS, se calcula a partir del número de clientes que califican Orange con un 7 o más. Luego expresamos la puntuación con una proporción sobre 10.



Al lado de nuestra 1ª línea



Escuchar a nuestros clientes es vital para saber lo que necesitan. Para ello, habilitamos la posibilidad de que los empleados visiten la 1ª Línea, de forma que puedan conocer mejor a nuestros clientes y proponer soluciones e ideas de mejora, porque cada detalle cuenta. Las visitas incluyen Call Centers, Puntos de Venta y las instalaciones del Operador Logístico.

147 empleados en oct-nov con una valoración de 4,7 (escala 0-5)

En Directo con nuestra 1ª línea



Aprender. Con este fin, hemos abierto un espacio de debate, abierto y participativo, en el que los empleados pueden charlar en directo con otros compañeros que desarrollan su trabajo diario en las Tiendas y Call Centers.

3 sesiones con un total de 1.047 empleados únicos conectados.

Ayudamos a nuestros clientes



Mejorar nuestro trabajo diario y cuidar los detalles, ayuda a nuestros clientes. Se fomenta el trabajo colaborativo entre los empleados, con independencia de su área de responsabilidad, para solucionar cada problema concreto que afecte a la experiencia de cliente.

2 proyectos relevantes en curso

Premios Siempremás



Reconocer. Premiamos a los mejores empleados de la primera línea.

Ceremonia en streaming con acceso a todos los empleados. Entrega de 50 premios

Por otro lado, cabe destacar que nuestro Sistema de Gestión de Calidad está acreditado por dos certificaciones de AENOR, que refrendan la calidad las actividades, productos y servicios desarrollados y comercializados por las marcas Orange y Jazztel, y la comercialización y distribución de productos y servicios en tiendas propias, tal y como se describe a continuación:

Orange Espagne S.A.U.

Operador de servicios y redes de telefonía móvil, fija y televisión para los mercados residencial, empresas y gran cuenta, comercializados con las marcas ORANGE y JAZZTEL, incluyendo los procesos estratégicos y de soporte: Planificar estrategia, Innovar y desarrollar productos y servicios, conocer al cliente y asegurar la calidad, desplegar operar y mantener redes, desarrollar y mantener sistemas, gestionar inmuebles infraestructuras y servicios corporativos, gestionar inversiones finanzas y compras, gestionar riesgos, desarrollar la organización y las personas y gestionar relaciones externas, y todos aquellos procesos de negocio que sustentan las interacciones con el cliente "Compro", "Compro más", "necesito ayuda", "gestiono mi cuenta", "me quejo", "uso", "pago" y "me quiero ir"³.

Orange Espagne operativiza los servicios de atención telefónica a los clientes a través de sus sociedades participadas Orange España Servicios de Telemarketing, Jazzplat España y Jazzplat Colombia. Además, comercializa sus servicios a través de la red de tiendas de Orange Espagne Distribución SAU.

³ Certificado en Anexos

Sistema de gestión de quejas y reclamaciones

Orange pone a disposición de sus clientes diferentes canales para canalizar una queja o reclamación:

- Telefónicamente, a través de Atención al Cliente al número 1470 para Clientes residenciales y 1471 para Clientes de empresa
- A través del Área de Clientes de la app Mi Orange
- Desde la Comunidad Orange en www.orange.es o escribiendo a la dirección de correo electrónico: clientes.particulares@orange.es (si es Cliente Residencial) o clientes.empresas@orange.es (Cliente Empresa)
- Escribiendo al Domicilio Social de Orange (Parque Empresarial La Finca, Paseo del Club Deportivo 1, Edificio 8, 28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid).

Orange facilitará al Cliente un documento acreditativo de la presentación y contenido de su incidencia o reclamación, así como un número de referencia. Formulada una reclamación por el Cliente, si la misma no hubiera sido resuelta en un plazo de un mes o, si resuelta, no lo hubiera sido satisfactoriamente, el Cliente podrá dirigir su reclamación a las Juntas Arbitrales de Consumo Autonómicas a las que Orange esté adherida bajo el distintivo oficial 270 del Instituto Nacional de Consumo. En caso de que la reclamación exceda del citado ámbito de sumisión al sistema de arbitraje de consumo o cuando el Cliente sea una persona física y así lo estime conveniente, podrá dirigirse: (a) a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, en el plazo de tres meses desde la respuesta de Orange o la finalización del citado plazo sin que Orange le haya contestado, (siendo el plazo para resolver y notificar la resolución de seis meses), o (b) si hubiere contratado los Servicios a través de plataformas online, a la Plataforma Europea de Resolución de Conflictos en línea accediendo a través de la siguiente URL <https://ec.europa.eu/consumers/odr>, o (c) al sistema de resolución extrajudicial de controversias de Confianza Online (www.confianzaonline.es) en el caso de controversias en materia de contratación y publicidad online, y a Autocontrol (www.autocontrol.es/servicios/mediacion) en el caso de controversias relacionadas con protección de datos de carácter personal.

Jazztel pone a disposición de sus clientes diferentes canales para canalizar una queja o reclamación:

- Telefónicamente, a través de Atención al Cliente al número 1565
- A través del Área de Clientes de la app de Jazztel
- Desde la Comunidad Orange en www.jazztel.com

o escribiendo a la dirección de correo electrónico:

atencioncliente@jazztel.com

- Escribiendo al Domicilio Social de Orange (Parque Empresarial La Finca, Paseo del Club Deportivo 1, Edificio 8, 28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid).

Jazztel facilitará al Cliente un documento acreditativo de la presentación y contenido de su incidencia o reclamación, así como un número de referencia. Formulada una reclamación por el Cliente, si la misma no hubiera sido resuelta en un plazo de un mes o, si resuelta, no lo hubiera sido satisfactoriamente, el Cliente podrá dirigir su reclamación a los organismos de resolución de conflictos pertinentes. Cuando el Cliente sea una persona física y así lo estime conveniente, podrá dirigirse: (a) a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, en el plazo de tres meses desde la respuesta de JAZZTEL o la finalización del citado plazo sin que JAZZTEL le haya contestado, (siendo el plazo para resolver y notificar la resolución de seis meses), o (b) si hubiere contratado los Servicios a través de plataformas online, a la Plataforma Europea de Resolución de Conflictos en línea accediendo a través de la siguiente URL <https://ec.europa.eu/consumers/odr>, o (c) al sistema de resolución extrajudicial de controversias de Confianza Online (www.confianzaonline.es) en el caso de controversias en materia de contratación y publicidad online, y a Autocontrol (www.autocontrol.es/servicios/mediacion) en el caso de controversias relacionadas con protección de datos de carácter personal.

La gestión efectiva de las mismas se garantiza gracias a un proceso seguro, omnicanal y ágil:

- En función del canal de entrada elegido por el cliente se aplican los criterios de seguridad definidos y se registra la queja o reclamación en el CRM, una vez identificado el reclamante como autorizado para realizar la gestión.
- Se recaba toda la información para identificar la causa de la queja y proceder en función de la operativas y procedimientos definidos para su solución (como por ejemplo los procesos de gestión de incidencias masivas o incidencias técnicas)
- Comprobar que puede gestionarse online, aplicando los procedimientos definidos en función del tipo de incidencia identificada y aplicando ajuste o compensación si procede según las políticas definidas para cada casuística y no es necesario efectuar un escalado a un segundo nivel. Se comunica al cliente las acciones realizadas.
- Si la gestión no puede efectuarse online, se escala a un



segundo nivel a través del CRM donde se codifica toda la información, para que éste según sus competencias tramite y regularice la situación (aplicando si procede ajuste o compensación según las políticas definidas para cada casuística) e informe al cliente. Todas las quejas recibidas a través de un canal off line son gestionadas por este segundo nivel aplicando las mismas políticas y operativas de gestión.

- Si este segundo nivel no dispone de medios para la solución se escala a un tercero y se hace seguimiento del mismo hasta confirmar que se ha solucionado (aplicando si procede ajuste o compensación según las políticas definidas para cada casuística), se registra en el CRM todas las gestiones efectuadas y se informa al cliente.

Orange Espagne ha reducido las reclamaciones un 22% en 2021:

	2020	2021	Variación
Jazztel	305.544	181.720	-41%
Orange	583.711	508.877	-13%
Total	889.255	690.597	-22%

Salud y seguridad de nuestros clientes

Requisitos de información y etiquetado de productos y servicios

(GRI: 417-1)



Marcado CE

Etiquetado Laser Clase

Etiquetado de Recogida selectiva de Aparatos Eléctricos y Electrónicos

Etiquetado FSC

Etiquetado que certifica que está fabricado con materiales reciclados

Etiquetado Ecoembes

Con el objetivo de asegurar que el equipamiento en Casa de Cliente (CPE) de Acceso Fijo de datos (ADSL, Fibra o FWA) de Orange España está correctamente etiquetado y documentado, se presentan los siguientes requisitos de información y etiquetado de los productos y servicios:

- Nombre y dirección del Fabricante (Manufacturer) en España.
- Guía de Instalación básica impresa (QIG) y acceso digital a Opciones de Configuración Avanzada.
- Hoja de Instrucciones de Seguridad (Safety Sheet), impresa con instrucciones relativas a condiciones climáticas, limpieza y mantenimiento, potencias de emisión radioeléctrica máxima, consumo eléctrico y reciclado.
- Marcado CE y Declaración UE de Conformidad (DoC) digital, firmada por el Fabricante, que declara, bajo su responsabilidad, que el equipo cumple con los requisitos esenciales aplicables de la directiva RE 2014/53/UE.
- Etiquetado Laser Clase 1 (en equipos con puerto de fibra óptica).
- Etiquetado de Recogida selectiva de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (AEE).
- Etiquetado FSC que certifica que está fabricado con materiales procedentes de bosques certificados por FSC, materiales reciclados y/o madera controlada FSC.
- Etiquetado que certifica que está fabricado con materiales reciclados (plástico 100% reciclado).
- Etiquetado Ecoembes que certifica que el Fabricante cumple con la obligación de asegurar su adecuado reciclado.

Con respecto al equipamiento de Acceso Fijo (routers y repetidores), el 100% de los equipos instalados en 2021 cumple con los procedimientos de etiquetado y documentación.

Otro elemento fundamental con el que, desde Orange España, queremos apoyar a nuestros clientes en la toma de decisiones hacia un consumo responsable es el Eco Rating, un nuevo sistema de etiquetado lanzado en 2021 que les permitirá identificar y comparar los teléfonos móviles más respetuosos con el medioambiente, incentivando a los fabricantes a reducir el impacto ecológico de sus dispositivos.

La iniciativa Eco Rating ha sido impulsada conjuntamente por Deutsche Telekom, Orange, Telefónica, Telia Company y Vodafone, para proporcionar información sólida y precisa sobre el impacto medioambiental de los teléfonos móviles en relación a su producción, uso, transporte y desechado. Eco Rating facilita a operadoras y clientes una amplia gama de puntuaciones para ayudar a demandar productos más respetuosos con el medioambiente.

A partir de junio de 2021, los operadores de telefonía móvil han comenzado a mostrar el etiquetado Eco Rating en los puntos de venta de los 24 países europeos en los que están presentes. Los clientes pueden obtener más información sobre la iniciativa, y ver cómo se calcula la puntuación Eco Rating, visitando la página web www.ecoratingdevices.com.

Eco Rating



80/100

Durabilidad

Eficiencia climática

Reparabilidad

Eficiencia en uso de recursos

Reciclabilidad


© 2021

Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de los productos y servicios

(GRI: 416-1)

Para evaluar el desempeño tanto de las iniciativas vinculadas a la salud y seguridad de los productos y servicios como de los dispositivos que ofrecemos, en Orange medimos los resultados de su uso y aplicación a través de indicadores cualitativos y cuantitativos, especialmente contruidos analizando el nivel de aceptación y valoración de los usuarios finales.

En Orange garantizamos que todos los equipos y dispositivos cumplen con todos los requisitos de salud actuales. Para ello, se ha evaluado y verificado que el 100% de los equipos de acceso fijo (routers y repetidores) instalados en 2021 cumple con dichos procedimientos de etiquetado y documentación.

Además, desde Orange cumplimos con todos los requerimientos legales en lo que se refiere a las emisiones radioeléctricas, que indica el ministerio. Nuestras estaciones se certifican anualmente con el ministerio conforme a lo establecido en el RD1066 /2001, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento que establece condiciones de protección del dominio público radioeléctrico, restricciones a las emisiones radioeléctricas y medidas de protección sanitaria frente a emisiones radioeléctricas, donde se establecen los límites y mediciones. Contamos con los informes del Comité Científico Asesor en Radiofrecuencias y Salud (CCARS) <https://ccars.org.es/publicaciones/documentos-elaborados-por-el-ccars> que afirma que "Las nuevas evidencias publicadas siguen confirmando que no se observan efectos adversos para la salud derivados de la exposición a las radiofrecuencias de las antenas de telefonía móvil, transmisión de Radio y TV, sistemas inalámbricos (Wi-Fi) utilizados en el trabajo, la escuela o el hogar. Los niveles de exposición observados en los estudios publicados siguen siendo cientos o miles de veces inferiores a los considerados seguros por la ICNIRP, OMS, UE y el RD 1066/2001."

Incidentes de incumplimiento relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios

(GRI 417-2)

Durante el ejercicio 2021, no se han reportado incidentes de incumplimiento relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios.

Protección de la privacidad de nuestros clientes

(GRI 418-1)

Durante 2021, no han sido identificadas en Orange Espagne S.A.U. reclamaciones y/o procedimientos sancionadores relativos a la posible fuga de datos o incidentes de seguridad ni ningún tipo de violaciones de privacidad, tal y como se recogen en la normativa.

Los requerimientos de información que han sido recibidos a lo largo del año 2021 tienen su origen en otras casuísticas relacionadas con cuestiones de publicidad, aclaraciones sobre atención de solicitudes de derechos o altas irregulares.

En 2021, fueron notificados por la Agencia Española de Protección de Datos a la entidad ORANGE S.A.U. un total de 145 requerimientos de información, los cuales conforman una media de 19 requerimientos al mes, con base en las tipologías previamente mencionadas.

Interesa destacar que, de los mencionados requerimientos de información, solamente se han incoado 3 procedimientos sancionadores a la entidad derivados de los mismos.

Por un uso seguro y responsable de las tecnologías

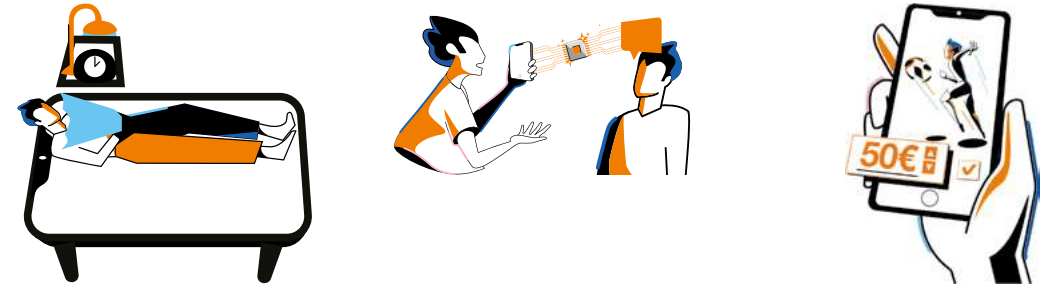
(GRI: 413-2)

Uso Responsable de la Tecnología

En Orange, nuestra principal misión y nuestra razón de ser es conectar y acercar a las personas a lo que más les importa. También consideramos que es nuestra responsabilidad, como empresa tecnológica, acompañar a nuestros clientes, y a la sociedad en general, en la concienciación sobre la importancia de un uso seguro de internet y de los dispositivos digitales. Esto es para nosotros mucho más que una aspiración; es un fin estratégico y un compromiso con la sociedad.

El mundo digital nos brinda grandes ventajas, pero también conlleva ciertos riesgos asociados a un mal uso de la tecnología como pueden ser el oversharing, los contenidos inapropiados, el ciberbullying...; todos ellos con un potencial impacto negativo sobre los usuarios en general y los menores en particular. Tal y como se confirma en las conclusiones de los Diálogos para un mundo digital responsable realizados en 2021 con nuestros grupos de interés, esta es una de las razones de mayor peso para determinar la importancia material de esta temática.

Por ello, una de nuestras prioridades como empresa es promover un aprovechamiento positivo, seguro y sano de todo lo que supone el mundo digital, sensibilizando a todos sobre las ventajas, pero también sobre los posibles riesgos, y sobre la importancia de mantener un equilibrio entre el mundo "físico" y el digital, evitando la sobreexposición a las pantallas.



#PorunusoLovedelatecnología

Durante 2021, hemos querido dar continuidad a los proyectos de esta línea de trabajo, abordando nuevas temáticas para la concienciación y uso seguro de la tecnología en el seno familiar. Según nuestro informe de medios, la web usolovedelatecnologia.orange.es ha tenido 105,96 millones de visualizaciones totales este año, con más de 86 millones de usuarios únicos.

Este año, además, hemos lanzado nuevas campañas sobre fenómenos tan virales como:

- **Vamping**, el ladrón del sueño: con 15,8 millones de visualizaciones y 20,19 millones de usuarios únicos
- **Fake News**, la cara oculta de Internet: con 15,58 millones de visualizaciones y 19,36 millones de usuarios únicos
- **Apuestas Online**, un juego que no es cosa de niños: con 14,05 millones de visualizaciones y 20,03 millones de usuarios únicos,
- **Inclusión Digital y Tik Tok** (campaña de Navidad): con 60,55 millones de visualizaciones y 26,82 millones de usuarios únicos.

Cabe destacar que en esta iniciativa hemos contado con la colaboración de expertos de reconocido prestigio, como la Doctora Ángela Milán, de la Clínica Universitaria de la Universidad de Navarra, para explicar el fenómeno del vamping y cómo contrarrestar sus consecuencias; Dña. Eulalia Alemany, directora técnica de la FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción), para explicar cómo reconocer una Fake News y cómo evitarla; y la Policía Nacional, para dar visibilidad a la realidad de las apuestas online y, sobre todo, para alertarnos de que cada vez son más los menores "adictos" a este fenómeno.

FamilyON

Desde FamilyON, hemos querido seguir apoyando a las familias en la formación digital de sus hijos, haciéndoles llegar buenas ideas educativas, así como herramientas para hacer de la tecnología una aliada imprescindible.

EducalInternet

Esta plataforma colaborativa tiene como objetivo principal facilitar a la comunidad educativa el aprendizaje y la enseñanza del uso seguro y responsable de la tecnología, a través del conocimiento y la creación de experiencias y recursos por parte de los propios usuarios.

A diciembre del 2021, EducalInternet ofrece 2 cursos MOOC, que han sido realizados con la colaboración de las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas de Madrid y Castilla y León, y de los que se han beneficiado más de 4.000 docentes y familias (lo que supone un incremento del 30% de beneficiarios respecto a 2020).

Además de los contenidos propiamente formativos, alrededor de los cuales aglutinamos a de una comunidad de más de 5.800 miembros, en 2021 hemos continuado creando nuevas experiencias y juegos en la línea de la gamificación iniciada en años anteriores, creando una Escape Room Educativa sobre el Uso Seguro y Responsable de la Tecnología, donde los alumnos aprenden superando una serie de retos para lograr capturar a un malhechor. Esta Escape Room ha sido evaluada y ha tenido resultados excelentes entre los profesores participantes.

KIDS Ready

Es el servicio que ofrecemos desde Orange a los padres y madres para garantizar un entorno tecnológico seguro cuando sus hijos estén conectados al móvil. Ofrece la opción de geolocalización, recepción de avisos y supervisión parental.

Más información en: youtu.be/AWIZAoZwCKA.

Activista Orange

En 2021, hemos lanzado el nuevo programa Activista Orange, con el que se quiere fomentar en los centros educativos el uso responsable de las tecnologías, así como cerrar la brecha de género estimulando el interés por las carreras técnicas entre las jóvenes.

Los contenidos que el programa "Activistas Orange" pone a disposición del profesorado no solo quieren promover la concienciación del alumnado, sino convertir a niños y niñas en jóvenes activistas capaces de transformar su entorno y construir su futuro. La iniciativa está dirigida a alumnos de entre 11 y 14 años.

Para abordar estos contenidos, voluntarios formados por Orange crean un nexo entre centros educativos de su entorno y el programa "Activista", a través de la presentación de la iniciativa a profesores del centro y la intervención directa en AMPAS o en el aula.



Requisitos de información y etiquetado de productos y servicios

Tanto de forma individual como en colaboración con otros, apoyamos programas de investigación sobre uso de las herramientas y tecnologías existentes, igual públicos que privados. Asimismo, distribuimos información de seguridad a los empleados y clientes, en particular a través de programas sobre el uso responsable de la tecnología y sitios web diseñados específicamente para apoyar a las familias y a la comunidad educativa, como usolovedelatecnologia.orange.es, educainternet.es y familyon.es.



4

**Comprometidos
con el planeta**

Estrategia y gestión medioambiental

(GRIS: 103-1, 103-2 y 103-3, 307-1, 308-2 y 413-2)

El cambio climático constituye la mayor amenaza medioambiental a la que se enfrenta la humanidad. El crecimiento del consumo energético y de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) puede derivar en consecuencias devastadoras si no actuamos de manera conjunta y coordinada como sociedad. El pasado 29 de julio de 2021, alcanzamos el llamado Día de la Sobrecapacidad de la Tierra, es decir, el momento en el que se agotan los recursos que el planeta es capaz de producir en un año.

La transformación hacia a un sistema económico circular contribuiría a disminuir la presión sobre el problema cambiando la forma en que producimos y consumimos los recursos. La industria de las telecomunicaciones no es de las más relevantes en el consumo energético y las emisiones, además su propia actividad ser parte de la solución ya que sus soluciones contribuyen a que terceros tengan menor dependencia energética. Como socio clave del sector, en Orange somos conscientes de nuestra responsabilidad de reducir los desechos derivados de la infraestructura de red, de los centros de datos, dispositivos y los asociados las oficinas. Pero nuestra posición única en el ecosistema nos permite además actuar como un facilitador esencial para que otras empresas implementen soluciones que reduzcan el consumo de recursos, el desperdicio y las emisiones a través de la conectividad y la digitalización.

