



orange™



Memoria de

SOS — tenibilidad

Orange España
2022

Ofrecemos a todos las claves

Neutralizamos las emisiones de CO2



57%
de huella de CO2
reducida

+40 ha
reforestadas con
árboles autóctonos

41%
de nuestra flora
es ecológica

Impulsamos la energía renovable y la eficiencia energética



100%
de electricidad de
origen renovable
desde 2014

33
proyectos
paneles solares

5G+
la red más
sostenible

Promovemos la economía circular y el consumo responsable



90%
de equipos fijos
recogidos de
nuestros clientes

+300
proveedores
evaluados bajo
criterios ESG

**Livebox
Infinity**
eco-diseñado

Conectamos a las personas vivan en ciudades o en pueblos



99%
cobertura 4G
en toda España

93%
cobertura en
entorno rural

+1.840
municipios
con 5G en 52
provincias

de un mundo digital responsable

Potenciamos la empleabilidad y el emprendimiento en el mundo digital



+5.500
jóvenes participan
en talleres
GarageLABs

+100
profesionales formados
como instaladores de
fibra óptica

500
mujeres en riesgo de
exclusión mejoran su
empleabilidad

Ofrecemos las claves de mundo digital seguro y responsable



+14.400
personas con
formación en
autismo

+100M
de visualizaciones
de campañas
#Porunusolovedelatecnología

+2.400
participantes en
talleres Mayores
Conectad@s

Comprometidos con el equipo humano



100%
de la plantilla con
contrato indefinido

42%
profesionales
son mujeres

+76.000
horas de
formación

Trabajamos con pasión por nuestros clientes



+20M
clientes de fijo
y móvil

6,5M
de conversaciones
en el canal digital

+134.000
usuarios online y apertura nuevo
Orange Digital Center en Madrid

1

Somos Orange

Carta del CEO

Acerca de nuestra compañía

Estructura de gobierno

2

Desempeño sostenible y cumplimiento

Propósito y estrategia de negocio, social y ambiental

Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible

Valores, ética y derechos humanos

Cadena de suministro responsable

Riesgos y oportunidades

3

Pasión por nuestros clientes

El cliente como eje de la transformación

Sistema de gestión de quejas y reclamaciones

Salud y seguridad de nuestros clientes

Por un uso seguro y responsable de las tecnologías

4

Comprometidos con el planeta

Estrategia y compromiso medioambiental

Uso eficiente y energía renovable

Economía circular y gestión de recursos

Reduciendo la huella de carbono

5

Digitalización y desarrollo social

Conectividad y digitalización de la sociedad

Privacidad y ciberseguridad

Igualdad digital

6

Comprometidos con el equipo humano

Personas

Talento y formación

Diversidad e igualdad

Somos Solidarios

7

Información adicional

1

**Somos
Orange
España**

Por una sociedad cada vez más sostenible y digital que garantice un futuro mejor para todas las personas

GRI: 2-22

Ludovic Pech
CEO de Orange España

Tras 24 años en España, a lo largo de los cuales Orange se ha consolidado como **segunda firma del sector de las telecomunicaciones**, su compromiso como actor fundamental de desarrollo se ha puesto de manifiesto a través de los **35.000 millones de inversión acumulada** en el país y de todas las acciones e iniciativas puestas en marcha para asegurar un futuro mejor para todos.

Y en ese futuro, estamos convencidos de que **la tecnología ha de ser una herramienta principal al servicio de las personas**, para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y lograr que, de verdad, la innovación digital se transforme en prosperidad para todos, y especialmente para aquellos con menos recursos y/o con más dificultades de integración.

Para que esto sea posible, lo primero y primordial es dotar a España de las infraestructuras de telecomunicaciones necesarias para mantener su liderazgo digital y seguir generando riqueza y

empleo. Por este motivo, desde Orange **dedicamos cada año una inversión de alrededor del 20% de nuestros ingresos**, siendo las redes uno de los destinos principales de estas inversiones. Gracias a ello, la red de fibra óptica de Orange en España roza ya los 17 millones de hogares y negocios -siendo una de las más extensas de Europa- y nuestra cobertura 5G -la tecnología del mañana- alcanza ya al 78% de la población. Porque sin duda, es imprescindible que, para romper la brecha digital, esté conectado a las comunicaciones hasta el último rincón del país.

Y todo ello, al mismo tiempo que aseguramos el cuidado del planeta. No solo desplegando unas redes cada vez más sostenibles y respetuosas con el entorno, sino también reduciendo al máximo nuestras emisiones de CO₂ a través de planes de acción específicos como el que nos ha permitido reducir en un 57% nuestra huella de carbono, alcance 1 y 2, con respecto a 2021. Asimismo, también mitigamos nuestras emisiones





con reforestaciones como las que efectuamos en el Bosque Orange, Ejulve-Teruel, en un terreno que sufrió un gran incendio forestal; manteniendo el 100% del consumo eléctrico directo procedente de fuentes de energía renovables; fomentando el diseño sostenible de nuestros productos; o incluso animando a nuestros clientes a utilizar también energía verde a través de la instalación de placas solares y practicando el autoconsumo fotovoltaico.

La sostenibilidad, sin embargo, va más allá del cuidado del medioambiente. Y es que en Orange creemos que las ventajas de la sociedad digital no se convertirán en progreso y desarrollo si no están al alcance de todos.

Por ello, **trabajamos en iniciativas que tratan de impulsar las competencias digitales de la población**, especialmente de los colectivos más vulnerables, con el fin de que puedan, a través de la formación, mejorar su día a día, facilitando su inclusión, su comunicación o su empleabilidad.

Ejemplo de ello son la **Tarifa Social de Orange**, destinada a que las familias más desfavorecidas tengan también un completo paquete de comunicaciones a un precio asequible; nuestros talleres **Mayores Conectados**, para que las personas mayores de 65 años no se queden fuera del mundo digital; o el proyecto **Por un uso Love de la Tecnología**, para promover un aprovechamiento positivo, seguro y sano de la tecnología. Estos son solo algunos de

los proyectos en los que trabajamos para hacer realidad ese compromiso de Orange como facilitador digital al servicio de las personas.

Por otro lado, desde Fundación Orange, seguimos impulsando la igualdad digital desde nuestros GarageLab, para ayudar a los jóvenes en riesgo de exclusión a mejorar su futuro personal y laboral a través de un método de enseñanza diferente y motivador; nuestras aulas EDYTA, para empoderar a mujeres con recursos limitados facilitando su integración social a través de la formación.

Los próximos años nos plantean grandes retos como sociedad, muchos de ellos relacionados con una relación sostenible entre el planeta y quienes lo habitamos. Y también con la superación de la

crisis económica y energética, un proceso en el que no queremos que nadie se quede atrás. Orange no solo colaborará en este empeño, sino que liderará la propuesta de soluciones, como lleva haciendo desde hace años.

Y uno de nuestros proyectos estrella será el **Orange Digital Center** de Fundación Orange, que en 2023 no solo seguirá siendo una gran plataforma educativa online para adquirir capacidades digitales, sino que irá un paso más allá y dará también el salto al mundo físico.

Se augura, por tanto, un futuro emocionante en el que Orange quiere seguir siendo el compañero fundamental para sus clientes y para la sociedad española en general.

Propuestas convergentes en un escenario creciente del bajo coste

La crisis económica y la creciente competencia han mantenido, en 2022, la tendencia hacia el bajo coste en el mercado español de las telecomunicaciones, también en convergencia.

En este entorno, cada vez más complicado, Orange sigue poniendo al servicio de sus clientes un variado y competitivo portafolio de servicios adaptados a las necesidades de todos los clientes, desde aquellos que buscan productos más premium (para los que ofrecemos servicios y contenidos de valor, como el fútbol, conectividad 5G y XGSPON, datos ilimitados, etc.), hasta propuestas convergentes sencillas al precio más competitivo, e incluso servicios adaptados para cubrir las necesidades de los hogares con menos recursos a un coste ajustado.

Actualmente, el catálogo de marcas de Orange está 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, caracterizados por la calidad de su red de fibra óptica -con velocidades de hasta 10 Gbps, gracias a la tecnología XGSPON-, la mejor conectividad 5G, amplio catálogo de dispositivos, datos ilimitados, con una amplia y variada oferta de contenidos para el entretenimiento del hogar (con series, cine, entretenimiento y el mejor fútbol), y servicios de valor añadido en áreas como la banca móvil, los seguros, la salud o la energía verde.



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 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. Y este año, además, con una propuesta de contenidos audiovisuales muy competitiva, a través de la nueva Jazztel TV.

Jazztel

simyo

Simyo, con una conectividad básica, ofrece el portafolio más flexible para adaptarse a las necesidades del cliente que busca el mejor precio.

Por otra parte, durante el año 2022 hemos continuado impulsando el negocio de empresas y Administraciones Públicas. En este sentido cabe destacar que Orange ha sido reconocida como ‘agente digitalizador’ por Red.es, entidad adscrita al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, con el compromiso claro de acompañar a las empresas en todo el proceso de solicitud de las ayudas del Programa ‘Kit Digital’ para impulsar la digitalización de pymes y autónomos en España. Asimismo, Orange pone a disposición de los negocios su completo portafolio de soluciones Orange Digital Empresas, que incluye servicios para 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.

Acerca de nuestra compañía

GRI: 2-1, 2-2 y 2-6

ORANGE ESPAGNE S.A.U. CIF A-82009812, filial de Orange S.A.

Parque Empresarial La Finca, Paseo del Club Deportivo 1, 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

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 está participada 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://www.orange.com/en/our-integrated-annual-report>.

Las sociedades participadas por Orange Espagne, S.A.U. en el ejercicio 2022, 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 Espagne 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%
Orange Mediación de Seguros, S.L.U. Mediación de seguros Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España	100%

Orange tiene operaciones en 2 países: España y Colombia, desde donde se ofrecen servicios de atención telefónica al cliente.

Estructura de gobierno

GRI: 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-15 y 2-24

Consejo de Administración

Orange Espagne S.A.U. (también en adelante Orange) se organiza de acuerdo con una estructura de gobierno que tiene como objetivo velar por los intereses generales de cada uno de los grupos de interés con los que se relaciona nuestra organización, implementando medidas de supervisión, control y transparencia cuyo fin es crear el máximo valor posible para la compañía y para la sociedad en su conjunto.

La gestión, administración y representación de la empresa corresponden al Consejo de Administración, como máximo órgano de gobierno, que actúa 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 de la gestión de la organización.

Los administradores del máximo órgano de gobierno de Orange Espagne, S.A.U. tienen el deber de evitar situaciones de conflicto de interés con base en la letra e) del artículo 228 y el artículo 229 de la Ley de Sociedades de Capital.

En todo caso, los administradores deben comunicar al Consejo de Administración de Orange Espagne, S.A.U. o en el caso de filiales administradores mancomunados, a la Junta General, cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos pudieran tener con el interés de la sociedad.

Las situaciones de conflicto de interés en que incurran los administradores son objeto de información en la memoria conforme a la información facilitada por cada uno de los administradores mediante declaración firmada.

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

Procedimiento de selección, nombramiento, reelección y ratificación de consejeros

Los Estatutos Sociales de Orange Espagne, S.A.U. prevén que el Consejo de Administración esté compuesto por un mínimo de tres consejeros y un máximo de veinte miembros. El número concreto de consejeros, así como su elección y designación, corresponden a la Junta General.

Los consejeros serán nombrados por un plazo de cuatro años, pudiendo ser reelegidos por la Junta General una o más veces y por períodos de igual duración. Vencido el plazo, el nombramiento caducará cuando se haya celebrado la siguiente Junta General o haya transcurrido el término legal para la celebración de esta.

Las propuestas de nombramientos de consejeros deberán respetar lo dispuesto en los Estatutos Sociales y en el Reglamento del Consejo de Administración de Orange-Espagne, S.A.U.

Algunos podrán ser consejeros ejecutivos, siempre que desempeñen funciones de dirección en la Sociedad o su Grupo -cualquiera que sea el vínculo jurídico que mantengan con la Sociedad o su Grupo-; o consejeros externos, que serán aquellos que no sean consejeros ejecutivos, integrándose dentro de dicha categoría los consejeros dominicales, los independientes, y aquellos otros que no puedan ser considerados ni dominicales ni independientes.

Serán consejeros dominicales: i) aquellos que posean una participación accionarial superior o igual a la que se considere legalmente como significativa o que hubieran sido designados por su condición de accionistas, aunque su participación accionarial no alcance dicha cuantía; y ii) quienes representen y/o hayan sido designados a propuesta de accionistas de los señalados en el inciso I) anterior.

Son consejeros independientes aquellos que, designados en atención a sus condiciones personales y profesionales, puedan desempeñar sus funciones sin verse condicionados por relaciones con la Sociedad o su Grupo, sus accionistas significativos o sus directivos. No podrán ser calificados

como consejeros independientes los que se hallen incurso en alguno de los supuestos en los que la ley impide que puedan ser considerados como tales.

Los consejeros serán nombrados, reelegidos o ratificados por la Junta General de Accionistas o, con carácter provisional, por el Consejo de Administración a través del sistema de cooptación de conformidad con la ley y los Estatutos Sociales.

Las propuestas de nombramiento, reelección y ratificación de consejeros que someta el Consejo de Administración a la consideración de la Junta General de Accionistas, y los acuerdos de nombramiento que adopte el propio Consejo de Administración en virtud de las facultades de cooptación que tiene atribuidas por la ley, deberán estar, en el caso de los consejeros independientes, precedidas del correspondiente informe, y de la correspondiente propuesta.

El Consejo de Administración procurará, dentro del ámbito de sus respectivas competencias, que la elección de quien haya de ser propuesto para el cargo de consejero independiente recaiga sobre personas de reconocida solvencia, competencia y experiencia, que se encuentren dispuestas a dedicar el tiempo y esfuerzo necesarios al desarrollo de sus funciones.

El Consejo de Administración deberá velar por que los procedimientos de selección de sus miembros favorezcan la diversidad de género, de experiencias y de conocimientos, y no adolezcan de sesgos implícitos que puedan implicar discriminación alguna; y, en particular, que faciliten la selección de consejeras.

Comisión de Auditoría

Presidenta

Clarisse Heriard Dubreui

Miembros

- María Luisa Jordá Castro
- Christophe Naulleau

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, es sustituido cada 4 años, pudiendo ser reelegido una vez transcurrido el plazo de un 1 año desde su cese.

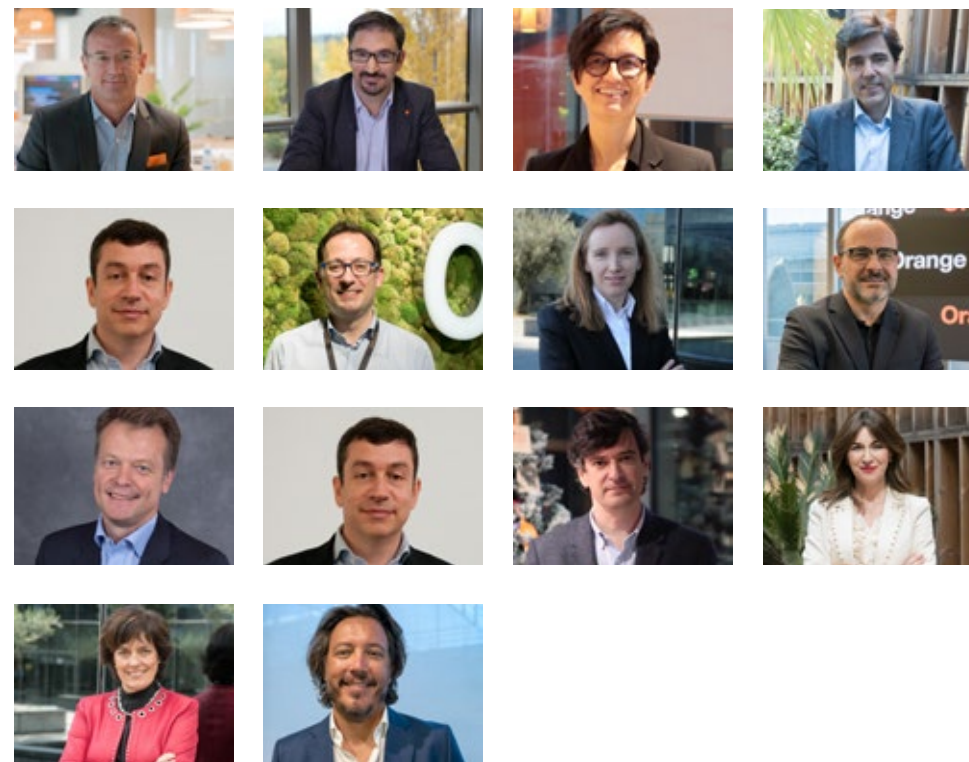
Actúa como secretario de la Comisión el del Consejo de Administración y, en caso de ausencia de este, el que fuera su vicesecretario.

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

Comité de Dirección

La Dirección de Orange tiene como misión principal acompañar en el ejercicio de redefinición del modelo de negocio, con el objetivo de continuar consolidando la posición de la compañía en el mercado y poniendo en valor el talento interno y la diversidad de perfiles en la organización.

La estructura del máximo órgano de dirección de Orange, que guía el desarrollo del negocio, se ha mantenido estable en 2022, conservando la misma proporción de hombres y mujeres.



CEO

Jean-François Fallacher

B2C Orange y Coordinación B2C
Diego Martínez

B2C Jazztel & Low Cost
Patricia Alonso

B2B
Joaquín Colino

Negocio Mayorista
Julio Gómez

Servicio al cliente
Ignacio López

Red y coordinación tecnología
Mónica Sala

IT
Bruno Chomel

Finanzas y control de Gestión
Stéphane Varret

Estrategia, transformación y desarrollo negocio
Julio Gómez

Secretaría General
Antonio García

Regulación, Asuntos Públicos y Sostenibilidad
Luz Usamentiaga

Personas
Berta Durán

TV
Nacho García-Legaz

*Desde abril 2023 el CEO de Orange España es Ludovic Pech en sustitución de Jean-François Fallacher.

Gobierno de la sostenibilidad

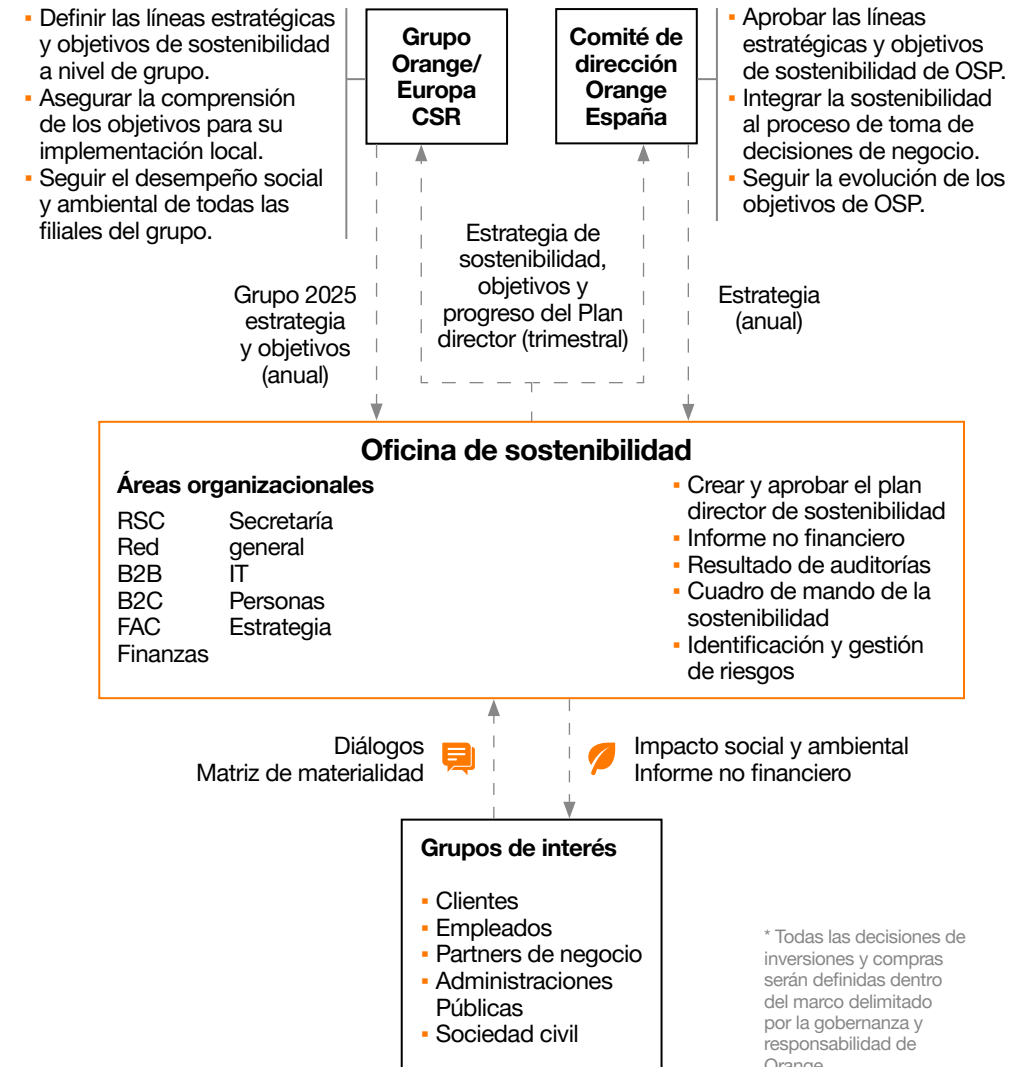
Dado que la sostenibilidad es un elemento clave para Orange, y transversal a todas las áreas de negocio de la compañía, la directora general de Regulación, Asuntos Públicos y Sostenibilidad, Luz Usamentiaga, es miembro del Comité de Dirección y responsable de elevar todos los asuntos sobre materia de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

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

Otro de los elementos clave de este modelo de trabajo en Orange, 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.



Orange ha consolidado en 2022 el modelo de gestión implementado el año anterior, que integra los factores y principios ESG en cada una de las áreas de la compañía con el objetivo de poder maximizar el impacto positivo generado en la sociedad y el planeta a través de nuestra actividad.



2

**Desempeño
sostenible y
cumplimiento**

Propósito y estrategia de negocio, social y ambiental

GRI: 3-3

El propósito de Orange, como operador de confianza, es ofrecer a todos las claves para un mundo digital responsable.

Cocreado en 2019 por los empleados del Grupo y sus grupos de interés internos y externos (Administraciones, Organizaciones Internacionales, inversores responsables, asociaciones, comunidades, *think tanks*, periodistas, clientes, socios, etc.), el propósito de Orange quedó escrito en los Estatutos del Grupo tras una votación en la Asamblea General Anual de 2020.

Para Orange España, 2022 ha sido el año de la vuelta al crecimiento en ingresos que se han visto impulsados por una intensa actividad comercial a través de nuestras distintas marcas.

La apuesta por convertirnos en el mayor centro de entretenimiento familiar se ha visto reforzada con la obtención de derechos del fútbol o el lanzamiento de Jazztel TV, así como por el lanzamiento de un nuevo catálogo convergente.

Al mismo tiempo, hemos profundizado en nuestra vocación multiservicio para enriquecer la experiencia de sus clientes en los sectores de salud y seguros, que se añaden al bancario, en el que Orange Bank lleva ofreciendo sus servicios desde hace tres años.

También hemos reforzado nuestra apuesta por la sostenibilidad ofreciendo a nuestros clientes, gracias a un acuerdo con Powen, la instalación de placas solares y autoconsumo fotovoltaico.

Por último, hay que señalar el éxito conseguido por la compañía en la buena valoración que hacen de ella los clientes, a quienes facilitamos el acceso a las más avanzadas tecnologías de red, como 5G en móvil o XGSPON en fibra. Gracias a ellas, los clientes pueden disfrutar de experiencias como las que ofrece la tienda de Orange en el metaverso, inaugurada también en 2022.

En Orange estamos convencidos de que en los próximos años no será posible un desempeño económico y comercial tan sólido si no se acompaña de una actuación ejemplar en temas sociales y ambientales. Por este motivo, nuestro posicionamiento se basa en un modelo de negocio responsable comprometido con nuestros empleados, con nuestros clientes y con 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 de las personas que están 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 neutros 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.

Sobre la base del plan estratégico de la compañía *Engage 2025*, Orange España ha acometido un ambicioso proyecto de transformación, bautizado **Plan Back to Growth**, con el objetivo de impulsar el negocio de la compañía y seguir contribuyendo a la recuperación de la economía española.

Back to Growth se apoya en los siguientes pilares y acciones concretas:

Pasión por nuestros clientes

- Gran foco en la experiencia de nuestros clientes.
- Optimización de herramientas y simplificación de procesos.
- Mejora de la experiencia omnicanal a través del canal digital.

B2C

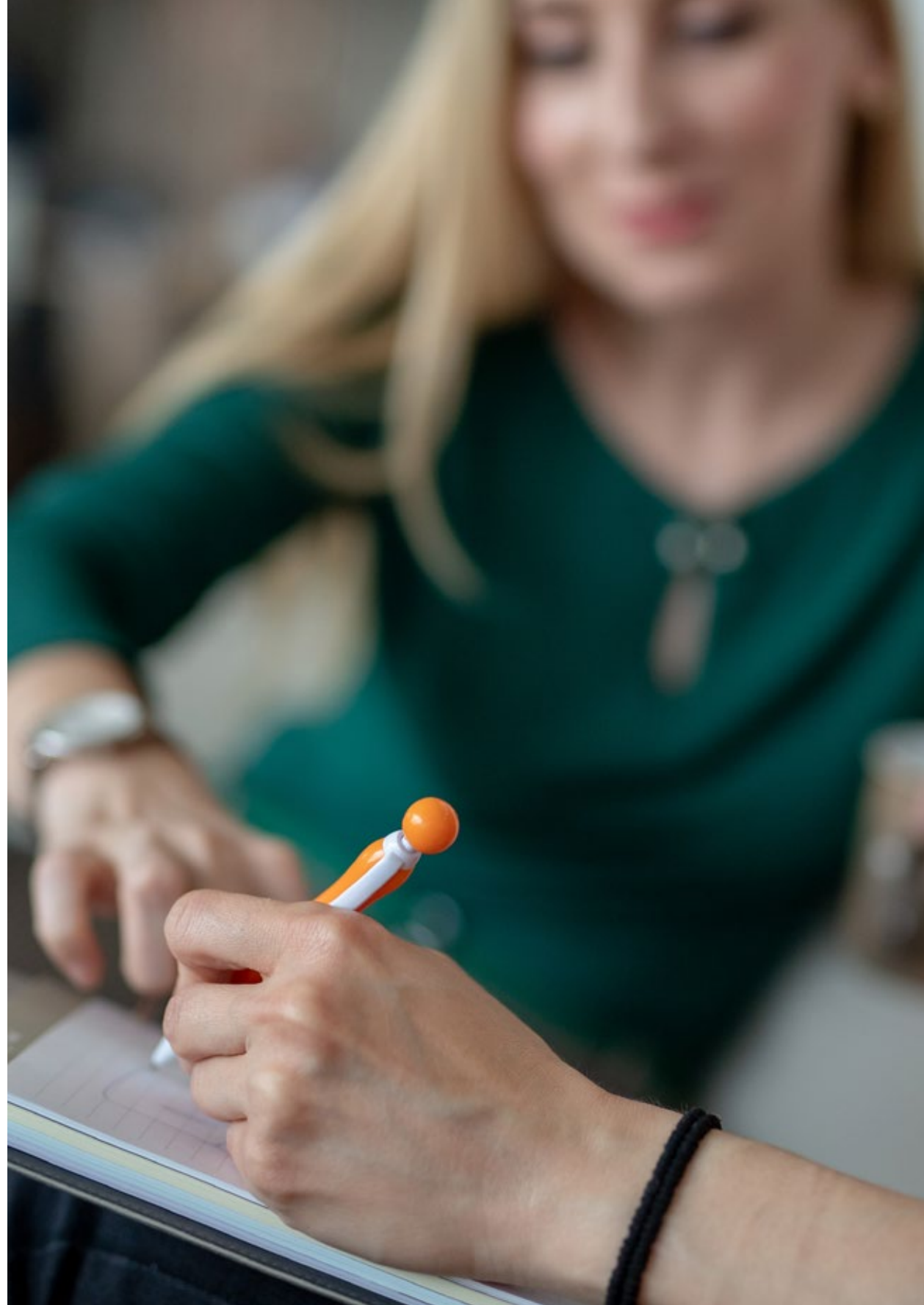
- Simplificación del portafolio de marcas adaptándose eficientemente al entorno competitivo actual del mercado.
- Consolidar Orange como marca premium en el segmento de valor convirtiéndola en la alternativa a Movistar.
- Crecimiento de Jazztel y Simyo en el segmento mid-low cost. Jazztel, como una marca con conectividad eficaz y un portafolio simple; mientras que Simyo, con una conectividad básica, ofrece un portafolio más flexible para adaptarse a las necesidades del cliente que busca el mejor precio.

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 proceso de digitalización y captación de fondos europeos para su transformación tecnológica.

Red

- Consolidación de la posición de liderazgo de Orange en materia de infraestructuras de telecomunicaciones gracias a nuestros ambiciosos proyectos de inversión para la extensión de redes de fibra.
- 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, 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 contribución al desarrollo del mundo digital sostenible

GRI: 2-15, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3, 201-1, 201-4, 207-1 y 207-2

Diálogo con todos los grupos de interés y matriz de materialidad

<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 Franquiados 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>Internos</p> <p>Empleados</p> <ul style="list-style-type: none"> Empleados de todas las áreas, managers, miembros del comité de dirección, representantes de los trabajadores 	<p>Clientes</p> <p>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>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
---	---	---

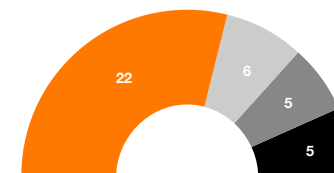
En Orange creamos las condiciones para un diálogo fluido y transparente con los diferentes grupos de interés, porque sabemos que trabajar conjuntamente es la mejor forma de promover un mundo digital responsable, más sostenible e inclusivo para todos. La identificación de nuestros principales grupos de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

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.

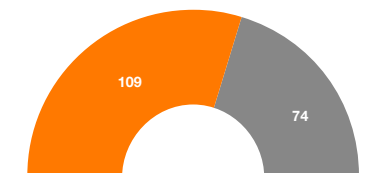
Con este objetivo, desde 2021 se quiso además entender mejor cómo la crisis había alterado los hábitos, necesidades y retos de la sociedad en su conjunto, y saber qué se espera de un operador como Orange en este contexto para apoyar la transformación digital de la forma más responsable.

Para ello, a través de encuestas, entrevistas y workshops, se realizó 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 ha cambiado (o no) en el mundo post-COVID o cómo podemos trabajar juntos para promover un mundo digital responsable, entre otras.

Más de 220 personas consultadas
25 entrevistas 2 workshops



Encuesta digital



Autoridades: Dirección General de Telecomunicaciones, Digitales, Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), Agencia Española de Protección de Datos (AEDP), Ayuntamiento de Madrid, Dirección General de Coordinación de la Acción del Gobierno de la Generalitat Valenciana

Negocio: Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Universidad Politécnica de Madrid (UPM), Instituto Educación Secundaria Tomás y Valiente, ITAPUAN distribución.

Sociedad civil: Fundación SERES, Club Excelencia en Sostenibilidad, Escuelas de Segunda Oportunidad, Relathia, Fundación COTEC para la Innovación

Empleados Orange: 3 miembros del Comité de Dirección, 5 Directivos y 18 expertos de diferentes áreas

Esta escucha, estructurada y continuada, nos ayuda a mantener actualizada la matriz de doble materialidad, un artefacto que nos permite identificar riesgos, necesidades emergentes y oportunidades de colaboración y codesarrollo, obteniendo como resultado los temas (económicos, sociales o ambientales) materiales tanto desde el punto de vista del impacto (priorización de estos asuntos ESG por parte de nuestros stakeholders), como desde el punto de vista del impacto financiero para la compañía según el siguiente proceso:

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

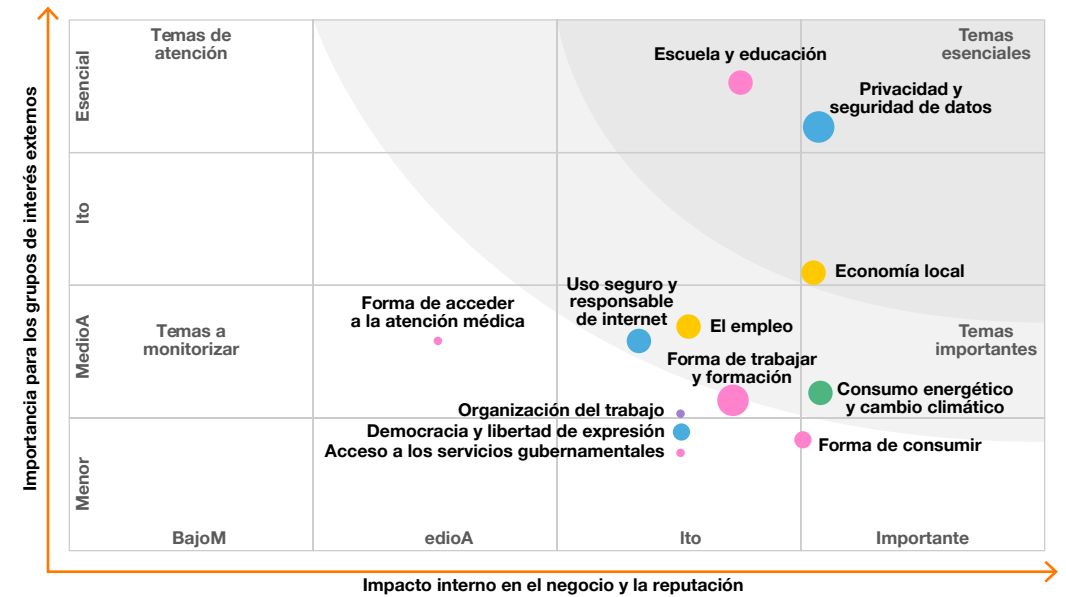
Revisión

Reconsideración de los temas materiales en base a feedback y contexto.

Una vez se han definido los temas materiales que conforman la matriz que se presentan a continuación, y se les ha asignado una importancia dependiendo de su impacto en la sociedad y el medioambiente, así como su impacto en el valor financiero de Orange España, podemos clasificar los temas materiales en torno a 4 niveles:

- Un primer nivel de “Temas esenciales” de gran importancia para ambas partes.
- Un segundo nivel de “Temas importantes” de gran relevancia para Orange y de nivel medio para la sociedad.
- Los “Temas de atención” que conforman el tercer nivel son aquellos esenciales para la sociedad, pero de impacto bajo para el valor de Orange.
- Y, por último, en el cuarto nivel encontramos los “Temas a monitorizar” que tienen un impacto medio en la sociedad y que no afectan considerablemente el valor de Orange.











Si bien se mantienen las principales líneas estratégicas del plan Engage 2025, el contexto social y económico 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.



Tamaño de la burbuja: número de personas que seleccionaron ese tema

- La inclusión digital en la vida cotidiana
- Seguridad y libertad digital
- Inclusión digital en el país
- Medio ambiente, salud y sostenibilidad digital
- Empleador responsable en un mundo digital

A partir de esta identificación de temas materiales y fruto de los aprendizajes de este proceso de diálogos, Orange ha evolucionado su rol de socio digital inclusivo, confiable y sostenible para ofrecer valor a la sociedad española a través de diferentes programas agrupados en los siguientes ámbitos:

Aspectos materiales claves		Priorización	Nuestros compromisos	Iniciativas desarrolladas
La inclusión digital en la vida cotidiana	Escuela y educación	Esencial	Igualdad digital: proveer equipamiento, conectividad y habilidades digitales a niños, maestros, escuelas y personas mayores, contribuyendo a la digitalización de la sociedad a través de servicios simples para su vida cotidiana  	3.1 El cliente como eje de la transformación 3.4 Por un uso seguro y responsable de la tecnología – Activista Orange 5.3 Igualdad Digital – Ofertas inclusivas – Más cerca de nuestros mayores
	Forma de trabajar y formación	Importante		
Seguridad y libertad digital	Privacidad y seguridad de datos	Esencial	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   	5.3 Privacidad y ciberseguridad 2.4 Cadena de suministro responsable – Conducta de proveedores 3.4 Por un uso seguro y responsable de las tecnologías
	Uso seguro y responsable de internet	Importante		
Inclusión en el país	Economía local	Esencial	Desarrollar productos y servicios para la digitalización de las Pymes, promoviendo colaboraciones público-privadas facilitando la transformación productiva del país   	5.1 Conectividad y digitalización de la sociedad – Nuestro compromiso con la digitalización de autónomos y Pymes 6. Comprometidos con el equipo humano
	El empleo	Importante		
Medio ambiente, salud y sostenibilidad digital	Consumo energético y cambio climático	Importante	Compromisos claros para alcanzar la neutralidad de carbono y la eficiencia energética, más allá de nuestra propia huella, ayudando a otros sectores de la economía a ser más sostenibles a través de la digitalización  	4.1 Estrategia y gestión ambiental 4.2 Uso eficiente y energía renovable 4.3 Economía circular y gestión de recursos

Además, a continuación, se presenta el detalle de los canales que nos permiten establecer un diálogo abierto y continuado con todos los grupos de interés:

Grupos de interés	Canales de comunicación	Frecuencia
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> A través de la primera línea de atención en tiendas, telefónica o WhatsApp Aplicaciones de MiOrange y Jazztel 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, newsletter semanal, buzones de Comunicación Interna y Cultura Reuniones con empleados: reuniones de compañía, de área, reuniones del área de Personas y Cultura con áreas y territorios Encuestas de clima y cultura Comités de seguridad y salud en todos los centros con representación de los trabajadores, a través de los que puede ejercerse el derecho de consulta y participación Comisiones ad-hoc con la representación legal de trabajadores: Igualdad y Conciliación, Formación, Acción Social, Interpretación y Empleo, Comercial, etc. “Pasión por nuestros Clientes”, programa para impulsar una de las principales prioridades del plan Back to Growth: “foco en el Cliente y la 1ª Línea Sesiones de la Oficina de Sostenibilidad Participación de los empleados en los diálogos con grupos de interés 	<p>Canales abiertos, comunicación diaria</p> <ul style="list-style-type: none"> 484 empleados participando en las actividades de Tienda y Call Center 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 a través de entrevistas y talleres en el Diálogo para un mundo digital responsable.
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 gracias a más de 450 reuniones mantenidas en el año 2022 en los tres niveles de la administración: local, autonómica y estatal.</p>

Además de este diálogo fluido con todos los grupos de interés, Orange apoya la labor informativa sobre cuestiones como la sostenibilidad, la igualdad digital, la reflexión sobre sociedad en red, la tecnología o la innovación, entendida en su sentido más amplio. Estos temas se abordan a través de las webs informativas de Orange, como son ByOrange, Hablemos de Empresas o PopTV; así como en Nobbot, un medio de información impulsado por la compañía, finalista en distintas ocasiones como mejor medio digital español en los premios anual que se conceden con motivo del de la celebración del Día Mundial de la Sociedad de la Información.

La calidad de sus contenidos es reconocida por la audiencia, con 8 millones de visitas y unos 10 millones de páginas vistas durante 2022, y los públicos externos.

Por otro lado, en noviembre de 2022 se dieron a conocer los ganadores y finalistas de la II edición de los Premios Periodismo y Sostenibilidad Orange, cuyo objetivo era reconocer trabajos periodísticos y de divulgación -desarrollados en medios escritos, audiovisuales o en nuevos formatos- que, a lo largo del último año, hubieran destacado por el tratamiento de temas relacionados con el desarrollo sostenible y la tecnología, entendiendo esto tanto desde un punto de vista medioambiental, como en su papel como herramienta para la integración y la mejora de vida de las personas.

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En 2015, los Estados miembros de las Naciones Unidas definieron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se trata de un llamamiento universal a la acción de todos los países para hacer frente al cambio climático, acabar con la pobreza y construir un mundo más sostenible e inclusivo para 2030. La responsabilidad recae en los Estados miembros y los ciudadanos, pero también en las empresas. Dado que la tecnología digital ha sido identificada como una solución clave para lograr los ODS, hemos identificado 6 ODS que resuenan profundamente con nuestro propósito y estrategia. Estas son áreas clave en las que podemos hacer la contribución más positiva y en las que informamos sobre nuestro progreso.

Juntos, trabajamos para construir un mundo más responsable e igualitario.



La industrialización inclusiva y sostenible, junto con la innovación y las infraestructuras (incluidas las telecomunicaciones), liberan fuerzas económicas dinámicas y competitivas que generan empleo e ingresos. Desempeña un papel clave en la introducción y promoción de nuevas tecnologías, facilitando el desarrollo socioeconómico global y permitiendo el uso eficiente de los recursos. Para Orange, el ODS 9 es fundamental, debido a nuestra gran contribución a través de nuestra actividad, ofreciendo conectividad a cada vez más personas y empresas a través de unas redes extensas y de calidad, garantizando la continuidad del servicio y generando oportunidades para la innovación y el desarrollo social y regional.

- La red 4G de Orange alcanza ya al 99% de la población española y más del 93% de la población rural.
- Orange ha implementado su red 5G en todas las provincias de España y ha alcanzado una cobertura poblacional del 78%
- Este año ya son 16,8 millones de hogares y negocios conectados por fibra óptica



Reducir las desigualdades y garantizar que nadie se quede atrás es fundamental para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y desde Orange promovemos activamente hacer realidad estos valores para toda la sociedad. En este sentido, contribuimos con el ODS 10 ofreciendo las oportunidades y herramientas para que todas las personas tomen un papel activo en su sociedad y economía y también promuevan la inclusión digital, la igualdad de oportunidades y la igualdad de género y la diversidad en todos los ámbitos. Orange España ofrece una Tarifa Social con fibra óptica, móvil y llamadas ilimitadas para aquellas familias en situación de vulnerabilidad.

Hemos ayudado ya a más de 2.400 personas mayores a desarrollar las habilidades digitales para mejorar su calidad de vida gracias al manejo del móvil

Edificios adaptados y ayudas económicas para trabajadores con discapacidad, para asegurarles la continuidad de su labor en un entorno normalizado.



El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación del medioambiente, aumentar la eficiencia de los recursos y promover estilos de vida sostenibles. Para Orange, el ODS 12 también significa utilizar la tecnología digital para contribuir a la mitigación de la pobreza, a la transición hacia economías bajas en carbono y, todo ello asegurando siempre su uso responsable.

- Desarrollo de proyectos de eficiencia energética mediante sensores IoT 5G
- En 2022 se han activado 42.000 eSIMs más que sustituyen a la SIM tradicional
- Durante el año 2022, en Orange España hemos recogido un millón de dispositivos fijos de nuestros clientes, alcanzando una tasa de reutilización del 75%



El cambio climático está afectando a todos los países del mundo. Está perturbando las economías nacionales y afectando vidas. Todos tenemos la responsabilidad de tomar medidas urgentes para ayudar a combatir la crisis climática y sus repercusiones. Nuestra contribución a los ODS 12 y 13 pone de relieve nuestro compromiso medioambiental, y se hace patente en los programas de eficiencia energética o transporte que hemos puesto en marcha en nuestro negocio e instalaciones; en la reducción de las emisiones de CO2 derivadas de nuestra actividad; en la utilización de energías renovables; en la integración de la economía circular en nuestras operaciones, desde el ecodiseño hasta el reciclaje móvil y la recuperación de residuos; en la promoción de usos medioambientales responsables; o en la publicación periódica de informes ambientales transparentes.

- Desde 2014, el 100% de la energía eléctrica que consumimos es de origen renovable
- Hemos reducido en 2022 un 57% las emisiones de carbono (alcances 1 y 2)
- Hasta la fecha, Orange España ha reforestado más de 40 hectáreas con especies autóctonas frugales y resilientes al cambio climático favoreciendo la conservación de la biodiversidad.



Los conflictos, la inseguridad y las injusticias sociales y económicas siguen siendo una gran amenaza para el desarrollo sostenible. Para luchar contra esto, queremos promover la existencia de sociedades pacíficas e inclusivas. Para Orange, el ODS 16 se pone de manifiesto en nuestro respeto por los derechos humanos y las libertades fundamentales, así como en la protección de datos y la privacidad o en las decisiones que tomamos en términos de desarrollos tecnológicos responsables. Asimismo, tiene su reflejo en nuestro código ético de conducta en términos de nuestras políticas responsables de compra y lucha contra la corrupción.

- Gracias a los procesos de debida diligencia y al Plan de Vigilancia, prevenimos las violaciones de los derechos humanos o abusos ambientales, tanto dentro de la empresa como en las diferentes sociedades, subcontratistas y proveedores.
- Como operador de confianza, Orange ofrece a todos las claves de un mundo digital responsable, fomentando un uso seguro de la tecnología en la sociedad y en especial entre los menores, jóvenes y las personas mayores.
- A través de soportes informativos, redes sociales y webs propias como Nobbot.com, la compañía promueve el conocimiento de los nuevos avances que señalan el camino hacia un futuro más próspero e inclusivo e invita a reflexionar sobre cómo la innovación contribuye al progreso social.



Ahora más que nunca se necesita una cooperación internacional para garantizar que los países dispongan de los medios para recuperarse de la pandemia. Solo así será posible acercarnos de verdad a la ansiada consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Desde Orange, nos unimos al ODS 17 a través de nuestras alianzas y actividades conjuntas con otros grandes grupos, instituciones, actores y empleados del sector público y privado, en el convencimiento de los beneficios extraordinarios que tiene siempre el trabajo unido para el logro de un fin común. Estas alianzas son fundamentales para apoyar el desarrollo socioeconómico de nuestro entorno gracias a la tecnología digital, y al apoyo de las start-ups y las pymes innovadoras.