Desde Orange desarrollamos una política proactiva para cuidar el planeta, por ello hemos incorporado la protección del medioambiente como uno de los pilares de nuestro plan estratégico Engage 2025, abordándolo, no como un proyecto aislado, sino desde una perspectiva integral que alinea las prioridades estratégicas del Grupo en todo el mundo. Para desarrollarla hemos lanzado el programa #OrangeGoesGreen, basado en 4 pilares fundamentales:

- Fomentar la transición energética.
- Reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).
- Promover la economía circular para la mejora continua de nuestra organización y procesos.
- Proteger la biodiversidad y los recursos naturales.

Con base en este programa que tiene como objetivo el desarrollo del producto sostenible, hemos tomado conciencia de nuestro rol en el ecosistema, analizado los impactos de los procesos de negocio en el planeta, y definido alianzas para ser una empresa líder en la transformación verde de las telecomunicaciones. La línea de acción para lograr estos objetivos es desplegar redes de última generación cada vez más eficiente energéticamente, simplificar procesos y operaciones con impacto en el consumo energético, actuar directamente sobre las emisiones de gases de efecto invernadero mediante el cálculo, la reducción y la compensación, diseñar productos ecológicos, reciclar, reutilizar, reacondicionar y en definitiva reaprovechar la materia y el producto todo lo posible. Creemos firmemente que las telecomunicaciones son esenciales para afrontar el desafío climático ante el que nos enfrentamos, a través de servicios innovadores que ayuden a minimizar los impactos ambientales, acompañados de una reducción en la huella de carbono.

Orange España es una referencia dentro y fuera del sector de las telecomunicaciones, desarrollando iniciativas disruptivas como eje fundamental de su estrategia ambiental. Nuestro programa Green ITN 2025 lanzado en 2010, tiene como objetivo «ecologizar» nuestras redes mediante diferentes proyectos en los que se profundizará más adelante.

Sistema de gestión de riesgos

Además, el Grupo Orange cuenta con un Comité de Riesgos, un Comité de Auditoría y un Plan de Vigilancia que examinan anualmente la exposición del Grupo a los riesgos medioambientales, garantizando la efectividad del control interno y los sistemas de gestión de riesgos tal y como ya hemos explicado anteriormente en el apartado de Riesgos. Desde Orange España mantenemos una relación constante con el Grupo para implementar y mejorar nuestro propio sistema, mitigando y reportando los riesgos dentro de nuestro alcance, siempre alineados con el mapa global de riesgos.

Para dar seguimiento a nuestras iniciativas, establecemos indicadores medioambientales tales como: la reducción de emisiones GEI, el consumo energético, el porcentaje de energía renovable, entre otros, y evaluamos anualmente nuestra gestión ambiental conforme a las normas: ISO 14001:2015 certificada por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR); ISO 14064-1:2006 mediante la cual se verifican y certifican los datos de huella de carbono (AENOR 6/2020); y Auditoría Energética en cumplimiento con el RD56/2016.

Respecto a incumplimientos de las leyes o normativas durante el ejercicio 2021, según se desprende de la tabla de datos, se han producido los siguientes procedimientos y contencioso administrativos en materia medioambiental y ruidos/vibraciones/ inmisiones radioeléctricas.

GRI 307-1 Incumplimiento Ambiental	2020		2021	
	Casos	Importes	Casos	Importes
Procedimientos administrativos/ sancionadores	12	9.000€	11	2.200€
Procedimientos/ litigios Contencioso-Administrativo	2	-	2	-

Uso eficiente y energía renovable

(GRIS: 302-4, 302-5)

Pioneros en energía 100% verde

En los últimos años se ha vivido una toma de conciencia global que ha propiciado que muchas industrias, y concretamente las operadoras de telecomunicaciones, se comprometan con la transición ecológica fijándose objetivos a medio plazo. Desde Orange, nos enorgullece haber sido el primer operador español en garantizar y acreditar desde 2014 que toda la energía eléctrica que consumimos es 100% renovable. Este acuerdo para el uso de energía 100% verde se ha renovado en forma de PPA (Power Purchase Agreement) hasta 2031 con Iberdrola y ha impulsado la construcción y puesta en servicio en Extremadura de una de las plantas fotovoltaicas más grandes de Europa.

Gracias a todo ello, hemos logrado desde hace 7 años reducir a 0% nuestras emisiones derivadas del consumo de energía eléctrica.

Además, hemos asumido el compromiso de autogenerar energía, por lo que en 2020 en el edificio técnico que tenemos en Coslada (Madrid), pusimos en marcha una instalación solar fotovoltaica de autoconsumo. En la actualidad cuenta con 486 paneles en aproximadamente 1.000 metros cuadrados de superficie y producimos aproximadamente 1MWh/día. En paralelo, hemos instalado en 700 nodos de Red, energía solar para desarrollar el autoconsumo, estando en estudio, ampliar el proyecto en otros 2.500 emplazamientos. Además, esta nueva solución se instala sin acumuladores o baterías con lo que se minimiza el posible riesgo de impacto ambiental y la generación de residuos peligrosos.

Eficiencia energética

Orange se ha comprometido a reducir y limitar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) con el objetivo de apoyar la protección del medioambiente y frenar el cambio climático y sus consecuencias negativas sobre el planeta. Para conseguir este objetivo, ya se ha puesto en marcha una estrategia para transformar el sistema de producción actual hacia un sistema más circular y eficiente que reduzca nuestra huella de carbono. Durante el 2021 las emisiones GEI se han reducido en Orange en un 21% con respecto al año anterior fruto de los planes de acción específicos para cada uno de los principales aspectos que contribuyen a su cálculo: la flota de vehículos, uso de grupos electrógenos, sistemas de climatización y sistemas anti-incendios.

A parte de la limitación del aumento de la temperatura a 1,5°C por encima de los niveles preindustriales aprobado en el Acuerdo de París, en la COP que ha tenido lugar en Glasgow a principios de noviembre de este 2021, se ha hablado también sobre la progresiva eliminación del carbón como recurso energético, con el objetivo de reducir las emisiones y los desechos químicos tóxicos y metales pesados que se generan a través de su combustión.

Por ello llevamos adelante diversas iniciativas para maximizar la eficiencia de nuestro consumo energético y reducir nuestras emisiones, como nuestro programa Green ITN 2025 lanzado en 2010, que tiene como objetivo hacer más ecológicas nuestras redes mediante diferentes proyectos entre los que podemos destacar:

1. **Acuerdos de compartición con terceros** para evitar duplicar infraestructuras en las redes de telecomunicaciones al tiempo que se reducen significativamente el consumo energético, nuestras emisiones y residuos minimizando así nuestro impacto sobre el medio ambiente. Es el caso de la extensión del acuerdo con Vodafone de despliegue y compartición de redes móviles y fijas en España, anunciado en 2019, cuyo objetivo es promover un modelo de inversión sostenible.
2. **Planes de obsolescencia y renovación:** la red de Orange está en continua adaptación en función de las necesidades de nuestros clientes, lo que incluye la sustitución de antiguos equipos por otros más eficientes energéticamente y con gases refrigerantes con un 40% de impacto menor al medio ambiente, convirtiéndose en requisitos fundamentales para la toma de nuestras decisiones de compra.

3. **Funcionalidades de ahorro energético:** gracias al I+D de proveedores como Ericsson, Huawei y ZTE, hemos implementado configuraciones inteligentes que permiten el apagado parcial o total de los equipos mientras no se utilizan. Esto nos ayuda a reducir considerablemente su consumo energético. En Orange fuimos pioneros en el desarrollo de soluciones híbridas de grupos electrógenos y placas fotovoltaicas, de forma que hemos reducido considerablemente el consumo de diésel, minimizando al máximo posible la emisión de GEI, que influyen en la huella de carbono. Actualmente, seguimos siendo el operador español, con el mayor número de emplazamientos alimentados por soluciones híbridas. La búsqueda de esta eficiencia nos ha llevado a realizar pruebas piloto de soluciones tan novedosas como la geotermia refrigerada con grafeno para climatizar los emplazamientos técnicos.
4. **Climatización de sedes más eficiente:** la renovación de los equipos de climatización de nuestras sedes permite año tras año reducir hasta un 20% de la energía, motivo por el que en 2021 se han ejecutado sustituciones en 5 edificios de Madrid. Somos el único operador que tiene este sistema instalado en todos sus nodos de Red.
5. **Nuevos edificios técnicos más sostenibles:** en los proyectos de los nuevos emplazamientos técnicos se aplican modelos de construcción eficientes (modularidad y capacidad de crecimiento futuro) e instalamos equipos de climatización de última tecnología con los más altos estándares de calidad y de acuerdo a estrictos criterios de pruebas, capaces de controlar tanto temperatura y humedad de las salas técnicas de forma eficiente y además dotados de capacidad de realizar free-cooling directo, para el aprovechamiento de aire frío del exterior y minimizar el uso del aire acondicionado. Instalamos también zona de recarga de vehículos eléctricos, iluminación de alta eficiencia tipo LED con encendido por detectores de presencia, Centros de Transformación dotados de transformadores bitensión orgánicos, fabricados con tecnología de llenado de dieléctrico natural biodegradable y hermético y por supuesto, control exhaustivo de la generación de residuos en las obras.
6. **Autoconsumo mediante paneles solares:** a través de la instalación de paneles solares en nuestros emplazamientos de la red conseguimos reducir el consumo eléctrico demandado

5G como palanca de sostenibilidad

Como operadores de telecomunicaciones debemos afrontar el reto continuo de ofrecer a nuestros clientes cada vez mayor conectividad y ancho de banda, limitando al mismo tiempo el impacto ambiental.

Conscientes de que este reto futuro debe estar focalizado en la innovación tecnológica al servicio de la sociedad y el planeta, desde Orange continuamos apostando por el desarrollo de tecnologías como el 5G. Sabemos que el diseño más ecológico de las redes de telecomunicaciones reducirá drásticamente el consumo de energía: la infraestructura 5G consume la mitad de energía que la red 4G por cada Gigabyte que transporta.

El 5G permitirá el desarrollo definitivo de conceptos como IoT (Internet de las cosas), donde ya estamos trabajando en aplicaciones que contribuyan con el medio ambiente para que nuestros clientes conozcan en tiempo real la huella de carbono que emiten por el uso de nuestras tecnologías, aplicaciones para medir la polución, regular el tráfico o controlar incendios mediante drones.

Tenemos un rol clave en la reducción de las emisiones de otros sectores industriales y estas soluciones digitales facilitarán la transición verde de industrias como la agricultura, la salud o la planificación urbana.

Orange, en su rol como hub de innovación tecnológica sostenible, ha desarrollado e impulsado varios casos de uso que ponen en valor el potencial del 5G en la consecución de metas sostenibles. Compartimos a continuación un breve resumen de 3 de las iniciativas que estamos impulsando que tienen un claro potencial desde el punto de vista de la eficiencia de recursos, innovación de infraestructura y protección del medioambiente:

Socios:



Agricultura de precisión IoT - Galicia

- **Ámbito de actuación:** optimización de recursos y protección del medio ambiente
- **Descripción de la iniciativa:** optimización del rendimiento de explotaciones agrarias mediante la correlación de parámetros agronómicos y medioambientales aportados por sensores conectados mediante IoT 5G, y mapas satelitales. Aplicabilidad a entorno rural, explotaciones agrarias y parques/jardines.
- **Resultados obtenidos:** reducción de 20-30% de consumo de agua de riego (resultados obtenidos en fase piloto)

Agricultura de precisión IoT – Comunidad Valenciana

- **Ámbito de actuación:** optimización de recursos y protección del medio ambiente
- **Descripción de la iniciativa:** El caso de uso que se plantea permite la monitorización y el análisis de parámetros agronómicos y medioambientales a través de la tecnología 5G, con el fin de optimizar la producción, la calidad y la sostenibilidad medioambiental. Se usará para ello tanto información proporcionada por sensores como la que proporcionarán drones con capacidad de realización de análisis multispectral. Aplicabilidad a entorno rural, explotaciones agrarias y parques/jardines.
- **Resultados obtenidos:** reducción de 20-30% de consumo de agua de riego (resultados obtenidos en fase piloto).
- **Otros beneficios:** Detección de la calidad de agua de riego. Control de la actividad radicular. Recogida automatizada de datos de riego y auditoría del sistema. Monitorización del estado del cultivo en tiempo real. Obtención de información climática específica de la parcela y prevención de enfermedades. Obtención de datos del cultivo en tiempo real y con independencia de la climatología. Datos de mayor resolución. Teleoperación.

Socios:



RAJALU



Inspección visual remoto en subestaciones eléctricas en Valencia. Drones 5G

- **Ámbito de actuación:** optimización de recursos, innovación e infraestructura y reducción de la huella de CO2
- **Descripción de la iniciativa:** transmisión de imágenes en tiempo real, para tareas de mantenimiento preventivo, correctivo y predictivo de activos industriales críticos, disminuyendo el tiempo de respuesta y mejorando la disponibilidad de la red eléctrica. Reducción de la huella CO2 por consumo de fuel evitado en desplazamientos y helicópteros.
- **Resultados obtenidos:** reducción de 30% de tiempos de respuesta (fase piloto). Evita el uso de helicópteros, reduce el número de personal, mejora el mantenimiento predictivo, y el inventario (gemelo digital), así como ayuda a evitar los riesgos laborales surgidos por el mantenimiento tradicional.

Socios:



Economía circular y gestión de recursos

(GRIS: 303-5, 301-1, 301-3, 301-2, 306-2)

También tenemos un fuerte compromiso con la economía circular, habiendo iniciado ya un programa de transformación hacia un sistema económico que permita cambiar la forma en la que se produce y se consumen los recursos. La compañía está concienciada sobre su necesidad de reducir los desechos de la producción, y ayudar a compensar la huella de carbono generada.

Para ello, en Orange España hemos incorporado al diseño de productos los estándares y normas de eco-diseño, mediante materiales sostenibles y reciclado, para reducir impacto y ahorrar. Además, se están desarrollando e implementado poco a poco hábitos sostenibles, reduciendo la contaminación de los vehículos transportistas, optimizando los viajes y así contaminar menos, packaging a base de materiales reciclados y renovación de la flota.

A continuación, un listado de algunas de estas iniciativas:

Livebox 6, el router ecopionero

Como proveedor de servicios de comunicaciones fijas, Orange instala y provee a todos sus clientes de equipamiento en sus hogares o negocios. Ha sido por tanto una prioridad para nosotros diseñar y desarrollar y lanzar el nuevo Router Livebox 6, siguiendo exigentes normas de eco-diseño, utilizando 100% de plástico reciclado en su carcasa, eliminando plásticos y elementos metálicos en el contenido del pack, con packaging de cartón 100% reciclado y certificado FSC, usando tintas 100% vegetales para su impresión y diseñado para facilitar la puesta a nuevo y el reciclado de los equipos usados.

Este equipamiento minimiza además su consumo eléctrico y el de otros dispositivos conectados al router gracias al estándar Wi-Fi 6, especialmente pensado para aumentar la duración de la batería de los dispositivos Smart Home / IoT.

En esta iniciativa se conjugan modelos de negocio circular como el suministro circular, la recuperación de recursos y la extensión de la vida del producto, que nos permiten conseguir los siguientes objetivos:

- Reducción del impacto ambiental durante todo el ciclo de vida del equipo

- Mejorar la eficiencia energética y lucha contra el cambio climático
- Eco-diseño para el 100% de nuestros productos
- Conseguir un ahorro en costes de producción sin reducción de calidad
- Recuperación de dispositivos usados de nuestros clientes en colaboración con socios externos homologados y/o sistemas integrados de gestión de residuos.
- Puesta a nuevo del 90% de los equipos recogidos para refurbish.
- Residuos evitados:
 - Embalaje libre de plásticos de un solo uso (sin bolsas de plástico, sin ataduras de plástico o metal para cables) y libre de PVC (sin cubierta de PVC, sellado frontal o embalaje de blíster plegable)
 - Carcasa exclusivamente de plástico 100% PCR (Post-Consumer Recycled), eliminando el uso de pegamentos y soldaduras en su ensamblado.
 - Todas las piezas y componentes electrónicos están libres de halógenos.
 - Toda la documentación del producto y embalaje primario están impresos con tintas 100% libres de aceite mineral y 100% libres de cobalto.

Esta nueva generación de dispositivos fijos sostenibles refuerza nuestro compromiso con los principios de economía circular considerando la correcta gestión del ciclo de vida de aparatos eléctricos y electrónicos. El ecodiseño de estos dispositivos no se limita a un proyecto puntual, sino que sienta las bases del compromiso sostenible de Orange en esta línea, garantizando en todos los nuevos diseños:

- El fabricante debe realizar un Análisis de Ciclo de Vida (LCA) de acuerdo con las normas ISO 14040 e ISO 14044 para evaluar su impacto ambiental a lo largo de todo su ciclo de vida.
- Mejorar en al menos un 5% el indicador de huella de carbono de la generación anterior
- Ofrecer una reducción del consumo de energía en al menos un 5% sobre la generación anterior.
- Cadena de suministro responsable: comercio ético de oro y otros metales raros (tántalo, estaño, tungsteno). El fabricante debe proporcionar pruebas auditables sobre el cumplimiento de la sección 1502 de la Ley Dodd-Frank y el Reglamento

(UE) 2017/821 del Parlamento Europeo, asegurando que la compra de estos materiales tenga un impacto positivo para el medio ambiente, la salud de los trabajadores y los derechos humanos.

Orange España ya ha sido reconocida por esta iniciativa en el Best Practice Award Innovation Days Europe 2021 at Orange “Wi-Fi 6 Ecosystem”

Half-SIM, reducción de plásticos

Otro de los elementos inherentes a las comunicaciones móviles que ofrecemos a más de 16 millones de clientes son las tarjetas SIM.

En 2018 Orange lanzó la eSIM, promoviendo así la virtualización de los datos hasta entonces recogidos en la tarjeta física. Dado que la migración a este sistema será gradual y hasta que sea compatible con el 100% del parque de terminales, este año hemos optado por buscar alternativas que reduzcan el impacto medioambiental de estos elementos clave para el servicio de comunicaciones móviles. Por ello, durante 2020 hemos sustituido el formato habitual de tarjeta, por la nueva tarjeta Half-SIM, reduciendo un 50% el plástico utilizado en su producción.

Eco-rating, alianzas para un mundo digital sostenible

Conscientes de que el reto medioambiental requiere la transformación hacia a un sistema económico circular que modifique la forma en que producimos y consumimos recursos, no podemos delimitar el reto #OrangeGoesGreen a los dispositivos propios.

En España hay más de 50 millones de terminales móviles, y según una encuesta realizada por la patronal Ametic y Accenture, un tercio de los usuarios de un Smartphone admiten que tienen la intención de renovarlo en menos de un año.

Desde Orange creemos que impulsar avances en el ecodiseño de los dispositivos móviles es una necesidad urgente para el medioambiente y debe ser una prioridad para toda la industria de telecomunicaciones. Por tanto, Orange, de la mano de los otros cuatro principales operadores de telefonía móvil de Europa, han unido sus fuerzas para actualizar y poner en marcha un nuevo sistema de etiquetado, Eco Rating, para toda la industria que permitirá a los consumidores identificar y

comparar los teléfonos móviles más respetuosos con el medio ambiente para animar a los fabricantes a reducir el impacto ecológico de sus dispositivos en relación a su producción, uso, transporte, y desechado. Eco Rating facilita a operadoras y clientes una amplia gama de puntuaciones para ayudar a demandar productos más respetuosos con el medioambiente. La iniciativa se lanza junto a la evaluación de una selección de teléfonos de 16 marcas comerciales, a la que se sumarán más en el futuro.

A partir de este año, los operadores de telefonía móvil comenzarán a mostrar el etiquetado Eco Rating en los puntos de venta:

Tras una evaluación exhaustiva, cada modelo de móvil recibirá una puntuación global con un máximo de 100 puntos que determina el rendimiento medioambiental del dispositivo a lo largo de su ciclo de vida. Además, el nuevo eco Rating proporciona información en 5 áreas clave:

- **Durabilidad:** evalúa la robustez, duración de la batería y el periodo de garantía del dispositivo y sus componentes.
- **Reparabilidad:** facilidad de reparación del dispositivo, incluyendo el diseño del teléfono móvil y las acciones complementarias que podrían aumentar la vida útil del producto mejorando y facilitando su reparación, reutilización y potencial de actualización.
- **Reciclabilidad:** evalúa la posibilidad de desmontar y separar los componentes del dispositivo para que sean reciclados adecuadamente, así como la información disponible de cada terminal para llevar a cabo el desmontaje.
- **Eficiencia climática:** tiene en cuenta las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al dispositivo durante todo su ciclo de vida. A mayor puntuación, menor impacto climático.
- **Eficiencia en el uso de los recursos:** valora el impacto causado por el consumo de materias primas empleadas en la fabricación del dispositivo en relación con el agotamiento de los recursos (por ejemplo, el oro usado en la fabricación de los componentes electrónicos). A mayor puntuación, menor el impacto en el agotamiento de recursos del planeta.

Compras sostenibles

En línea con nuestra política de Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social Corporativa, en Orange construimos relaciones de confianza y lealtad con nuestros proveedores, velando por que adopten una conducta responsable y nos ofrezcan productos y servicios dentro del estricto respeto a las normas nacionales e internacionales sobre Derechos Humanos y Laborales, protección infantil, higiene y seguridad.

Para asegurarnos, como se detalla en el epígrafe Cadena de suministro responsable (1.6), hemos incorporado a nuestros procesos, herramientas que facilitan la selección y evaluación de nuestros proveedores teniendo en cuenta criterios medioambientales, sociales y éticos. Entre las principales iniciativas destacamos:

- Cláusula de RSC en todos los acuerdos marco y contratos locales del Grupo.
- Código de Conducta que detalla los compromisos éticos, sociales y ambientales.
- Somos miembro fundador de la Joint Audit Cooperation.
- Formamos parte de la plataforma EcoVadis y aseguramos que nuestros proveedores también lo estén.

Además, aplicamos un sistema de control y monitorización periódico de la gestión de riesgos relacionados con las compras y los proveedores.

En 2020, comenzamos el despliegue de la red 5G bajo tres pilares fundamentales: eficiencia, sostenibilidad y seguridad. Hemos definido un código de buenas prácticas, destacando el desarrollo de una plataforma que nos permite comparar, a partir de criterios medioambientales, emplazamientos de red, partners tecnológicos, contrata, etc.