- Como 'Agente Digitalizador', rol confirmado por Red.es, colaboramos con autónomos y empresas asesorándoles en la solicitud de las ayudas incluidas en el programa Kit Digital y ofreciéndoles nuestra oferta de soluciones digitales para aprovechar al máximo esas ayudas para invertir en digitalización y mejorar su competitividad.
- Colaboramos con más de 300 instituciones públicas, asociaciones no gubernamentales y fundaciones.
- Formamos parte del Consejo de Administración de Digitales y del Consejo de Administración de ADigital

Impactos e ingresos generados

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

Aportación al PIB	2021	2022
Contribución económica Directa (M/€ año)	4.425€	4.048€
Remuneración de Personal (M/€ año)	397 €	241€
Impuestos pagados (M/€ año)	218 €	164€
Inversiones (Capex)	644€	675 €
Otros servicios y suministros pagados (M/€ año)	1.908€	1.723 €
Pagos por otros Conceptos (M/€ año)	1.258 €	1.245 €
Resultados financieros		
Ventas Netas (M/€ año)	4.272€	4.238 €
Fondos Propios (M/€ año)	3.711€	3.516 €
Sociales		
Empleo directo (total empleados)	6.799	6.598
Mujeres en plantilla (%)	41%	42%
Mujeres en puestos gerenciales (%)	33%	33%
Formación (total horas)	75.904	76.684
Ambientales		
Energía verde	100%	100%



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

Durante 2022 Orange ha obtenido diferentes subvenciones públicas que permiten financiar proyectos y actividades que, de otra manera, podrían resultar difíciles de llevar a cabo, y nos ayudan a contribuir al desarrollo de nuestra actividad de manera más eficiente. Además, cumplir con los requisitos y estándares necesarios para acceder a ellas, son reflejo de la solvencia y compromiso de Orange con la sociedad.

- **Proyecto NPS:** desarrollo de un sistema de automatización inteligente para la determinación de la opinión del cliente digital con base en nuevas métricas.
 - Objetivo del proyecto: diseñar y desarrollar una plataforma RPA que haga uso de los algoritmos de inteligencia artificial más adecuados para clasificar los comentarios, reseñas y opiniones registradas en la aplicación MiOrange, siendo capaz de recibir, gestionar, clasificar y explotar todos estos datos e información para mejorar la satisfacción de los clientes y ganarse su confianza y lealtad a través de la primera solución de transformación digital inteligente aplicada a los robots o soluciones RPA de atención online al cliente de Orange. Las ventajas que conseguimos con esta plataforma son:
 - Conocer en profundidad las necesidades del cliente y poder adaptar el modelo en función de sus nuevas necesidades.
 - Mayor empatía e involucración de los grupos de interés de la compañía.
 - Inspirar mejoras en la autogestión de la aplicación MiOrange.
- Organismo público concedente: CDTI.
- Importe:
 - Presupuesto del proyecto: 509,4k€.
 - Préstamo reembolsable: 252,7k€.
 - Préstamo no reembolsable: 63,2k€.
- Estado de la subvención: adjudicada en mayo de 2022.

- **Kit Digital:** con el objetivo de ayudar e impulsar el proceso de digitalización de las Pymes, se ha lanzado dentro de la Componente 13 (4.894 Millones de €) del Plan de recuperación, transformación, y resiliencia (PRTR) de los Fondos Europeos la iniciativa del Kit Digital (3.067 Millones €):
 - Está dirigido a la digitalización de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo.
 - Consiste en dar acceso a la digitalización a través de soluciones disponibles en el mercado que pertenecen a 10 soluciones digitales establecidas.
 - Para poder comercializarlo, es necesario estar dado de alta como Agente Digitalizador: Orange España es Agente Digitalizador desde el 24 de enero del 2022.
 - A cierre del mes de diciembre, hemos gestionado 6.000 solicitudes, de las que, a 1.395, se les ha concedido la subvención. Los ingresos previstos son 2,9M€.



Afiliación a asociaciones

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 España, hemos continuado con la estrategia de patrocinar, en el territorio nacional, deportes como el tenis, colaborando con prestigiosos torneos como el Mutua Madrid Open, el Barcelona Open Banc Sabadell Trofeo Conde de Godó, el ATP Mallorca *Championships*, y por primera vez este año, el ATP Gijón, aportando soluciones tecnológicas e innovadoras en dichos eventos.

Asimismo, hemos renovado el contrato de patrocinio con la Real Federación Española de Tenis. Gracias a este acuerdo, Orange sigue apoyando el tenis español a través de los torneos organizados por la RFET.

Además, este año, como consecuencia del fin de la pandemia, Orange España se ha podido estrenar en el territorio de la música, patrocinando dos grandes festivales, el Mad Cool en Madrid y el Andalucía Big Festival en Málaga.

La participación en estos patrocinios se integra de forma natural en las señas de identidad de Orange, gracias a la conectividad que aportan nuestras redes de última generación y al desarrollo de acciones innovadoras que nos permiten acercar a los asistentes experiencias únicas y exclusivas.

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 2022:

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro (€)

Asociación España con ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados)	13.433€
Asociación Cultural Avanza ONG	46.040€
Fundación FDI	47.737€
Fundación SERES	15.800€
Cruz Roja	10.337€
Cáritas	20.243€
Asociación Aztivizate	32.052€
Fundación Policía Española - Premio Solidarios 2022	30.000€
Fundación Síndrome de Down - Premio Solidarios 2022	35.000€
Total 2022	250.642€
Total 2021	185.038€



Valores, ética y derechos humanos

GRI: 2-15, 2-16, 2-23, 2-25 2-26, 2-27, 2-28, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 407-1, y 415-1

Dentro de Orange España contamos con un conjunto de principios definidos en el código ético que permiten establecer fundamentos éticos basados en el respeto, la integridad, la calidad del servicio y el espíritu de equipo en las diferentes actividades llevadas a cabo por la compañía, así como en sus relaciones internas y externas. De esta manera, se garantiza la confianza de nuestros empleados, clientes, proveedores, accionistas y socios, así como de toda la sociedad en general.

Todos estos principios se ven recogidos en el marco de los principios fundamentales de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, así como los constituidos por la Organización Internacional del Trabajo (en particular los relativos a la erradicación del trabajo infantil y forzoso), la OECD (en particular en lo que respecta a la lucha contra la corrupción).

Además, se garantiza un alineamiento con el Grupo Orange, dónde se han adoptado compromisos en materia de Responsabilidad Social Corporativa (una de las primeras organizaciones en inscribirse en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas).

Nuestros principales principios son los siguientes:

- **Respeto:** Nuestro compromiso con el respeto es la guía en nuestras relaciones con los diferentes grupos de interés. El respeto está en el centro de las relaciones humanas, tanto en el interior del Grupo como hacia nuestros clientes y accionistas, y también con nuestros entornos sociales y societarios.
- **Integridad:** En Orange respetamos rigurosamente el deber de honestidad requiriendo ejemplaridad en el ejercicio de nuestra actividad profesional.
- **Compromiso de calidad:** La calidad se aplica a todas las líneas de negocio y todo el mundo contribuye a conseguirlo. Nuestro objetivo es ser reconocidos y recomendados por todas las partes interesadas.
- **Solidaridad y cooperación:** La cooperación entre los equipos nos permite poner las mejores capacidades al servicio de nuestros clientes y de los grupos de interés.

Finalmente, queremos destacar y enfatizar la importancia del órgano directivo en la implementación y efectividad de sus medidas. Para reforzar la importancia del cumplimiento normativo, periódicamente la dirección refuerza su mensaje de forma activa mostrando así su compromiso en la propagación de una cultura ética.

En función del grupo de interés del que estemos hablando existen diferentes maneras en las que Orange España expresa y ejecuta su compromiso con los principios básicos previamente mencionados:

- **Clientes:** el compromiso expresado con nuestros clientes se ejecuta mediante una constante mejora de los servicios y productos. Esa mejora se consigue mediante la optimización continua de nuestros procesos para poder ajustarnos a las necesidades del cliente y satisfacer sus expectativas.
- **Accionistas:** el grado de cumplimiento de Orange España con nuestros accionistas está dirigido a aumentar su confianza con el objetivo de asegurar la rentabilidad en sus inversiones. Para cumplir con ese objetivo, existe una comunicación de información periódica comprensible, pertinente y fiable, así como un espacio de escucha para nuestro club de accionistas. Asimismo, priorizamos el estricto cumplimiento de todas las normas de mercado y, en consecuencia, la buena gestión corporativa.
- **Empleados:** Nuestro compromiso con nuestros empleados reside en la confianza que les depositamos en la gestión de la integridad, la capacidad de iniciativa, el sentido de la responsabilidad y la motivación. Para conseguir que se desarrollen en esos campos intentamos incentivar siempre su continua evolución de aptitudes, favorecer el espíritu de equipo y de la innovación colectiva. De cara a nuestros equipos, fomentamos la diversidad y no toleramos la discriminación de ningún tipo. Para ello, existen mecanismos de denuncia de infracciones o fraudes y el tratamiento adecuado y diligente para el respeto y cumplimiento de las leyes.
- **Proveedores:** de cara a garantizar un servicio excelente a nuestros clientes, se fomentan la confianza y el respeto en todas las relaciones con proveedores. Además, se les solicita el cumplimiento con los principios de conducta de proveedores definidos en la compañía, y ponemos a su disposición mecanismos de denuncia asegurando estricta confidencialidad.
- **Competidores:** con este grupo de interés se prioriza el cumplimiento y garantía de mantenimiento de una competencia sana y leal, para poder favorecer el crecimiento común y la innovación.
- **Otras partes interesadas en los países donde opera el Grupo:** en relación con este grupo de interés, Orange España, vela por el respeto tanto de las leyes, como de las diferentes culturas con las que se esté relacionando. Gracias a este respeto y al uso de las tecnologías de la información se incentiva el desarrollo sostenible (siendo conscientes de las responsabilidades y optimizado los recursos energéticos y de recursos naturales) y se contribuye al progreso de dichas comunidades locales en las que se esté operando. Consideramos fundamental integrar las responsabilidades medioambientales en todas las labores realizadas por la compañía en dichas localidades.

Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas

Para materializar el compromiso con la integridad que tiene Orange, se han desarrollado diferentes vías mediante las cuales los empleados, en caso de ser testigos de alguna situación contraria al código ético, las políticas o los procedimientos, pueden elevar una alarma:

- Buzón de ética: buzon.etica@orange.com
- Plataforma "Hello Ethics" del Grupo Orange: <https://orange.integrityline.org>

Estos canales también están pensados para que los empleados puedan efectuar diferentes preguntas en relación con la ética, el cumplimiento y la responsabilidad social, y que sean expertos de la compañía quienes les respondan. Durante el año 2022, se han recibido y realizado 12 consultas y 6 alertas.

Cabe resaltar que, en este proceso la figura del Comité de Ética y Cumplimiento otorga la protección y confidencialidad a los denunciantes en cuanto a su identidad y a la información reportada, siempre y cuando se actúe de buena fe.

Si los empleados se consideran testigos de alguna situación en la que intuyen algún tipo de comportamiento poco ético, se les anima a informar de dichas sospechas a sus propios managers, a Recursos Humanos, al Departamento Legal, al *Compliance Officer* o al asesor de ética.

Las temáticas por las que se suelen plantear estas inquietudes son las siguientes:

- 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.

Además, en Orange disponemos de un Política de "Tolerancia 0 con el fraude". Estamos firmemente comprometidos contra los comportamientos fraudulentos y tomamos medidas enérgicas contra los que se realicen contra nuestros clientes, empleados y la empresa. El fraude cometido contra nuestra empresa o nuestros clientes puede amenazar nuestra estabilidad económica, la reputación de nuestra marca y el cumplimiento de la ley.

El objetivo del equipo del área de Fraude es la creación de un entorno de control para la prevención, detección y gestión del Fraude Telco a nivel transversal en las marcas Orange, Jazztel y los OMVs (Operadores Móviles Virtuales) a los que Orange presta servicio.

El Fraude Telco ocurre cuando los procesos, controles o debilidades técnicas son explotadas para obtener una ventaja. Por ello, trabajamos continuamente en incrementar la prevención del fraude de suscripción y del fraude de tráfico, así como en mejorar la calidad de la captación en términos de impago, minimizando los impactos, siendo eficientes en costes y aplicando las mejores prácticas del sector en España y en el Grupo Orange.

Cualquier empleado que desee realizar una consulta o quiera destacar una práctica que considere fraude puede hacerlo a través del correo electrónico fraude.es@es.orange.com, disponible para todos los empleados del grupo Orange en España.

Desde 2014, Orange es miembro fundador de la Asociación Española de Empresas Contra el Fraude (AEECF), <https://asociacioncontraelfraude.com>



Medidas para los riesgos relacionados con la corrupción

La corrupción y el tráfico de influencias son algunos de los focos más importantes de atención en temas de cumplimiento dentro de la compañía y es por esa razón que existe tolerancia cero a cualquier caso que suponga alguna de estas problemáticas.

Por esa razón, la compañía ha definido una política contra la corrupción en conformidad con el convenio de la OECD de lucha contra la corrupción (1997) y con la Convención de las Naciones Unidas Contra la Corrupción (2003). Además, cumple con los requisitos definidos en la ley francesa nº 2016-1691, o ley Sapin 2, que también aborda temática de la transparencia y la lucha contra la corrupción y modernización de la economía (y se constituye un «código de conducta», tal y como se define en el artículo 17 de esta). Cabe destacar su cumplimiento también con la ley estadounidense contra las prácticas corruptas en el extranjero y con la ley británica contra la corrupción de 2010.

El objetivo de la política contra la corrupción es ofrecer a todo el personal y a los empleados del Grupo Orange un marco de principios que debemos cumplir en todas nuestras operaciones comerciales, y un conjunto de conductas prohibidas que pueden considerarse corrupción o tráfico de influencias. La política contra la corrupción se aplica a todos los empleados del Grupo, y todas las partes con las que estamos vinculadas (empresas, subcontratistas, socios, asesores o intermediarios que actúan en nombre del Grupo o de Orange) deben cumplir esta política.

Para asegurar el correcto desarrollo de todas las relaciones comerciales, se ha implantado un proceso de Due Diligence para poder proteger a la compañía ante el incumplimiento de su política, garantizando la ejecución de ciertas verificaciones y controles antes de firmar cualquier contrato, para poder mitigar el potencial riesgo que proviene de la interacción comercial y que perjudicaría la imagen de marca y puede impactar sobre la correcta toma de decisiones.

Operaciones evaluadas y medidas para los riesgos relacionados con la corrupción

GRI 205-1

	2021	2022
Nº de operaciones evaluadas (Due Dilligence)	915	649
Nº de operaciones que no superan la evaluación	12	4
Transgresiones a la buena fe contractual confirmados	1	1

Además, y para cubrir cualquier riesgo, desde Orange España, como filial del Grupo Orange, participamos en el proceso específico del Grupo Orange: iDDfix. El principal objetivo de esta metodología es establecer un proceso en el que se incluyan los requerimientos de la debida diligencia, de fraude y de cumplimiento para otorgar un nivel necesario de DD. Este proceso respeta los requisitos de las leyes y regulaciones nacionales e internacionales, fortalece la transparencia y protege al Grupo Orange para poder combatir mejor la corrupción.

Conflicto de intereses

En Orange España, debido a su alto cumplimiento con los principios de integridad y el compromiso de calidad, se evalúan minuciosamente los casos de conflicto de interés, debido a que, a pesar de no tratarse de una infracción, es un potencial detonante de muchas otras infracciones. Entendemos conflicto de interés como la interferencia entre los intereses de la Compañía y los privados del empleado o persona física o jurídica con la que existe vinculación.

La manera en la que se está gestionando esta problemática es mediante la posibilidad de declarar cualquier situación en la que un empleado se pueda encontrar en un conflicto de interés. Por lo tanto, el empleado debe realizar una declaración espontánea a través de los formularios en Vive Orange, que llegarán directamente al mánager y al área de cumplimiento, quienes tomarán una decisión al respecto. El suceso de algún caso de fraude o corrupción ocasionado a raíz de un conflicto de interés podría generar un daño reputacional, así como riesgos financieros y actos u omisiones que puedan conducir a sanciones penales y medidas disciplinarias.

Para promover la declaración de los potenciales conflictos de interés y llevar un mejor seguimiento el CEO, N-1 y N-2 y los *Managers*, así como a todas las personas empleadas en el área de Compras *Core* y *Speed*, deben realizar de forma obligatoria una declaración anual de conflicto de interés.

Cabe destacar que 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

Hay varias maneras mediante las cuales Orange demuestra sus principios de integridad y cumplimiento con la ley para evitar la comisión de estos delitos, y una de ellas es la continua formación a los empleados en temáticas de cumplimiento, ya que es un elemento imprescindible en la generación de cultura ética en la compañía.

Es importante tener en cuenta que en España las empresas pueden ser consideradas responsables penales por la comisión de delitos por parte de sus empleados. Por esa razón, Orange España consta de un exhaustivo sistema de Cumplimiento Normativo que le permite trabajar en la mitigación de la comisión de estos delitos penales.

Por ello, la formación sobre cumplimiento y prevención de riesgos penales y en materia de anticorrupción publicados en *Orange Learning* es tan relevante, ya que los empleados son considerados la principal fuente de este riesgo. Estos cursos son de obligado cumplimiento para los empleados. Sin embargo, es cierto que hay empleados que presentan mayor riesgo que otros debido a la exposición de sus tareas (aquellos que mantengan mayor relación con proveedores, por ejemplo). Para este grupo, el área de cumplimiento realiza una formación más exhaustiva.

Formación en Sostenibilidad (ESG)	2021					2022				
	Total	Responsabilidad Social transversal	Derechos humanos, ética, diversidad e igualdad	Anticorrupción	Medioambiente	Total	Responsabilidad Social transversal	Derechos humanos, ética, diversidad e igualdad	Anticorrupción	Medioambiente
Horas	1.067	13	225	799	30	4.095	1.449	757	1.759	131
Nº de empleados únicos formados	1.846	8	160	1.808	15	1.784	932	160	1.464	31
Promedio de horas por empleado formado	0,6	2	1	0,44	2	2,3	2	5	1	4
% de empleados formados	66%	0,3%	6%	28% con formación general	1%	64%	33%	6%	50% con formación general y 45% con formación específica	1%
Total empleados	2.816					2.811				

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, más del 50% de los empleados de Orange.

La formación ofrecida no se reduce únicamente a la materia de cumplimiento, sino que, por su alta relevancia, temas como el compromiso medioambiental, los derechos humanos o la igualdad, también disponen de formación específica en *Orange Learning* para todos aquellos empleados que lo deseen.

Durante el 2022, el 64% de los empleados han recibido formación en materia de Sostenibilidad.

Acciones responsables a lo largo de toda la organización

Cabe destacar que muchas de las áreas de la compañía, como por ejemplo desde el departamento de Facturación, Cobros y Fraude, se realiza un autodiagnóstico para identificar acciones con las que contribuir a la estrategia de sostenibilidad. Este autodiagnóstico se realiza a través de la prevención de acciones delictivas o mediante la identificación de clientes vulnerables, con el objetivo de mitigar los riesgos de incumplimiento de leyes o impago. De esta manera se pueden abordar todos los objetivos de manera conjunta y aprovechando las sinergias e integraciones de los equipos.

Otra de las medidas mitigadoras empleadas para que el entorno de la compañía conviva en un ambiente de cultura de la sostenibilidad, es el uso de políticas éticamente responsables en el ámbito de Facturación, Cobros y Fraude (*scoring* responsable, personalización del recobro...), así como la disponibilidad de formación tecnológica para los principales grupos de interés. Dentro de esta adaptación y fomento de una cultura empresarial hacia la sostenibilidad, destaca el proceso de digitalización de estas áreas (facturas electrónicas, información...).

Garantías de respeto a los Derechos Humanos

Durante el ejercicio 2022, 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.

Acuerdos y contratos con cláusulas sobre derechos humanos

	2021	2022
Contratos de inversión con proveedores o subcontratistas con cláusula de DD.HH.	100%	100%

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

Inteligencia artificial y ética

Conscientes de la necesidad de que la ética guíe la innovación y las operaciones de Orange España, en 2021 creamos un Comité de Ética de la Inteligencia Artificial, responsable de vigilar los usos e impactos de la IA (Inteligencia Artificial) sobre las personas, y 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*, Responsabilidad Social 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 una serie de buenas prácticas, que garanticen la responsabilidad, el buen gobierno y la ética en el uso de estas nuevas tecnologías.

Dentro de los proyectos de IA realizados este año, se ha implementado un *framework* gobernado de datos que procesa las *features* o variables que se usan en los modelos de Inteligencia Artificial. Dentro de este marco de trabajo se ha establecido un etiquetado de las variables propensas a ser sensibles. Además, el *framework* ofrece una explicación a todos los modelos de Inteligencia Artificial y permite conocer cómo afecta cada variable al modelo de IA.

El número de proyectos de IA que actualmente tenemos en OSP es de 13, los cuales cumplen con los criterios éticos de transparencia y justicia.



Cadena de suministro responsable

GRI: 2-6, 2-12, 2-13, 3-2, 3-3, 204-1, 308-1 308-2, 409-1, 414-1 y 414-2

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, contratados, 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 por 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.

Rating CDP (Carbon Disclosure Project)

El Grupo Orange en 2022 ha obtenido la máxima calificación (A) en relación con nuestro compromiso con la cadena de subcontratación para ayudarla a reducir sus emisiones de CO2.



Código de Conducta de Proveedores

GRI: 3-2 y 3-3

La política de tolerancia cero 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

El proceso de contratación de proveedores que se realiza desde Compras en Orange se realiza con base en una revisión de riesgos a través de preguntas asociadas a las siguientes 9 temáticas:

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

En 2022, a través de la herramienta de Procesos de Compras OSP, MyProc, hemos seguido utilizando el cuestionario de evaluación iDDfix en materias medioambiental, legal, RSC y seguridad y salud, con el objetivo de conocer mejor a nuestros proveedores.

Además, en 2022 hemos definido dos medidas de prevención relativas al conflicto Rusia – Ucrania:

- En cada proceso IDDFIX revisamos las listas de sanciones internacionales decididas contra personas y entidades rusas, bielorrusas o ucranianas tras la invasión de Ucrania por Rusia. Las listas son:
 - *The Consolidated list of persons, groups and entities subject to European Union financial sanctions (European Union).*
 - *SWIFT Exclusion Council regulation (European Union).*
 - *The Specially Designated Nationals List - SDN List (United States of America).*
 - *The Consolidated Sanctions List - Non-SDN Lists (United States of America).*
 - *The UK Sanctions List (United Kingdom).*
- Hemos configurado una alarma en la herramienta de Procesos de Compras OSP, MyProc, para que, en caso de que un usuario solicite el alta de un proveedor ruso, bielorruso y ucraniano, se le notifique que debe ponerse en contacto con el departamento de *Compliance* de Orange España para ser asesorado al respecto.

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 2022, no hemos identificado ninguna situación relativa a la responsabilidad social corporativa (incluida la evaluación relativa a trabajo forzoso) que haya implicado rescindir la relación comercial. Analizamos a nuestros posibles nuevos proveedores como, de forma recurrente, a nuestros actuales partners.

Evaluación de proveedores GRI 414-2 y 308-2	2021	2022
Nº de proveedores evaluados en relación con los impactos sociales y ambientales	296	317
Nº de proveedores detectados con impacto ambiental negativo	0	0
Nº de proveedores detectados con impacto social negativo	0	0

Cambios e impactos de la cadena de valor

Durante el año 2022, no se han producido cambios significativos a lo largo de la cadena de suministro.

Además, resulta relevante mencionar que el 82% del gasto gestionado por el departamento de Compras de Orange España se realiza con proveedores con NIF español, y el 99% con proveedores con identificador europeo, generando un importante impacto regional.

Riesgos y oportunidades

GRI: 2-12, 3-3

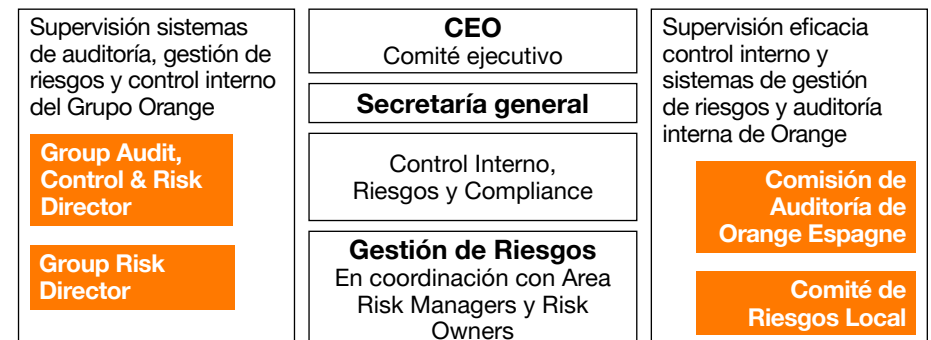
La existencia de un modelo de gobierno y organización adecuado es esencial para poder gestionar el riesgo de forma eficiente y conforme a las directrices del Grupo Orange.

En Orange España la función de gestión de riesgos se ubica en el área de Secretaría General, en el departamento de Control Interno, Riesgos y Compliance, e involucra en la gestión de riesgos a diferentes áreas de 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 área de Control Interno, Riesgos y Compliance, y que complementa el trabajo realizado por otros comités de gobernanza, mediante la revisión conjunta con las principales áreas de la compañía del estatus de los controles y los riesgos, junto con las medidas mitigadoras definidas.



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

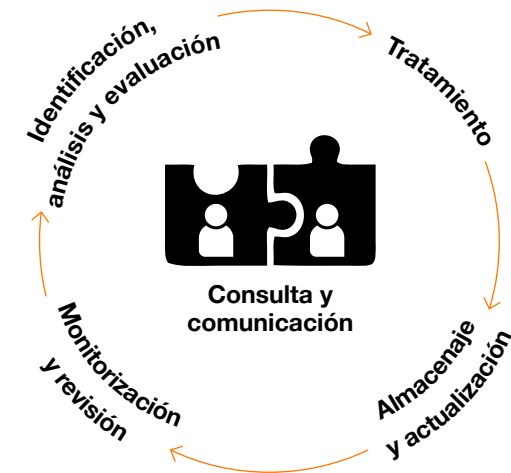
- La primera línea proporciona productos y servicios operativos, gestiona los riesgos de las operaciones en línea con los requisitos de la segunda línea.
- La segunda línea define, despliega, gestiona y evalúa los sistemas de gestión de riesgos y de control interno del Grupo.
- La tercera línea proporciona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

En Orange España, se mantiene un proceso de gestión dinámico para identificar, evaluar, gestionar y reportar riesgos de forma periódica.



El 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, al medioambiente 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 proceso de 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

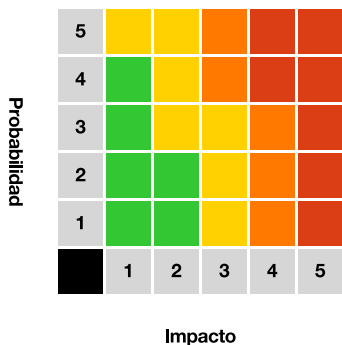
Nuestro universo de riesgos incluye tanto los estratégicos como los financieros, operacionales y de cumplimiento, a los que estamos expuestos como compañía del sector de las telecomunicaciones.

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, o el Estratégico.
 - Los controles implantados y su monitorización.

Durante este año 2022, se ha implantado en la compañía un proceso mediante el cual ciertas áreas clave pueden reportar a Gestión de Riesgos aquellos eventos relevantes que hayan ocurrido o, habiendo sucedido fuera de Orange España, nos pudieran haber afectado, para así poder verificar, si se considera necesario, la valoración de los riesgos relacionados y sus medidas mitigadoras.

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.

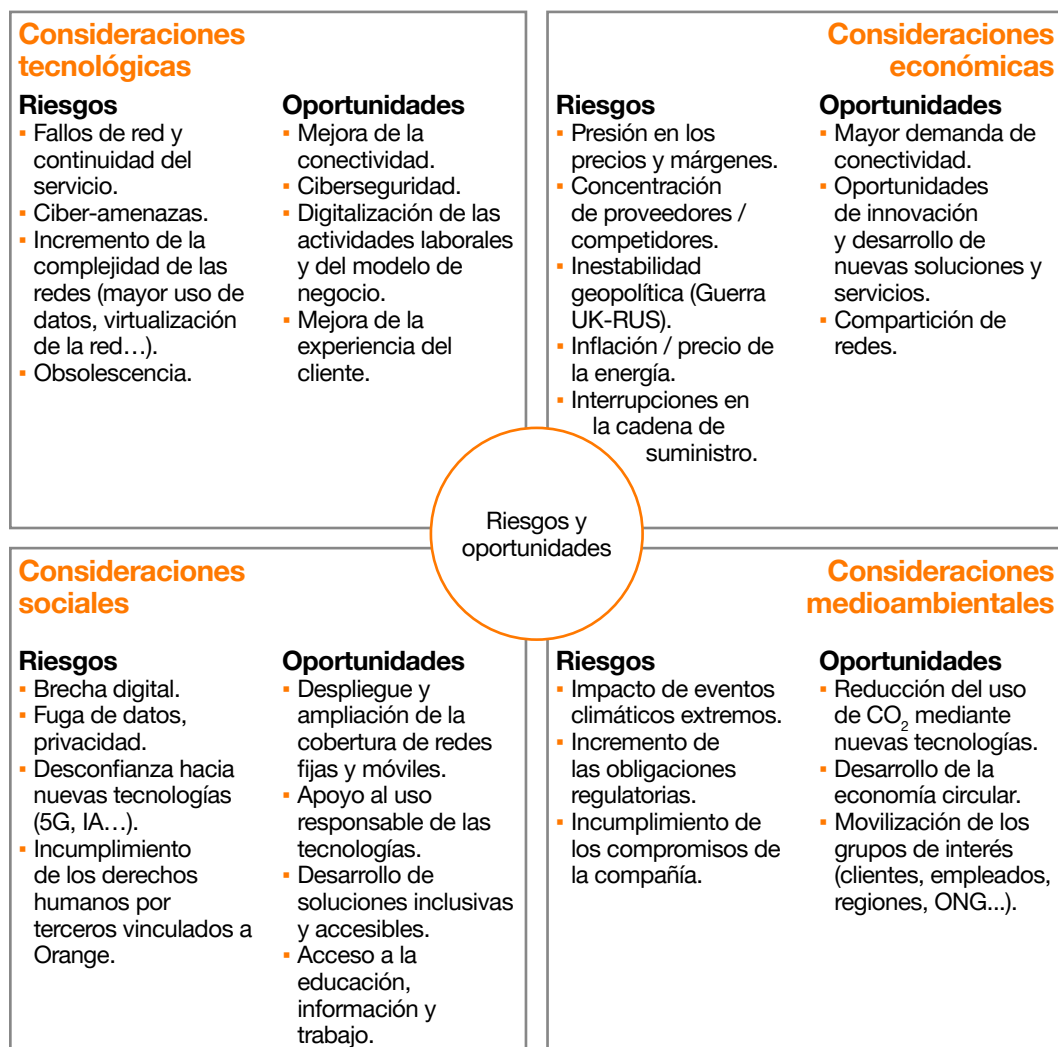
Seguimiento y reporte

La última 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.

En el último año, la función de riesgos ha trabajado en la digitalización de la función mediante dos acciones principales: 1) la implantación de una herramienta en la interlocución con los *risk owners* para su revisión y actualización periódica y 2) el uso de un cuadro de mando para dar seguimiento a los riesgos y planes de acción.

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.



Gestión de los riesgos ESG y Plan de Vigilancia

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 decisiones 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 la Dirección de Control Interno, Riesgos y Compliance.

Desde la Dirección de Control Interno, Riesgos, Compliance se abordan y consideran las temáticas ESG en nuestros procesos, agrupando los riesgos que gestionamos en materia de ESG en cuatro bloques o *clústers*:

- 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 a la Dirección de RSC del Grupo.

Adicionalmente, la función de Control Interno despliega y revisa cuestionarios 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 2022, 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.

Hoja de ruta de debida diligencia

Plan de Vigilancia anual a nivel de Grupo.

Evaluación de impacto continuada

Operaciones sujetas a vigilancia

- 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, 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.
- Plan de Vigilancia.
- 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.
- 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, de bienestar y hábitos saludables.
- Cada año, 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
- 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**

El motor de todas las actividades que realizamos en Orange es la satisfacción de nuestros clientes. Por ello, el foco en ellos es una prioridad tanto en la estrategia del Grupo Orange (recogida en el plan 'Engage 2025'), como en la de Orange España en el plan 'Back to Growth', siendo la atención al cliente y la calidad del servicio uno de los pilares de dicho plan y elementos de diferenciación relevantes, en tanto que son palancas que nos permiten seguir creciendo y consolidando la confianza que depositan nuestros clientes en nosotros.

Para que su experiencia con Orange sea percibida como diferencial, el papel de la 1ª línea es fundamental. Por ello, debemos facilitar su labor, simplificar las herramientas y los procesos que utilizan y desarrollar los marcos de relación necesarios para maximizar el impacto positivo de su actividad en el cliente.

Para responder a estos retos, en Orange hemos desarrollado un modelo de Voz de Cliente (VoC) que, combinado con la monitorización del desempeño operativo de nuestros procesos y el análisis de las interacciones en los distintos canales, nos permite entender tanto la experiencia que viven nuestros clientes como las dificultades que puede encontrar nuestra 1ª línea para responder a sus expectativas.

El cliente como eje de la transformación

GRI: 2-29, 3-2 y 3-3

El modelo Voz del Cliente

El modelo de Voz de Cliente (VoC) incluye encuestas que nos ayudan a identificar cuáles son los elementos más relevantes a lo largo del ciclo de vida del cliente, cómo es su experiencia de uso de los distintos productos y servicios, qué esfuerzo se realiza en la gestión de determinados procesos y nuestra capacidad de solución a las distintas consultas e incidencias que puedan surgir.

Tan importante como entender qué dicen nuestros clientes es conocer quién lo dice y por qué. En otras palabras, en qué momento del ciclo de vida está el cliente, qué interacciones ha realizado en los distintos canales y cuál ha sido el desempeño operativo del proceso en el que está inmerso. Esta contextualización se apalanca en el desarrollo continuo de capacidades analíticas a nivel de *customer journey mapping*, *process mining* y *text analytics*.

Los clientes encuestados que manifiestan algún motivo de insatisfacción son contactados a través de WhatsApp o vía telefónica con el objetivo de ofrecer una solución al motivo de su descontento.

Adicionalmente, medimos cuál es la posición competitiva de las distintas marcas en los distintos segmentos de actividad y a partir de qué atributos se construye la misma. Esta medición la ejecuta y consolida el Grupo Orange con una metodología común para todos los países, que se denomina *Customer Experience Tracker*.

Todos los modelos de encuestas que utilizamos se sustentan en potentes capacidades de *text analytics*, lo que permite industrializar el análisis de la respuesta del cliente y trasladarlo de manera eficiente a los empleados de la compañía en función de sus intereses.

Más allá de las encuestas, en el marco del desarrollo de productos y servicios o de la evolución del diseño, usabilidad y funcionalidad de los canales digitales, se realizan *focus group* con clientes. También se constituyen equipos multidisciplinares con enfoques *end-to-end* y auditorías ad-hoc en el marco de los análisis de causas raíz de determinados *pain points*.

Dando respuesta a las expectativas de nuestros clientes

Gracias al análisis combinado de la Voz de Cliente y del desempeño operativo de los distintos customer journeys, podemos conocer qué es lo más relevante en la experiencia de nuestros clientes y en qué planes debemos trabajar para lograr una experiencia que sea percibida como diferencial. La priorización de los planes y movilización de recursos se construye a partir del impacto en la recomendación y churn de cliente.

De todos ellos, las principales conclusiones extraídas son que los clientes quieren:

- Una propuesta comercial multimarca en productos y servicios, donde se premie la fidelidad. En este sentido evolucionamos los portafolios con un alcance multiservicio, reforzando nuestra propuesta de valor en servicios de televisión. Para premiar la fidelidad, reposicionamos a la cartera de clientes para que puedan acceder a las ventajas de estos portafolios, preservando la calidad operativa de las migraciones a través de la monitorización y seguimiento de cada movimiento a nivel individual, lo que nos permite anticiparnos a posibles incidencias con impacto en cliente.
- Una experiencia de uso de red acorde al posicionamiento de las distintas marcas y al producto contratado. Por ello, queremos diferenciar nuestras redes de Fibra y 5G para ser un operador líder en infraestructuras en España asegurando la calidad de uso de la red fija y del móvil.
- Procesos simples y fiables. Los clientes no tienen tiempo para la complejidad y, además, les genera desconfianza. En este sentido, trabajamos en garantizar la fiabilidad y simplicidad de los principales procesos

de la compañía, haciendo especial foco en la factura, la calidad de la venta, la resolución de incidencias y los procesos logísticos, que aspiramos a que sean percibidos como un valor diferencial.

- Los clientes buscan experiencias conversacionales con Orange, con independencia del canal de contacto elegido y con un peso cada vez mayor de lo digital. Alcanzar esta expectativa exige una mayor personalización y contextualización de las distintas interacciones, lo que implica evolucionar el ecosistema tecnológico de la 1ª línea. Para ello, hemos rediseñado la APP de Mi Orange, continuamos empujando el desarrollo de la atención por WhatsApp (ahora también disponible en MiOrange) y seguimos desarrollando capacidades de IA en IVR y asistentes virtuales para los agentes de la 1ª línea.
- Los clientes buscan solución a sus consultas e incidencias. Nos marcamos como prioridad la mejora de la solución en primer contacto y, para ello, construimos un plan transversal a los distintos journeys con foco en la solución, al mismo tiempo que desarrollamos el rol de las plataformas propias como centros de excelencia en la gestión de consultas e incidencias.

Todas estas actividades se realizan garantizando la privacidad y seguridad de los datos que nuestros clientes nos confían. En otras palabras, les ofrecemos tener el control de sus datos, sabiendo en todo momento que están seguros y cómo son utilizados, pudiendo encontrarlos con facilidad y autorizando o no su utilización, así como suprimiéndolos, cuando lo deseen.

Movilización del feedback de cliente y modelo de gobierno

Para construir los planes de mejora es fundamental que la información esté a disposición de los distintos grupos de interés a nivel compañía:

1. La 1ª línea. Es muy importante que los empleados de la 1ª línea conozcan el impacto que tiene su actividad en la experiencia de cliente, y es responsabilidad de Orange facilitar su labor a partir de la mejora del ecosistema tecnológico de la 1ª línea. Para ello, se establecen distintos mecanismos de compartición de la información con las distintas plataformas en función de los distintos objetivos.
2. Los empleados de Orange. En función de su marco de actividad, pueden acceder a los datos, a través de distintas herramientas para obtener de primera mano las respuestas de los clientes (encuestas, evolución de motivos de llamadas, reclamaciones, desempeño operativo de procesos, etc).

Los empleados pueden accionar la información recibida a través de distintos mecanismos:

- Por un lado, a través de la estructura organizativa que se ha construido alrededor de los principales *customer journeys*, donde equipos multidisciplinares monitorizan y analizan tanto la VoC (Voz de Cliente) como el desempeño operativo de los principales *journeys* de cliente. Es en estos equipos donde se definen los planes de acción a nivel compañía, de carácter estructural y transversal, necesarios para alcanzar nuestros objetivos de diferenciación en experiencia de cliente.
- Por otro, a través del Plan de mejora Continua, un foro dentro de Servicio al Cliente (SAC) que se reúne con periodicidad mensual, con la participación del equipo directivo de SAC, en el que, con un enfoque más táctico, se revisan *pain points* de proceso y sus correspondientes propuestas de mejora.
- El Comité de Experiencia de cliente y churn. Foro ejecutivo en el que se realiza un seguimiento del progreso de los distintos planes de mejora de experiencia de cliente y se toman las decisiones estratégicas que correspondan. Este foro, de periodicidad semanal, cuenta con la participación del CEO y de los directores generales de las distintas áreas de la compañía.

Dado que la experiencia de cliente está en el centro de la estrategia de Orange, y con el objetivo de enfatizar la involucración de toda la organización en la mejora continua de la atención a nuestros clientes, en 2021 lanzamos en España el programa “Pasión por nuestros Clientes”. Esta iniciativa tiene como misión acercarnos a nuestros clientes y a nuestra primera línea, para aprender y llevar a cabo iniciativas que mejoren su satisfacción y, cómo no, para reconocer la extraordinaria labor que cada día realizan nuestros compañeros de tiendas, call-centers y comerciales.

Este año la iniciativa de “Pasión por nuestros Clientes” suma una nueva acción más, el concurso ‘Efecto Mariposa’, donde se reconocen las pequeñas acciones, soluciones y proyectos en los que dejamos patente nuestro compromiso y apoyo a la 1ª línea y a nuestros clientes.

A continuación, un resumen de los resultados alcanzados en 2022:

	Programa	2021	2022
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. Las visitas incluyen Call Centers, Puntos de Venta y las instalaciones del Operador Logístico y la Control Room	147 empleados en oct-nov con una valoración de 4,7 (escala 0-5)	639 visitas acumuladas desde el lanzamiento del Programa con una satisfacción media de 4,8 (escala 0-5). 484 empleados han participado de las visitas
En Directo con nuestra 1ª línea 	Aprender. Con este fin, hemos habilitado 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.	10 sesiones acumuladas con 3.544 conexiones
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	Esta iniciativa ha evolucionado al concurso “Efecto Mariposa” que busca premiar los pequeños gestos que impactan en el día a día de la 1ª línea y en la experiencia del cliente
Premios Siempremás 	Reconocer. Premiamos a los mejores empleados de la primera línea.	Ceremonia en streaming con acceso a todos los empleados. Entrega de premios	153 finalistas; 50 ganadores; 450 asistentes a la ceremonia y celebración presencial y 1.409 conexiones online al evento



Logros en 2022

La evolución positiva en la experiencia de los clientes con Orange se ve reflejada en los siguientes indicadores:

- A nivel de recomendación (NPS (Net Promoter Score)). En B2C, Orange y Jazztel, continúan mejorando su valoración. Orange alcanza un NPS de +28 y Jazztel de +31. Resultados y evolución muy positivos, alineados con el posicionamiento de cada marca y con la reducción del churn. Si hacemos zoom por servicios, destaca la mejora de la recomendación (NPS) del servicio de TV, +19 puntos YoY (Year os Year) en Orange B2C. Mejora apalancada tanto en la valoración de los contenidos, como en la experiencia de uso del servicio.

- En el plano operativo, mejora tanto la experiencia de uso de la red como la valoración de las interacciones de los clientes en los distintos canales:
 - A nivel de experiencia de uso de la red, mejora la recomendación (NPS) tanto de la red fija como de la red móvil. En el segmento B2C (Orange y Jazztel), el NPS de la red móvil mejora 5 puntos YoY y el de la red fija, 8 puntos YoY. En ambas redes, se alcanzan valores máximos de recomendación (NPS) en Y'22, en línea con la reducción del volumen de incidencias técnicas y la mejora de la resolución en primer contacto.
 - Por otro lado, la gestión de consultas e incidencias en los distintos canales de atención es la principal palanca de promoción y continúa mejorando versus los resultados alcanzados en 2021. Esta mejora se apalanca en el mejor performance operativo medido, entre otros indicadores, a partir del menor volumen de reclamaciones, el mayor porcentaje de solución en <24H, la mejora de la satisfacción con la solución ofrecida y la reducción del re-contacto en los distintos canales.
 - Este mejor performance operativo nos permite mantener una evolución muy positiva de las Reclamaciones de Consumo (-46% YoY) y de Procedimientos Sancionadores (-51% YoY).

- En cuanto al modelo de relación con nuestros clientes, continúa la evolución del mix de contacto por canal. Los canales Digital (MiOrange) y Digital asistido (Whatsapp) cobran cada vez mayor relevancia. En 2022, se han gestionado 6,5 millones de conversaciones en el canal Digital asistido, con un nivel de satisfacción muy elevado.

Sistema de gestión de quejas y reclamaciones

GRI: 2-25

Orange pone a disposición de sus clientes diferentes canales para atender a sus posibles reclamaciones:

- Telefónicamente, a través de los números de Atención al Cliente: 1470 para clientes residenciales y 1471 para clientes de empresa.
- A través del Área de Clientes de la aplicación Mi Orange
- Desde la Comunidad Orange, en www.orange.es, o escribiendo un correo electrónico a clientes.particulares@orange.es (si es cliente residencial) o a clientes.empresas@orange.es (si 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).

Jazztel pone a disposición de sus clientes diferentes canales para canalizar sus reclamaciones:

- Telefónicamente, a través del número de Atención al Cliente 1565.
- A través del Área de Clientes de la aplicación 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).

Tanto Orange como Jazztel facilitarán al cliente un documento acreditativo de la presentación y contenido de su incidencia o reclamación, así como un número de referencia. Si la reclamación formulada por el cliente no hubiera sido resuelta en el plazo de un mes o, si 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 (incluidos los autónomos o trabajadores por cuenta propia y las microempresas) y así lo estime conveniente, podrá dirigirse: (a) a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones (teléfono de consulta: 911 11 44 00; página web: www.usuariostelego.es), en el plazo de tres meses desde la respuesta del servicio de atención al cliente o a la finalización del citado plazo sin que se le haya contestado (siendo el periodo 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 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 (d) a Autocontrol (www.autocontrol).

[es/servicios/mediacion](#)) en el caso de controversias relacionadas con protección de datos de carácter personal.

Además de lo anterior, cabe reseñar que Orange y Jazztel se han adherido recientemente a un código de conducta para la atención de reclamaciones que tengan su origen en la publicidad realizada y que supone un nuevo canal de atención con la finalidad de atender reclamaciones que tengan esta naturaleza.

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

- En función del canal de entrada elegido por el cliente, se aplican las políticas de seguridad definidas y se registra la queja o reclamación en el sistema de gestión de abonados, en adelante 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 técnicas).
- Si la gestión se puede efectuar online, se adoptan los procedimientos definidos en función del tipo de incidencia identificada. Si procede, se aplica ajuste o compensación, según las políticas definidas para cada casuística y, siempre que no sea necesario efectuar un escalado a un segundo nivel. Finalmente, se comunican 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 este, 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 hasta confirmar que se ha finalizado (aplicando si procede ajuste o compensación según las políticas definidas para cada casuística). Seguidamente, se registran en el CRM todas las gestiones efectuadas y se informa al cliente.