Otros hábitos sostenibles

Sabemos que la transformación hacia un modelo circular supone un replanteamiento de todos nuestros procesos y por ello analizamos y redefinimos continuamente hábitos de producción y servicio a lo largo de toda la organización. Algunas de estas iniciativas son:

- Con el fin de reducir la contaminación ocasionada por el transporte de mercancías y personas, hemos reducido los viajes a lo estrictamente necesario, apoyándonos en las nuevas tendencias de comunicación de video conferencias.
- Nuestros productos vienen empaquetados por cuestiones de seguridad antigolpes y por comodidad del cliente, pero los materiales que componen estos packagings son siempre de materiales reciclados y con la facilidad de que puedan ser reciclados en un futuro para darle una nueva vida a dichos materiales.
- También estamos renovando la flota de vehículos para aumentar el uso de vehículos híbridos o eléctricos y de esta manera combatir la huella de carbono que dejan los vehículos.

Second life

A día de hoy, más del 90% de los componentes de un móvil son reutilizables. El 58% es plástico; el 17%, vidrio, y el 25%, metales como hierro, cobre, plata e incluso oro. Las baterías son los elementos más contaminantes porque contienen sustancias como el cadmio, el litio y metal hidruro o el coltán, un metal capaz de soportar una alta carga eléctrica que se utiliza en todo tipo de aparatos electrónicos y permite que las baterías duren más.

Por todo ello, en Orange creemos que el tercer pilar para la circularización de la industria de las telecomunicaciones es el aprovechamiento de los productos y materiales, más allá de su primer uso. Con este fin, dentro del programa #OrangeGoesGreen, trabajamos en iniciativas 360° que prolongan la vida de los dispositivos a través de la reparación, la recuperación, el reacondicionamiento y el reciclado.

El Grupo Orange es miembro activo de la Fundación Ellen MacArthur y llevamos trabajando durante varios años para reducir el impacto en los recursos y las materias primas, comprometidos para alcanzar los siguientes objetivos para 2025:

- Diseño ecológico:
 - Adoptar un enfoque de diseño ecológico para el 100% de los dispositivos de la marca Orange (por ejemplo, decodificadores e IoT).
 - No utilizar plástico (cero-plástico) en el embalaje de los dispositivos de la marca Orange.
- Reparación:
 - Ofrecer un servicio atractivo para reparar terminales móviles vendidos por Orange en todos los países donde opere alguna de las empresas del Grupo.
- Reutilización:
 - Asegurar que el 10% del volumen de las ventas de móviles del Grupo se realice con dispositivos reacondicionados.
 - Desarrollar aún más un mercado para equipos de red de segunda mano. Junto con otros operadores, y con la ayuda de la UIT y la Fundación Ellen MacArthur, Orange aumentar el % de renovación de equipos por otros más eficientes (ahora ya se incluye los requisitos de equipos renovados en los procesos de adquisición para proveedores).



- Recogida:
 - Recopilación del 90% al 100% de cajas / decodificadores distribuidos por Orange.
 - Recogida del 30% de los terminales móviles en cada país europeo donde Orange opere.
 - Recogida del equivalente en volumen de RAEE (residuos de los aparatos eléctricos y electrónicos) del 20% de los terminales móviles vendidos en la región de EMEA.

Derecho a reparar

La prolongación de la vida útil de los dispositivos es una de las palancas para minimizar su impacto medioambiental. Por eso desde Orange España ofrecemos a todos nuestros clientes un servicio atractivo de reparación en todas las tiendas y continuamos mejorándolo año a año incorporando funcionalidades innovadoras que les facilitan la vida y minimicen el impacto medioambiental.

En 2021 hemos seguido avanzando con innovadoras propuestas, como:

- Diagnóstico remoto que permite al cliente acceder de forma sencilla a un primer diagnóstico que simplifica y optimiza el proceso de reparación, disponible para el 100% del canal, tanto online como tiendas físicas).
- Centros de reparación de dispositivos conectados IoT en cada fabricante/distribuidor, para potenciar la reparación de los equipos, en lugar de realizar SWAP directo sin la realización de revisión técnica alguna.
- Integración en el flujo de reparaciones de los terminales en Garantía de Origen, eliminando el SWAP, sin la realización de revisión técnica por parte de laboratorios.

Además, desde Orange colaboramos aportando nuestro conocimiento y experiencia, junto a otras empresas e instituciones en un grupo de trabajo organizado por COTEC, para el desarrollo regulatorio del índice de reparabilidad, la identificación de sinergias en el ecosistema y el impulso de acciones de concienciación ciudadana que garanticen el derecho a reparar.

Recuperación de dispositivos móviles

Compramos tu móvil

La campaña “compramos tu móvil” ofrece a clientes con dispositivos irreparables o con la garantía caducada la posibilidad de obtener una rentabilidad de su viejo dispositivo y de esta forma incentivar su reciclaje con el fin de que no se queden para siempre en cajones y puedan utilizarse en un futuro o reducir la huella de carbono que genera la creación de nuevos dispositivos. También, se reutilizan las piezas que se encuentren en buen estado.

Reciclaje por el bien social

Muchos de los dispositivos móviles que están sin uso quedan abandonados en un cajón. Desde Orange buscamos la manera de recuperar dichos dispositivos para darles una nueva vida o reciclarlos. Por eso llevamos años creando campañas para animar a nuestros clientes a ello y darles la facilidad de que puedan hacerlo tanto en nuestras tiendas Orange, como en instituciones, empresas y colegios. Combinamos los beneficios intrínsecos del propio reciclaje (ahorro de recursos naturales, oportunidades de empleo, etc.) con labores solidarias, destinando en ocasiones un porcentaje por cada terminal a diferentes proyectos sociales.

En 2021 hemos realizado campañas solicitadas por instituciones públicas y privadas a favor de Cruz Roja de Belorado (Burgos) Asociación Ferrola de Drogodependencias (ASFEDRO- La Coruña); Salaganda Elkarte (País Vasco) y ASAPME Teruel, entre otras.

Asimismo, todas nuestras tiendas se vistieron de Mundo, una campaña por la que se invitaba a los clientes a recuperar al menos 3000 móviles que posteriormente se han convertido en árboles y han contribuido a reducir nuestra huella de carbono a través de su plantación en el “Bosque Orange” (Ejolve-Teruel)

Tras las diversas campañas de recogida de dispositivos, llega el turno de reciclarlos para reutilizar los materiales de dichos dispositivos o darles una nueva vida a los que todavía sirvan.

En 2021 hemos recogido más de 152.000 móviles, lo que implica una tasa de recuperación, con respecto a los móviles que ponemos en el mercado, del 9,78%.

Reacondicionamiento

Con los dispositivos recogidos que aún tienen un uso, Orange busca poder darles una vida útil más larga, ya sea mediante el reacondicionamiento de los mismos o la reparación de estos para poder entregarlos como móviles de sustitución o para sus empleados, incluso su distribución para unidades familiares con recursos limitados.

Con esto pretendemos alargar la vida de los dispositivos para reducir la contaminación que produce la fabricación de unos nuevos que correrán el mismo destino en pocos años, ya que la media de duración de un móvil en España es de un año y ocho meses según un estudio realizado por Kantar, siendo uno de los países con menor ciclo de vida de un producto, a pesar de que la media mundial no supera los 2 años, por eso se busca alargar la vida de uso de los dispositivos, que se calcula que podría ser de 5 años aproximadamente. Si esto fuese así la huella que deja la producción de dispositivos sería mucho menor.

En nuestro compromiso con el medio ambiente hemos recogido a nuestros clientes 1.192.121 dispositivos fijos, de los que 937.474 se han puesto a nuevo y entregado a nuevos clientes, alcanzando una tasa de reutilización del 78,63% y siendo el resto de los dispositivos tratados adecuadamente por nuestros socios externos homologados en gestión de residuos.

Reciclando en Red

El sistema de red de una operadora requiere la instalación de elementos que puedan permitir que la señal llegue a la gran mayoría del territorio español. Al tratarse de infraestructuras tan grandes, llegado el momento en que se queden obsoletas, buscamos generar el mínimo impacto posible, reciclando en gran medida dichas estructuras, buscando modificarlas para darles un nuevo uso o desmontarlas para el reciclado de sus materiales.

Materiales de entrada reciclados usados

(GRI 301-2)

A lo largo del año 2021 en Orange iniciamos un proyecto de reutilización de materiales desmontados, apostando por su reuso en nuevos despliegues o en tareas de mantenimiento de la red, dándoles una segunda vida mediante su venta a terceros o a otros países del Grupo a través de la iniciativa OSCAR, o finalmente realizando una correcta gestión de los mismos a través de su reciclado/achatarramiento.

Cabe destacar que en España somos pioneros en la iniciativa OSCAR con el Grupo.

Información	Contenido GRI	Ud.	2020	2021	Cumplimiento de objetivos	Objetivo
Economía circular – residuos electrónicos (de clientes)	301-3 a. Móviles recuperados (sobre el total de móviles nuevos puestos en el mercado)	%	5,90%	9,78%	En vías de cumplimiento 30% del objetivo cumplido	20% de móviles recuperados (Obj.2025)
Economía circular - Residuos electrónicos (de clientes)	301-3 a. Dispositivos fijos**	%	76,5%	75%	En vías de cumplimiento 90% del objetivo cumplido	90% de los terminales recuperados*** (Obj. Grupo 2025)

Nota: * Nuestro plan estratégico Engage 2025 tiene entre sus objetivos ambientales la recuperación dispositivos móviles y fijos en desuso ya sea para su reacondicionado y/o tratamiento correcto del residuo.** Se tienen en cuenta los dispositivos "collection rate" de los clientes Chum *** Para "colletion rate" de todos los orígenes: Churn, Instaladores y Averías.a

Consumo de otros recursos y gestión de residuos

(GRI 306-2)

Respecto al consumo de agua, y a pesar de tener en cuenta que se trata de un recurso cuya explotación no es material para nuestra compañía, se ha producido un menor consumo, que responde principalmente al teletrabajo y su consecuente disminución de personal en oficinas, ocasionado por la situación de pandemia. Por otra parte, el incremento de la actividad en 2021, tras las primeras etapas del COVID-19, ha originado un incremento del consumo de papel.

Información	Contenido GRI	Ud.	2020	2021	Cumplimiento de objetivos	Objetivo
Uso sostenible de Recursos – Consumo de Agua	* 303-5 a. Consumo de Agua*	m ³	20,88	19,64	NA	NA*
Economía circular - Residuos electrónicos (de clientes)	** 301-1 Papel y cartón internos y externos (marketing y embalajes)	Tn	122,1	279,84 (99% certificado)	100% del objetivo cumplido	NA*

Nota: *Al ser la prestación de servicios la actividad principal de la empresa, el consumo de agua y papel no es significativo por lo que no se establecen objetivos; aun así, se mide y controla. En el caso del agua, las principales fuentes de consumo corresponden a los aseos, grifos y sistemas de humidificación de los centros de datos. ** En Orange llevamos más de una década poniendo en marcha medidas para la reducción del papel. El 99% del cartón y papel empleado en el embalaje de nuestros productos como en campañas de marketing y revistas, es certificado. Además, apostamos por la factura electrónica.

En Orange contamos con medidas internas centradas en la digitalización y la eficiencia que contribuyen a la protección del medioambiente, la reducción de la contaminación, el uso sostenible de los recursos y la gestión de residuos. En 2021, de los residuos contemplados en nuestro sistema de gestión ambiental, hemos generado 53,62 tn entre papel y tóner que, en colaboración con gestores autorizados con los que colaboramos, han recibido un correcto tratamiento.

Principales resultados de emisiones

(GRIS: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 302-1, 302-3)

Todas estas medidas han dado resultados concretos con una reducción del 21% en las emisiones GEI del 2021 en comparación a las generadas en 2020. Esto ha sido posible gracias a planes de acción concretos para los principales contribuidores a nuestra huella como son la flota de vehículos, los grupos electrógenos, los sistemas de climatización y los sistemas anti-incendios.

Por otra parte, las reducciones considerables de emisiones indirectas de GEI (Alcance 3) ocasionadas por viajes de negocio; son consecuencia directa de la reducción de la movilidad de nuestro personal debido a la pandemia, al igual que el descenso registrado en las emisiones de vehículos de flota (Alcance 1).

- Impacto: Emisión de gases fugitivos por los edificios e infraestructuras de la empresa, modelos de prevención de incendios contaminantes, uso de vehículos de combustión, consumo energético alto.
- Mitigación: Avanzar en la descarbonización de nuestras actividades reduciendo las emisiones de CO2 de la flota, reemplazando vehículos por eléctricos/híbridos y minimizando los gases fugitivos. Mantener el 100% de la energía eléctrica renovable y limitar el incremento estimado del consumo de energía de la red.

En el último trimestre del año se ha producido un evento relevante que afectan a las emisiones GEI de la compañía. El 1 de noviembre se creó la empresa TOTEM que tiene como consecuencias una segregación de activos de Orange. Las emisiones GEI y el consumo energético de los activos segregados a la nueva compañía han pasado a formar parte del alcance indirecto de nuestro cálculo de emisiones (alcance 3) por lo que dejan de formar parte del alcance directo.

Detalle de los consumos por Alcance 1 + 2

302-1 Detalle Consumo	Ud.	2020	2021	Detalles
i. Gasóleo (todos los edificios, todos los usos) (Alcance 1)	m ³	33,35	39,15	Gasóleo B (grupos electrógenos edificios)
i. Gasolina-LPG vehículos empresa (Alcance 1)	l	57.704,82	93.030,88	Vehículos gasolina e híbridos gasolina (incluye litros contabilizados + estimados correspondiente a los vehículos con telemetría)
i. Diesel vehículos empresa (Alcance 1)	l	291.684,31	326.407,91	
ii. Consumo total Electricidad ** (Alcance 2)	GWh	382,20	304,62	Consumida en edificios (corporativos, técnicos y tiendas propias) y en emplazamientos de red gestionados (propios y compartidos)
ii. Porcentaje del consumo de electricidad que corresponde a energía verde	%	100%	100%	Toda la electricidad consumida tiene Garantía de Origen Renovable

Emisiones

Contenido	Ud.	2020	2021	Detalles	Detalles de gases incluidos
305-1 Total Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	tCO ₂ e	10.839,91	7.786,42	Emisiones de combustión en: fuentes estacionarias (grupos electrógenos de centros corporativos y técnicos) + fuentes móviles (flota de vehículos) + emisiones fugitivas de refrigerantes de climatización y de sistemas PCI. (edificios, emplazamientos de red gestionados)	Gases incluidos: combustión en fuentes estacionarias y móviles (CO ₂ , CH ₄ y N ₂ O), climatización de edificios (R-410A, R-134a, R-434A, R-407C), sistemas de protección contra incendios (HFC-23) y climatización de emplazamientos de red (R-22, R-410A, R-407C y HFC-32).
305-2 Total Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Alcance 2)	tCO ₂ e	0	0	La energía eléctrica adquirida dispone de Garantía de Origen Renovable	
305-3 Total Emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	tCO ₂ e	2.300	399.352,84	Emisiones por Bienes de equipo; Compras de bienes y servicios; Combustibles energía upstream; Transporte y distribución upstream; Residuos generados; Viajes de negocio; Desplazamientos itinerarios; Transporte y distribución downstream; Uso de productos vendidos.	Gases incluidos: CO ₂ , CH ₄ y N ₂ O
Total Emisiones GEI Alcance 1+2+3	tCO ₂ e	13.140,07	407.139,26	Todas las mencionadas en 305-1 a 305-3	Todos los mencionados en Alcance 1, 2 y 3

Nota: *los datos son estimados a la espera de publicación de los factores de conversión por el Ministerio de Transición ecológica y la verificación posterior de los datos por AENOR. (GRI: 305-1/305-2/305-3).

Detalle de emisiones de Alcance 1

Contenido	Ud.	2020	2021
Emisiones de combustible gas-carbón (por grupos de edificios)	tCO2e	90,10	106,38
Emisiones de vehículos	tCO2e	857,41	1028,27
Emisiones de Gases Fluorados de Efecto Invernadero CO2	tCO2e	9.892,40	6.651,77
305-1 Total Emisiones directas de GEI (Alcance 1)		10.839,91	7.786,42

Detalle de emisiones de Alcance 3

Del total de las emisiones del Alcance 3, 767.611 tCO2e, están recogidas las emitidas en nueve de las quince categorías que recoge la metodología de GHG Protocol. Las seis categorías restantes han sido descartadas por el modelo de negocio de la compañía estando alineadas con la evaluación realizada por Grupo Orange:

Categoría Alcance 3 GHG PROTOCOL (Orange España)

1 Bienes de equipo
2 Compras de bienes y servicios
3 Combustibles energía upstream
4 Transporte y distribución upstream
5 Residuos generados
6 Viajes de negocio
7 Desplazamientos itinerere
9 Transporte y distribución downstream
11 Uso de productos vendidos

* Estas categorías están sujetas a la pre-verificación de la huella de carbono, prevista en abril de 2022, conforme a la ISO 14064:2019 que realizará AENOR

Intensidad de emisiones

Contenido	Ud.	2020	2021
Total de Emisiones GEI Alcance ("1+2")* / Cliente	kgCO2e/cliente	0,54	0,38
Total de Emisiones GEI Alcance ("1+2+3")* / Cliente	kgCO2e/cliente	0,66	19,99
Denominador del ratio de intensidad: Clientes	número	19.945.000	20.357.330

Notas: *Incluye todos los gases reportados en 305-1 a 305-3.

Consumo de Energía por Alcances

302-1 Consumo energético dentro de la Organización	Ud.	2020	2021	Detalles
a. Consumo total combustible de fuentes no renovables (consumo directo)	GWh	3,55	4,22	Gasóleo B (grupos electrógenos edificios), gasóleo A (vehículos de flota), gasolina (vehículos de flota)
b. Consumo total combustible de fuentes renovables (consumo directo)	GWh	0,19	0,22	Biocombustibles contenidos en gasolina y gasóleo de vehículos de flota (porcentaje de biocombustible en gasolina y gasóleo A: en 2020 y 5,0% (gasolina) y 7,0% (gasóleo A) en 2021)
c. Consumo total Electricidad ** (consumo indirecto)	GWh	382,20	304,62	Consumida en edificios (corporativos, técnicos y tiendas propias) y en emplazamientos de red gestionados (propios y compartidos) y TOTEM. 100% es garantía de origen renovable
Consumo energético total dentro de la Organización	GWh	385,93	309,05	Consumo directo + indirecto

El dato de 2021 es provisional a falta de que se publiquen los factores de 2021 por la OEEC

Ratio de intensidad energética

302-3 Intensidad energética	Ud.	2020	2021	Detalles
302-3 Consumo de Electricidad / clientes	kWh/cliente	19,16	14,96	Abarca el consumo energético dentro de la organización
302-3 Consumo de energía* Total (Alcance "1 + 2") / Clientes	kWh/cliente	19,35	15,18	
Denominador del ratio de intensidad: Clientes	Número	19.945.000	20.357.330	

Notas: *Tipo de energía incluida: electricidad y combustible, todos los reportados en 302-1

Finalmente, con el objetivo de eliminar el riesgo sobre el impacto en la huella de carbono, nos hemos puesto el objetivo de eliminar las emisiones del gas F13 (gases fluorados de efecto invernadero), emitido a partir de algunos de los sistemas de extinción de incendios, definiendo un plan y a partir de la inversión en otros sistemas de extinción localizada en cuadros eléctricos y de detección precoz de incendios donde proceda.

Una vez ejecutado lo previsto en el año 2021, solo quedarán pendientes 15.996kg. que deberán eliminarse en el próximo ejercicio, habiendo eliminado ya más de 25.000 kgs. de este gas.

En Orange somos conscientes de las emisiones actuales que se plantean a continuación y hay un fuerte compromiso de trabajo para reducirlas.

Por otro lado, creemos firmemente que la digitalización es esencial para afrontar el desafío climático, a través de servicios innovadores que ayuden a minimizar los impactos ambientales, acompañados de una reducción en la huella de carbono. Orange España es una referencia dentro y fuera del sector de las telecomunicaciones, desarrollando iniciativas disruptivas como eje fundamental de su estrategia ambiental.

Logros y reconocimientos

Cabe destacar que Orange España ha recibido la **certificación "Calculo, reduzco y compenso"** del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico mediante la OECC, con la que se reconoce el esfuerzo que está realizando en el ejercicio de reducción de emisiones, acreditando una compensación de en torno al 5% de la huella de carbono generada reforestando 13,69 hectáreas durante 2020 en el Monte La Umbría en Teruel, una zona denominada por la UE como zona escasamente poblada. La reforestación ha sido efectuada por la empresa Grupo Sylvestris, la cual contrató a más de 25 empleados de esta zona de Teruel, incluyendo personas de grupos vulnerables. Plantaron especies autóctonas frugales y resilientes al cambio climático favoreciendo la conservación de la biodiversidad.

En 2021 se ha mantenido el compromiso para luchar contra el cambio climático y se ha reforestado en la misma zona, repoblando con otras 13,69 hectáreas más. Esta certificación cuenta con tres niveles de actuación, el cálculo de la huella de carbono, su reducción y, por último, la compensación. Durante el ejercicio de reforestación de 2020 obtuvo Orange los dos primeros niveles, y este año el último. Para nosotros es un orgullo ser la primera empresa de telecomunicaciones en España en haber recibido esta triple certificación.



5

**Gestión integral
de la inclusión
digital**

Conectividad y digitalización de la sociedad

(GRI: 203-1, 203-2 y 413-1)

Si algo nos ha demostrado la pandemia, es que la conectividad y la digitalización son determinantes para el desarrollo social y económico.

Pese a los grandes avances derivados del proceso de transformación tecnológica que estamos viviendo, la brecha digital en zonas rurales sigue siendo todavía del 14%. Poner fin a este problema es uno de nuestros objetivos prioritarios, y por ello ofrecemos una conexión de calidad poniendo a disposición de nuestros clientes dispositivos que permitan hacer uso de la misma.

Para lograrlo, a lo largo de los últimos 10 años, desde Orange hemos invertido más de 10.000 millones de euros en desarrollar nuestras infraestructuras, productos, nuevas tecnologías y servicios de telecomunicaciones tal y como describimos a continuación.

Orange es uno de los principales proveedores de conectividad en áreas rurales. En 2021, alcanzamos una cobertura 4G sobre el 98,4% del territorio nacional, alcanzado al 91,9% de los municipios de menos de 5.000 habitantes. También, se ha cerrado el año con un incremento del despliegue 5G, con un 58,6% de cobertura poblacional llegando a conectar 840 municipios en 38 provincias.