Además, en cumplimiento con las obligaciones de calidad de servicio, Orange publica trimestralmente, entre otros, el indicador asociado a las reclamaciones sobre corrección de factura. Este indicador está sujeto a un proceso de auditoría preceptiva anual que comprueba que la compañía ha cumplido con lo previsto en la Ley General de Telecomunicaciones, así como en el Reglamento y Orden de Calidad que lo desarrollan, y que garantiza que Orange dispone de un Sistema de Medida y Aseguramiento de la calidad del servicio que presta a sus clientes, además de aportar información auditada y comparable sectorialmente a la Administración competente (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones), que publica los datos en la WEB del Ministerio: "<https://advancedigital.mineco.gob.es/es-es/Servicios/>

[CalidadServicio/informes/Documents/Seguimiento_STFyM_T4_22.pdf](#). Como resultado de la mejora continua del proceso, se evidencia una notable mejora de este indicador:

	Orange		Jazztel	
	2021	2022	2021	2022
Serv. Fijo (%)	0,35	0,26	0,47	0,34
Serv. Móvil (%)	1,13	0,61	0,43	0,34

Completando la información anterior, también se han reducido este año los procedimientos judiciales civiles verbales recibidos, mostrándose a continuación el detalle a cierre de ejercicio:

	2020	2021
En trámite	158	136
Cerrados	49	16
Total entradas procedimientos	207	152

Reclamaciones fundamentadas sobre violaciones de la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes

Durante 2022, no han sido identificadas en Orange reclamaciones y/o procedimientos sancionadores relativos a incidentes de seguridad, así como de violaciones de privacidad. Sin embargo, han aumentado los ciberataques a las organizaciones de sectores críticos, seguidos por las Administraciones Públicas.

Los requerimientos de información que han sido recibidos a lo largo del año 2022 tienen su origen en otras casuísticas relacionadas con cuestiones de publicidad, aclaraciones sobre atención de solicitudes de derechos o altas fraudulentas por usurpación de identidad.

En 2022, fueron notificados por la Agencia Española de Protección de Datos a la entidad ORANGE ESPAGNE S.A.U. un total de 168 requerimientos de información, los cuales conforman una media de 14 requerimientos al mes, con base en las tipologías previamente mencionadas.

Interesa destacar que, de los mencionados requerimientos de información, solamente se han incoado 4 procedimientos sancionadores a la entidad derivados de los mismos.

Respecto 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, se han recibido un total de 71 solicitudes de Mediación.

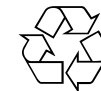
Salud y seguridad de nuestros clientes

GRI: 416-1, 417-1, 417-2 y 418-1

Requisitos de información y etiquetado de productos y servicios

Con el objetivo de asegurar que el equipamiento en Casa de Cliente (CPE) de Acceso Fijo de datos (ADSL, Fibra o FWA) de Orange 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 (Forest Stewardship Council), 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.



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 respecto al equipamiento de Acceso Fijo (routers y repetidores), el 100% de los equipos instalados en 2022 cumple con los procedimientos de etiquetado y documentación.

Otro elemento fundamental con el que, desde Orange, queremos apoyar a nuestros clientes en la toma de decisiones hacia un consumo responsable es el Eco Rating, un sistema de etiquetado lanzado en 2021 que ha permitido identificar y comparar los teléfonos móviles más respetuosos con el medioambiente, incentivando a los fabricantes a reducir el impacto ecológico de sus dispositivos. Los smartphones obtienen una puntuación de Eco-Rating de acuerdo con nuestra estrategia de sostenibilidad de cara a 2025. En 2022, Orange cuenta con un total de 45 dispositivos certificados, número que seguirá creciendo en los próximos años <https://www.orange.es/ecorating>.

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

Durante el ejercicio 2022, no se han reportado incidentes de incumplimiento relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios.



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

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 contruados a partir del nivel de aceptación y valoración de los usuarios finales.

En Orange garantizamos que todos los equipos y dispositivos que comercializamos cumplen con 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 2022 cumple con dichos procedimientos de etiquetado y documentación.

Además, en Orange cumplimos con todos los requerimientos legales en lo que se refiere a las emisiones radioeléctricas, según lo 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. Los informes del Comité Científico Asesor en Radiofrecuencias y Salud (CCARS) <https://ccars.org.es/publicaciones/documentos-elaborados-por-el-ccars>, afirman 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.”

Por un uso seguro y responsable de las tecnologías

GRI: 3-2, 3-3 y 413-2

La razón de ser de Orange es ofrecer a todos las claves de un mundo digital responsable, conectando y acercando a las personas a lo que más les importa. En línea con este objetivo, consideramos que también 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.

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 la sociedad 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.

Asimismo, estamos muy comprometidos con la sensibilización a toda la sociedad sobre la importancia de reducir las brechas digitales para todas las personas o inspirar a los más jóvenes a plantarle cara a fenómenos nocivos relacionados con un mal uso de las nuevas tecnologías, como puede ser el ciberbullying, dejando de ser cómplices de estos comportamientos perjudiciales.

También en línea con este objetivo de promover el uso responsable de la tecnología, apoyamos programas de investigación sobre las oportunidades que nos ofrece lo digital para mejorar nuestra vida y distribuimos información de seguridad a los empleados y clientes, a través de programas sobre el uso responsable de la tecnología y de sitios web diseñados específicamente para apoyar a las familias y a la comunidad educativa.

Por un Uso Love De La Tecnología

En este 2022 hemos querido dar continuidad a la iniciativa #PorunUsoLoveDeLaTecnología, abordando nuevas temáticas y aprovechando momentos decisivos durante el año.

Así, por ejemplo, en periodos vacacionales como la Semana Santa, promovemos el uso responsable del móvil al volante; o en el inicio del curso, llamamos la atención e impulsamos el debate público sobre temáticas como “Cómplices del Ciberbullying”. Cabe señalar, en relación con esta, que utilizamos figuras de referencia entre los jóvenes y adolescentes, como la freestyler Sara Socas y Ethico, para acercarnos a ellos y que nos ayuden a difundir la acción aportando un valor extra, como puede ser el de contar de una forma diferente una problemática tan difícil como el ciberbullying y cómo hacerle frente.

Y es que en Orange seguimos pensando que el conocimiento es la mejor manera de prevenir los usos no adecuados de la tecnología. Por eso, ponemos a disposición de todos, la web Por un uso Love de la tecnología, con información útil elaborada con la colaboración de expertos de reconocido prestigio en cada una de las cuestiones que abordamos, como es el caso de la Fundación ANAR.

Según nuestro informe de medios, este año ha habido más de 99 millones de visualizaciones de vídeos sobre este proyecto, de las que más de 26 millones han sido visualizaciones completas. Consideramos que los resultados favorables que está teniendo esta iniciativa son consecuencia de tratar temáticas tan a la orden del día como:

- Móvil al Volante: con 27,07 millones de visualizaciones y 20,68 millones de usuarios únicos <https://usolovedelatecnologia.orange.es/movilalvolante/>.
- Brecha Digital Generacional: con 18,51 millones de visualizaciones y 13,21 millones de usuarios únicos <https://usolovedelatecnologia.orange.es/brecha-digital-generacional/>.
- Cómplices del Ciberbullying: con 53,76 millones de visualizaciones y 22,86 millones de usuarios <https://usolovedelatecnologia.orange.es/complices-del-ciberbullying/>.

KIDS Ready

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

Con este servicio Kids Ready de Orange, las familias podrán estar tranquilas cuando sus hijos estén conectados al móvil, ya sea en casa, en la calle, el instituto... y supervisar su uso seguro y responsable.

Más información en: youtu.be/AWIZAoZwCKA.



Activista Orange

GRI: 3-2 y 3-3

En 2022 hemos consolidado la iniciativa Activista Orange, un programa educativo dirigido a alumnos de entre 11 y 14 años que tiene como objetivo concienciar a los escolares y despertar su espíritu activista en temáticas de significativa importancia en el mundo actual, como el uso responsable de las tecnologías (LOVE) o la igualdad de género en carreras científicas y tecnológicas (STEAM).

Este año hemos diseñado, además, una nueva propuesta para trabajar el ámbito de la ciberseguridad, Activista Hack, que lanzaremos en colegios durante el curso 2022/2023.

Los contenidos que el programa “Activistas Orange” pone a disposición del profesorado y de las familias no solo promueve la concienciación del alumnado, sino pretende convertir a niños/as en jóvenes activistas capaces de transformar su entorno y construir un futuro mejor.

Para abordar los contenidos contemplados en la iniciativa, voluntarios formados por Orange crean un nexo entre centros educativos de su entorno y el programa “Activista”, presentándolo a los equipos docentes y realizando, en muchos casos, directamente los talleres en las aulas.

Durante el último curso hemos contado con la colaboración de 109 voluntarios Orange, que han contactado con 48 centros educativos y dinamizado 22 talleres, alcanzando a más de 600 alumnos.

4

**Comprometidos
con el planeta**

Estrategia y compromiso medioambiental

GRI: 2-27, 3-2, 3-3, 305-5, 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.

La transformación hacia un sistema económico circular contribuiría a paliar 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 puede ser parte de la solución ya que sus propuestas de valor contribuyen a que terceros tengan menor dependencia energética. Como socio clave del sector, en Orange somos conscientes de nuestra responsabilidad en la reducción de los desechos derivados de la infraestructura de red, de los centros de datos, dispositivos y los asociados a las oficinas. Además, nuestra posición única en el ecosistema nos permite 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 la protección del medioambiente es 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, nos apoyamos en 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 energéticamente eficientes, 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 que sea posible. Creemos firmemente que las telecomunicaciones son esenciales para afrontar el desafío climático al que nos enfrentamos, a través de servicios innovadores que ayuden a minimizar los impactos ambientales, acompañados de una reducción en la huella de carbono.



El Grupo Orange ha alcanzado en 2022 la calificación A- del rating CDP (Carbon Disclosure Project) en el apartado de cambio climático.

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 hace más de una década, tiene como objetivo «ecologizar» nuestras redes mediante diferentes proyectos en los que se profundizará más adelante.

Compromiso 2025

Tal y como puso de manifiesto en su plan Engage 2025, Orange considera que no habrá desempeño empresarial viable sin compromiso social y medioambiental. A medida que las desigualdades se agudizan y la emergencia climática se vuelve más apremiante, la sociedad no aceptará el progreso tecnológico si no es accesible para todos y se desarrolla en sintonía con el cuidado del planeta.

Ese compromiso se tangibiliza en objetivos y planes concretos que aseguran nuestra contribución a ese progreso sostenible:

Categoría	Plan de acción	Objetivos 2025	Avance
Eficiencia eléctrica y energías renovables, para reducir la huella de carbono de alcance 2	<ul style="list-style-type: none"> Implantación de paneles fotovoltaicos en 30 edificios Implantación de configuraciones inteligentes que permiten apagar parcial o totalmente los equipos cuando no se utilizan Garantizar el mantenimiento del 100% de energía renovable (PPA) 	100% consumo eléctrico directo = energía renovable (PPA)	100%
Reducir las emisiones de CO2 de alcance 1 y 2	<ul style="list-style-type: none"> Instalación de puntos de recarga de vehículos eléctricos (Madrid) Retirada de gases F13 en CPDs (Centros de Proceso de Datos) y centros técnicos para sustituir este sistema y hacer extinción en cuadros utilizando CO₂ - Retirada y destrucción total de gases F13 para 2022 Cambio a biodiésel y gas natural en lugar de gasóleo B Renovación de los vehículos eléctricos e híbridos al final de su período de arrendamiento 	<ul style="list-style-type: none"> Retirada del 100% de los gases F13 en 2023 El 41% de la flota de vehículos principalmente comerciales en 2023 son vehículos ecológicos 	<ul style="list-style-type: none"> 97% retirado 30% vehículos ecológicos
Economía circular, para reducir la huella de carbono de alcance 3	<ul style="list-style-type: none"> Maximizar el número de dispositivos ecológicos desplegados Recogida del 90% al 100% de los routers / descodificadores distribuidos por Orange Aumentar el número de móviles reacondicionados vendidos Aumentar el número de dispositivos móviles recogidos en/fuera de los puntos de venta Desmantelamiento y reutilización de la infraestructura de red, mediante la reutilización en la red OSP Desmantelamiento y reutilización de infraestructuras de red, dándoles una segunda vida mediante su venta a terceros o a otros países del Grupo Acuerdos de uso compartido con terceros para evitar la duplicación de infraestructuras en las redes de telecomunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> 16% móviles recogidos 90% equipos fijos recogidos 100% productos eco diseñados 2% de equipos reacondicionados en 2023 Proyecto Oscar 	<ul style="list-style-type: none"> 6,93% móviles recogidos 90% equipos fijos recogidos 20,8% de productos eco diseñados 1,38% móviles reacondicionados sobre los vendidos Desmantelamiento y reutilización del 5,1% de las infraestructuras de red

Sistema de gestión de riesgos medioambientales

Además, el Grupo Orange cuenta con un Comité de Riesgos, un Comité de Auditoría y un Plan de Vigilancia que examinan anualmente su exposición 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 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 14064-1:2018 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 2022, se han producido los siguientes procedimientos y contencioso administrativos en materia medioambiental y ruidos/vibraciones/inmisiones radioeléctricas:

GRI 307-1 Incumplimiento Ambiental	2021		2022	
	Casos	Importes	Casos	Importes
Procedimientos administrativos/ sancionadores	11	2.200€	4	14.250€
Procedimientos/ litigios Contencioso-Administrativo	2	-	2	-

Uso eficiente y energía renovable

GRI: 3-2, 3-3, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-4 y 305-5

Pioneros en energía 100% verde

En los últimos años se está viviendo una toma de conciencia global que ha propiciado que muchas industrias, y concretamente la de telecomunicaciones, se comprometan con la transición ecológica a través de la fijación de objetivos verdes en el 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. Para ello, en 2020 pusimos en marcha una instalación solar fotovoltaica de autoconsumo en el edificio técnico que tenemos en Coslada (Madrid). En la actualidad cuenta con 486 paneles en aproximadamente 1.000 metros cuadrados de superficie donde producimos aproximadamente 1MWh/día.

A lo largo del año 2022, hemos desarrollado el proyecto de estudio de implantación de energía fotovoltaica en 33 emplazamientos (30 edificios técnicos + 3 edificios Corporativos – La Finca), cuya ejecución se prevé a lo largo de los años 2023-2024. La potencia (pico) instalada en la totalidad de las instalaciones, alcanzará los 3.115 kW, que llegarán a producir unos 4,9 GWh de energía eléctrica, cubriendo así un 11% aproximadamente, del consumo total anual de los 33 emplazamientos sobre los que se actúa. La inversión final será de aproximadamente, unos 2,5 M€, cuyo payback se estima en unos 3-4 años, con ahorros de alrededor de 0,76 M€/año.

A partir de 2022, mediante el piloto comercial Orange Energía, fruto de una alianza entre Orange y Powen, ofrecemos la oportunidad a nuestros clientes de ahorrarse hasta un 70% de su consumo actual de luz, mediante una implantación completa de placas solares para el autoconsumo eléctrico en su vivienda, así como la asesoría de profesionales especializados.

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.

La COP27 celebrada en Egipto en 2022 sigue alentando la esperanza de acelerar la transición energética mundial y poder limitar el calentamiento global máximo a 2 °C, proponiendo no superar 1,5 °C por encima de los niveles de temperaturas preindustriales, aprobado en el Acuerdo de París en 2015. Para lograrlo, es necesario reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y proponer medidas de la captura de carbono de la atmósfera.

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, tomando medidas para minimizar las consecuencias del cambio climático, 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 los 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. Bajo este acuerdo, Orange durante el año 2022, ha conseguido desplegar más de 600 ubicaciones de nueva cobertura y reforzar toda la infraestructura de conectividad de la red móvil asociada a dichos emplazamientos.
- 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 nuevos más eficientes en términos energéticos y menos contaminantes, convirtiéndose en requisitos fundamentales para nuestras decisiones de compra. Los equipos de climatización en la red suponen uno de los principales componentes que generan consumo energético de nuestra red de acceso móvil. Así, mantener una planta renovada y correctamente mantenida, garantiza que el consumo asociado a la climatización sea lo más eficiente posible. En este sentido, en 2022 Orange lanza un plan especial de renovación de equipos de climatización en la red por otros más eficientes, con el que además de lograr una mayor eficiencia energética, se busca reducir significativamente las emisiones de GEI, y, por tanto, nuestra huella de carbono.

- 3. Sistema Freecooling:** a través de la instalación de un sistema de enfriamiento gratuito -freecooling- de forma masiva en los emplazamientos de la red de Orange, conseguimos refrigerar las zonas técnicas sin necesidad de encender los equipos de climatización. Con este sistema logramos reducir significativamente, tanto el consumo energético asociado a la climatización, como el posible impacto en la atmósfera en caso de fuga de gases, y, por tanto, nuestra contribución a la huella de carbono.
- 4. Funcionalidades de ahorro energético (Power Saving Features):** el consumo eléctrico de nuestra red de acceso es uno de los grandes retos de un operador de telecomunicaciones, más en un entorno en el que el consumo de datos ha crecido entre un 35% y un 40% en 2022 respecto al año anterior. Nuestros más de 17.000 emplazamientos en la red móvil y el crecimiento continuado del tráfico, que exige el despliegue de nuevas tecnologías como el 5G, requieren de estrategias que aborden este aspecto con determinación. No sorprende conocer que hay periodos en los que la demanda de servicio móvil se reduce o fases del día como las horas nocturnas o entornos que, incluso en periodos diurnos, requieren que la red tenga toda su capacidad activa. A través de configuraciones inteligentes (Power Saving Features) se permite el apagado parcial o total de los equipos mientras no se utilizan sin impactar en la calidad del servicio. Ferias de Muestras en ausencia de eventos, Universidades en periodos vacacionales o fines de semana, son algunos de los casos que ilustran situaciones donde podemos racionalizar la red que debe estar activa. Actualmente en la red de acceso móvil de Orange están activas 32 de estas funciones de ahorro de energía que nos permiten optimizar el consumo energético acorde al uso real de la misma, reduciendo hasta en un 10,83% del consumo energético acumulado de los equipos radio dependiendo del uso de esta.
- 5. Climatización de sedes más eficiente:** la renovación de los equipos de climatización de nuestras sedes permite año tras año reducir hasta un 20% la energía consumida por equipos obsoletos, motivo por el que, en 2022, se han llevado a cabo proyectos de sustitución de equipos de climatización en 9 emplazamientos, que afectan a 640 kW de potencia frigorífica instalada, que generan ahorros energéticos estimados en 0,4 GWh/año.
- 6. 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, como la capacidad para 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.

- 7. Sistema de monitorización (PCR – Smart site):** la monitorización es un elemento clave para garantizar una correcta gestión energética en toda la red, por lo que contar con un sistema de medición es indispensable para lograr mejorar la eficiencia energética. En este sentido, la red de Orange cuenta con un sistema de monitorización denominado “Smart site” que permite la medición de diferentes variables (temperatura, consumos, entre otras) y la definición de diferentes pautas de gestión (temperatura de consigna, alarmas, et.) que garantizan el uso eficiente de la energía en la red.
- 8. Eficiencia energética en red fija (FTTH y ADSL):** desde Orange también trabajamos en la optimización del consumo energético de las salas OBA (en instalaciones de Telefónica) que albergan los equipos tanto de ADSL como de Fibra óptica (FTTH).
- En FTTH, las nuevas actualizaciones de los equipos (OLTs) reducen el consumo y nos permite reducir la capacidad de la potencia contratada. Además, según el número de clientes de tecnologías antiguas (como los pares de cobre) va decreciendo. Para ello, lanzamos un plan de optimización que permite reducir el número de equipos y la potencia de los disyuntores de la central.
 - También estamos trabajando en el desmantelamiento y limpieza de la infraestructura antigua correspondiente al servicio de ADSL que deja de utilizarse, sea por falta de clientes o por el cierre de esta por parte del operador incumbente.
 - En conjunto, con todas estas acciones hemos apagado hasta 2022 un total de 2.330 equipos hijos de telecomunicaciones sin uso.
- 9. Uso de herramientas colaborativas (Microsoft 365):** con el uso de herramientas colaborativas como Microsoft 365, se fomenta la eficiencia de compartición de documentación en Teams o Sharepoint, con el correspondiente ahorro energético que conlleva el envío masivo de correos electrónicos con documentación anexa. Este puede ser un ejemplo de buenas prácticas, que además de potenciar el trabajo colaborativo entre empleados, tiene asociado un beneficio en las infraestructuras dedicadas, mejorando la eficiencia en IT para dispositivos, aplicaciones e infraestructura.

Otros indicadores relativos al consumo energético:

Consumo energético dentro de la Organización – GRI 302-1

	Ud.	2021	2022	Detalles
a. Consumo directo: combustible de fuentes no renovables	GWh	4,21	3,84	Gasóleo B (grupos electrógenos edificios), gasóleo A (vehículos de flota), gasolina (vehículos de flota)
b. Consumo directo: combustible de fuentes renovables	GWh	0,27	0,23	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)
c. Consumo indirecto total electricidad **	GWh	304,62	133,05	Consumida en edificios (corporativos, técnicos y tiendas propias) y en emplazamientos de red gestionados (propios y compartidos) 100% es garantía de origen renovable
d. Total consumo energético dentro de la Organización	GWh	309,10	137,12	Consumo directo + indirecto

Consumo energético fuera de la Organización 302-2

	Ud.	2021	2022	Detalles
TOTEM (gasóleo B y electricidad)	GWh	-	166,75	

Ratio de intensidad energética (302-3)

	Ud.	2020	2021	Detalles
a. Consumo de Electricidad / clientes	kWh/ Cliente	14,96	6,36	Abarca el consumo energético dentro de la organización
b. Consumo de energía* Total (alcance “1 + 2”) / Clientes	kWh/ Cliente	15,18	6,55	
c. Denominador de la ratio de intensidad: Clientes	Número	20.357.330	20.929.602	

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

IoT y 5G como palanca de sostenibilidad

Los 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.

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.

Conscientes de que este retador futuro debe estar focalizado en la innovación al servicio de la sociedad y el planeta, seguimos 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 contribuyen a la conservación y cuidado del medioambiente, permitiendo 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 varios casos de uso que ponen en valor el potencial del 5G en la consecución de metas sostenibles.

Compartimos a continuación algunas 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:

Agricultura de precisión

Con esta iniciativa logramos la optimización del rendimiento de explotaciones agrarias mediante la correlación de parámetros agronómicos y medioambientales aportados por sensores conectados mediante IoT 5G, y mapas satelitales. Gracias a este proyecto, se ha conseguido reducir el consumo de agua de riego en un 20-30% y permite controlar otros parámetros como el control de la calidad del agua o la actividad radicular, así como la recogida automatizada de datos de riego, la monitorización del estado del cultivo en tiempo real o la prevención de plagas, entre otros.

Inspección de subestaciones eléctricas con drones

La tecnología 5G permite el uso de robots y drones para la inspección de subestaciones y líneas eléctricas en tiempo real facilitando y agilizando las tareas de mantenimiento, disminuyendo el tiempo de respuesta y mejorando la disponibilidad de la red eléctrica gracias a la transmisión de imágenes en tiempo real.

Hemos conseguido reducir los tiempos de respuesta en un 30% además de minimizar el uso de helicópteros para estas tareas, mejorar el mantenimiento predictivo, así como evitando los riesgos laborales derivados del mantenimiento tradicional.

Economía circular y gestión de recursos

GRI: 3-2, 3-3, 301-1, 301-2, 301-3, 303-1, 303-3, 303-4, 303-5, 305-3, 306-2 y 306-3



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 ecodiseño, mediante materiales sostenibles y reciclado, para reducir impacto y ahorrar. Además, se están desarrollando e implementado poco a poco hábitos sostenibles, reduciendo las emisiones de los vehículos transportistas, optimizando los viajes, packaging a base de materiales reciclados y la renovación de la flota.