En la última subasta de espectro 5G, Orange, que ofrece la red 5G más rápida de España según un estudio realizado por Systemics-PAB, obtuvo 2x10MHz en la banda de 700MHz, consolidándose así como el operador con mayor cantidad de espectro en las dos bandas prioritarias para el despliegue de la tecnología 5G, dado que cuenta también con 110 MHz en la banda 3.5 GHz.

Además, la fibra de Orange alcanza los 16,1MM de hogares.

IoT y su evolución con 5G

Resulta esencial apoyar a las empresas en sus procesos de transformación digital, siendo Internet of Things (IoT) un elemento fundamental para llevar a cabo este proceso de transformación, mediante soluciones que permiten incrementar la eficiencia, disminuir los costes, optimizar la experiencia de usuario y, por supuesto, reducir el impacto medioambiental.

Desde Orange y gracias a la tecnología 4G y las redes Mobile IoT (LTE-M y NB-IoT), hemos desarrollado múltiples proyectos medioambientales en sectores tan importantes como Transporte, Logística, Smart City o Energía.

Entre los más relevantes se encuentran los de medición de parámetros medioambientales desde el exterior de autobuses, la gestión de cadena de frío en el transporte de material médico o biosanitario, la supervisión en tiempo real de sistemas de generación de ozono encargados de la purificación ambiental en edificios o de la eliminación de plagas agrícolas.

Con la evolución de las tecnologías de comunicación hacia 5G y dentro del Plan Nacional 5G, hemos enriquecido nuestros servicios IoT realizando proyectos piloto que nos han permitido desplegar nuevas funcionalidades y ofrecer servicios innovadores. Entre otros, podemos destacar el despliegue de un servicio de telemetría de contadores de agua en zonas de interior o remotas y donde, gracias a la cobertura extendida de la red 5G, ya es posible visualizar en tiempo real el consumo de agua y detectar situaciones de fugas o emergencias en el sistema de distribución de agua.

Big Data

La realidad en la que estamos inmersos ha provocado que el proceso de digitalización no solo se acelere, sino que transforme y pase de ofrecer canales digitales, a añadir una capa de inteligencia que combina diferentes fuentes de datos para ayuda a las empresas y las administraciones a optimizar sus decisiones y procesos de negocio. Es aquí donde nuestras Soluciones de Inteligencia Turística adquieren gran relevancia, al ofrecer grandes cantidades de información e indicadores clave que permiten entender los intereses y el comportamiento de los visitantes a lo largo del ciclo completo del viaje, y así poder predecir la demanda futura o medir el impacto de su actividad en la sostenibilidad del destino.

Precisamente enmarcado en el sector turístico, hemos participado en uno de los proyectos más importantes a nivel nacional “El Verano en datos”, en colaboración con el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invattur). La finalidad de dicho proyecto no es otra que la de analizar flujos poblacionales durante seis meses, entre julio y diciembre, alrededor de los principales destinos de la Comunidad Valenciana como Benidorm, Gandía, Morella, Peñíscola y Valencia.

De la misma forma, nuestra herramienta Flux Vision adquiere gran relevancia al calcular patrones de movilidad de la población en un espacio y tiempo determinado, información imprescindible para determinar la demanda de un servicio o para planificar la construcción de nuevas infraestructuras. Justo en este ámbito hemos participado en un proyecto junto con nuestro partner Datactions, cuyo objetivo era estudiar la movilidad entre los aeropuertos españoles para determinar la viabilidad de un nuevo servicio de taxis aéreos, u en otro proyecto en el cual hemos desarrollado una metodología que permite determinar la ubicación óptima para la construcción de nuevas estaciones de recarga de vehículo eléctrico, así como la capacidad que deben tener las mismas para maximizar el retorno de la inversión a realizar.

Kit digital para PYMES y autónomos

El 30 de diciembre de 2021 se publicaron las bases reguladoras del programa Kit Digital, iniciativa del Gobierno cofinanciada con Fondos Europeos Next Generation EU del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, con subvenciones de hasta 12.000€ para la puesta en marcha de soluciones de digitalización para empresas de menos de 50 empleados. Esta iniciativa ofrece una gran oportunidad para que autónomos, pequeñas y medianas empresas puedan dar a sus negocios el impulso que necesitan gracias a la digitalización.

Desde Orange España tenemos el compromiso de ayudar a las empresas a construir su camino digital ofreciendo soluciones que garanticen su actividad online e impulsen sus ventas además de concienciarlas de que la digitalización es un proceso sencillo y accesible para todas ellas, sean del tamaño que sean, y una oportunidad para crecer y evolucionar. En un entorno económico globalizado en el que los negocios necesitan dar a conocer y vender sus productos, más allá de su ámbito local, la modernización tecnológica se ha convertido en una urgencia de país.

Por este motivo, hemos lanzado Orange Digital Empresas, el catálogo de soluciones que incluye todas las categorías subvencionables en el programa Kit Digital.



Orange Web Empresas

Mejora la visibilidad de tu negocio a través de la web



Orange E-Commerce Empresas

Incrementa las ventas de tus productos y servicios con un nuevo canal.



Orange Redes Sociales Empresas

Conecta con tus clientes compartiendo contenido en redes sociales.



Orange Gestión de clientes Empresas

Digitaliza y automatiza la gestión de todos tus clientes.



Orange Data Analytics Empresas

Optimiza la gestión de tu negocio y accede a toda la información un nuevo canal.



Orange Gestión Empresarial

Digitaliza y automatiza tus procesos y hazte con el control de tu negocio.



Orange Oficina Virtual Empresas

Mejora la productividad de tus empleados a través de la nube.



Orange Comunicaciones Seguras Empresas

Proporciona a tus empleados un acceso seguro a la empresa.



Orange Ciberseguridad Empresarial

Protege la información de tu empresa de ciberataques.



Desarrollo rural

Orange es uno de los principales proveedores de conectividad en áreas rurales. En 2021, alcanzamos una cobertura 4G sobre el 98,4% del territorio nacional, alcanzando el 91,9% de municipios de menos de 5.000 habitantes.

También hemos extendido la cobertura de fibra para llegar a más hogares y empresas en zonas rurales, cubierta parcialmente por ayudas del Programa de Extensión de Banda Ancha de nueva generación (PEBA-NG). Además, participamos activamente en la digitalización de los servicios públicos en zonas rurales y accesos a escuelas.

Mejorar las infraestructuras de red en el mundo rural, puede ayudar de forma decisiva a desarrollar zonas en riesgo de despoblación y, gracias a las nuevas tecnologías, convertirlas en sitios idóneos donde teletrabajar y vivir con mejores condiciones de vida. Además, aplicar soluciones basadas en Big Data, IoT o sistemas GPS, también puede incrementar la eficiencia de sus negocios, incluso en sectores tan tradicionales como la agricultura o la ganadería, e impulsar el tejido productivo de esas zonas.

Conectividad de Orange en España	2020	2021
Infraestructuras		
FTTH UUII accesibles totales (miles)	15.315	16.100
Cobertura y calidad de servicios		
Cobertura de población española 4G	98%	98,4%
Cobertura 5G	93 ciudades	840 municipios en 38 provincias
Despliegue en zonas rurales (<5.000 habitantes)		
Municipios con acceso móvil 4G	4.248	5.140
% de cobertura 4G (población)	90%	91,9%
Municipios con FTTH	353	438
Clientes		
Número total de clientes de fijo y móvil (miles)	19.945	20.357
De los cuales clientes de 4G (miles)	10.674	10.720
De los cuales clientes de 5G (miles)	-	886
De los cuales clientes de banda ancha fija (miles)	4.032	4.032
De los cuales accesos fibra (miles)	3.355	3.507

Inclusión digital para que nadie se quede atrás

(GRI: 413-1)

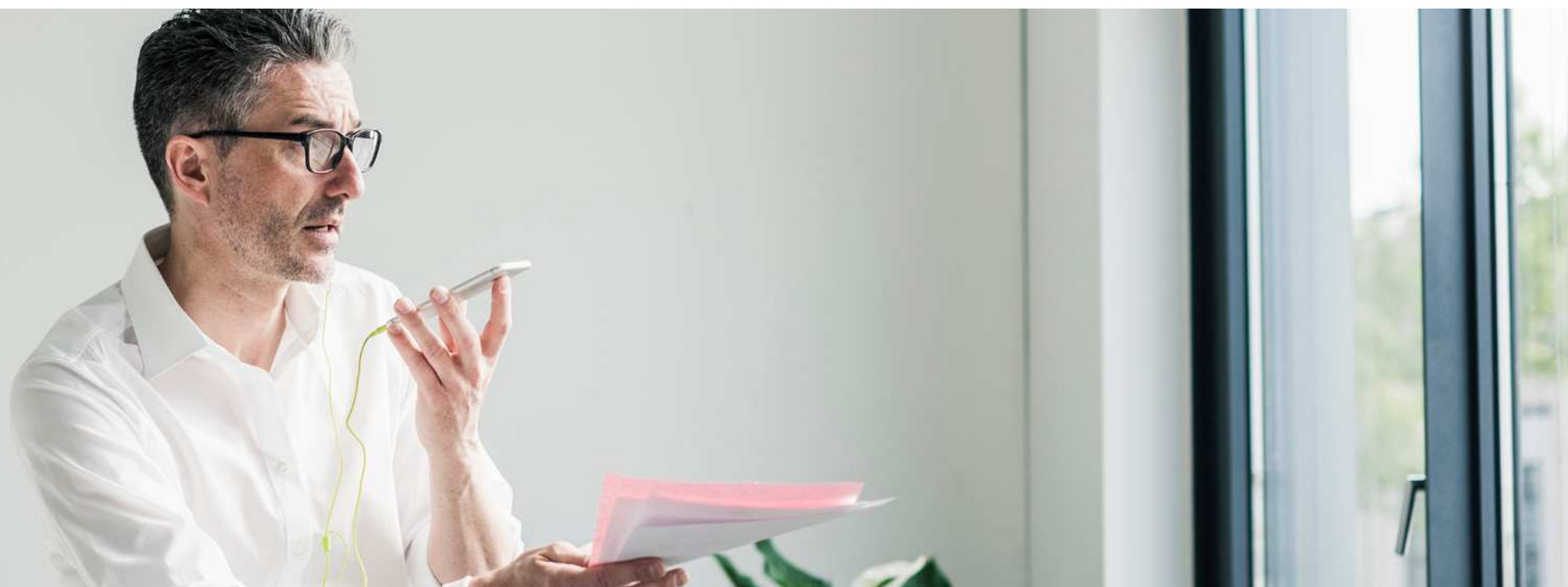
La tecnología y el mundo digital ofrecen un sinfín de posibilidades para que la inclusión social y económica de los colectivos más vulnerables se convierta en una realidad. En este sentido, Orange ha puesto en marcha diferentes servicios e iniciativas para que más personas puedan acceder a todos los beneficios que ofrece la digitalización. La educación es fundamental en este proceso.

Hoy, la innovación tecnológica está presente en todos los rincones del planeta y se ha convertido en la llave para avanzar y abrir una puerta hacia la igualdad. En cuestiones de educación y formación, es fundamental que las nuevas opciones digitales estén al alcance todos los alumnos. De esta forma, se evita que surja una brecha tecnológica entre ellos, favoreciendo su acceso a las mismas oportunidades. Así se recoge, además, en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, ya que el número 4 vela por la Educación de Calidad y el 10 hace lo propio con la Reducción de las Desigualdades.

Como muestra de su compromiso con esta cuestión, Orange ha puesto en marcha diferentes servicios e iniciativas para que la tecnología y el mundo digital sean accesibles y cada vez más personas puedan disfrutar de sus beneficios.

Ofertas inclusivas, oportunidades para todos

Hoy, estar conectado es fundamental para formar parte del mundo digital. Por eso, Orange trabaja para que cada vez más personas puedan aprovecharse de todos los beneficios que, tanto desde el punto de vista social como desde el económico, aporta la innovación tecnológica.



Tarifa social

Tanto es así que, en 2020, Orange se convirtió en la primera compañía en lanzar una tarifa social, adaptada a las necesidades y a la capacidad económica de los hogares con menos recursos.

En 2021, con el objetivo de seguir apoyando la inclusión de los más vulnerables y de que lo digital se convierta para ellos en una oportunidad y no en una barrera más en su desarrollo social y económico, hemos seguido mejorando la propuesta social.

La **Tarifa Social** de Orange ofrece acceso a Internet con fibra simétrica 500 Mbps, tanto de subida como de bajada, línea fija con llamadas ilimitadas a fijos nacionales y una línea móvil con llamadas ilimitadas a fijos y móviles nacionales y un bono de 3GB de datos para navegar a máxima velocidad, así como si ya cuentan con un número, pedir la portabilidad para conservarlo pudiendo contratar líneas adicionales. Todo ello sin compromiso de permanencia. Pueden acceder a esta tarifa las familias beneficiarias del Ingreso Mínimo Vital (IMV) o de la Renta Mínima de Inserción (RMI), que promueven las distintas Comunidades Autónomas. Además, podrá contratarse en cualquier momento, como cualquier otra tarifa del catálogo de la compañía.

Gigas Solidarios

Otra de las iniciativas que Orange ha consolidado este año en esta línea son los denominados **Gigas Solidarios**, pensados para aquellos hogares que no pueden plantearse, por dificultades económicas, acceder a una conectividad mínima. Esto puede provocar, por ejemplo, que los más pequeños de la casa se vean penalizados, respecto a sus compañeros, en sus estudios. Con el fin de evitar estas diferencias, la compañía ofrecerá conexión gratuita a Internet 4G durante un año a familias en exclusión digital identificadas por entidades sociales que trabajan con nosotros en otros proyectos.

Orange, a través de su Fundación, ha prorrogado el convenio que mantenía con la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid para garantizar la conectividad de ingresados en hospitales y residencias madrileños a través del programa **Paciente Conectado**.

En virtud de este acuerdo, proporcionaremos conectividad a más de 700 SIMs, para que todas las personas puedan estar en contacto con sus familiares desde los centros hospitalarios y residencias. De esta forma, y gracias a la conexión que facilitan estas SIMs, las personas ingresadas en estos centros tendrán acceso a aplicaciones que permiten establecer videoconferencias y comunicación con los suyos. El nuevo convenio se enmarca en la iniciativa Paciente Conectado, que Orange emprendió en el mes de marzo de 2020, cuando repartió más de 10.000 dispositivos con conexión a internet en centros sanitarios y asistenciales de toda España.

En Orange somos conscientes de la importancia de seguir extremando las medidas de precaución para las personas más vulnerables a la enfermedad, sin que eso suponga un aislamiento de sus familiares y amigos. Eso nos llevó hace año y medio a poner en marcha el proyecto Paciente Conectado, con el que ponemos en práctica la razón de ser de una compañía como Orange: acercar a todas las personas a lo que más les importa.



Accesibilidad a dispositivos

Orange ofrece a sus clientes un variado catálogo de dispositivos asequibles gracias a las subvenciones sobre el precio del fabricante y las posibilidades de venta a plazos, facilitando de esta manera, el acceso a terminales y conexión a aquellos clientes que más lo necesitan.

También ofrecemos alrededor de 40.000 smartphones reacondicionados al año, completando nuestra lista de dispositivos más asequibles. Cabe destacar también, que más del 70% de nuestros dispositivos, se han puesto a la venta a través de venta a plazos.

Gracias a todas estas propuestas, Orange continúa trabajando para que la tecnología actúe como una herramienta de inclusión e integración social para los más vulnerables, lejos de generar diferencias entre las personas.

Más cerca de nuestros mayores

El 94% de los españoles utilizamos internet en nuestro día a día para relacionarnos, trabajar, informarnos, ir al médico, ... Pero sólo 1 de cada 3 mayores de 75 años ha utilizado internet en 2021. Nuestro propósito en Orange es ofrecer a todos las claves para un mundo digital responsable e inclusivo. Por eso hemos puesto en marcha nuestro programa Mayores Conectados para ayudar a desarrollar las habilidades digitales de nuestro público más senior en las tiendas Orange, a través de talleres en los que pueden adquirir y/o mejorar sus habilidades digitales para gestionar su día a día, estar informados y ponerse en contacto con otras personas.

Teniendo en cuenta la importancia de que los mayores estén siempre conectados, más de 387.000 clientes senior de Orange disfrutan ya de Mi Fijo. El producto Mi Fijo les permite llevar la línea de su hogar donde quieran y recibir llamadas en cualquier lugar. También permite el uso de Whatsapp, o videollamadas, como otras vías de comunicación. No requiere ningún tipo de instalación; no incluye cuotas de línea, alta o mantenimiento; y no tiene compromiso de permanencia. Por otra parte, Mi Fijo es compatible con otros servicios destinados a garantizar la seguridad de los clientes senior, como la Teleasistencia domiciliaria. Además, permite acceder a un terminal móvil, en caso de que el cliente lo necesite.

Entidad colaboradora



Orange Digital Center

En el ámbito educativo, desde la Fundación Orange, se ha puesto en marcha **Orange Digital Center**, una innovadora plataforma online que trata de hacer más accesible la innovación digital para todos, en especial a grupos sociales vulnerables. Para lograrlo, ofrece un amplio abanico de contenidos que permitirán a los alumnos optimizar su futuro profesional, así como mejorar la educación y la inclusión digital, fomentar la innovación o el apoyo al emprendimiento.

Ya son más de 11.200 las personas inscritas en este proyecto y el objetivo es que esta cifra se multiplique por cinco en los próximos años. Entre todas ellas, hay perfiles muy diferentes. Por esta razón, la plataforma ofrece formación en distintos ámbitos de competencias digitales y se adapta a las necesidades de sus distintos beneficiarios, que pueden ser jóvenes, mujeres en riesgo de exclusión y baja empleabilidad, familias, docentes, personas con autismo o emprendedores. Para muchos de ellos esto supone, incluso, un punto de partida a la hora de ocupar, en el futuro, puestos digitales de relevancia, una vez hayan completado su formación.

Orange Digital Center es un proyecto global donde los objetivos son muy diferentes y, a la vez, capaces de dar respuesta al proceso de digitalización en todo su conjunto. Por ello, esta iniciativa se ha articulado en torno a cuatro itinerarios formativos:

- **Uso responsable de las TIC:** Esta formación está dirigida, especialmente, a la comunidad educativa y, más concretamente, a los profesores. Aun así, también es importante que en el ámbito familiar se tengan unos conocimientos mínimos sobre este tema, sobre todo en cuestiones de seguridad y privacidad en la Red.
- **Inclusión Digital:** Este itinerario nace para poner el foco en algunos colectivos vulnerables con los que ya estaba trabajando la Fundación Orange, como jóvenes, mujeres y personas con autismo.
- **Cambio Climático:** En este caso, está orientado a sensibilizar al alumnado sobre el impacto medioambiental de la actividad humana y cómo la tecnología puede contribuir a reducir ese impacto.
- **Emprendimiento:** Este camino formativo permite desarrollar habilidades digitales para mejorar las actividades profesionales o emprender.



Orange Digital Center

Esta plataforma digital es solo el primer paso de un ambicioso proyecto que culminará en la creación de un espacio físico orientado a la formación y la innovación, con el fin de apoyar a los emprendedores digitales. Todo camino se inicia al andar y, claro está, cada paso cuenta.

Así, en 2022, Orange Digital Center será un punto de encuentro para startups y emprendedores y pondrá a su disposición las mejores prácticas y recursos que posibiliten la puesta en marcha de su propio negocio. En ese punto de encuentro se darán cita ciudadanos, emprendedores y profesionales con una larga experiencia en el mundo digital, quienes, por su parte, podrán asesorar, animar y poner en contacto a aquellos que inician su aventura con los mejores expertos de sus campos.

Estos espacios ya son una realidad en otros países donde actúa la Fundación Orange. En España se espera que pronto se abra el primero y uno de los principales programas que formarán parte de él es el relacionado con las escuelas de programación, que actuarán como centros de formación para los nuevos programadores y ofrecerán cursos específicos para mejorar su empleabilidad.

Orange Digital Center	2020	2021
Personas registradas	5.000	11.249
Cursos	-	45
Webinar	-	31

Más información en: [Orange Digital Center](#)

GarageLABs

El programa GarageLab es una iniciativa de la Fundación Orange, dirigido a cualquier centro de ámbito nacional (públicos, concertados o privados), que trabaje en la impartición de cursos formativos orientados a la obtención de una acreditación oficial (profesional o académica), y estén motivados para realizar un cambio metodológico en la forma en que se imparten estas enseñanzas.

El proyecto GarageLab basa su éxito en las siguientes palancas:

- **Creación de un espacio con identidad propia:** El GarageLab, se convertirá en el espacio digital y tecnológico referente del centro.
- **Formación en diseño creativo y fabricación digital:** A través de la nueva plataforma de formación online de Fundación Orange, alumnos y profesores aprenderán juntos las bases del funcionamiento de la tecnología que les permitirá materializar sus proyectos como son el diseño y modelado 3D, o el prototipado electrónico.
- **Formación en Metodología GarageLab:** El GarageLab es un espacio de creación conjunta en el que el principal protagonista es el alumnado, que pondrá en práctica sus propias ideas para atender a cuestiones del entorno que le preocupan. Para sacar el máximo partido del mismo, la forma de trabajar se sustenta en metodologías activas, basadas en "Design Thinking" y Aprendizaje Basado en Proyectos.

Actualmente contamos con 34 GarageLABs repartidos por todo el territorio español, como se puede apreciar en el mapa. Además, tres centros seleccionados en anteriores convocatorias podrán atender las necesidades de un mayor número de jóvenes, gracias a la ampliación de sus instalaciones. Estos centros serían el de Federación Pinaradi (Madrid), Peñascaal Cooperativa (Vizcaya) el cual replica su actual GarageLab en otro emplazamiento y, finalmente, El Llindar (Barcelona).

GARAGE LAB



Mujer y tecnología

El programa EDYTA, de Fundación Orange, es un proyecto pedagógico de ámbito nacional en torno a la educación y transformación digital, destinado tanto a entidades del tercer sector como administraciones públicas, que trabajen con colectivos femeninos en situación de vulnerabilidad, riesgo de exclusión y baja empleabilidad.

La iniciativa pretende ser una herramienta para empoderar a estas mujeres, aumentar la repercusión social de sus acciones y favorecer su inclusión social y en el mundo laboral a través del desarrollo de competencias digitales.

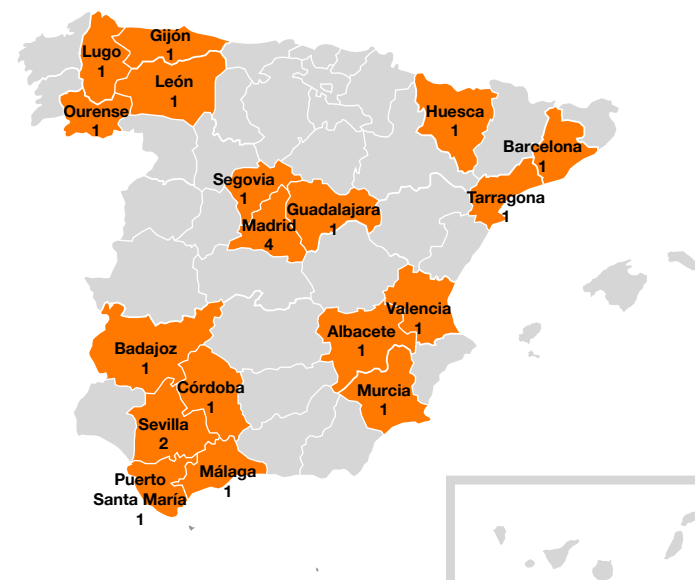
Además de las mujeres a las que se dirige, el otro polo fundamental de EDYTA son las entidades participantes, cuya implicación es fundamental para impulsar y apoyar la transformación digital de las beneficiarias del programa.

Más de 190 mujeres han pasado por el programa formativo EDYTA desde el año 2017 en 22 aulas diferentes repartidas por todo el territorio nacional, tal y como podemos ver en el mapa. De estas mujeres, un alto porcentaje han experimentado un cambio en su calidad de vida tanto en el ámbito personal como en el técnico. Además, miles de beneficiarios de las entidades en las que se ha implementado el aula han tenido la oportunidad de acceder a las nuevas tecnologías y obtener formación. Del mismo modo, un total de 70 profesores y trabajadores de las entidades participantes han sido formados con la Metodología EDYTA.

El programa EDYTA basa su éxito en los siguientes pilares:

1. Creación de un aula digital equipada en la Entidad sin Ánimo de Lucro o Administración Pública seleccionada para poder llevar a cabo los cursos EDYTA.
2. Formación de los formadores y formadoras en la metodología EDYTA, así como entrega de materiales de apoyo para impartir el curso.
3. Acceso y asesoramiento sobre el uso de la nueva Plataforma educativa de la Fundación Orange, Orange Digital Center. Esta plataforma contiene una gran variedad de cursos orientados al colectivo de mujeres vulnerables. Entre ellos, destaca el curso de competencias digitales para personas con desconocimiento de las herramientas digitales más comunes.
4. Implementación de dos cursos del programa de educación digital EDYTA de 120h donde se trabaja con herramientas digitales para mejorar, no sólo la empleabilidad de las alumnas, sino también para integrar la capa digital en todos los ámbitos de sus vidas.

Además, durante 2021, Orange ha desarrollado, junto a la Fundación Quiero Trabajo, el programa Mujer Digital que tiene como objetivo ayudar a mujeres en riesgo de exclusión a encontrar un empleo. El voluntariado consiste en un acompañamiento para facilitar la búsqueda en el entorno digital, así como para poder enfrentarse a un proceso de selección.



EDYTA

Junto al Autismo

Desde la Fundación Orange también llevamos a cabo proyectos dirigidos a personas con Trastornos del Espectro del Autismo (TEA) con el objetivo de mejorar su calidad de vida, comunicación y autonomía a través de software y aplicaciones tecnológicas de descarga gratuita, equipamiento de instituciones, y diseño de materiales formativos para profesionales que trabajan con este colectivo.

Junto al Autismo	Unidad	2019	2020	2021
Utilización software desarrollado para autismo	Nº de descargas apps	324.542	495.765	1.240.253
Aprendizaje en tecnología y autismo	Nº de personas beneficiadas por los cursos (directos)	1.600	2.600	5.164
Beneficiados por uso de SW y tecnología	Nº de beneficiarios indirectos	524.600	524.600	524.600

Se ha procedido a la instalación de señalética en más de 50 hospitales y centros de salud de Madrid ya que queremos acercar la comprensión del entorno sanitario a las personas con trastorno del espectro del autismo, mediante la instalación de pictogramas.

Además, se ha dotado de recursos tecnológicos a las organizaciones que prestan servicio a las personas con TEA y a sus familias en un total de 23 aulas por toda España (aulas TIC-TEA).

Logros destacables de la Línea Junto al autismo en 2021:

- Creación de nuevos cursos online alojados en la plataforma Orange Digital Center para profesionales y familiares.
- Nuevas ediciones del curso online de autismo y tecnología desarrollado junto con la UAM con más de 3.000 alumnos, 87% de satisfacción y 75% de aprobados.
- Más de 1.200.000 descargas del catálogo de APPs.
- Patrocinio de 2 nuevos libros (Adrián y el ropero viajero y Cómo ser autista) con el fin de sensibilizar a la sociedad sobre este trastorno invisible)

Para conocer más detalle sobre los programas e iniciativas de Fundación Orange puede visitar su página web [Fundación Orange](#).



Privacidad y ciberseguridad

(GRIS: 103-1, 103-2 y 103-3)

En un año como 2021, en el que seguimos viviendo sujetos a restricciones derivadas de la emergencia sanitaria, factores como la tecnología y la conectividad fueron claves para mantener la normalidad en la actividad económica y comercial de la mayoría de las empresas, siendo necesario asegurar un ecosistema conectado y disponible desde cualquier lugar.

Sin embargo, esta misma hiperconectividad que ha expandido las organizaciones más allá de su perímetro tradicional, también ha abierto la puerta a riesgos relevantes como el de los ciberataques, habiéndose producido un importante incremento de estos eventos, como nunca antes se había visto. De hecho, la ciberseguridad es uno de los principales retos a los que tendrán que hacer frente las empresas en 2022, según el informe “Risk in Focus 2022: hot topics for internal auditors”, elaborado a partir de una encuesta a 738 directores de Auditoría Interna de empresas europeas, incluidas las españolas.

Estrategia de ciberseguridad 360°

En Orange somos conscientes de la importancia que tiene la ciberseguridad dentro del proceso de digitalización de las empresas, independientemente de su tamaño. Por eso, ofrecemos uno de los catálogos de servicios en ciberseguridad más competitivos del mercado para garantizar una ciberseguridad 360° a las empresas y que cada paso en su transformación digital sea el más seguro.

Así, apoyándose en plataformas incorporadas directamente dentro de nuestra red de datos para grandes empresas, nuestras soluciones Orange Security Suite y AntiDDoS ofrecen seguridad perimetral y protección frente a ataques volumétricos, protegiéndolas desde el primer momento. Estos servicios complementan la labor de nuestro centro de soluciones de ciberseguridad Customer SOC, encargado de monitorizar y proteger a nuestros clientes frente a nuevas amenazas.

Si bien la transformación digital ha impulsado factores como el teletrabajo, también ha desdibujado el perímetro de seguridad tradicional y lo ha trasladado a cualquier dispositivo que esté conectado a la red, conocido como endpoint (portátiles, smartphones, equipos de escritorio...). Ante el auge de este nuevo escenario y la aparición de nuevas amenazas, ponemos al servicio de las empresas soluciones como Secure Endpoint, que garantizan la seguridad de los dispositivos corporativos, con independencia de dónde estén ubicados.

Completando el portafolio de protección avanzada para los usuarios, ofrecemos los servicios de seguridad Secure Apps, que protegen el acceso a los datos y la información que se maneja desde la nube; Secure Email, protección de correo corporativo frente a ataques específicos como phishing, malware o el llamado “fraude del CEO”; y Secure Mobile, protección integral de los smartphones frente a ataques de última generación, tanto en sistemas Android como iOS.

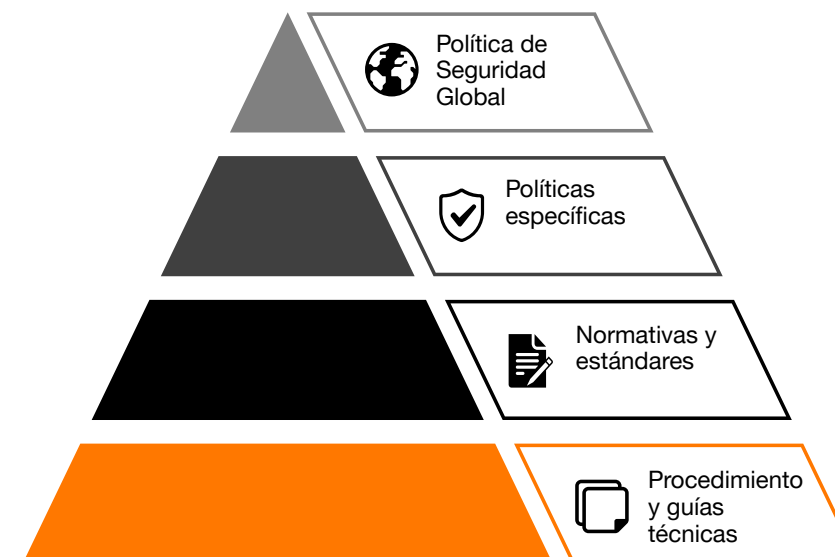
Finalmente, contamos también con soluciones para empresas y autónomos, los segmentos más vulnerables frente a un ciberataque, según pone de relieve el informe “Panorama actual de la ciberseguridad en España”, elaborado por Google y la consultora The Cocktail Analysis.

Según este análisis, en España aún existen 3 millones de pymes y autónomos desprotegidos ante los ciberataques y, de ellos, solo un 36 % disponen de protocolos básicos de seguridad, como la verificación en dos pasos para el correo corporativo. Por ello, en 2021 lanzamos la solución Network Plus, un servicio de ciberseguridad avanzado en la nube que protege a los negocios frente a ciberataques, permitiendo incluso teletrabajar de forma segura y todo ello por una pequeña cuota mensual, sin necesidad de hacer inversiones en equipamiento ni tener grandes conocimientos en IT.

Modelo de organización que garantiza la privacidad y ciberseguridad en Orange

Los operadores de telecomunicaciones se han convertido en un actor principal y, al mismo tiempo, en un objetivo preferido por parte de todo tipo de atacantes externos, con diferentes objetivos, ya sean fraude, robos, daño reputacional o simplemente notoriedad.

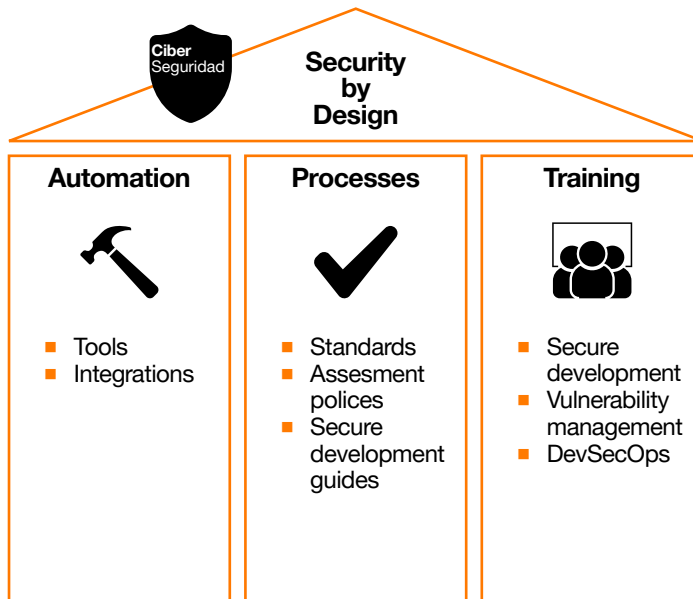
Orange, consciente de su responsabilidad para proteger los servicios y datos de sus clientes frente a intentos de fraude y posibles intrusiones a los sistemas internos, dispone de un modelo de control de seguridad centrado en la prevención, identificación y resolución de cualquier amenaza. Está diseñado para gestionar 4 vertientes:



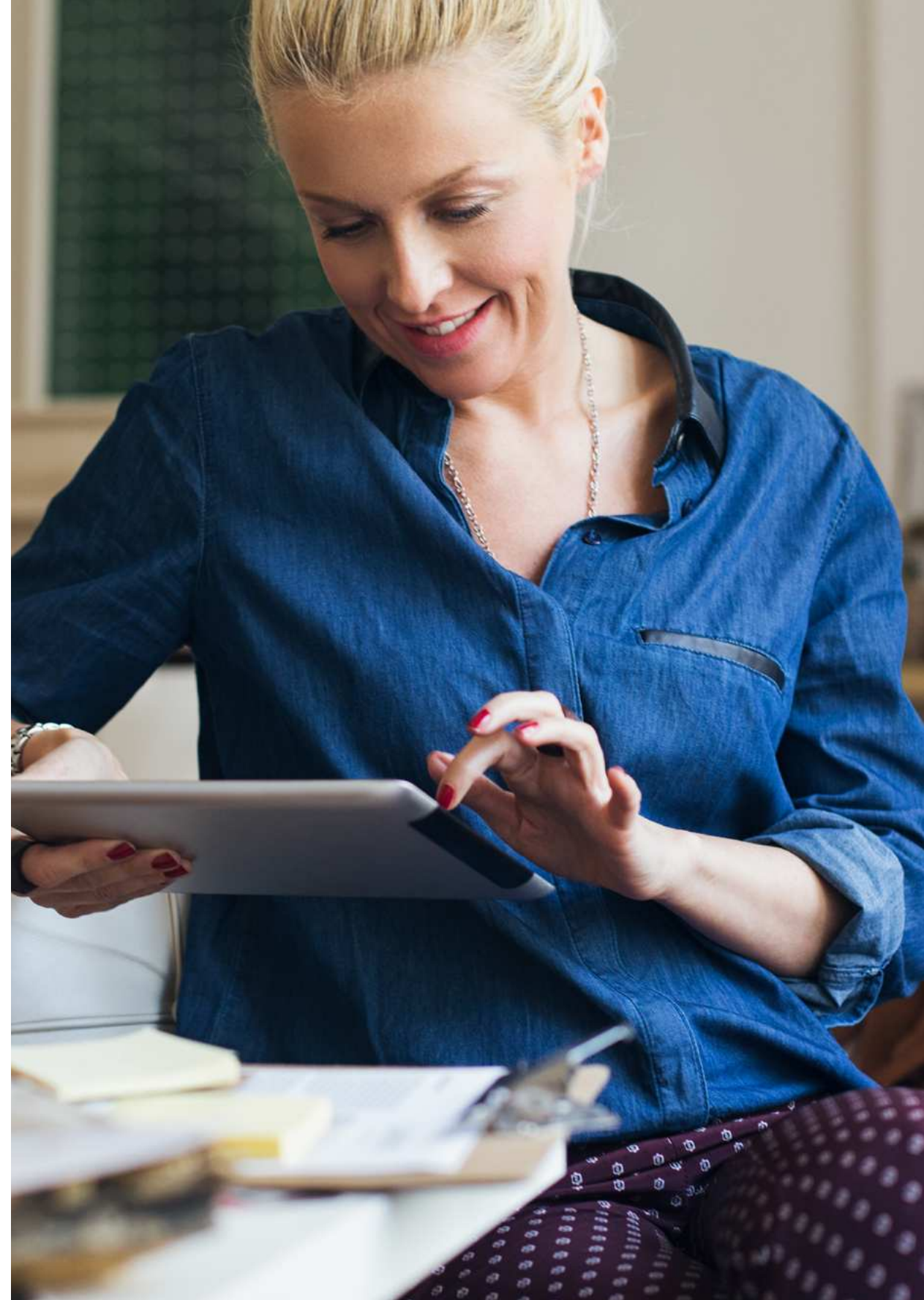
Además, define el plan de concienciación a partir del análisis de los riesgos a los que el negocio es más vulnerable, por el comportamiento de los empleados, y crea acciones de sensibilización a través de simulaciones de phishing e ingeniería social o píldoras informativas.

Por otro lado, realiza un seguimiento continuo del cumplimiento de estándares de vulnerabilidades de todas las aplicaciones y de todas las mejoras que sea necesario revisar y actualizar. Para ello, se basa en estándares como el CVSS 3.0 o el seguimiento de notificaciones del CERT con el objetivo de mantener actualizados los sistemas respecto a las nuevas vulnerabilidades conocidas.

Hay que destacar la implementación de la seguridad desde el diseño, como un proceso continuo, que nace en respuesta a la necesidad de implantar los mecanismos, procesos y cultura necesarios que garanticen la seguridad durante todo el ciclo de vida del software, haciendo especial hincapié en fases tempranas para evitar sobrecostes y daños para la compañía.



Por último, hay que reseñar que Orange obtuvo en 2021 la certificación ISO 27000, un conjunto de estándares orientados al establecimiento de buenas prácticas en relación con la implantación, mantenimiento y gestión del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información.



6

**Comprometidos
con el equipo
humano**

Políticas

Datos y resultados

(GRI: 401-1, 404-1, 102-8, 403-10, 403-9, 401-3, 405-1)

A continuación, se presentan datos extraídos de nuestro sistema de gestión de Personas, que se reportan periódicamente y son anualmente auditados por Orange Grupo:

Nuevas contrataciones

Sexo	Nuevas contrataciones						Rotación											
							Voluntaria						No voluntaria					
	2020 OSP	2020 Resto de sociedades	2020 Total	2021 OSP	2021 Resto de sociedades	2021 Total	2020 OSP	2020 Resto de sociedades	2020 Total	2021 OSP	2021 Resto de sociedades	2021 Total	2020 OSP	2020 Resto de sociedades	2020 Total	2021 OSP	2021 Resto de sociedades	2021 Total
Hombres	75	224	299	29	140	169	22 84,62%	59 61,38%	81 56,83%	39 86,67%	38 49,35%	77 63,11%	23 65,71%	86 46,99%	109 50%	8 61,54%	120 43,17%	128 43,99%
< 30 años	6	136	142	3	81	84	2	25	27	6	16	22	1	45	46	-	53	53
30 - 50	60	84	144	25	54	79	18	30	48	32	22	54	18	37	55	4	64	68
> 50 años	9	4	13	1	5	6	2	4	6	1	-	1	4	4	8	4	3	7
Mujeres	34	259	293	29	223	252	4 15,38%	46 38,17%	50 43,81%	6 13,33%	39 50,65%	45 36,89%	12 34,29%	97 53,01%	109 50%	5 38,46%	158 56,83%	163 56,01%
< 30 años	1	124	125	6	83	89	-	21	21	-	22	22	-	42	42	1	49	50
30 - 50	29	132	161	17	125	142	4	24	28	6	15	21	9	52	61	1	96	97
> 50 años	4	3	7	6	15	21	-	1	1	-	2	2	3	3	6	3	13	16
Total	109	483	592	58	363	421	26 100%	105 100%	131 100%	45 100%	77 100%	122 100%	35 100%	183 100%	218 100%	13 100%	77 100%	291 100%

Empleo en Orange Espagne

Sexo	Altos ejecutivos							Posiciones gerenciales/directivas					
	2020 OSP	2020 Resto de sociedades	2020 Total	2021 OSP	2021 Resto de sociedades	2021 Total	2020 OSP	2020 Resto de sociedades	2020 Total	2021 OSP	2021 Resto de sociedades	2021 Total	
Hombres	46 1,44%	1 0,04%	47 0,80%	37 1,31%	- 0%	37 0,68%	265 8,28%	29 1,08%	294 4,98%	220 7,81%	28 1,07%	248 4,56%	
< 30 años	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
30 - 50	23	1	47	20	-	20	176	15	191	145	13	158	
> 50 años	23	-	-	17	-	17	89	14	103	75	15	90	
Mujeres	19 0,59%	2 0,07%	21 0,36%	15 0,53%	1 0,04%	16 0,29%	131 4,09%	6 0,22%	137 2,32%	112 3,98%	5 0,19%	117 2,15%	
< 30 años	-	-	0	-	-	-	-	-	0	-	-	-	
30 - 50	11	2	13	9	1	10	98	4	102	79	5	84	
> 50 años	8	-	8	6	-	6	33	2	35	33	-	33	
Total	65 2,03%	3 0,11%	68 1,15%	52 1,85%	1 3%	53 0,97%	396 12,37%	35 1,30%	431 7,31%	332 11,79%	33 19,10%	365 6,71%	

Sexo	Responsables y técnicos especializados							Técnicos y administrativos					
	2020 OSP	2020 Resto de sociedades	2020 Total	2021 OSP	2021 Resto de sociedades	2021 Total	2020 OSP	2020 Resto de sociedades	2020 Total	2021 OSP	2021 Resto de sociedades	2021 Total	
Hombres	1140 35,60%	81 3%	1221 20,70%	995 35,33%	73 2,79%	1068 19,65%	472 14,74%	1095 40,60%	1567 26,56%	401 14,24%	1044 39,85%	1445 26,58%	
< 30 años	13	2	15	6	-	6	42	331	373	26	284	310	
30 - 50	884	69	953	776	60	337	337	696	1033	297	671	968	
> 50 años	243	10	253	223	13	93	93	68	161	78	89	167	
Mujeres	654 20,42%	47 1,74%	701 11,88%	604 21,45%	46 1,76%	475 14,83%	475 14,83%	1436 53,24%	1911 32,40%	432 15,34%	1423 54,31%	1855 34,12%	
< 30 años	3	1	4	2	1	32	32	256	288	32	214	246	
30 - 50	533	40	573	476	39	360	360	1026	1386	303	1017	1320	
> 50 años	118	6	124	126	6	83	83	154	237	97	192	289	
Total	1794 56,03%	128 4,75%	1922 32,58%	1599 56,78%	119 4,54%	947 29,58%	947 29,58%	2531 93,85%	3478 58,96%	883 29,58%	2467 94,16%	3300 60,71%	

Tipos de contrato

Sexo		2020 OSP						2020 Resto de sociedades						2020 Total					
		Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes		
		< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años
Hombres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	23	23	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	24	23
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	176	89	-	-	-	-	15	14	-	-	-	-	191	103
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	13	884	243	-	-	-	2	69	10	-	-	-	15	953	253
	Técnicos y administrativos	-	-	-	42	337	93	75	44	1	256	652	67	75	44	1	298	989	160
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	11	8	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	13	8
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	98	33	-	-	-	-	4	2	-	-	-	-	102	35
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	3	533	118	-	-	-	1	40	6	-	-	-	4	573	124
	Técnicos y administrativos	-	-	-	32	360	83	67	62	1	189	964	153	67	62	1	221	1324	236
Total	-	-	-	90	2422	690	142	106	2	448	1747	252	142	106	2	538	4169	942	
				3202			2697						5899						