Economía circular – residuos electrónicos de clientes – GRI 301-3

	Ud.	2020	2021	Avance	Objetivo 2025
a. Móviles recuperados (sobre el total de móviles nuevos puestos en el mercado)	%	9,78%	6,93%	En vías de cumplimiento 30% del objetivo cumplido	20% de móviles recuperados
b. Dispositivos fijos**	%	75%	84,7%	En vías de cumplimiento 90% del objetivo cumplido	90% de los terminales recuperados***

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 Churn

*** Para "collection rate" de todos los orígenes: Churn, Instaladores y Averías.

Iniciativas

A continuación, se describen algunas de las principales iniciativas en marcha:

Livebox 6, el router eco pionero

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, desarrollar y lanzar el nuevo router Livebox 6, siguiendo exigentes normas de ecodiseño, utilizando 100% 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 punto 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.
- Mejora de la eficiencia energética y lucha contra el cambio climático.
- Ecodiseño para el 100% de nuestros productos.
- Consecución de un ahorro en costes de producción sin que la de calidad se resienta.
- Recuperación de dispositivos usados de nuestros clientes en colaboración con socios externos homologados y/o sistemas integrados de gestión de residuos. En 2022 se han recuperado más de 829.000 routers, alcanzando una tasa de recuperación equivalente al 84,7% del total distribuidos.
- Puesta a punto del 94% de los equipos recogidos para refurbish.
- Residuos evitados:
 - Embalaje libre de plásticos de un solo uso (sin bolsas de plástico, sin ataduras de plástico 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).
 - 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 que todos los nuevos diseños:

- Mejoran en, al menos, un 5% el indicador de huella de carbono de la generación anterior.
- Ofrecen una reducción del consumo de energía en, al menos, un 5% sobre la generación anterior.
- Responden a una cadena de suministro responsable a través del 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. En 2022 se han activado 42.000 eSIMs más que sustituyen a la SIM tradicional (ahorro de materiales y entregas logísticas). Además, desde 2020 hemos sustituido el formato tradicional 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 la 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 las otras cuatro principales operadoras 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. Este etiquetado que permitirá a los consumidores identificar y comparar los teléfonos móviles más respetuosos con el medioambiente para animar a los fabricantes a reducir el impacto ecológico de sus dispositivos en relación con 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 las 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, 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. En 2022 la calificación obtenida por el Grupo Orange es Platinum Top 1%.



Además, aplicamos un sistema de control y monitorización periódico para 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, socios tecnológicos, contratistas, 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 videoconferencias.
- Nuestros productos vienen empaquetados por cuestiones de seguridad antigolpes y por comodidad del cliente, pero los materiales que componen estos packagings son reciclados y pueden tener un nuevo uso en el futuro.
- 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

Hoy en día, 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 aumentará el porcentaje de renovación de equipos por otros más eficientes (ahora ya se incluyen 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 opera.
- Recogida del equivalente en volumen de RAEE (Residuos de los Aparatos Eléctricos y Electrónicos) del 20% de los terminales móviles vendidos.

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 con funcionalidades innovadoras que minimizan el impacto medioambiental.

En 2022 hemos seguido avanzando con 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 en tiendas físicas). Gracias a este sistema se ha conseguido que, hoy en día, 1 de cada 2 clientes no tenga que llevar su equipo a reparar.
- 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.

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 antiguos, incentivar su reciclaje en caso de que sean irreparables o estén fuera de garantía, pudiendo acogerse a una promoción al entregarlo a cambio de un nuevo acto comercial. De esta forma, se ayuda a la destrucción del viejo móvil de forma correcta o reutilización de sus piezas con el fin de que no se queden para siempre en cajones y puedan utilizarse en un futuro, reduciendo así la huella de carbono que genera la creación de nuevos dispositivos.

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 reciclado a diferentes proyectos sociales.

En 2022, hemos dado continuidad a campañas solicitadas por instituciones públicas y privadas: con de la Asociación de Cáncer de Mama Metastásico, la recuperación de móviles realizada con la Autoridad Portuaria de Bilbao, a WWF España, Asociación AFABEL, o la recogida de móviles realizada por el Ayuntamiento de Belorado (Burgos), entre otras.

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 2022 hemos recogido más de 112.000 móviles, lo que implica una tasa de recuperación, con respecto a los móviles que ponemos en el mercado, del 6,93%.

Reacondicionamiento

Con los dispositivos recogidos que aún tienen un uso, Orange busca poder darles una vida útil más larga, ya sea mediante el reacondicionamiento 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. 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 podría ser de 5 años aproximadamente. Si esto fuese así, la huella del proceso de producción de dispositivos sería mucho menor.

En nuestro compromiso con el medioambiente hemos recogido a nuestros clientes un millón de dispositivos fijos, de los cuales más 790.000 se han puesto a punto y entregado a nuevos clientes, alcanzando una tasa de reutilización del 75% y siendo el resto de los dispositivos tratados adecuadamente por nuestros socios externos homologados en gestión de residuos.

Con el objetivo de reducir el consumo de recursos naturales, en Orange trabajamos también una serie de acciones relacionadas con los principios de la economía circular en el equipamiento del “puesto PC”, como ordenadores de sobremesa, portátiles, monitores, teclados y ratones. Así, se les otorga una segunda vida a través de las donaciones que realizamos a las distintas instituciones de ayuda, siendo reintegrados en la cadena de valor una vez terminada su vida útil, buscando la sostenibilidad y la reducción de la huella medioambiental.

Con la economía circular conseguimos un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente.

Reciclando en Red

El sistema de red de una operadora requiere de la instalación de elementos que puedan permitir que la señal llegue a la gran mayoría del territorio español. Al tratarse de infraestructuras tan grandes y complejas, llegado el momento en que se queden obsoletas, buscamos generar el mínimo impacto posible sobre el medio ambiente, reutilizando el material y el equipamiento siempre que sea posible, buscando alternativas para darles un nuevo uso o desmontándolas para el reciclado de sus materiales.

Desde el año 2021 en Orange lideramos un proyecto de reutilización de materiales desmontados, apostando por su uso 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. En el caso de que el material no sea reutilizable, nos aseguramos con proveedores certificados de la gestión y reciclaje de los residuos, cumpliendo con la legislación vigente.

Consumo de otros recursos y gestión de residuos

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 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 2022, de los residuos contemplados en nuestro sistema de gestión ambiental, hemos generado 126,22 tn de papel y cartón y 0,18 tn de tóner que, en colaboración con gestores autorizados con los que colaboramos, han recibido un correcto tratamiento.

En cuanto al consumo de agua, no es un aspecto significativo en Orange, debido a su bajo consumo y poca variabilidad. Las principales fuentes de consumo corresponden a aseos, grifos y sistemas de humidificación en los centros de datos. Se capta a través del suministro directo de red y se controla mensualmente en los principales edificios de la organización.

Reduciendo la huella de carbono

Principales resultados de consumos y emisiones de alcance 1 y 2

La consecución de planes de acción concretos, encaminados a reducir nuestra huella, como son la eliminación del gas antincendios F13 y el incremento de vehículos eco de nuestra flota, han dado resultados concretos con una reducción del 57% en las emisiones GEI del 2022 (alcance 1 y 2) en comparación a las generadas en 2021.

- 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.



Detalle de los consumos por alcance 1 + 2 - GRI 302-1	Ud.	2021	2022	Detalles
a. Gasóleo (todos los edificios, todos los usos) Alcance 1	m ³	39,15	42,27	Gasóleo B (grupos electrógenos edificios)
b. Gasolina-LPG vehículos empresa Alcance 1	l	92.904,03	127.747,50	Vehículos gasolina e híbridos gasolina (incluye litros contabilizados + estimados correspondiente a los vehículos con telemetría)
c. Diesel vehículos empresa Alcance 1	l	326.407,91	252.532,51	
d. Gases refrigerantes	Kg	2.011,2	1.407,74	Gases refrigerantes de AC y antincendios (edificios + red)
e. Consumo total Electricidad ** Alcance 2	GWh	304,63	133,05	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	Ud.	2021	2022	Detalles
a. 305-1 Total Emisiones directas de GEI Alcance 1	tCO ₂ e	7.789,71	3.426,75	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).
b. 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
c. Total emisiones GEI (alcance1+2)	tCO ₂ e	7.789,71	3.426,75	Huella de Carbono alcance 1+2

Principales resultados de consumos y emisiones de alcance 1 y 2

La creación de la empresa TOTEM, el 1 de noviembre de 2021, que tuvo como consecuencia 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 quejan de formar parte del alcance directo.

Del total de las emisiones del alcance 3, 275.284,63 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:

Detalle alcance 3 por categoría GHG PROTOCOL	Ud.	2021	2022	Detalles
1 Bienes de equipo	tCO ₂ e	34.648,91	35.175,63	Equipamiento de la Red, equipamiento de empleados, flota de vehículos...
2 Compras de bienes y servicios	tCO ₂ e	166.093,03	160.832,10	Dispositivos vendidos a clientes
3 Combustibles energía upstream	tCO ₂ e	299,95	270,91	Incluye el upstream del combustible consumido en vehículos, edificios y red propiedad de ODP
4 Transporte y distribución upstream	tCO ₂ e	-	-	Categoría no incluida por falta de datos
5 Residuos generados	tCO ₂ e	4,16	3,74	Gestión del transporte y tratamiento
6 Viajes de negocio	tCO ₂ e	108,50	293,96	Avión y tren nacional e internacional
7 Desplazamientos intenerere	tCO ₂ e	-	-	No calculado
9 Transporte y distribución downstream	tCO ₂ e	374,55	400,10	Logística directa de transporte y distribución desde el operador logístico a clientes B2B y B2C
11 Uso de productos vendidos	tCO ₂ e	63.028,52	77.116,22	Consumo de electricidad de dispositivos asociados a líneas móviles y fijas
Total emisiones GEI alcance 1+2+3	tCO ₂ e	274.281,23	278.711,38	Todas las mencionadas en 305-1 a 305-3.

Detalle de emisiones directas de GEI de alcance 1 (305-1)

	Ud.	2021	2022
a. Emisiones de combustible gas-carbón (por grupos de edificios)	tCO2e	106,52	115,02
b. Emisiones de vehículos	tCO2e	1.137,94	1.038,66
c. Emisiones de Gases Fluorados de Efecto Invernadero CO2	tCO2e	6.651,77	2.388,09
Total	tCO2e	7.896,23	3.541,77

Intensidad de emisiones GEI por cliente

	Ud.	2021	2022
a. Total de Emisiones GEI SW alcance (1+2)* / Cliente	kWh/cliente	0,38	0,16
b. Total de Emisiones GEI de alcance (1+2+3)** / Cliente	kWh/cliente	13,47	13,31
c. Denominador de la ratio de intensidad: Clientes	Número	20.357.330	20.929.602

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

Como prueba de su fuerte compromiso por preservar el medio ambiente y con la finalidad de eliminar riesgos sobre el impacto en la huella de carbono, Orange ha establecido con fecha 31 de diciembre de 2022, el objetivo de eliminar las emisiones del gas F13 (gas fluorado de efecto invernadero), emitido por algunos sistemas de extinción de incendios, con la implantación de un plan definido para la retirada de los 16.000kg de F13. Quedarán 2.843kg residuales, hasta el cierre definitivo de la sede Pedrosa que está previsto que se lleve a cabo a lo largo del año 2023.

Por tanto, desde que se inició la retirada del F13 en el 2019, se habrán eliminado más de 37.000kg de F13, a 31 de diciembre de 2022.

El gas F13, es sustituido por otro sistema de extinción de incendios localizado en los cuadros eléctricos y de detección precoz de incendios donde corresponde.

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.

Biodiversidad

GRI: 304-2 y 304-3

Durante la COP15 en Montreal, las naciones participantes alcanzaron un acuerdo histórico para proteger un tercio del planeta en beneficio de la naturaleza y la biodiversidad para 2030. Este acuerdo incluye medidas para mantener, mejorar y restaurar los ecosistemas, detener la extinción de especies y preservar la diversidad genética. Estas medidas son esenciales para salvaguardar la biodiversidad y garantizar un desarrollo sostenible a largo plazo.

En línea con el acuerdo de la COP 15, durante 2022 Orange ha continuado reforestando, otras 13,69 hectáreas más en el Monte La Umbría en Teruel, una zona denominada por la UE como zona escasamente poblada. La reforestación, que se inició en 2020, es efectuada por el Grupo Sylvestris, el cual contrata a empleados locales de esta región de Teruel, incluyendo personas pertenecientes a grupos vulnerables.

Hasta la fecha, Orange España ha reforestado más de 40 hectáreas con especies autóctonas frugales y resilientes al cambio climático favoreciendo la conservación de la biodiversidad.

Este proyecto está inscrito en el registro de proyectos de absorción del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico.

Asimismo, en todas nuestras tiendas se han emprendido campañas constantes en las que, por cada móvil que se recupere a través de los contenedores de reciclaje, nuestros clientes contribuyen a la plantación en el “Bosque Orange”.

Por el desarrollo de la actividad como operador de telecomunicaciones, provocamos un impacto visual en entornos protegidos por la infraestructura soporte necesaria y emisión de campos electromagnéticos. Todos los sites desplegados en estos entornos cumplen con la normativa en vigor respetando los niveles máximos permitidos.

5

**Digitalización y
desarrollo social**

A fin de garantizar que la UE alcanza el objetivo de que su transformación digital esté en consonancia con sus valores, el Consejo, el Parlamento Europeo, y la Comisión firmaron el 15 de diciembre de 2022, la Declaración Europea sobre los Derechos y Principios Digitales para la Década Digital.

El propósito de Orange de ofrecer a todos las claves para un mundo digital responsable. Como operador de confianza, somos un actor clave en este proceso, alineándonos con una soberanía digital de índole abierta, el respeto de los derechos fundamentales, el Estado de Derecho y la democracia, la inclusión, la accesibilidad, la igualdad, la sostenibilidad, la resiliencia, la seguridad, la mejora de la calidad de vida, la disponibilidad de servicios y el respeto de los derechos y aspiraciones de todas las personas

Por todo ello, Orange contribuye a que la economía y la sociedad española sean dinámicas, eficientes en el uso de los recursos y justas, contribuyendo a los principios europeos de la transformación digital:

- Situando a las personas en el centro de la transformación digital
- Respaldo la solidaridad y la integración, mediante la conectividad, la educación, la formación y las capacidades digitales, unas condiciones de trabajo justas y equitativas y el acceso a servicios digitales en línea
- Reiterando la importancia de la libertad de elección en la interacción con los algoritmos y los sistemas de inteligencia artificial y en un entorno digital equitativo
- Fomentando la participación en el espacio público digital de todos
- Aumentando la seguridad, la protección y el empoderamiento en el entorno digital, en particular de los niños y los jóvenes, garantizando la privacidad y el control individual de los datos
- Promoviendo la sostenibilidad.

Conectividad y digitalización de la sociedad

GRI: 3-2, 3-3, 203-1, 203-2 y 413-1



Si algo nos demuestra el mundo actual, 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 una realidad en nuestra sociedad. Poner fin a esas diferencias es uno de nuestros objetivos prioritarios, y por ello, al mismo tiempo que continuamos invirtiendo en las redes de telecomunicaciones más avanzadas, ponemos también a disposición de nuestros clientes dispositivos que permitan disfrutar de esta conectividad de calidad.

A lo largo de los últimos años, hemos dedicado alrededor del ~20% de nuestros ingresos a inversiones, principalmente destinadas al desarrollo de infraestructuras de comunicación.

En lo que se refiere a conectividad móvil, en 2022 la red 5G de Orange ya llega a todas las provincias de España y tiene una cobertura poblacional del 78%, llegando a 1.844 municipios de 52 provincias españolas. La compañía supera así el objetivo marcado para el año, que era llegar a más de 1.500 municipios con su red 5G en 2022, sumando todas las bandas de frecuencia disponibles.

Cabe destacar que, como parte de sus planes para este año, Orange anunció un ambicioso plan de despliegue de 5G en la banda de 700 MHz a principios de 2022. El objetivo era conseguir una red 5G en la banda 700 -fundamental para obtener las mayores ventajas de la red 5G, tanto en el interior de edificios como en zonas rurales-, que llegase a más de 1.100 municipios. La compañía también ha superado sus planes en este sentido, habiendo desplegado ya nodos de 700 MHz en 1.568 municipios (Q4 2022).

Al mismo tiempo que avanza en el despliegue 5G, Orange ha seguido también mejorando la cobertura 4G, que alcanza ya el 99% de la población española.

En cuanto a conectividad fija, Orange continúa también con la extensión de la fibra óptica por todo el país, llegando ya a 16,8 millones de hogares y empresas en 1.673 municipios. Asimismo, hemos desplegado la mayor red de fibra de 10Gbps en España, que llega ya a cerca de 900.000 hogares y empresas.

Desarrollo rural

Mejorar las infraestructuras de red en el mundo rural, puede ayudar de forma decisiva al desarrollo de ciertas 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, puede incrementar la eficiencia de los negocios locales, incluso en sectores tan tradicionales como la agricultura o la ganadería, e impulsar el tejido productivo de estas zonas.

Orange es uno de los principales proveedores de conectividad en áreas rurales. En 2022, alcanzamos una cobertura 4G sobre el 99% del territorio nacional, alcanzando el 93% 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, apoyada 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.

Nuestro compromiso con la digitalización de autónomos y Pymes

GRI: 3-2 y 3-3

En el contexto actual de globalización creciente, la conectividad y la digitalización son claves para la competitividad de las empresas. Sin embargo, el 80% de las pymes españolas sigue sin implantar ninguna tecnología digital, mientras que el 75% de las grandes empresas son digitalmente avanzadas. Desde Orange queremos contribuir al crecimiento y desarrollo del tejido empresarial español de los pequeños y medianos negocios, aprovechando la gran oportunidad que ofrece el Kit Digital, que permite dotar con hasta 12.000€ a los autónomos y empresas de menos de 50 empleados para invertir en digitalización y mejorar su competitividad.

Con este fin, ponemos a su disposición Orange Digital Empresas, un catálogo de soluciones de modernización tecnológica que incluye todas las categorías subvencionables en el programa Kit Digital.

Nuestro compromiso es claro: 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 todos los negocios, con independencia de su tamaño, 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 para el país.

Big Data

La realidad en la que estamos inmersos ha provocado que el proceso de digitalización se transforme, añadiendo una capa de inteligencia que combina diferentes fuentes de datos para ayudar a las empresas y a las Administraciones a optimizar sus decisiones y procesos de negocio. Es aquí donde innovaciones tales como nuestras Soluciones de Inteligencia Turística adquieren gran relevancia. El análisis de la ingente cantidad de información e indicadores clave que proporcionan la conexión a las redes de telecomunicaciones permite entender los intereses y el comportamiento de los visitantes de cada destino turístico a lo largo del ciclo completo de su viaje, así como poder predecir la demanda futura o medir el impacto de su actividad para preservar la sostenibilidad de cada localización.

En este sentido, desde Orange hemos participado en numerosos proyectos, entre los que podemos destacar el de los municipios de la comarca gallega de O Salnés -que decidieron unirse bajo una misma marca turística-, o el de la Agencia Catalana de Turismo. En ambos proyectos, y gracias al Big Data, se han podido adaptar sus servicios turísticos a la realidad y ahora conocen con mayor exactitud qué perfil turístico les visita, su procedencia, el tiempo que está allí y los alojamientos que utiliza. Además, el análisis de la información les ha proporcionado interesantes conclusiones sobre las vías para seguir mejorando, como la optimización de la red de transporte público o el desarrollo de los servicios necesarios para atender a una población que se multiplica durante el verano y, cada vez más, durante el resto del año.

Además, en su afán de reducir la brecha digital entre sus ciudadanos, cada vez más las Administraciones Públicas buscan herramientas que les permitan alcanzar el equilibrio hacia una sostenibilidad social; y, en este sentido, encuentran en el Big Data su mejor aliado. Para apoyarles en este objetivo, en Orange hemos llevado a cabo proyectos como el desarrollado para el Ayuntamiento de Madrid, que tiene como fin analizar el uso de los servicios digitales para poder adaptarlos a las demandas y necesidades reales de los ciudadanos.

Y, por último, no podemos olvidarnos tampoco de la contribución del Big Data a la gestión eficiente de los recursos, generando rentabilidad de una manera responsable hacia lo que ya se denomina sostenibilidad económica. En este ámbito, se pueden resaltar las iniciativas que hemos desarrollado con la Junta de la Comunidad de Castilla La Mancha:

- Para conocer el impacto que tiene el cierre de los comercios castellanomanchegos en los días festivos como consecuencia del traslado de sus ciudadanos a la Comunidad de Madrid para hacer compras.
- Para conocer el comportamiento de los castellanomanchegos en cuanto al comercio online, evaluando qué tipo de compras hacen, en qué días de la semana se concentran, zonas geográficas en las que se realizan, perfiles de las familias, etc.; todo ello con el objetivo de adaptar mejor la oferta de los negocios locales.

Conectividad de Orange en España	2021	2022
Infraestructuras		
FTTH UUII accesibles totales (miles)	16.100	16.772
Cobertura y calidad de servicios		
Cobertura de población española 4G	98%	99%
Cobertura 5G	840 municipios en 38 provincias	1.899 municipios en 52 provincias
Despliegue en zonas rurales (<5.000 habitantes)		
Municipios con acceso móvil 4G	5.140	5.440
% de cobertura 4G (población)	92%	93%
Municipios con FTTH	438	654
Clientes		
Número total de clientes de fijo y móvil (miles)	20.357	20.930
De los cuales clientes de 4G (miles)	10.720	11.075
De los cuales clientes de 5G (miles)	886	1.686
De los cuales clientes de banda ancha fija (miles)	4.032	3.982
De los cuales accesos fibra (miles)	3.507	3.563

Privacidad y ciberseguridad

GRI: 3-3

En el momento actual, la tecnología y la conectividad se han consolidado como claves para mantener la resiliencia en la actividad económica y comercial de la mayoría de las empresas, siendo necesario para ello asegurar un ecosistema conectado y disponible desde cualquier lugar.

Sin embargo, esta misma transformación digital que ha expandido las organizaciones más allá de su perímetro tradicional, también ha abierto la puerta a ciertos riesgos relevantes, como el de los ciberataques, habiéndose producido un importante incremento de estos eventos en los últimos años. De hecho, la ciberseguridad es el principal reto al que tendrán que hacer frente las empresas en 2023, según el informe *“Risk in Focus 2022: hot topics for internal auditors”*, elaborado por *The Chartered Institute of Internal Auditors* a partir de una encuesta a 738 directores de Auditoría Interna de empresas europeas, incluidas algunas españolas.

De acuerdo con las predicciones de los equipos de inteligencia de amenazas e investigación sobre el panorama de ciberamenazas, los ataques en 2023 serán aún más destructivos y se verán impulsados por el Cibercrimen como Servicio (CaaS), la inteligencia artificial y la automatización. A esta escalada del cibercrimen se añade la escasez de profesionales en el sector, una carencia que dificulta a muchas organizaciones poder responder con agilidad ante cualquier ataque y que puede dañar la imagen de las empresas, provocando falta de credibilidad de cara a sus clientes, además de numerosas pérdidas económicas.