Sexo		2021 OSP						2021 Resto de sociedades						2021 Total					
		Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes		
		< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años
Hombres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	20	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	17
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	145	75	-	-	-	-	13	15	-	-	-	-	158	90
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	6	766	223	-	-	-	-	60	13	-	-	-	6	826	236
	Técnicos y administrativos	-	-	-	26	297	78	48	31	3	236	640	86	75	44	1	262	937	164
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	9	6	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	10	6
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	79	33	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	84	33
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	2	476	126	-	-	-	1	39	6	-	-	-	3	515	132
	Técnicos y administrativos	1	-	-	31	303	97	53	84	12	161	933	188	54	84	12	192	1236	277
Total	1	-	-	65	2095	655	101	115	15	398	1691	300	102	115	15	463	3786	955	
				2816			2620						5436						

Sexo		2020 OSP						2020 Resto de sociedades						2020 Total					
		Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes		
		< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años
Hombres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	26,8	20,2	-	-	-	-	1,0	1,0	-	-	-	-	27,8	21,2
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	194,5	70,8	-	-	-	-	19,7	11,3	-	-	-	-	214,2	82,1
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	10,4	921,5	185,7	-	-	-	3,4	81,7	9,5	-	-	-	13,8	1003,2	195,2
	Técnicos y administrativos	-	-	-	38,8	349,2	78,1	53,8	35,1	2,0	172,1	692,6	54,7	53,8	35,1	2,0	210,9	1041,8	132,8
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	14,0	5,0	-	-	-	-	2,0	-	-	-	-	-	16,0	5,0
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	107,0	24,0	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	113,0	24,0
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	3,0	558,4	87,8	-	-	-	1,0	44,4	4,7	-	-	-	4,0	602,8	92,5
	Técnicos y administrativos	-	-	-	26,0	378,7	62,1	45,5	55,2	1,0	187,8	1010,2	121,2	45,6	55,2	1,0	213,8	1388,9	183,3
Total	-	-	-	78,2	2550,1	533,7	99,4	90,3	3,0	364,3	1857,6	202,3	99,4	90,3	3,0	442,5	4407,7	736,0	
					3162,00		2615,88						5778,88						

Sexo		2021 OSP						2021 Resto de sociedades						2021 Total					
		Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes		
		< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años	< 30 años	30-50 años	>50 años
Hombres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	23,0	20,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23,0	20,2
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	167,9	83,1	-	-	-	-	15,7	13,3	-	-	-	-	183,6	96,4
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	6,9	857,2	219,8	-	-	-	0,3	65,3	10,1	-	-	-	7,2	922,5	229,9
	Técnicos y administrativos	-	-	-	28,9	334,3	80,3	47,8	33,4	2,3	230,0	675,8	64,6	47,8	33,4	2,3	258,9	1010,1	144,9
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	10,3	7,3	-	-	-	-	1,0	-	-	-	-	-	11,3	7,3
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	95,7	30,7	-	-	-	-	5,0	0,3	-	-	-	-	100,7	31,0
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	2,0	525,7	111,8	-	-	-	1,0	38,3	5,0	-	-	-	3,0	564,0	116,8
	Técnicos y administrativos	0,3	-	-	28,9	358,3	75,5	53,4	66,1	3,2	149,0	978,2	144,8	53,7	66,1	3,2	177,9	1336,5	220,3
Total	0,3	-	-	66,7	2372,4	628,7	101,3	99,5	5,5	380,3	1779,1	238,1	101,6	99,5	5,5	447,0	4151,5	866,8	
					3068		2604						5672						

Remuneraciones y brecha salarial

(GRIS: 405-2, 102-35)

Remuneración del Consejo de Administración

Cada uno de los consejeros independientes de la sociedad tiene fijada, con independencia de su edad o sexo, una retribución bruta anual de 60.000 €, distribuida en 12 mensualidades de 5.000€ cada una de ellas. Durante el ejercicio 2021 no se fijaron dietas por su asistencia a las reuniones del consejo. Asimismo, durante el tiempo en que permanezcan en su cargo, los consejeros tendrán derecho a utilizar de manera gratuita el producto “Love familia total” o cualquier otro equivalente en las condiciones establecidas en cada momento y que a la fecha de aprobación de la decisión comprendía Fibra Óptica simétrica, línea móvil 4G con llamadas ilimitadas y línea fija con llamadas fijas nacionales y móviles.

A 31 de diciembre existían dos consejeros independientes, que percibieron una retribución total anual 120.000 €. Hasta abril de 2021 el número de consejeros independientes fue de cuatro. Conforme a lo indicado en el párrafo anterior, la remuneración total percibidas por todos los consejeros independientes durante el ejercicio 2021 fue de 160.000 €.

Adicionalmente existen 903.000 € en 2021 (822.000 € en 2020) en concepto de primas de seguros.

Remuneración de los altos ejecutivos

Se incluye como altos ejecutivos al colectivo de directivos líderes, cuyo diseño de política retributiva tiene como objetivo impulsar los indicadores de negocio, creación de valor y sostenibilidad del grupo Orange.

Su esquema de remuneración incluye los siguientes conceptos:

Componente	Objetivo y alineamiento de la estrategia	Descripción
Salario base	Atraer y retener el talento directivo en el mercado.	Los salarios son revisados anualmente, utilizando criterios de reconocimiento y equidad interna y externa.
Beneficios Sociales	Fomentar el sentido de pertenencia a Orange, ofreciendo ventajas competitivas en el mercado español.	Participación de los Beneficios Sociales del Convenio Colectivo de Orange Espagne: plan de pensiones, descuento en productos, seguro de salud para el empleado y los miembros de su unidad familiar, seguro de vida y accidentes, vehículo de empresa.
Retribución variable a corto plazo	Alinear a la plantilla en torno a las prioridades del grupo y Orange Espagne. Reconocer el desempeño colectivo e individual.	La retribución variable de los líderes contiene un componente basado en los objetivos estratégicos de negocio y responsabilidad social corporativa del grupo Orange. El resto de la retribución variable está asociada a KPIs financieros y de negocio de Orange Espagne. Los objetivos se establecen anualmente y están alineados con el presupuesto anual.
Plan de Incentivos a Largo Plazo	Retener personas clave de la Organización. Incentivar el cumplimiento de los planes estratégicos de Orange.	Sistema de retribución variable a largo plazo fijado en el marco de un plan a 5 años y ligado al cumplimiento del plan estratégico del Grupo Orange. El plan se divide en ciclos plurianuales independientes entre sí.

La compensación promedio total en 2021 de los líderes, incluyendo todos los conceptos anteriores, ha sido la siguiente:

	Promedio compensación total (€)
Hombre	279.869
Mujer	235.302

Remuneración de hombres y mujeres

Clasificación profesional	Edad	Hombre	Mujer	Diferencia salarial
Posiciones gerenciales/directivas	Más de 45 años	93.265	88.925	4,7%
	De 31 a 45 años	79.373	69.899	11,9%
Responsables y técnicos expertos	Más de 45 años	58.735	53.823	8,4%
	De 31 a 45 años	54.264	51.014	6,0%
	Hasta 30 años	50.267	46.032	8,4%
Técnicos y administrativos	Más de 45 años	44.213	39.498	10,7%
	De 31 a 45 años	40.938	39.473	3,6%
	Hasta 30 años	36.399	34.085	6,4%

La retribución total incluye la remuneración fija y la variable al 100% de consecución en 2021 para los empleados que no están en el listado de altos ejecutivos (colectivo leaders), lo que supone el 98% de la plantilla. Tanto el salario fijo como el variable están anualizados y calculados para jornada completa.

El resultado de la brecha salarial bruta para 2021 es de un 12,0% (*). La brecha ajustada es de un 4,6% en salario fijo, y de un 5,2% en salario fijo + variable.

Para realizar el cálculo de la brecha salarial bruta, se utiliza el promedio de retribución total de hombres menos el promedio de retribución total de mujeres, dividido por el promedio de retribución total de hombres.

Para el cálculo de la brecha salarial ajustada, se agrupan los empleados en grupos comparables por categoría profesional, edad y familia de trabajos similares o relacionados. Se calcula la cantidad que sería necesario añadir a la retribución de las mujeres para conseguir equidad en el promedio de esos grupos comparables. Con ello se calcula la cantidad promedio a añadir por mujer, y se divide por la retribución total promedio de hombres.

(*) Este cálculo considera el 98% de la plantilla, no incluyendo el colectivo de líderes.

Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad

SMI	Salario hombre	Salario mujer	Ratio hombre	Ratio mujer
13.375€	36.094€	34.775€	2,70	2,60

Se han tomado de referencia el “salario promedio de los grupos profesionales de técnicos y administrativos <30 años” y el SMI durante 2021 (950€ durante los 8 primeros meses (+1) y 965€ durante los 4 últimos meses (+1) del año (14 pagas).

Indemnizaciones por salidas no voluntarias

	Indemnización promedio (€)	Total salidas
Hombre	266.013	214
Mujer	226.648	122
Total general	251.677	336

Esta información se refiere a las indemnizaciones y prejubilaciones (Rentas y Convenio Especial con la Seguridad Social) 2021 para Orange Espagne. Otra parte de las salidas del expediente de regulación de empleo se produjeron en febrero de 2022, fuera del alcance de este ejercicio.

Despidos por edad

		2020 OSP				2020 Resto de sociedades				2020 Total			
		< 30 años	30-50 años	>50 años	Total	< 30 años	30-50 años	>50 años	Total	< 30 años	30-50 años	>50 años	Total
Hombres	Altos ejecutivos	-	1	1	2	-	-	-	-	-	1	1	2
	Posiciones gerenciales/directivas	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	-	2
	Responsables y tecnicos especializados	-	5	-	5	-	1	-	1	-	6	-	6
	Técnicos y administrativos	1	7	2	10	2	41	5	48	3	48	7	58
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Responsables y tecnicos especializados	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	-	2
	Técnicos y administrativos	-	3	2	5	5	55	6	66	5	58	8	71
Total		26			115				141				

		2021 OSP				2021 Resto de sociedades				2021 Total			
		< 30 años	30-50 años	>50 años	Total	< 30 años	30-50 años	>50 años	Total	< 30 años	30-50 años	>50 años	Total
Hombres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	-	-	2	-	2	-	2	-	2
	Técnicos y administrativos	-	-	-	-	22	34	2	58	22	34	2	58
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	2	2
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Responsables y tecnicos especializados	-	1	-	1	-	1	1	2	-	2	1	3
	Técnicos y administrativos	-	1	-	1	20	59	6	85	20	60	6	86
Total		4			147				151				

Políticas

(GRI:103-2)

Orange tiene como objetivo prioritario ser cada vez más digitales y humanos. El bienestar de todos nuestros profesionales es un compromiso fundamental de nuestra Política de Personal y gira en torno a principios tales como la igualdad, la diversidad, la conciliación de la vida laboral y personal y el fomento del desarrollo profesional.

Seguridad y salud

(GRIS: 403-4, 403-10, 403-9, 403-2, 403-8, 408-1, 403-7)

En Orange, promovemos medidas socialmente responsables, encaminadas a fomentar entornos saludables que favorezcan el desarrollo profesional de los empleados.

Los empleados son para Orange el activo más importante por ello, su salud y seguridad son factores claves de la Política de Personal.

Buscamos que nuestros empleados puedan mejorar su calidad de vida, a la vez que desarrollan su labor. Este es el principal objetivo que perseguimos través de iniciativas como Fresh Program, enfocada en ayudarles a adoptar hábitos de vida más saludables. La Comunidad “Fresh Program”, es un entorno de trabajo colaborativo, incluido dentro de Empresa Saludable, y ha sido reconocida a nivel de Grupo como best practice.

Desde Orange y el Servicio de Prevención y Salud Laboral, seguimos velando en todo momento por la salud de los empleados con el objetivo de minimizar el impacto de la situación sanitaria provocada por la propagación del COVID-19. Para ello, hemos creado un espacio en la intranet corporativa de Vive Orange, donde se han ido informando de forma periódica todas las medidas llevadas a cabo, centrándonos en establecer las mejores condiciones organizativas, de instalaciones y de control para eliminar o minimizar el riesgo de contagio.

Además, durante el año 2021 hemos:

- Renovado la certificación ISO 45001 en prevención de riesgos laborales en la que se audita el sistema de gestión de la prevención. El equipo auditor de AENOR ha destacado la madurez de nuestro sistema de gestión, lo que ha permitido continuar con la actividad preventiva a pesar de la gestión de la crisis del COVID-19.
- También hemos renovado la certificación de “Empresa Saludable”, en la que los auditores de AENOR han destacado nuestra evolución y mejoras. El estándar de Empresa Saludable reconoce a las organizaciones comprometidas en la promoción y mejora continuada de la salud, la seguridad, el bienestar de los empleados y la sostenibilidad del ambiente de trabajo.

En cuanto a la identificación de peligros, notificación de sucesos y no conformidades contamos con una herramienta PREVENGO en la intranet corporativa, donde cualquier empleado puede realizar la notificación.

Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo

(GRIS: 403-4, 403-2 y 403-7, 403-8)

Con el objetivo de estar cerca de nuestros empleados en todo momento existen una serie de comités de seguridad y salud en cada una de las sociedades y centros con representación de los trabajadores dando respuesta a la Ley 31/95 de prevención de riesgos laborales, a través de los que puede ejercerse el derecho de consulta y participación de los trabajadores.

Además, ha habido un comité específico para mantener actualizada la información sobre el seguimiento de la pandemia, el estatus de los positivos, las cuarentenas, las medidas Covid19 a implementar y desplegadas, así como las actuaciones que se han ido derivando según el momento:

- Medidas de protección en las sedes/viajes.
- Equipos de protección individual.
- Teletrabajo.
- Accesos vinculados al status Covid de cada empleado y el control de temperatura en todas las sedes.
- Empleados sensibles y empleados con convivientes vulnerables (protegemos más que los requisitos de Sanidad).
- Comunicación a empleados actualizada en ViveOrange.
- Vacunación Gripe.
- Protocolos Covid para trabajos en sites y centros técnicos comunes para proveedores, consensuados con resto operadoras.
- Desescalada y vuelta a la oficina.
- Medidas extraordinarias en diciembre 2021.

Organización del trabajo

Este año, a pesar de no haber estado tan marcado por la pandemia, se ha seguido apostado por la conciliación y el bienestar de los profesionales que forman Orange en España, sin bajar el nivel de alerta por la seguridad de dichos profesionales en ningún momento.

Si bien es cierto que, con la vacunación, los profesionales han ido incorporándose de manera progresiva a sus puestos de trabajo físicos y se han seguido manteniendo todas las medidas de seguridad necesarias, tanto en términos de distancia como de limpieza y desinfección, sin olvidarnos, por supuesto, de que el virus sigue estando presente.

Flexibilidad y conciliación

Orange Espagne cuenta desde hace años con un horario flexible para sus empleados:

1. Horario de entrada: de 7:30h a 10:00h.
2. Horario comida: entre las 14:00h y las 16:00h (la duración será de 30 a 90 minutos).
3. Horario de salida: a partir de las 17:00h en jornada a tiempo completo, en función de la hora de entrada y el tiempo de comida, cumplida la jornada de 8 horas y 30 minutos. Los viernes se podrá salir a partir de las 14:30h, cumplida la jornada de 7 horas.

Desde el verano del año 2020, se estableció un periodo de voluntariedad para volver de manera controlada y escalonada a las oficinas, realizando una vuelta paulatina con tramos de ocupación inicial de 5%-10%, llegando hasta el 20%-30%. También, se ha realizado un proceso ordenado de acceso a tests, entrega de material de protección y dimensionamiento de los espacios.

Durante todo el año 2021, los empleados han podido teletrabajar a la semana un máximo de tres jornadas laborales eligiendo entre teletrabajo en jornadas completas o teletrabajo fraccionado. Se han tenido en cuenta situaciones excepcionales de colectivos en riesgo, y los periodos en los que la situación sanitaria se agravaba a nivel nacional, en las que el empleado ha podido teletrabajar los 5 días de la semana.

Finalmente, el pasado mes de octubre de 2021, la representación de la empresa y de los trabajadores, llegaron a un acuerdo con la unanimidad de la representación sindical. Dicho acuerdo mejora en 1 día más el acuerdo inicial ya existente en el Convenio de Orange previo a la situación de crisis sanitaria del Covid-19. Además, pudiendo teletrabajar 2 días completos a la semana o 1 día fraccionado en tardes, adicionalmente una bolsa de 10 días de teletrabajo al año, acordados con el manager, para situaciones imprevistas. Especial atención para los empleados con un permiso por enfermedad grave de un familiar hasta el 2º por consanguinidad o afinidad, así como en el caso de trabajadores/as reincorporados de bajas derivadas de enfermedades de inmunodeficiencia o cáncer con tratamiento activo, teniendo la posibilidad de un tercer día semanal en régimen de teletrabajo, sometido a la aprobación expresa de la empresa.

Dentro de estas mejoras, también se establece que Orange Espagne facilitará a los empleados, móvil 5G con datos ilimitados en la línea de empresa, descuentos del 100% en la conectividad fija de la línea del trabajador, elevador de portátil y silla ergonómica.

Foco en la desconexión digital

Como compañía nos preocupa la utilización de las nuevas tecnologías y abogamos por un uso racional de las mismas. Por ello, uno de nuestros focos es la desconexión digital. Esta iniciativa se configura, por tanto, como una herramienta primordial de la conciliación de la vida laboral y familiar/personal, cuyo objetivo es garantizar un adecuado descanso, sin menoscabo del principio de flexibilidad que promueve la Compañía.

Orange potencia acciones de sensibilización a todos los niveles de la organización sobre el buen uso de las tecnologías.

Acuerdos de negociación colectiva

(GRI 102-41)

Orange Espagne tiene firmado un convenio de empresa con los representantes de los trabajadores. A su vez, mantiene un diálogo fluido y constante con los representantes de los trabajadores a través de reuniones periódicas de comisiones de convenio (por ejemplo, comisión de interpretación y empleo, de igualdad, de PRL, etc.) y de foros informales (por ejemplo, reuniones sobre distintas materias).

GRI 102-41	2020	2021
Nº total de empleados	-	2.816
Nº de empleados dentro del ámbito de aplicación del convenio	2.766	2.419
% de empleados dentro del ámbito de aplicación del convenio	86,4%	85,9%

Planes de prestación

(GRI: 201-3)

Orange Espagne dispone de un Plan de Pensiones de empleo para su plantilla como instrumento de ahorro privado y dirigido a complementar las pensiones de la Seguridad Social.

Serán partícipes del plan aquellos empleados en activo con una antigüedad superior a un año en la empresa y que así los soliciten.

Se trata de un plan financiado por aportaciones de la empresa y por aportaciones del empleado según la siguiente tabla:

³ El salario regulador (SR) límite es el que se recoge en el reglamento del plan de pensiones, actualizándose anualmente con el IPC.

Aportación empleado-Fija	Aportación Empresa-fija	Aportación voluntaria empleado -variable
1% SR	2% SR ³	1% SR adicional
3% SR	4% SR	Hasta 10% SR adicional

El plan de pensiones ofrece diversos beneficios al empleado:

- Fiscales, debido al efecto fiscal neutro de las aportaciones de la empresa, así como la deducción fiscal de las aportaciones del empleado dentro de los límites legales establecidos.
- Ahorro en las comisiones de gestión y depósito de los planes de empleo que son inferiores a las de los planes individuales.

El funcionamiento y ejecución del Plan está supervisado por una Comisión de Control agregada, formada, por representantes de los promotores y representantes de los partícipes y beneficiarios, designados conjuntamente por la mayoría de la representación sindical de Orange Espagne. La comisión supervisa el cumplimiento de las cláusulas del Plan en todo lo que se refiere a los derechos de sus partícipes y beneficiarios, en relación con el resto de los elementos personales del mismo, así como en relación con el Fondo y con las Entidades Gestora y Depositaria, que intervengan en la administración y fijan la política de inversión del Plan de Pensiones.

En 2019, dicho plan de pensiones fue ganador del premio al mejor fondo de pensiones europeo de renta variable y finalista en el premio a mejor plan de pensiones europeo en mercados emergentes.

Plan de salidas voluntarias de Orange Espagne

En el año 2021 Orange Espagne realizó un plan de ajuste de empleo con el acuerdo de la representación legal de los trabajadores, donde los empleados podían acogerse de manera voluntaria al programa de plan de salidas con dos modalidades indemnización o plan de prejubilación, que ha afectado a aproximadamente el 10,8% de su plantilla.

Para el plan de prejubilación la adscripción voluntaria se abrió para la parte de la plantilla que cumplía 54 años hasta el 31 de diciembre de 2022 y tenía una antigüedad mínima de 9 años, abonando el 85% del salario regulador neto (fijo más el 50% del variable) para las personas entre 54 y 55 años; y el 87% del salario regulador neto para los mayores 56 años. Dichas rentas se abonarán hasta los 63 años y Orange se hará cargo de la cotización a la Seguridad Social hasta los 65 años.

Como beneficios se incluye el abono por parte de Orange del seguro médico hasta los 65 años y mantiene para los familiares los precios de las primas que tenga Orange y el descuento del 30% de la factura de fibra durante 12 meses.

Orange además ofreció un proceso de recolocación a través de una consultora externa para el 100% de las salidas (voluntarios o prejubilados) en 9 meses con carácter general, y de 12 meses para mayores de 45 hasta que el 80% de las salidas estén recolocadas.

Con motivo de estas condiciones tan beneficiosas se cubrió el número máximo de extinciones pactado.

Excedencias y movilidad

Excedencia cuidado de hijos y convenio

	2020 OSP		2020 Resto de sedes		2020 total		2021 OSP		2021 Resto de sedes		2021 total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Hombres	5	35,70	33	53,23	38	50	14	82,40	41	48,81	55	54,46
< 30 años	-		9		9		1		11		12	
30-50 años	2		23		25		13		28		41	
>50 años	3		1		4		-		2		2	
Mujeres	9	64,30	29	46,77	38	50	3	17,60	43	51,19	46	45,54
< 30 años	2		10		12		-		13		13	
30-50 años	7		19		26		3		27		30	
>50 años	-		-		-		-		3		3	
Total	14	100	62	100	76	100	17	100	84	100	101	100

Movilidad de grupo

	2020 OSP		2020 Resto de sedes		2020 total		2021 OSP		2021 Resto de sedes		2021 total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Hombres	4	100	-	-	4	100	29	74,40	0	-	29	74,36
< 30 años	-		-		-		-		-		-	
30-50 años	4		-		4		8		-		8	
>50 años	-		-		-		21		-		21	
Mujeres	-	-	-	-	-	-	10	25,60	-	-	10	25,64
< 30 años	-		-		-		-		-		-	
30-50 años	-		-		-		6		-		6	
>50 años	-		-		-		4		-		4	
Total	4	100	-	-	4	100	39	100	-	-	39	100

La tasa de absentismo en Orange Espagne en 2021 es del 1,2% por baja médica (85.767 horas perdidas/total trabajadas).

Bajas por enfermedad común	2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
			207 50,2%	205 49,8%

Dolencias y enfermedades laborales y lesiones

Lesiones por accidentes laborales y dolencias y enfermedades laborales	2020 OSP		2020 Resto de sedes		2020 Total		2020 OSP		2021 Resto de sedes		2020 Total	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lesiones por accidente laboral registrables	-	1	-	1	-	1	1	0,041	-	-	3	-
Principales tipos de lesiones	Musculoesqueléticos				Musculoesqueléticos		Torceduras				Torceduras	
Dolencias y enfermedades laborales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Permiso parental

(GRIS: 401-3)

		2020	2021
N° empleados con permiso parental	Hombre	49	53
	Mujer	35	32
	Total	85	85
N° empleados que han regresado después del permiso parental incluidos 12 meses después	Hombre	49	48
	Mujer	35	29
	Total	85	77

Talento y formación

(GRIS: 404-1, 404-2, 412-2)

El proceso de formación es el marco de referencia para que los empleados de Orange adquieran los conocimientos y desarrollen las habilidades y aptitudes necesarias para realizar adecuadamente su trabajo actual o se preparen para acometer nuevas responsabilidades.

Se trata de un proceso continuo, descrito en la Política de Formación, que se inicia con la detección y análisis de necesidades y prosigue con el diseño, la planificación, la impartición y el seguimiento de los programas formativos

El 2021 ha sido un año retador en el ámbito formativo causando un gran impacto en las organizaciones en todo el mundo. Desde Orange hemos demostrado de manera continuada el valor de poner a nuestros empleados en el centro con formatos 100% digitales.

Hemos trabajado en numerosas áreas formativas para lanzar programas de reskilling y upskilling tales como, Escuela superior técnica con foco en mujeres, Habilidades de Comunicación, Pasión por los clientes, Cloud Native, Data&AI, Robot Factory, Licencias Coursera, Idiomas para todos, Aprende M365, y formando a los Orange trainers en competencias digitales⁴.

A continuación, se presenta el detalle de cada uno de los principales programas:

Acciones de reskilling en Orange

⁴Este Informe 2021 recoge y actualiza la serie histórica de datos de formación a partir de la información obtenida en enero 2022 sobre la formación realizada en los ejercicios 2021, 2020 y 2019, procedentes de la plataforma Learning Management Solution de Orange Learning Group.

Escuela Superior Técnica

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Formación que se imparte cada dos años, y en la que cada persona invierte 760 horas en ella. La primera promoción fue en 2010 y esta es la quinta. Esta vez queremos centrarnos en aumentar el número de mujeres formadas en este ámbito	<ul style="list-style-type: none"> · Capacitar a los perfiles técnicos en los nuevos conocimientos y tendencias relacionados con IT y redes, poniendo foco en aumentar el número de mujeres formadas (53% de las que se han inscrito de forma voluntaria) · Impulsar el desarrollo profesional, dotando de un conocimiento diferencial que permita ser referente dentro de la compañía · Mejorar la transversalidad entre las áreas de sistemas y redes 	<p>Abierto a todos los profesionales de la Factoría Red & IT</p> <p>51 plazas disponibles</p>	<p>Aulas virtuales, elaboración de trabajos en grupo y compartidos en la comunidad, material digital, estudio, realización de exámenes y trabajo de fin de proyecto</p> <p>Multidispositivo</p>	<p>Participantes: 51</p> <p>Horas: 22.083</p> <p>Satisfacción: 9/10</p> <p>NPS: 55</p>

Cloud Native

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Programa para profesionales del área IT para que obtengan conocimientos sobre cómo Orange define el enfoque Cloud en diferentes ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> · Nivel 1: Citizen (Módulo 1; 9 horas) · Nivel 2: Practitioner (Módulos 1-5; 48 horas) · Nivel 3: Developer (Módulos 1-6; 72,5 horas) 	<ul style="list-style-type: none"> · Conocer y aprender a utilizar las herramientas que desde Orange se emplean para desarrollar aplicaciones Cloud · Concienciar y sensibilizar sobre lo que implica ser Cloud Native 	<p>207 personas área IT (Perfiles enfocados a procesos, y equipos de SQA, Soporte y desarrollo)</p>	<p>Online: pretest; recursos digitales; cuestionarios autoevaluación</p> <p>Aulas virtuales: Resolución de casos prácticos o casos de uso</p> <p>Programa gamificado: Ranking e intercambio de puntos por obsequios</p> <p>Multidispositivo</p>	<p>Participantes: 207</p> <p>Horas: 6.100</p> <p>Satisfacción: 8/10</p> <p>NPS: 26</p>

Robot Factory

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Transformar la manera de trabajar en Orange, facilitando que cualquier empleado aprenda a crear sus propios robots para optimizar sus tareas para ahorrar tiempo y trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar a los empleados una herramienta que ejecute sin errores y con mayor rapidez tareas repetitivas y tediosas Capacitar en el software de la creación de robots UiPath en sus versiones StudioX para la automatización robótica de procesos 	Todos los empleados	<p>Formación en aula virtual con formador Orange Trainer</p> <p>Formación online en plataforma de UiPath</p> <p>Tutorías individuales con equipo Robot Factory de Orange</p>	<p>Participantes: 275</p> <p>Horas: 2.253</p> <p>Satisfacción: 9,9/10</p>

Escuela de Orange Trainers

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Con vocación de servir de acompañamiento y reconocimiento a aquellos empleados que transmiten conocimiento a otros empleados, nace en 2018, la Escuela de Orange Trainer. Desde entonces los Orange Trainer reciben una comunicación mensual con cursos digitales, herramientas y noticias de interés. Además, hemos creado un programa de OnBoarding para dotar de las herramientas necesarias para impartir una ponencia	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir en el desarrollo de nuevas capacidades alineadas a las tendencias de mercado y a las necesidades presentes y futuras de la organización Apoyar al formador interno con un acompañamiento que le "haga la vida más fácil" durante todo el proceso Reforzar la labor del formador interno a través de acciones de reconocimiento y motivación, que generen sentimiento de comunidad y aprendizaje colaborativo 	<p>Todos los empleados tienen acceso a la formación de OT:</p> <p>593 participantes integran la Escuela (de todas las áreas de la compañía)</p> <p>129 han impartido formación interna en 2021</p>	<p>Aulas virtuales en grupo e individuales</p> <p>Recursos digitales en Piazza y Newsletter</p> <p>Formación online</p>	<p>Escuela OT Formación en competencias digitales a Orange Trainers: Participantes: 52 Satisfacción 8/10 NPS 67</p> <p>Formación en servicios de soporte Satisfacción: 8,5/10 NPS 47 Servicios 12</p> <p>Comunidad Orange Trainers Satisfacción: 8,2/10</p> <p>Impacto 28% de las horas de formación en Orange son internas</p> <p>2.244 empleados únicos formados</p> <p>Satisfacción Formación interna: 9 vs. Formación externa: 8</p>

Breaking Digital

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Pretende que perfiles core de la compañía, se inicien, desarrollen y consoliden en el mundo digital utilizando distintos recursos, comenzando para ello, desde el nivel base de cada persona.	Capacitar y consolidar el conocimiento digital en los perfiles core de Orange	Empleados de áreas B2B y B2C (Perfiles enfocados al marketing Digital, Ventas Digital, y equipos de cartera)	<p>Assessment inicial y final para evaluar el conocimiento previo y adquirido en el programa</p> <p>Cloud abierto de formación, en el cual el empleado accede al catálogo de formación</p> <p>Itinerarios personalizados digitales por nivel de conocimientos</p> <p>Aulas Virtuales con expertos del mundo digital para despertar la reflexión en los modelos de actuación</p>	<p>Participantes: 148</p> <p>Horas: 785</p>

Data Go

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Dentro de nuestro compromiso con la innovación, este programa se propone que todos los empleados de OSP sean capaces de conocer en 3 años, la base de las tecnologías fundamentadas en Datos e Inteligencia Artificial	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar a todos los empleados en el mundo de los datos como centro de nuestro modelo de innovación Tener una comprensión común del mundo de Data y AI, a nuestro nivel y de acuerdo a nuestra profesión 	Todos los empleados de OSP	Programa 100% digital (6 cursos online) en el que el empleado, a través del móvil, tablet o PC, accede a los diferentes contenidos digitales	<p>Participantes: 271</p> <p>Horas: 1.095</p> <p>Valoración: 4,2/5</p>

Digitalización del Onboarding de Grandes Cuentas

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Es necesaria una formación en el área de GGCC, para asegurar la eficiencia de las nuevas incorporaciones, y eso solo puede ser posible digitalizando el itinerario para no depender de la presencialidad, tan complicada durante el confinamiento	Capacitar a los nuevos empleados del área de empresa desde el onboarding, en los productos, servicios, procesos y herramientas digitalmente	Nuevos empleados o movilidades internas al área de GGCC	Itinerario formativo 100% digital (cursos online, vídeos) basado en metodologías activas centradas en el empleado nuevo, en su capacitación en competencias propias para saber de la disciplina, mientras se trabaja el concepto constructivo y no receptivo por parte del empleado	Participantes: 50 Horas: 1.218 Satisfacción: 4,5/5

Idiomas para todos

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Dado el carácter internacional de la compañía, es importante que ciertas áreas tengan la posibilidad de dominar las principales lenguas en las que se comunican, principalmente los integrantes del Grupo. Debido al gran volumen de participantes, es necesario digitalizar la formación para que sea accesible para todos, cuando y donde quieran	<ul style="list-style-type: none"> Reforzar las habilidades de comunicación de todos los empleados para su interlocución con el Grupo, proveedores y clientes internacionales Adaptar la formación al teletrabajo y flexibilidad horaria Proporcionar formación a todos los empleados independientemente del nivel, necesidad y uso del idioma extranjero 	Todos los empleados de las áreas técnicas, de negocio, comerciales y de soporte	Plataforma Online proveedor Speexx Recursos online autoestudio (Macro y Micro learning) Aulas virtuales grupales multicompañía Multidispositivo	Participantes: 535 Horas: 11.557 Satisfacción: 4,2/5

Migración M365

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Esta iniciativa se enmarca en la dirección que está tomando el Grupo hacia la digitalización. En un intento de aumentar la funcionalidad, se elige Microsoft 365 como soporte al trabajo del día a día en Orange, enfocándose en tres herramientas clave: Microsoft Teams, OneDrive y SharePoint	Asegurar la adopción de los conocimientos y habilidades en tres de las herramientas de M365	Todos los empleados	Recursos formativos (píldoras y video-tutoriales de impacto, infografías) Comunidad en Sharepoint Sesiones webinars con expertos QuickAccess, asistente virtual	Participantes: 779 Horas: 1.211 Satisfacción: 8/10 NPS: 27

Programa de habilidades de comunicación

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Desarrollar habilidades de comunicación, es una de las necesidades formativas más demandadas por los empleados de Orange. El entrenamiento de estas habilidades favorece el desarrollo profesional y personal	<ul style="list-style-type: none"> Entrenar habilidades de comunicación con foco en tres temas importantes: <ul style="list-style-type: none"> Comunicación con influencia Comunicación asertiva Presentaciones con alto impacto 	223 personas de todas las áreas de la compañía y perfiles diversos	Online: pretest; recursos digitales Aulas virtuales: Sesiones experienciales enfocadas al entrenamiento de la habilidad. Partiendo siempre del auto-conocimiento	Participantes 223 Horas: 1.216 Satisfacción: 9/10

Licencias de Coursera

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Necesidad de desarrollar rápidamente competencias de alto nivel en materia de datos e IA en todo el Grupo, con el objetivo de implementar con éxito los programas y la estrategia al respecto, y alcanzar así los objetivos de Engage 2025	Hacer frente a estas urgencias y adaptarse al nuevo paradigma, aliándonos con Coursera, el mejor proveedor de formación de data e IA, acelerando de manera eficiente y rentable el desarrollo de habilidades de datos e IA en el Grupo.	Empleados de los equipos técnicos de data e IA, áreas de datos, IT, Redes y especialistas en áreas de negocio.	Acceso a Coursera Business Orange Catálogo de cursos Coursera Selección de cursos a realizar manager-empleado	Participantes: 392 Cursos finalizados: 660 Cursos en progreso: 388

Escuela de verano

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Este programa de formación se lanza durante el período de verano y está abierto para todos los empleados a los que les pueda interesar. Consiste en una serie de ponencias y webinars que tratan sobre temas estratégicos para la empresa	Capacitar a los nuevos empleados del área de empresa desde el onboarding en los productos, servicios, procesos y herramientas, digitalmente.	Todos los empleados	Ponencias semanales con expertos en cada temática Espacios virtuales con inscripciones abiertas Sesiones inspiracionales	Participantes: 241 Horas: 391 Satisfacción: 8,6/10 NPS: 60

Pasión por los clientes

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
De la mano del plan "Back to Growth", donde nuestros clientes y la 1ª línea son 1 de los 3 ejes prioritarios para volver a liderar el crecimiento, debemos tener presente que la suma de todo lo que hacemos en nuestro día a día, tiene un efecto poderoso sobre la experiencia de nuestros clientes. Por ello, debemos aspirar a la excelencia en el servicio que les prestamos	· Aprender a llevar a cabo iniciativas que mejoren la satisfacción de los clientes. · Otorgar reconocimiento a la extraordinaria labor que hacen nuestros compañeros de Call centers y tiendas.	Todos los empleados	Visitas mensuales, virtuales y presenciales. a Call center, PdV's y Operador logístico. Trabajo previo de Prework "En Directo con la 1ª Línea": Entrevistas en directo a compañeros de la 1º Línea "Ayudamos a nuestros Clientes": aplicamos la metodología de mejora continua para buscar las mejores soluciones a problemas. "Premios Siempre +": reconocimiento a la 1º Línea	Participantes: 246 Horas: 242,25 Satisfacción: 5/5

Formación en ética y cumplimiento normativo

(GRI: 205-2, 412-2)

Adicionalmente, Orange proporciona a los empleados formación periódica en materias de anticorrupción, ética y derechos humanos.

GRI 205-2 - Empleados formados en materia de anticorrupción	2021
Nº de empleados con formación general	1.912
Porcentaje de empleados con formación general	2.766
Nº de empleados con formación específica	86,4%
Porcentaje de empleados con formación específica	86,4%

GRI 412-2 - Formación en DDHH, ética, diversidad e igualdad	2020	2021
Horas totales	1.237	1.067
Nº de empleados formados	363	1.846
Promedio de horas por empleado formado	3,4	0,6
% de empleados formados	11%	66%
Total empleados	3.202	2.816

Media de horas de formación al año por empleado

(GRI: 404-1)

El total de horas de formación de los empleados de Orange Espagne en 2021 es de 75.905 horas, según el desglose adjunto:

Horas de formación al año por categoría profesional y género	Directivos (CEO + N1)			Mandos intermedios (Directores + Managers)			Resto de empleados		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
	192	222	414	3.836	2.550	6.386	46.238	22.866	69.104
Promedio de horas por empleado	21	56	32	14	20	16	28	18	24

Diversidad e igualdad

(GRI: 412-1)

Compromiso con la diversidad

En Orange España, igual que en el Grupo Orange, la diversidad y la igualdad profesional entre las mujeres y los hombres se inscriben en el centro de nuestro proyecto estratégico y social. El objetivo es impulsar la integración de la igualdad profesional, luchar contra la discriminación y la violencia y fomentar el equilibrio entre la vida profesional y personal en todas las actividades del Grupo.

Esta gestión se basa en la convicción de que la diversidad y el carácter mixto constituyen un reto social fuente de eficacia. Hemos lanzado durante numerosos años acciones basadas en 4 pilares:

- el carácter mixto mujeres-hombres en todos los puestos, en particular los puestos técnicos,
- el acceso de las mujeres a los puestos de responsabilidad,
- la igualdad salarial entre los hombres y las mujeres,
- el equilibrio entre la vida profesional y la vida personal.

Además, en diciembre del 2021, renovamos nuestro compromiso con el Charter Europeo de la Diversidad. Orange es firmante desde el año 2009. Las empresas signatarias respetan las normativas vigentes en materia de igualdad de oportunidad y anti-discriminación, y asumen los siguientes principios básicos:

- Construir una plantilla diversa.
- Promover una cultura inclusiva.
- Promover procesos de selección y promoción sin sesgos.
- Promover políticas de conciliación personal y laboral.
- Reconocer la diversidad de los clientes.
- Comunicar internamente este compromiso.
- Invitar a proveedores a sumarse al Charter europeo.
- Comunicar externamente este compromiso.
- Difundir buenas prácticas y resultados obtenidos.
- Sensibilizar transversalmente sobre D&I.

Un año más, hemos obtenido el “Distintivo de Igualdad en la Empresa” (DIE), marca de excelencia concedida por el Ministerio de Igualdad, para reconocer a las empresas que destacan en el desarrollo de políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral.



Seguimos reforzando nuestro compromiso con la Diversidad y la inclusión a través de la participación en diferentes asociaciones, referentes en este ámbito, como REDI, red inter-empresarial en materia de diversidad e inclusión de los empleados/as LGBTI en España o INTRAMA, que también constituye una Red de Empresas comprometidas con la Diversidad y la Igualdad.

Apoyamos la diversidad y la igualdad con acciones de formación, sensibilización y comunicación externa e interna, tales como:

- Diversity Together: una formación online disponible para todos los empleados en nuestra plataforma de formación Orange Learning. Esta formación contribuye a fortalecer las habilidades en diversidad e inclusión, compartiendo un enfoque no discriminatorio a través de situaciones inspiradas en contextos reales, así como la identificación de estereotipos y sesgos inconscientes.
- Píldora online “StopE” sobre sexismo en el lugar de trabajo, lanzado a todos los empleados con motivo del Día Internacional para la eliminación de la violencia contra la Mujer.

Además, hemos dado continuidad al ciclo de charlas «Mujeres al Cuadrado», un espacio de diálogo e inspiración donde mujeres que son referentes en el mundo de la empresa, las ciencias y la tecnología en la sociedad en general, comparten con los empleados de Orange sus experiencias y trayectorias.

Para sensibilizar a toda la plantilla en cuestiones relativas al desarrollo y mantenimiento de un entorno de trabajo inclusivo hemos difundido comunicaciones específicas: Día Internacional del Orgullo LGBTI; Día Internacional contra la Homofobia; Día Internacional contra la Violencia de Género; Día Internacional de las Personas con Discapacidad, Día Internacional de la Mujer, entre otras.

Compromiso con la diversidad

Con el fin de reforzar la objetividad y transparencia de los procesos de reclutamiento y selección y asegurar la igualdad de trato y oportunidades en este ámbito, hemos ido incorporando mejoras en los procedimientos y realizando las necesarias revisiones y análisis periódicos.

Entre las medidas que incorporamos en nuestro II Plan de igualdad se encuentran:

- Uso de un lenguaje inclusivo tanto en la denominación de los puestos como en las características de los perfiles demandados, en el apartado de publicación de ofertas y en los portales de empleo contratados.
- Mantenimiento y renovación de la formación en igualdad a las personas encargadas de la selección de personal.
- Planificación con fuentes de reclutamiento (foros, asociaciones, universidades, grupos de opinión) para que se favorezca una búsqueda activa selectiva de mujeres en función de necesidades por edad, formación, experiencia, perfil ... (estadísticas de candidatos por género), informando a la Comisión de Igualdad sobre dichas fuentes
- Foco en el reclutamiento y selección de mujeres con estudios STEM, con el fin de lograr una mayor incorporación femenina en puestos técnicos y tecnológicos.
- Colaborar con el Programa de Colaboración público-privada dirigido a mujeres con estudios STEM del Instituto de la Mujer participando activamente en la oferta de prácticas en Orange

Para realizar un seguimiento de las medidas contempladas en el Plan, incorporamos indicadores de gestión y seguimiento tales como el número de candidatos y candidatas por puesto y el número de entrevistas realizadas para cada puesto de trabajo.

Impulsamos el talento STEM

En Orange queremos impulsar el talento en las profesiones STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) especialmente el femenino, ya que en este sector apenas el 30% de los profesionales son mujeres.

Para ello hemos lanzado la segunda edición del programa becas «Come on» dirigidas a estudiantes o tituladas universitarias en disciplinas STEM. El programa ofrece un itinerario formativo especialmente diseñado para ellas, que además les brinda la posibilidad de participar en proyectos innovadores que incorporan las últimas tecnologías, así como construir una importante red de contactos.

Internamente, reforzamos la capacitación técnica de nuestras empleadas, impulsando y fomentando la participación en los programas de formación técnica como la Escuela Superior Técnica que les permite adquirir un conocimiento diferencial en las últimas tecnologías, así como otras habilidades que impulsen su desarrollo profesional.

Orange contra la violencia de género

Ponemos especial foco en medidas relacionadas con la violencia de género, que se recogen y forman parte del II Plan de Igualdad de Orange. La Comisión paritaria de Igualdad, es la encargada de tratar todos los temas relacionados con las iniciativas en materia de género, asignando la más alta prioridad a las relativas a violencia.

Nuestro Plan de Igualdad tiene entre sus objetivos, prevenir la discriminación laboral por acoso por cualquier causa y establecer el necesario procedimiento de actuación para estos casos, así como proteger y apoyar a las víctimas de violencia de género. Para ello se adoptan medidas que amplían los derechos que tenemos por ley en España:

- Derecho a reducción de jornada y flexibilidad durante esta situación.
- Derecho preferente de traslado o cambio de centro y ayuda económica para afrontarlo; reserva del puesto de trabajo durante 8 meses.
- Derecho a solicitar una suspensión temporal de la relación laboral con reserva de puesto de trabajo de 6 meses prorrogables a 18.
- Ayuda económica en caso de necesidad de traslado de la empleada víctima de violencia de género.