La incertidumbre geopolítica mundial aumenta el riesgo de amenazas, así como el número de actores interesados en conseguir una posición fuerte en el ciberespacio.

Estrategia de ciberseguridad 360°

En Orange somos conscientes de la importancia que tiene la ciberseguridad dentro del proceso de digitalización de las empresas, grandes y pequeñas. Por eso, ofrecemos uno de los catálogos de servicios en ciberseguridad más completos y competitivos del mercado, para garantizar una ciberseguridad 360° a las empresas, con el objetivo de que estén totalmente protegidas en cada paso de su transformación digital.

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.

Cabe señalar que, al mismo tiempo que la transformación digital ha impulsado factores como el teletrabajo, también ha desdibujado el perímetro de seguridad tradicional de las organizaciones 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, desde Orange 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 porfolio de protección avanzada de Orange para los usuarios corporativos, ofrecemos también:

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

Finalmente, en Orange contamos también con soluciones específicas para empresas y autónomos, los segmentos más vulnerables frente a un ciberataque. Según un estudio de la aseguradora Hiscox, prácticamente una de cada tres pymes (32%) ha perdido algún cliente como resultado de un ciberataque. Además, el 41% de las pequeñas y medianas empresas en España han sido víctima de, al menos, un ciberataque recientemente; y apenas un 2% puede considerarse como una entidad ciber experta, de acuerdo con el informe.

Para ayudarles a enfrentar estos desafíos, en Orange ofrecemos a autónomos y pymes soluciones de ciberseguridad para proteger sus negocios frente a ciberataques. Estas soluciones permiten un acceso seguro a los recursos y aplicaciones de cada empresa -incluso si se está teletrabajando-, así como la información y los datos de empleados y clientes, sin necesidad de hacer inversiones en equipamiento ni tener grandes conocimientos en IT.



Privacidad y ciberseguridad en Orange

Los operadores de telecomunicaciones se han convertido en objetivo de todo tipo de atacantes externos, cuyas motivaciones van desde el fraude y el robo de datos al daño reputacional o un simple afán de notoriedad.

En Orange, estamos decididamente comprometidos con la protección y seguridad de la información de nuestros clientes. Por ello, contamos con una dirección de Ciberseguridad, formada por tres equipos con funciones y objetivos precisos:

Gobierno de Riesgo y Compliance	Monitorización, Cibervigilancia y Respuestas Incidentes	Ingengería, Proyectos de Ciberseguridad y Gestión de Vulnerabilidades
<ul style="list-style-type: none"> Gobierno de la seguridad corporativa Identificación y control de riesgos Aseguramiento y cumplimiento normativo Implementación de sistemas de certificación de seguridad (ENS, ISO27001, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades de detención de anomalías de seguridad Garantizar trazabilidad de los sistemas de información de Orange Recopilación de amenazas emergentes Revisión de eventos de seguridad Respuesta ante incidentes de seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> Control de proyectos de la compañía Seguridad perimetral Aseguramiento de pc usuario y servidores Auditorías y gestión de vulnerabilidades Gestión de identidades Consultoría de seguridad

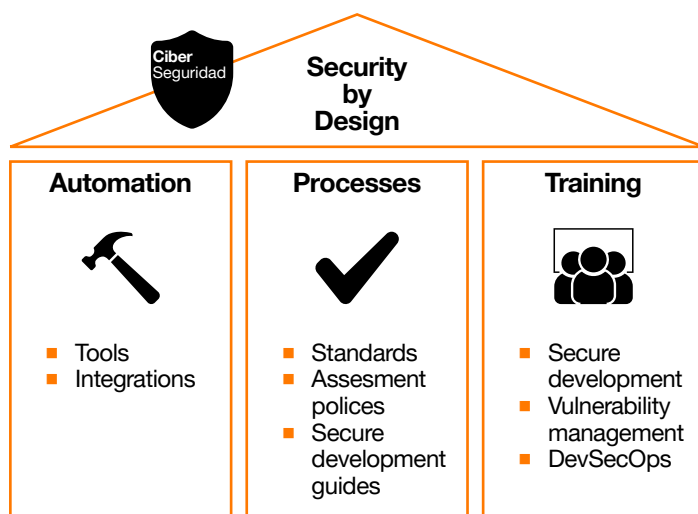
Los servicios de ciberseguridad se articulan en torno a un modelo de control centrado en la prevención, identificación y resolución de cualquier amenaza. Este proceso está diseñado en cuatro niveles, con un enfoque top-down, que establece Políticas de Seguridad Globales y Específicas, Estándares y Procedimientos, y cubre todos los ámbitos de protección necesarios.



Entre las medidas adicionales que llevan a cabo están la definición de un plan de concienciación en la organización sobre la importancia de la ciberseguridad a partir del análisis de los riesgos a los que el negocio es más vulnerable, creando acciones de sensibilización a través de simulaciones de phishing e ingeniería social o píldoras informativas.

Por otro lado, en Orange realizamos un seguimiento continuo del cumplimiento de estándares de protección frente a vulnerabilidades de todas las aplicaciones y de todo lo que es necesario revisar y actualizar. Para ello, nos basamos en estándares como el CVSS 3.0 o el seguimiento de notificaciones del CERT, con el objetivo de mantener actualizados nuestros sistemas respecto a las nuevas brechas de seguridad conocidas.

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



Por último, hay que reseñar que, en reconocimiento al compromiso con la seguridad de sus clientes, Orange ha obtenido en 2022 la [certificación del Esquema Nacional de Seguridad \(ENS\) en categoría ALTA](#) para sus servicios de redes móviles y fijas. Esto se suma a la certificación ISO 27001, ya existente, y al conjunto de estándares orientados al establecimiento de buenas prácticas en relación con la implantación, mantenimiento y control del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información.

Igualdad digital

GRI: 3-2, 3-3 y 413-1



Como empresa con propósito, Orange tiene como misión poner a disposición de todas las personas las claves para un mundo digital responsable. Sabemos que la tecnología abre un sinfín de posibilidades en términos de desarrollo socioeconómico, educación de calidad, acceso a la cultura, mejora de la empleabilidad o impulso al emprendimiento; y queremos contribuir a que esas grandes oportunidades que ofrece el mundo digital lleguen a todas las personas, contribuyendo así a que la inclusión social y económica de los colectivos más vulnerables se convierta en una realidad.

En la actualidad, 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. Pero, a la vez, somos conscientes de la brecha digital que supone la desigualdad en el acceso, uso o impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) entre los grupos sociales, por factores económicos, geográficos, de género, de edad o culturales. En Orange consideramos que ese acceso a la sociedad digital debe ser un derecho universal, que denominamos igualdad digital.

Como muestra de nuestro compromiso con este derecho, Orange ha puesto en marcha diferentes servicios e iniciativas para que la tecnología y el mundo digital sean accesibles para todos, especialmente los más vulnerables, y cada vez más personas puedan disfrutar de sus beneficios. Conscientes de la complejidad de estos retos, Orange tiene en marcha diferentes programas para contribuir a la inclusión digital de diferentes colectivos:

Categoría	Plan de acción	Ambición 2025	Resultado acumulado	% Avance
Acceso a la conectividad	<ul style="list-style-type: none"> Completar el desarrollo de 4G en las zonas rurales Proporcionar Internet de alta velocidad en las escuelas Liderar el despliegue de 5G en España 		<ul style="list-style-type: none"> 93% de cobertura 4G en zonas rurales 99% de cobertura 4G en España 16.800.000 hogares con fibra óptica 78% de cobertura 5G en España 	
Acceso a los servicios esenciales	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer tarifas asequibles para los colectivos en situación vulnerable 	25.000 beneficiarios de ofertas sociales	10.393 beneficiarios	41,6%
Apoyar el uso general de la tecnología digital	Acompañar en el desarrollo de competencias digitales	<ul style="list-style-type: none"> 12.500 mayores beneficiarios 26.000 personas con autismo beneficiarias Orange Digital Center 	<ul style="list-style-type: none"> 2.403 han participado en talleres Mayores Conectados 14.444 personas con autismo beneficiarias y 682.500 descargas de Apps 134.000 usuarios registrados en ODC, 52 cursos 	<ul style="list-style-type: none"> 19,2% Mayores 55% Autismo
Fomentar el uso responsable de la tecnología	<ul style="list-style-type: none"> Promover en las escuelas el uso responsable de las tecnologías y las vocaciones STEAM en las mujeres jóvenes Concienciación a las familias sobre el uso responsable de la tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> 5.000 jóvenes Maximizar la audiencia de Uso responsable de la tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> 735 beneficiarias 1.838.567 sesiones sesiones en Uso responsable de la tecnología 	14,7%
Fomento de la empleabilidad en el mundo digital	<ul style="list-style-type: none"> Dotar a las escuelas de España de tecnologías y herramientas para la creación digital. Aumentar el número de instaladores de fibra formados. Formación y tutorización de mujeres en riesgo de exclusión para mejorar su empleabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> 12.500 jóvenes beneficiarios en Garage Labs 250 instaladores formados 750 mujeres beneficiarias 	<ul style="list-style-type: none"> 5.578 jóvenes beneficiarios en Garage Labs 108 instaladores formados 493 mujeres beneficiarias 	<ul style="list-style-type: none"> 44,6% jóvenes 43% Instaladores 65,7% mujeres
Mediación digital en el ámbito profesional	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo a la digitalización de las PYMEs a través de los fondos NextGen de la UE 		<ul style="list-style-type: none"> 1.395 clientes Kit Digital 	
Apoyo a proyectos digitales	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo al emprendimiento con impacto social 	15 proyectos galardonados	6 proyectos galardonados	40%

Ofertas inclusivas, oportunidades para todos

GRI: 3-2 y 3-3

El primer escalón para formar parte del mundo digital es estar conectado. Por eso, en 2020, Orange se convirtió en la primera compañía de telecomunicaciones en lanzar una tarifa social, adaptada a las necesidades y a la capacidad económica de los hogares con menos recursos.

Desde entonces, con el objetivo de seguir apoyando la inclusión digital de los más vulnerables y evitar que el acceso a las comunicaciones se convierta en una barrera más en su desarrollo social y económico, hemos seguido mejorando esta propuesta de conectividad solidaria para llegar a cada vez más personas.

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. 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, cabe señalar que puede contratarse en cualquier momento, como el resto de las tarifas del catálogo de Orange.

Otra de las iniciativas que nuestra compañía ha consolidado a lo largo de los últimos años son los denominados **Gigas Solidarios**, pensados para aquellos hogares que no pueden plantearse, por dificultades económicas, acceder a una conectividad mínima.

Por otra parte, la crisis humanitaria que vive la población de Ucrania nos ha llevado a volcar nuestros esfuerzos en ofrecer conectividad a las personas refugiadas que llegan a España huyendo de este conflicto. Desde febrero de 2022, Orange ofrece llamadas internacionales gratuitas a Ucrania.

Más allá de estas acciones, cabe señalar que en 2022 donamos, a través de Cruz Roja, 200 SIMs (Subscriber Identity Module) y 200 dispositivos de conexión MIFI a familias refugiadas. Asimismo, continuamos ofreciendo conexión gratuita a Internet 4G durante un año a familias en exclusión digital y distribuimos 88 equipos informáticos a ONGs.

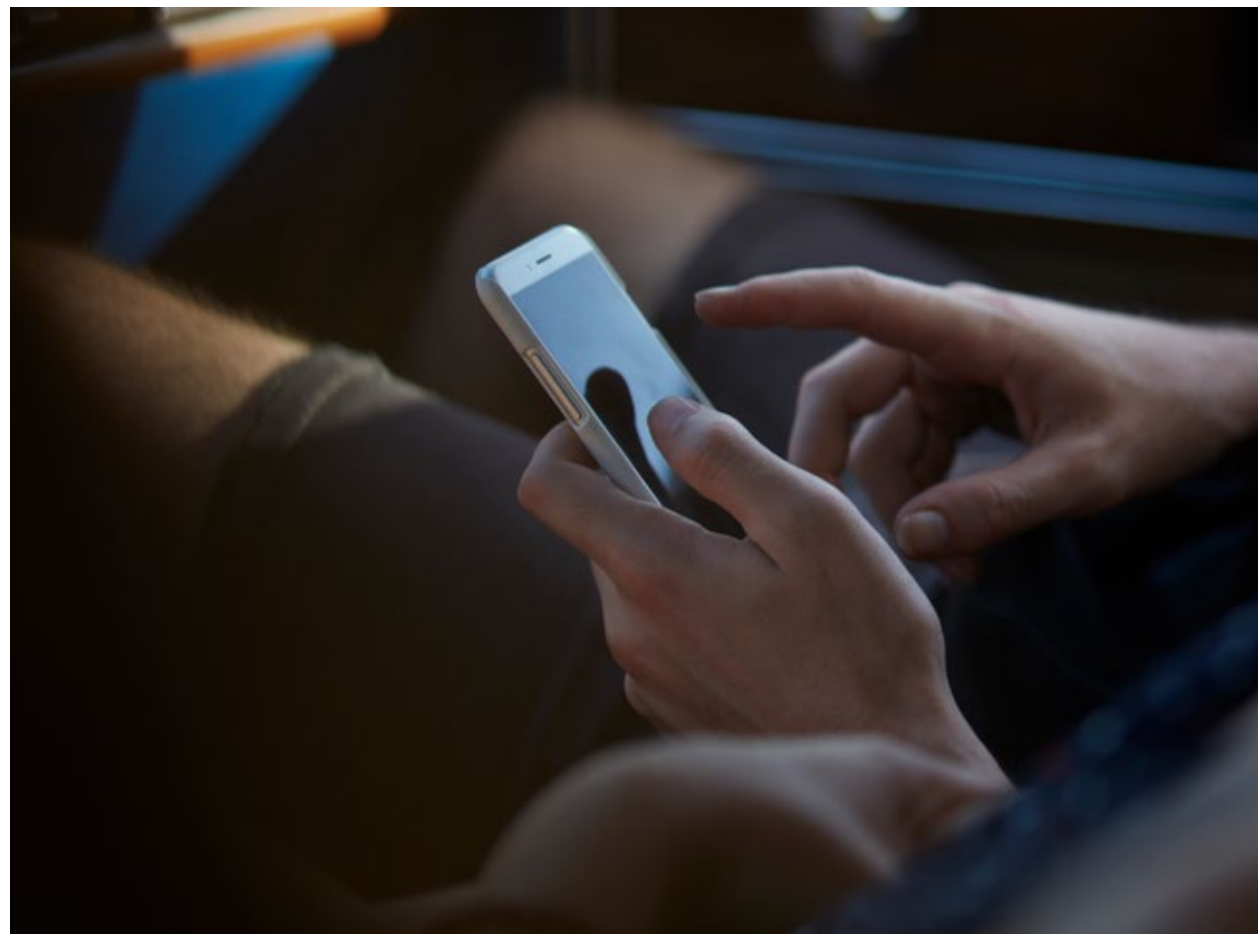
Accesibilidad a dispositivos

Orange ofrece a sus clientes un variado catálogo de dispositivos a precios muy asequibles, gracias a las subvenciones aplicadas sobre el precio del fabricante y a las facilidades de la venta a plazos, haciendo posible, de esta manera, el acceso a terminales y conexión a aquellos clientes que más lo necesitan.

También ponemos a disposición de nuestros clientes equipos reacondicionados, de forma complementaria a nuestra lista de dispositivos más asequibles.

Cabe destacar también que más del 80% de nuestros dispositivos se ha puesto a la venta a través de la venta a plazos.

Gracias a todas estas propuestas, Orange hace efectivo su compromiso para que la tecnología actúe como una herramienta de inclusión social para todas las personas y no como un obstáculo adicional para la integración de los más vulnerables.



Más cerca de nuestros mayores

GRI: 3-2 y 3-3

El 94% de los españoles utilizamos internet en nuestro día a día para relacionarnos, trabajar, informarnos, ir al médico, ... Sin embargo, los estudios revelan que solo 1 de cada 3 mayores de 75 años había utilizado internet en 2021. En línea con nuestro propósito de ofrecer a todos las claves para un mundo digital responsable e inclusivo, nuestros mayores son también objetivo de nuestros proyectos de inclusión digital. En este sentido, en 2022 pusimos en marcha nuestro programa Mayores Conectados, para ayudar a desarrollar las habilidades digitales de las personas mayores, a través de talleres gratuitos 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. Y es que ellos solo necesitan un pequeño empujón para aprender a desenvolverse con su smartphone e ir más allá de recibir llamadas y mantener el contacto con conocidos y familiares. De ahí a gestionar sus citas médicas desde casa, hacer sus gestiones con Hacienda o enviarle un bizum a sus nietos por su cumpleaños, solo hay un paso.

Para hacérselo más fácil, estas sesiones de aproximadamente una hora de duración están dirigidas a personas mayores de 65 años que quieran familiarizarse con la tecnología son siempre dinámicas, amenas y muy prácticas.

Esta iniciativa refleja el propósito que nos guía en Orange para ofrecer a todas las personas las claves para disfrutar de un mundo digital responsable:

- Contribuyendo a preservar su autonomía y las capacidades cognitivas.
- Eliminando las barreras digitales que dificultan su comunicación con otras personas.
- Mejorando sus habilidades de comunicación.
- Contribuyendo que se sientan menos solas y aisladas del resto de la sociedad.

Durante 2022, más de 2.300 personas mayores han recibido ya formación para familiarizarse con la tecnología en los más de 500 talleres impartidos en más de 70 tiendas de Orange de 79 municipios de toda España.

Gracias a las alianzas con la Diputación de Cáceres y La Red Europea de Lucha contra la Pobreza y/o Exclusión Social de Castilla-La Mancha (EAPN CLM), Orange está contribuyendo a través de estos talleres a combatir la brecha digital generacional en el entorno rural.

Además, con motivo del Día Internacional de la Ciberseguridad, el 29 de noviembre invitamos a la Policía Nacional a impartir en más de 50 tiendas un taller especial sobre el uso seguro y la prevención de estafas.

En las encuestas de satisfacción distribuidas, la puntuación obtenida ha sido de 9,8 sobre 10 y los participantes han valorado sobre todo el enfoque práctico de los talleres -que les ayuda a fijar los conocimientos-, así como la personalización y la resolución de dudas individuales. El 88% de las personas que han recibido formación, aseguran haber mejorado sus competencias digitales.

Por otra parte, teniendo en cuenta la importancia de que los mayores estén siempre conectados, más de 353.000 clientes senior de Orange disfrutan ya del producto Mi Fijo, que les permite llevar la línea de su hogar donde quieran y recibir llamadas en cualquier lugar, así como hacer uso de WhatsApp o de las videollamadas. Mi Fijo no requiere ningún tipo de instalación; no incluye cuotas de línea, alta o mantenimiento; y no tiene compromiso de permanencia. Además, este servicio es compatible con otros destinados a garantizar la seguridad de nuestros mayores, como la Teleasistencia domiciliaria, y permite acceder a un dispositivo, en caso de que el cliente lo necesite.



Jóvenes con futuro

En Orange y en nuestra Fundación creemos que todos los jóvenes se merecen una oportunidad para conseguir lo que se propongan. También los que, por diversos motivos, están en una situación social y educativa vulnerable. Por eso, nuestro objetivo es conectar sus ganas de aprender y de crecer, para que puedan crear su propio futuro.

GarageLabs

El apoyo que realizamos al desarrollo de las competencias digitales de todas las personas se desarrolla en la línea de los Solidarity FabLabs, una iniciativa internacional que se está llevando a cabo ya en muchos países, con más de 100 Solidarity Fablabs de Europa y África

El objetivo es mejorar no solo las competencias digitales, sino también la empleabilidad y la integración social y laboral de los jóvenes en riesgo de exclusión, utilizando el FabLab como lugar de aprendizaje innovador. Un FabLab es un laboratorio de fabricación digital o, como lo denominan los makers, un “laboratorio fabuloso”, algo parecido a un “taller” dotado de las herramientas digitales y analógicas que te permiten prototipar o construir casi cualquier cosa.

Este proyecto se inició en 2017 cuando, junto a la Fundación Empieza x Educar, empezamos a diseñar el programa GarageLab en España. Queríamos ayudar a combatir el absentismo y reducir la tasa de abandono escolar de estudiantes de Formación Profesional y de Escuelas de Segunda Oportunidad, mejorando la motivación del alumnado y su acceso al mercado laboral gracias a la adquisición de competencias digitales. Para conseguir estos objetivos diseñamos una metodología donde el primer paso era crear el ‘garage’, transformando un aula tradicional en un espacio FabLab co-diseñado y construido por los propios alumnos y profesores. A continuación, equipamos ese espacio con impresoras 3D, cortadoras láser y de vinilo y kits de prototipado electrónico, para más adelante formar a los docentes en creación y fabricación digital con metodologías de aprendizaje activo.

De esta forma diferente e innovadora de formar se persigue la transformación de los procesos de enseñanza, aprendizaje y crecimiento personal. Y no solo con el equipamiento, sino también con una metodología que busca potenciar la educación de manera diferente, a través de una adquisición de conocimientos más consciente, más experimental, más activa y que se construye a partir del interés y perfil de los propios alumnos.

Actualmente contamos con 34 GarageLabs repartidos por todo el territorio español.

En 2022 se lanzó la segunda convocatoria del Advanced GarageLab para centros que ya formaban parte de la comunidad GarageLab, reconociendo así el excelente trabajo que las entidades colaboradoras han venido desarrollando para transformar sus aulas en espacios de innovación y aprendizaje.

Los objetivos de la convocatoria fueron:

- Impulsar el trabajo que los centros realizan para introducir un aprendizaje basado en proyectos con componente digital entre sus ciclos de FP Básica y equivalentes.
- Facilitar la adquisición de recursos para aumentar el alcance del trabajo que se lleva a cabo desde las aulas GarageLAB.
- Fortalecer la comunidad GarageLAB, asegurando que los centros más “veteranos” continúan aportando sus aprendizajes y buenas prácticas.



Cursos de formación para instaladores de FTTH

Esta formación se lleva impartiendo desde el año 2018 en diferentes territorios, impulsada por la Fundación Secretariado Gitano y la Fundación Orange, con la financiación del el Programa Operativo de Empleo Juvenil y la colaboración de Fundación Magtel, para la cualificación profesional de jóvenes gitanos y gitanas beneficiarios de la Garantía Juvenil. Su objetivo el dotar a los/las participantes de las competencias y conocimientos necesarios para el montaje de instalaciones de Fibra Óptica hasta el Hogar, favoreciendo así su incorporación al mercado laboral en sectores innovadores, como es el sector de las telecomunicaciones, aprovechando la demanda creciente de profesionales especializados.

El itinerario formativo incluye prácticas profesionales en diferentes empresas e instituciones, durante las cuales los alumnos aprenden a desenvolverse en situaciones reales de trabajo y a ejecutar los conocimientos adquiridos durante su período formativo.

Desde el inicio de estos cursos en 2018 se han instruido a más de 85 alumnos y se han impartido más de 2.250 horas de formación.

Mujer y tecnología Programa EDYTA

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. En el programa se trabajan las competencias digitales como herramienta de empoderamiento para sus participantes, reforzando otros aspectos más transversales, como la autoconfianza, el trabajo en equipo y la autonomía.