En Orange no se tolera el abuso de autoridad ni el acoso laboral de cualquier tipo. Disponemos de un Protocolo de Acoso para la prevención y actuación ante estas situaciones. El mismo ha sido elaborado en colaboración con los representantes de los trabajadores, se encuentra disponible para todos los empleados/as en la intranet y garantiza la confidencialidad del proceso.

Accesibilidad universal para nuestro personal

(GRI 102-8)

Los empleados con discapacidad cuentan con el total apoyo por parte de Orange para integrarse en la compañía y tener un acompañamiento y adaptación de su puesto de trabajo.

Además, los empleados con discapacidad, así como los hijos de empleados con discapacidad cuentan con ayudas económicas y de servicios especiales para ayudar en sus necesidades.

	2020	2021
Nº de empleados con discapacidad en plantilla	42	34
% de empleados discapacitados/plantilla total	1,3%	1,2%

En octubre 2019 Orange Espagne obtuvo resolución del Informe de concesión de las medidas excepcionales expedido por el Servicio de Empleo Público Estatal, que tiene validez por tres años.

En lo que respecta a diseños arquitectónicos, desde el área de 'Inmuebles', nos aseguramos de aplicar y cumplir con el código técnico de la edificación CTE DBSUA9 con las normativas autonómicas e incluso municipales (ordenanzas de accesibilidad).

Ante la necesidad de estudio de un nuevo puesto para un empleado con discapacidad, realizamos un análisis de sus recorridos desde la ubicación de la plaza de parking hasta su puesto; análisis que se complementa con el estudio de la ergonomía del propio puesto y las distancias y adaptaciones tanto de aseos accesibles como de espacios de uso común como la zona del vending.

Somos Solidarios

Los trabajadores de Orange España, muestran su compromiso y solidaridad a través de su participación en las diferentes iniciativas y programas de voluntariado corporativo que Orange España pone a su disposición.

Un gran número de empleados ha querido contribuir a paliar el impacto de la crisis sanitaria, colaborando con varias iniciativas. A continuación, una breve explicación de los principales proyectos de voluntariado llevados a cabo por Orange España.

Mujer Digital con Fundación Quiero Trabajo

Tiene como objetivo ayudar a mujeres en riesgo de exclusión a encontrar un empleo. El voluntariado consiste en un acompañamiento a partir de la formación para promocionar la búsqueda en el entorno digital, así como poder enfrentarse a un proceso de selección.

Sorteando Incertidumbres con Fundación Asperger

El objetivo es dar a conocer entre los empleados voluntarios de Orange el síndrome de Asperger y ayudar a los beneficiarios de la actividad a normalizar su situación e integrarse de una manera más sencilla en el entorno ordinario. Se trata de una actividad de mentorización de 4 sesiones de 2 horas cada una, distribuida en grupos de trabajo one to one.

Igual-tecnología con Fundación Randstad

El objetivo de este programa es ayudar a personas con discapacidad a encontrar un puesto de trabajo a través de la aportación de conocimientos de administración de recursos humanos con el empleo de herramientas digitales.

Activista Love con Innova Partners

Se trata de un programa para fomentar el uso responsable de la tecnología e impulsar vocaciones femeninas en carreras técnicas.

Premios Solidarios

Por otro lado, cabe destacar la celebración de otra serie de eventos y acciones solidarias como los Premios Solidarios Orange X Edición reconociendo la labor de entidades, empresas, Fundaciones y ONGs que promocionan la protección del medioambiente y el cambio climático, la inclusión digital y el uso responsable de la tecnología.

Semana Solidaria

Así como la Semana Solidaria Orange, una iniciativa que ha supuesto este año la participación de 2.300 profesionales a través de programas de voluntariado, animándoles a participar en más de 20 actividades culturales, artísticas, acción social, etc., repartidas en ocho ciudades españolas -Madrid, Guadalajara, Barcelona, Bilbao, Valencia, Oviedo, Valladolid y Sevilla-, además de en sus tiendas y también en actividades online, reuniendo más de 37.000€ y 1.500 kilos de comida con un alcance directo a más de 5.500 personas en toda España.



7

**Información
adicional**

Principios para la presentación de informes

(GRI 101)

Con el objetivo de asegurar el contenido y la calidad del contenido, de acuerdo a los Estándares GRI, este Informe se ha llevado a cabo con base en los siguientes principios:

Inclusión de los grupos de interés: para Orange, el diálogo con nuestros respectivos grupos de interés resulta fundamental y prioritario a la hora de tomar las mejores decisiones, tal y como se presenta en el apartado 2.2 “Diálogo para un mundo digital sostenible”.

Contexto de sostenibilidad: el cuidado de la sostenibilidad es el eje que vertebra nuestra estrategia como compañía, tal y como se demuestra a lo largo del Informe, presentando el desempeño de Orange en España a partir de la correcta gestión de los asuntos económicos, sociales y medioambientales.

Materialidad: se ha elaborado una matriz en el apartado “2.2 Diálogo para un mundo digital sostenible”, en la que se presentan los temas fundamentales para la compañía, de acuerdo con los requerimientos de nuestros grupos de interés, y su integración en el modelo de negocio.

Exhaustividad: la exhaustividad y completitud de este Informe vienen justificadas por la consideración de un amplio listado de asuntos materiales, que permiten evaluar el desempeño de la compañía en la gestión de aquellas cuestiones fundamentales que más preocupan a nuestros grupos de interés, y que son suficientes para identificar los impactos económicos, sociales y medioambientales generados a través de nuestra actividad.

Precisión: los datos volcados en este Informe presentan información cuantitativa del desempeño de Orange, con una profundidad histórica suficiente, que asegura la información cualitativa que desarrolla cada asunto material, a partir de las correspondientes explicaciones metodológicas.

Equilibrio: el contenido de este Informe presenta tanto aspectos positivos como negativos de los diferentes asuntos económicos, sociales y medioambientales tratados, permitiendo analizar las diferentes tendencias.

Claridad: este Informe responde a una estructura que pretende facilitar la comprensión de todos los temas abordados, evitando la excesiva profundidad en los asuntos técnicos y empleando un lenguaje y contenidos fácilmente comprensibles por todos los grupos de interés.

Comparabilidad: en este Informe se pueden contrastar fácilmente la información histórica, los cambios significativos que han tenido lugar, los ajustes de información, así como la comparabilidad de ciertos asuntos materiales contra otros agentes del mercado.

Fiabilidad: toda la información recogida en este Informe responde a un proceso que permite trazar el origen del dato, así como los correspondientes responsables de cada uno, acreditando la calidad del conjunto.

Puntualidad: este Informe recoge información del ejercicio de 2021, determinado por el año natural (1 de enero a 31 de diciembre de 2021).

Alcance y criterios de elaboración

(GRI 101)

Este informe recoge toda la información sobre los avances de Orange Espagne en materia económica, social, medioambiental y de buen gobierno, con el objetivo de informar al mercado y a todos nuestros grupos de interés sobre el posicionamiento y apuesta de la compañía por un modelo de negocio basado en la sostenibilidad.

Atendiendo a la apuesta decidida de Orange en España por una actividad responsable, y con el compromiso de mejora constante respecto a la divulgación realizada en ejercicios anteriores, se ha definido el alcance de este Informe con el objetivo de posicionarlo entre las mejores prácticas de reporting no financiero de la industria.

Para ello, se ha elaborado con base en los últimos estándares GRI, lo que permite comprender los resultados, la situación y la evolución de nuestra compañía, así como el impacto de su actividad, respecto a numerosos asuntos materiales relacionados con el modelo de negocio, las personas, la sociedad, los riesgos, el compliance y el medioambiente, entre otros.

Hemos trabajado colaborativamente con más de 50 personas de 20 áreas de la compañía, haciendo que esta tarea fuera enriquecedora para todas las partes, reforzando la escucha activa sobre nuestros grupos de interés y afianzando nuestra acción responsable. Fruto de ello hemos sido capaces de reportar 7 ámbitos de asuntos materiales:

- Escuela y educación
- Formas de trabajar, formación y empleabilidad
- Economía local
- Empleo
- Privacidad y seguridad de los datos
- Uso seguro y responsable de internet
- Consumo energético y cambio climático

El Informe de Sostenibilidad de Orange en España en 2021, reporta más de 100 GRIs, lo que supone un incremento de más del 65% de información reportada respecto al informe del año 2020, incluyendo más de 40 nuevos GRIs de los ámbitos de Gobierno, Derechos Humanos, Riesgos y Recursos Humanos, entre otros.

Iniciativas externas

(GRI 102-12)

Desde Orange España estamos comprometidos con la sociedad y el planeta. Por ello, el contenido de este informe -que quiere poner en valor los principales impactos económicos, sociales y ambientales de nuestras actividades en España- toma como referencia la recomendación de los siguientes organismos internacionales, normas, pactos y principios rectores, que apuestan por una actividad económica sostenible:

Estándares

Standars GRI 2016 (Global Reporting Initiative)

10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas (Adhesión a través de Grupo Orange, en el año 2000)

ODS - Objetivos de Desarrollo Sostenible – ONU

Principios de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico)

Principios de la Norma AA1000 Accountability

ISO 14001:2015 (Medio Ambiente – certificados anualmente por AENOR)

ISO 14064-1:2006 (Huella de Carbono- verificados anualmente por AENOR)

ISO 9001 (Procesos estratégicos, operativos y de soporte, incluidos la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa – auditados y certificados anualmente por AENOR)

ISO 45001 (Orange España está certificado en prevención a través de ISO45001)

ISO 27001 (Sistema de gestión de seguridad de la información que da soporte al proceso de contratación de productos y servicios - auditado por Bureau Veritas).

Índice de contenido GRIs

(GRI 102-55)

Somos Orange España

Capítulo	GRIS	Título	Página
Orange, operador comprometido con el desarrollo y la sostenibilidad en España	102-14	Declaración del responsable de la toma de decisiones	11

Capítulo	GRIS	Título	Página
Acerca de nuestra compañía	102-1	Nombre de la organización	16
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	16
	102-3	Ubicación de la sede central	16
	102-4	Ubicación de las operaciones	16
	102-5	Propiedad y forma jurídica	16
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	16
	102-6	Mercados atendidos	16
	102-13	Pertenencia a asociaciones	16
	102-13	Iniciativas externas	16

Capítulo	GRIS	Título	Página
Estructura de Gobierno	102-18	Estructura de gobierno	18
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	18
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo sobre temas económicos, medioambientales y sociales	18
	102-29	Identificación y gestión de los impactos económicos, medioambientales y sociales	18
	102-23	Presidencia del máximo órgano de gobierno	18
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	18
	102-26	Papel del máximo órgano de gobierno en la definición de los objetivos, los valores y la estrategia	18

Capítulo	GRIS	Título	Página
Valores que respaldan el desempeño sostenible	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	24

Capítulo	GRIS	Título	Página
Ética y derechos humanos	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	27
	205-1	Operaciones evaluadas por los riesgos relacionados con la corrupción	28
	205-3	Incidentes confirmados de corrupción y medidas tomadas	28
	103-2	Conflicto de intereses	28
	415-1	Contribuciones políticas	30
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	31
	412-2	Formación de los empleados sobre políticas o procedimientos de derechos humanos	31
	412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	33
	206-1	Acciones legales por comportamiento anticompetitivo, prácticas monopolísticas y antimonopolio	33
	419-1	Incumplimiento de leyes y reglamentos en el ámbito social y económico	33
	102-13	Afiliación a asociaciones	35

Capítulo	GRIS	Título	Página
Cadena de suministro responsable	102-9	Cadena de suministro	38
	414-1	Nuevos proveedores seleccionados con criterios sociales	38
	308-2	Nuevos proveedores seleccionados con criterios medioambientales	38
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas	38
	204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	38
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas	38
	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo forzado u obligatorio	38
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	38

Sostenibilidad integrada en el negocio

Capítulo	GRIS	Título	Página
Estrategia de crecimiento y compromisos 2025	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	48

Capítulo	GRIS	Título	Página
Diálogo para un mundo digital sostenible	102-40	Lista de grupos de interés	52
	102-42	Identificación y selección de las partes interesadas	52
	102-43	Enfoque de la participación de las partes interesadas	52
	102-21	Consulta a las partes interesadas sobre temas económicos, medioambientales y sociales	52
	102-44	Temas y preocupaciones claves mencionadas	56
	102-46	Definir el contenido del informe y los límites de los temas	56
	102-47	Lista de temas materiales	56
	207-1	Enfoque fiscal	58
	207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	58
	102-7	Escala de la organización	58
	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	58
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	61
	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	58

Capítulo	GRIS	Título	Página
Riesgos y oportunidades	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	62
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	62
	102-11	Principio o enfoque de precaución	62

Pasión por nuestros clientes

Capítulo	GRIS	Título	Página
Junto a los clientes y la primera línea	102-43	Enfoque de la participación de las partes interesadas	78

Capítulo	GRIS	Título	Página
Salud y seguridad de los clientes	417-1	Requisitos de información y etiquetado de productos y servicios	86
	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de las categorías de productos y servicios	88
	417-2	Incidentes de incumplimiento relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios	89
	418-1	Reclamaciones fundamentadas sobre violaciones de la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes	91

Capítulo	GRIS	Título	Página
Por un uso seguro y responsable de las tecnologías	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las comunidades locales	92
	103-1	Explicación del tema material y su límite (UsoResponsable)	93

Comprometidos con el planeta

Capítulo	GRIS	Título	Página
Comprometidos con el planeta	103-1	Explicación del tema material y su límite (Medioambiente)	99

Capítulo	GRIS	Título	Página
Estrategia y gestión medioambiental	103-1	El enfoque de gestión y sus componentes (Red)	100
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes (Infraestructuras)	100
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión (Medioambiente)	100
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las comunidades locales	100
	307-1	Incumplimiento de las leyes y reglamentos medioambientales	100
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas	100
	103-1	Explicación del tema material y su límite (Energía)	100

Capítulo	GRIS	Título	Página
Uso eficiente y energía renovable	302-4	Reducción del consumo de energía	103
	302-5	Reducción energía	103

Capítulo	GRIS	Título	Página
Economía circular y gestión de recursos	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes (Marketing)	108
	301-3	Productos reciclados y sus materiales de embalaje	108
	301-1	Materiales utilizados	108
	301-2	Materiales de entrada reciclados utilizados	108
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	108
	303-5	Consumo de agua	108

Capítulo	GRIS	Título	Página
Principales resultados de emisiones	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes (Personal)	119
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	119
	302-3	Intensidad energética	119
	305-1	Emisiones de GEI directas (Alcance 1)	119
	305-2	Emisiones de GEI indirectas de energía (Alcance 2)	119
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	119
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	119
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	119

Gestión integral de la inclusión digital

Capítulo	GRIS	Título	Página
Conectividad y digitalización de la sociedad	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	128
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	128
	413-1	Operaciones con compromiso con la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	128

Capítulo	GRIS	Título	Página
Inclusión digital para que nadie se quede atrás	413-1	Operaciones con compromiso con la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	134
	103-1	Explicación del tema material y su límite (ofertas inclusivas)	135
	103-1	Explicación del tema material y su límite (Orange Digital Center)	140
	103-1	Explicación del tema material y su límite (GarageLAB y EDYTA)	142
	103-1	Explicación del tema material y su límite (Autismo)	146
	103-1	Explicación del tema material y su límite (Mayores conectados)	139
	103-1	Explicación del tema material y su límite (Premios)	144

Capítulo	GRIS	Título	Página
Privacidad y ciberseguridad	103-1	Explicación del tema material y su límite (Ciberseguridad)	148
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes (Ciberseguridad)	148
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión (Ciberseguridad)	148

Comprometidos con el equipo humano

Capítulo	GRIS	Título	Página
Políticas	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	156
	403-4	Temas de salud y seguridad cubiertos en los acuerdos formales con los sindicatos	171
	403-10	Enfermedades profesionales	171
	403-9	Lesiones por accidentes de trabajo	156
	403-2	Tipos de lesiones y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos y absentismo, y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo	156
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	171
	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo infantil	171
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos sobre la salud y la seguridad de trabajadores directamente vinculados a las relaciones comerciales	171, 172
	102-41	Convenios colectivos	176
	201-3	Obligaciones de planes de prestación definida y otros planes de jubilación	177

Capítulo	GRIS	Título	Página
Talento y formación	412-2	Operaciones que han sido sujetas a revisiones de derechos humanos o evaluaciones de impacto.	182
	404-2	Programas de mejora de las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	182
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	182

Capítulo	GRIS	Título	Página
Diversidad e igualdad	412-1	Operaciones que han sido sujetas a revisiones de derechos humanos o evaluaciones de impacto	192
	401-1	Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	156
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	191
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	197
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	156
	403-10	Enfermedades profesionales	156
	403-9	Lesiones por accidentes de trabajo	156
	401-3	Permiso parental	180
	405-2	Relación entre el salario base y la remuneración de las mujeres y los hombres	164
	102-35	Políticas de remuneración	164

Capítulo	GRIS	Título	Página
Somos solidarios	412-1	Programas solidarios/voluntariado corporativo	198

Capítulo	GRIS	Título	Página
	101	Principios para la presentación de informes	202
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	16
	102-12	Iniciativas externas	205
	102-55	Índice de contenido GRI	206
	102-48	Reformulación de la información	215
	102-49	Cambios en la información	216
	102-50	Período de presentación de la memoria	217
	102-51	Fecha de la memoria más reciente	217
	102-52	Ciclo de presentación de informes	217
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre la memoria	218
	102-56	Garantía externa	219

Glosario de términos

Abreviatura	Significado
IA	Inteligencia Artificial
AMPAS	Asociación de Madres Padres y Alumnos
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
CEO	Chief Executive Officer
COP	Conference of the Parties
DDHH	Derechos Humanos
ESG	Environmental, Social and Governance
FTTH	Fiber To The Home
GEI	Gases de efecto Invernadero
GRI	Global Reporting Initiative
I+D	Investigación y Desarrollo
IoT	Internet de las Cosas
MOOC	Massive Online Open Courses
NPS	Net Promoter Score
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
ODC	Orange Digital Center
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
RRSS	Redes Sociales
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
STEM	Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas
TI	Tecnología de la información
TIC	Tecnología de la información y las comunicaciones

Ajustes de información

(GRI 102-48)

Respecto al informe del año 2020, se han producido cambios en el capítulo de medioambiente.

Se han ajustado los datos de 2020 del GRI 305-3:

- “Emisiones: emisiones de GEI producidas por gases de Alcance 1+2”
- “Combustible gas carbón”
- “Emisiones de vehículos”
- “Emisiones de gases fluorados de efecto invernadero”

También se han producido cambios en los datos de 2020 del GRI 305-1:

- “Emisiones directas de alcance 1”
- “Emisiones indirectas de alcance 1+2”

Y del GRI 302-1:

- “Consumo de electricidad”
- “Consumo energético” (tanto en TJs como en GWhs)
- “Consumo de gasóleo”

Estos cambios se deben a que las cifras reportadas en 2020 sufrían una desviación, que fue posteriormente corroborada en mayo de 2020 con la verificación externa, lo que ha derivado en la actualización de estos datos.

Por otra parte, cabe destacar que este Informe 2021 recoge y actualiza la serie histórica de datos de formación a partir de la información obtenida en enero 2022 sobre la formación realizada en los ejercicios 2021, 2020 y 2019, procedentes de la plataforma Learning Management Solution de Orange Learning Group.

Cambios significativos en la elaboración del informe

(GRI 102-49)

Con respecto al Informe de 2020, ha habido dos cambios significativos.

Por un lado, se han añadido nuevos temas materiales que no se incluían en el informe anterior, tales como:

- Riesgos: incluyendo la definición de un modelo de supervisión y gestión de los compromisos.
- Gobierno y Organización: incluyendo la estructura que permite gestionar los riesgos de la forma más eficiente posible y un mayor desarrollo del procedimiento de gestión.
- Ciberseguridad: incluyendo la estrategia desarrollada al respecto.
- Kit Digital: incluyendo el apoyo ofrecido a las pymes y autónomos para la construcción de su camino digital a partir de soluciones que garanticen su actividad online e impulsen sus ventas, además de las actividades de concienciación sobre digitalización.

Por otro lado, se han desarrollado otros temas materiales, ofreciendo más información de detalle:

- Uso responsable de las tecnologías: además del programa principal Por un Uso Love de la Tecnología, se han incorporado dos programas más, “Activista Orange” y “Más cerca de nuestros mayores”, demostrando la implicación que tiene Orange con el uso sostenible de las tecnologías.

Período, fecha del último informe y ciclo de elaboración

(GRIS 102-50, 102-51 y 102-52)

El presente informe de Sostenibilidad, cuya frecuencia de elaboración es anual, corresponde al ejercicio 2021, lo que comprende el período desde 01/01/2021 hasta 31/12/2021.

El último Informe de Sostenibilidad de Orange en España fue publicado en 2021 en nuestro Portal web de RSC: [Informe sostenibilidad 2020 web somos responsables.pdf \(orange.es\)](https://www.orange.es/sostenibilidad/2020-web-somos-responsables.pdf)

Punto de contacto

(GRI 102-53)

Para cualquier consulta o aclaración a cerca de este informe contactar con:

Comunicación Externa:

comunicacion.externa@orange.com

Teléfono: 91.252.12.00.

Oficina de Sostenibilidad:

responsabilidad.corporativa@orange.com

Teléfono: 91.252.12.00.

Para más información sobre las iniciativas Sostenibles de Orange en España, accede a la web de [Responsabilidad Social Corporativa de Orange en España](#).

Verificación externa

(GRI 102-56)

El presente Informe no se ha verificado en su totalidad, ya que, a fecha de publicación de esta edición, parte de su contenido medioambiental está siendo evaluado y verificado conforme a la norma ISO14064-1:2006 datos de huella de carbono por AENOR, prestador independiente de servicios de verificación. Una vez verificados los datos de huella de carbono, estos serán registrados en la Oficina Española de Cambio Climático del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Impresión

Se imprimió en España sobre papel elaborado con fibras totalmente recicladas.



No olvide el medio ambiente: este documento se puede reutilizar o reciclar.

Versión digital

La versión digital de este documento está disponible en somosresponsables.orange.es.

Orange
Paseo Club Deportivo, 1, 28223
Pozuelo de Alarcón, Madrid

+34 656 00 14 70

[Orange.es](https://www.orange.es)