Desde sus inicios, más de 500 mujeres han pasado por el programa formativo EDYTA desde a través de 22 aulas diferentes repartidas por todo el territorio nacional.

De estas mujeres, un alto porcentaje ha experimentado una mejora en su calidad de vida, tanto en el ámbito personal como en el técnico. Del mismo modo, un total de 110 profesores y trabajadores de las entidades participantes han sido formados con la Metodología EDYTA.



Premio Mujer y Tecnología

La Fundación Orange convoca cada año el Premio Mujer y Tecnología, un galardón que distingue y premia a mujeres que destacan por su labor en los ámbitos de la tecnología y la innovación social, constituyéndose en referentes en el desarrollo y la transformación de la sociedad para la mejora de la vida de las personas.

La entrega del premio tiene lugar en el marco del encuentro “Mujeres que transforman el mundo”, que organiza el Ayuntamiento de Segovia.

La décima edición de dicho encuentro fue el escenario del anuncio de la ganadora del “Premio Mujer y Tecnología 2022”, distinción que recayó en Almudena Román, directora general de Banca para Particulares de ING en España.



Junto al autismo

La Fundación Orange forma parte del Grupo Orange, una de las primeras operadoras de telecomunicaciones del mundo. Tiene, por tanto, todo el sentido dedicar toda nuestra capacidad de innovación a ayudar a las personas a comunicarse; especialmente a las personas que tienen problemas de comunicación, como es el caso de aquellas con Trastornos del Espectro del Autismo (TEA).

Soluciones digitales

A través del uso de la tecnología como herramienta al servicio de la comunicación y la integración, llevamos más de una década impulsando iniciativas para facilitar el desarrollo e inclusión de las personas con TEA. A lo largo de ese periodo, hemos promovido más de 20 soluciones y herramientas digitales gratuitas destinadas a mejorar el día a día de las personas con autismo.

Como novedad, en 2022 se puso en marcha ComuniteCAA, una app que, aprovechando todas las ventajas de interacción de una red social, pretende facilitar la comunicación entre las personas con TEA (o con necesidades de comunicación aumentativa) y quienes las acompañan y están presentes en su día a día, como pueden ser familiares, profesionales, amigos y expertos con los que se relacionan.

Esta aplicación, gratuita y disponible tanto para móvil como para ordenador, propone un espacio de comunicación, seguro y privado, que, además de permitir la comunicación entre las personas que la integran, establece objetivos compartidos, actividades y recursos. A través de los mismos, se hace posible el progreso en el desarrollo y el aprendizaje conjunto de la persona autista y de quienes forman su entorno.

También cabe destacar que la aplicación es multiusuario, siendo posible tener uno usuario o varios a la vez. Esto permite que profesionales, expertos o amigos puedan gestionar usuarios con otras necesidades de desarrollo.

Aulas TIC-TEA

A través de la plataforma Orange Digital Center, ofrecemos también cursos gratuitos orientados a mejorar la calidad de vida de las personas con autismo gracias al uso de la tecnología. El objetivo no es otro que dar a conocer las soluciones que se aportan en este sentido, así como también cuáles son las más adecuadas para cada caso y cómo aprovecharlas al máximo.

A través del proyecto Aulas TIC-TEA, y de la mano de la Confederación Autismo España, lanzamos una convocatoria cuyo objetivo es dotar de recursos tecnológicos a las organizaciones que prestan servicios a las personas con autismo y a sus familias, y que dichos recursos les faciliten la adquisición de las competencias necesarias para su desarrollo personal pleno y su inclusión en la sociedad.

Actualmente contamos con 27 aulas repartidas por toda España.

Escuelas visuales

En septiembre de 2022, lanzamos la iniciativa Escuelas Visuales, cuyo objetivo es formar a profesores de infantil y primaria para impulsar la inclusión en sus centros gracias al uso de herramientas visuales.

Se seleccionaron 50 colegios, tanto públicos como privados y concertados, con más de 1.500 maestros y maestras. A lo largo de todo el curso escolar, 2022-23, todos estos docentes reciben gratuitamente formación, acceso a una plataforma de materiales y recursos, así como asesoramiento personalizado para promover la inclusión entre sus alumnos y alumnas gracias al uso de siete herramientas de aprendizaje visual.

De forma adicional a las soluciones tecnológicas y a la formación para personas con TEA su entorno, desde la Fundación Orange hemos llevado a cabo también la instalación de señalética en más de 50 hospitales y centros de salud de Madrid para acercar la comprensión del entorno sanitario a las personas con autismo a través de pictogramas.



Sensibilización

Una línea adicional de trabajo de la Fundación Orange es la sensibilización de la sociedad en general sobre la realidad y el día a día de las personas con autismo, para facilitar así su integración a través del conocimiento y la comprensión.

Con este fin, participamos en la realización tanto de cortometrajes (“El viaje de María”, “Academia de especialistas”, “El solista de la orquesta”) como de películas (“María y yo”, “Planeta Asperger”) que acercan el autismo a la población, dando así voz a este colectivo.

Asimismo, lanzamos una campaña en redes sociales, denominada “Los lunes, autismo”, a través de la cual se compartía cada lunes una viñeta sobre autismo inspirada en anécdotas reales enviadas por usuarios y usuarias auténticos. Con estas ilustraciones, cercanas y con un toque de humor, se impulsaba la concienciación sobre este trastorno, dando a conocer la peculiar manera de afrontar el mundo de las personas con autismo, y desvelando al mismo tiempo esas pequeñas contradicciones sociales que se revelan a través de sus ojos.

También hemos apoyado cortometrajes y largometrajes.

Orange Digital Center

La paralización de las actividades presenciales durante la pandemia de la Covid-19 motivó el traslado de los proyectos físicos al mundo virtual. Así, la pandemia se convirtió en una oportunidad para avanzar en la digitalización de las actuaciones de la Fundación, especialmente la formación. En 2020 se lanzó en España el proyecto Orange Digital Center, cuyo objetivo principal es favorecer la inclusión y la accesibilidad al empleo de las personas más vulnerables, reduciendo la brecha digital. Esta iniciativa global del Grupo Orange es gestionada por la Fundación. En 2022 recibió el premio al mejor proyecto de digitalización de ámbito social en la primera edición de los Premios Digitalización de la Comunidad de Madrid.

En su primera etapa, los servicios se prestaban exclusivamente online a través de una plataforma digital de formación, gratuita y abierta a todos, orientada a la inclusión digital y la accesibilidad al empleo de las personas más vulnerables, el fomento de la innovación y del emprendimiento.

La siguiente tabla resume la actividad desarrollada a través de la plataforma de formación online.

Orange Digital Center	2020	2021	2022
Personas registradas	5.000	11.249	20.000
Cursos	-	45	60
Webinar	-	31	55

Tras la exitosa evolución de la actividad de la plataforma online se decidió ampliar sus servicios, creando una sede física donde los colectivos destinatarios de la acción de la Fundación Orange (jóvenes en riesgo de exclusión social, mujeres en situación de vulnerabilidad) pudieran, de forma presencial, mejorar su capacitación digital. Esta idea se materializó a finales de febrero de 2023, cuando Su Majestad el Rey Felipe VI inauguró el espacio físico Orange Digital Center en el número 101 de la madrileña calle de San Bernardo. Se trata del primer espacio físico del proyecto Orange Digital Center que se abre en España.



El espacio físico Orange Digital Center va a articular su actividad en cuatro grandes programas:

- **Escuela de código**, programa educativo orientado a personas en situación sociolaboral vulnerable. En él se ofrece cursos abiertos y gratuitos vinculados a la digitalización (programación, informática) y a las habilidades comerciales y personales con la intención de mejorar la empleabilidad del alumnado.
- **Laboratorio de Fabricación Digital**, espacio equipado con tecnologías y herramientas de fabricación digital, inspirado en los GarageLabs. Se ofrece a los usuarios la posibilidad de crear modelos físicos a partir de sus propios diseños digitales, permitiendo a los usuarios formar parte activa del proceso creativo a través de tecnologías de vanguardia que les motivan aprender, ayudándoles a adquirir competencias sociales y profesionales como la resolución de problemas.
- **Impulso al emprendimiento social**, programa de apoyo a jóvenes emprendedores con ideas de negocio definidas pero que no han podido llevar a la práctica. Basado en la metodología “Lean Startup”, el proyecto ayudará a los emprendedores a identificar necesidades, plantear soluciones y trabajar en la definición de un mínimo producto viable. Se prevé la creación de comunidades de emprendedores para facilitar la compartición de retos, ideas, experiencias, etc., con la intención de ayudar al crecimiento profesional y personal de los miembros de cada comunidad.
- **Contenidos transversales**, el Orange Digital Center ofrecerá formación en los ámbitos de la digitalización, el emprendimiento, el desarrollo profesional, así como otros orientados a la potenciación de las soft skills.

La filosofía de trabajo del Orange Digital Center se basa en la colaboración entre los agentes al servicio de los grupos prioritarios. Para ello se están articulando alianzas estratégicas con empresas, centros de empleo, centros de formación, asociaciones y ONGs y otros colaboradores en el resto de proyectos desarrollados por la Fundación Orange para crear una programación formativa de gran calidad, que cumpla con las necesidades de los colectivos vulnerables objetivo de las actuaciones del Orange Digital Center.

6

**Comprometidos
con el equipo
humano**

Personas

GRI: 2-7, 2-19, 2-30, 3-2, 3-3, 201-3, 202-1, 401-1, 402-1, 404-1, 401-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10, 405-1, 405-2 y 408-1

Orange tiene como objetivo prioritario ser una organización cada vez más digital y humana. Es por ello, que el bienestar de todos nuestros profesionales es un compromiso fundamental de nuestra Política de Personal, que 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.



Empleo en Orange

Orange apuesta claramente por ofrecer empleo de calidad, que favorezca la estabilidad y el desarrollo personal y profesional de sus profesionales, fomentando la contratación indefinida con carácter general.

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

Nuevas contrataciones

	Nuevas contrataciones		Rotación							
	2021	2022	Voluntaria		No voluntaria					
			2021	2022	2021	2022				
Hombres	29	65	39	86,7%	31	68,89%	8	61,5%	15	71,43%
< 30 años	3	14	6		4		-		1	
30 - 50	25	45	32		23		4		9	
> 50 años	1	6	1		4		4		5	
Mujeres	29	43	6	13,3%	14	31,11%	5	38,5%	6	28,57%
< 30 años	6	11	-		3		1		1	
30 - 50	17	29	6		9		1		5	
> 50 años	6	3	-		2		3		-	
Total	58	108	45	100%	45	100%	13	100%	21	100%

Personas en Orange España																				
	Altos ejecutivos		Posiciones gerenciales/directivas		Responsables y técnicos especializados		Técnicos y administrativos		Total											
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022										
Hombres	37	1,31%	48	1,71%	220	7,81%	221	7,86%	995	35,33%	996	35,43%	401	14,24%	376	13,38%	1653	59%	1641	58%
< 30 años	-	-	-	-	-	-	-	-	6	7	-	-	26	26	-	-	32	33	-	-
30 - 50	20		25		145		129		766	713			297	268			1228	1135		
> 50 años	17		23		75		92		223	276			78	82			393	473		
Mujeres	15	0,53%	15	0,53%	112	3,98%	119	4,16%	604	21,45%	625	22,23%	432	15,34%	411	14,62%	1163	41%	1170	42%
< 30 años	-	-	-	-	-	-	-	-	2	5	-	-	32	27	-	-	34	32	-	-
30 - 50	9		5		79		72		476	448			303	258			867	783		
> 50 años	6		10		33		47		126	172			97	126			262	355		
Total	52	1,85%	63	2,24%	332	11,79%	340	12,10%	1599	56,78%	1621	57,67%	833	29,58%	787	28,00%	2816	100%	2811	100%

Tipos de contrato

Información a cierre de ejercicio

Tipo de contrato (*)		2021						2022					
		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
Hombres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	20	17	-	-	-	-	25	23
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	145	75	-	-	-	-	129	92
	Responsables y técnicos especializados	-	-	-	6	766	223	-	-	-	7	713	276
	Técnicos y administrativos	-	-	-	28	297	78	-	-	-	26	268	82
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	9	6	-	-	-	-	5	10
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	79	33	-	-	-	-	72	47
	Responsables y técnicos especializados	-	-	-	2	476	126	-	-	-	5	448	172
	Técnicos y administrativos	1	-	-	31	303	97	-	-	-	27	258	126
Total	1	-	-	65	2095	655	-	-	-	65	1918	828	
				2816			2811						

(*) Todos los contratos son a jornada completa, excepto 1 a tiempo parcial.

Información media por ejercicio		2021						2022					
		Contratos temporales			Contratos permanentes			Contratos temporales			Contratos permanentes		
Tipo de contrato		< 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	-	-	-	-	24,8	23,5
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	167,9	83,1	-	-	-	-	128,2	92,2
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	6,9	857,2	219,8	-	-	-	7,1	709,4	281,8
	Técnicos y administrativos	-	-	-	28,9	334,3	80,3	-	-	-	21,1	264,5	83,5
Mujeres	Altos ejecutivos	-	-	-	-	10,3	7,3	-	-	-	-	5,0	10,0
	Posiciones gerenciales/directivas	-	-	-	-	95,7	30,7	-	-	-	-	70,7	48,7
	Responsables y tecnicos especializados	-	-	-	2,0	525,7	111,8	-	0,2	-	3,1	441,5	174,3
	Técnicos y administrativos	0,3	-	-	28,9	358,3	75,5	0,5	-	-	24,3	255,5	127,9
Total	0,3	-	-	66,7	2372,3	682,7	0,5	0,2	-	55,6	1899,3	839,9	
					3068						2795		

Remuneraciones y brecha salarial

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 2022, no se fijaron dietas por su asistencia a las reuniones del consejo.

Cabe señalar, por otra parte, que, en 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 el porfolio de Orange, en las condiciones establecidas en cada momento.

Durante el año 2022, el número de consejeros independientes fue de dos. Conforme a lo indicado anteriormente, la remuneración total percibida por todos los consejeros independientes durante el ejercicio 2022 fue, por tanto, de 120.000 €

Adicionalmente, existen 893.237 € en 2022 (903.000 € en 2021) en concepto de primas de seguros.

Remuneración de los altos ejecutivos

Se entiende como altos ejecutivos al colectivo de directivos líderes de la compañía. El diseño de su 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: 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 España. 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 España. 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.

En 2022, la compensación promedio total de los directivos líderes de Orange, incluyendo todos los conceptos anteriores, ha sido la siguiente:

Promedio compensación total	2021	2022
Hombre	279.869€	260.380€
Mujer	235.302€	233.757€

El resultado de la brecha salarial bruta para este colectivo es de 10,2% este año.

Remuneración de hombres y mujeres del resto de la organización

2021

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%

2022

Clasificación profesional	Edad	Hombre	Mujer	Diferencia salarial
Posiciones gerenciales/directivas	Más de 45 años	90.149	89.583	0,6%
	De 31 a 45 años	77.013	74.995	2,6%
Responsables y técnicos expertos	Más de 45 años	59.523	54.745	8,0%
	De 31 a 45 años	54.838	52.860	3,6%
	Hasta 30 años	52.137	48.502	6,9%
Técnicos y administrativos	Más de 45 años	45.105	41.618	7,7%
	De 31 a 45 años	42.475	41.413	2,5%
	Hasta 30 años	37.144	35.792	3,6%

La retribución total incluye la remuneración fija y la variable al 100% de consecución en 2022 para los empleados/as que no están en el listado de altos ejecutivos (colectivo de directivos líderes), 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 2022 para los empleados, excluyendo los altos ejecutivos, es de un 8,1%. La brecha ajustada es de un 3,6% en salario fijo, y de un 3,8% 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 igualdad salarial 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 los hombres.

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

	SMI	Salario hombre	Salario mujer	Ratio hombre	Ratio mujer
2021	13.375€	36.094€	34.775€	2,70	2,60
2022	14.000€	37.144€	35.792€	2,70	2,60

Se ha tomado de referencia el “salario promedio de los grupos profesionales de técnicos y administrativos <30 años” y el SMI durante 2022 (1.000€ mensuales repartidos en 14 pagas).

Indemnizaciones por salidas no voluntarias

	Personas			Indemnización promedio (€)	
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
2021	214	122	336	266.013	226.648
2022	12	2	14	129.254	168.622

Esta información se refiere a las prejubilaciones (Rentas y Convenio Especial con la Seguridad Social) en febrero 2022, así como el resto de las indemnizaciones por salidas no voluntarias que se han producido a lo largo del año 2022.

Despidos y prejubilaciones por edad	2021				2022				
	< 30 años	30-50 años	>50 años	Total	< 30 años	30-50 años	>50 años	Total	
Hombres	Altos ejecutivos	-	1	8	9	-	-	2	2
	Posiciones gerenciales/directivas	-	12	25	37	-	-	5	5
	Responsables y técnicos especializados	-	38	69	107	1	7	32	40
	Técnicos y administrativos	3	20	38	61	-	1	13	14
Mujeres	Altos ejecutivos	-	2	3	5	-	-	1	1
	Posiciones gerenciales/directivas	-	8	14	22	-	-	-	-
	Responsables y técnicos especializados	-	23	25	48	-	1	10	11
	Técnicos y administrativos	-	20	27	47	-	3	12	15
Total				336				88	

Plan de salidas voluntarias de Orange

En el año 2021, Orange realizó un plan de ajuste de empleo, acordado con la representación legal de los trabajadores, en virtud del cual los empleados/as pudieron acogerse de manera voluntaria al plan de salidas -con dos modalidades: desvinculaciones y prejubilaciones-, afectando, aproximadamente, al 10,8% de su plantilla.

En febrero del año 2022, se produjeron las últimas prejubilaciones de los empleados adscritos a dicho plan que cumplían los requisitos a 31 de diciembre de 2022 (54 años o más, y una antigüedad mínima de 9 años). El programa de prejubilaciones contempla la percepción del 85% del salario regulador neto (fijo más el 50% de la retribución variable) para las personas entre 54 y 55 años; y del 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. Los convenios especiales suscritos con la Seguridad Social tendrán una revaloración del 1% a partir del primer año que termine la prestación por desempleo.

Como beneficios adicionales, se incluye el abono, por parte de Orange, del seguro médico hasta los 65 años, así como el descuento del 30% de la factura de fibra durante los 12 meses siguientes a la salida. Por último, el plan contemplaba un proceso de recolocación para el 100% de las salidas (desvinculaciones o prejubilaciones) a través de una consultora externa, con una duración de 9 meses, con carácter general, y de 12 meses para mayores de 45 años ("Programa Silver"), que ha sido muy valorado por los participantes.

Seguridad y salud

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

Las personas que conforman el colectivo de profesionales de Orange son el activo más importante de nuestra organización. Por ello, su salud y seguridad son factores claves de la Política de Personal de la compañía.

Como parte de dicha política, buscamos que nuestros empleados puedan mejorar su calidad de vida, a la vez que desarrollan su labor. Este es el principal objetivo que perseguimos a 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 del programa Empresa Saludable, y ha sido reconocida por el Grupo Orange como *best practice*.

Desde Orange y su Servicio de Prevención y Salud Laboral, seguimos velando en todo momento por la salud del personal de la compañía, con el objetivo, por ejemplo, de minimizar el impacto en la plantilla de la situación sanitaria provocada por la propagación del COVID-19. Para ello, hemos mantenido actualizado un espacio en la intranet corporativa "Vive Orange", donde se ha ido informando, de forma periódica, de todas las medidas llevadas a cabo al respecto de la pandemia, centrándonos en establecer las mejores condiciones organizativas, de instalaciones y de control para eliminar o minimizar el riesgo de contagio.

Además, durante el año 2022 hemos:

1. 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.
2. También hemos renovado la certificación de "Organización Saludable", en la que los auditores de AENOR han destacado nuestra evolución y mejoras. El estándar de Organización 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 la herramienta PREVENGO en la intranet corporativa, donde cualquier empleado puede realizar la notificación.

Participación de los trabajadores en materia sobre salud y seguridad en el trabajo

Con el objetivo de estar cerca de nuestros empleados en todo momento, contamos con una serie de comités de seguridad y salud en cada una de las sociedades y centros de Orange, con representación de los trabajadores en todos ellos, dando respuesta a la Ley 31/95 de prevención de riesgos laborales. A través de dichos comités, puede ejercerse el derecho de consulta y participación de los trabajadores. Además, nuestro sistema de gestión de seguridad y salud está certificado en base al estándar ISO 45001.

- La tasa de absentismo por baja médica en 2022 es del 1,21% (67.496 horas perdidas/ 5.562.113 total trabajadas).

Bajas por enfermedad común	2021		2022	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
	207	205	157	191
	50,2%	49,8%	45,1%	54,9%

Lesiones por accidentes laborales y dolencias y enfermedades laborales

Lesiones por accidentes laborales y dolencias y enfermedades laborales	2021		2022	
	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	-	3	4
Principales tipos de lesiones	Musculoesqueléticos		Musculoesqueléticos	
Dolencias y enfermedades laborales	-	-	-	-

Siendo el índice de frecuencia de accidentes de 1,3 en 2022 (1,3 mujeres y 1,2 hombres) y el de gravedad de 0,03 (0,01 mujeres y 0,04 hombres).

Accesibilidad universal para nuestro personal

Como parte del apoyo que Orange realiza para el bienestar de todos y cada uno de sus profesionales, y especialmente de aquellos con más dificultades, destacan las ayudas económicas que, anualmente, perciben los empleados con discapacidad, con el objetivo de asegurarles la continuidad de su labor en un entorno normalizado.

Orange España ha obtenido resolución del Informe de concesión de las medidas excepcionales expedido por el Servicio de Empleo Público Estatal.

En línea con su objetivo de conseguir los mejores entornos laborales para nuestros profesionales, en lo que respecta a diseños arquitectónicos, el área de 'Inmuebles', asegura la aplicación y cumplimiento con el código técnico de la edificación CTE DBSUA9, así como 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 aparcamiento hasta su puesto. En paralelo, el área de Vigilancia de la Salud, tras la revisión médica, identifica las adaptaciones de las condiciones del puesto de trabajo que serán necesarias, llegado el caso.

	2021	2022
Nº de empleados con discapacidad en plantilla	34	38
% de empleados discapacitados/plantilla total	1,2%	1,39%

Organización del trabajo

En 2022, se ha seguido apostado por la conciliación y el bienestar de los profesionales que forman parte de Orange en España, manteniendo las medidas de seguridad respecto a nuestra plantilla ante situaciones provocadas por la pandemia Covid-19.

Si bien es cierto que, gracias a las campañas de vacunación para prevenir esta enfermedad, los/as empleados/as han ido incorporándose de manera progresiva a sus puestos de trabajo físicos, en este año se han mantenido todas las medidas de seguridad necesarias, tanto en términos de distancia, como de limpieza y desinfección; sin olvidarnos, por supuesto, de la necesaria sensibilización sobre la continuidad del virus en nuestras vidas.

Flexibilidad y conciliación

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

- Horario de entrada: de 7:30h a 10:00h.
- Horario de comida: entre las 14:00h y las 16:00h (con una duración de entre 30 y 90 minutos).
- 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 puede salir a partir de las 14:30h, cumplida la jornada de 7 horas.

A partir del verano del año 2020, en Orange se estableció un periodo de voluntariedad para volver de manera controlada y escalonada a las oficinas, realizando un retorno paulatino con tramos de ocupación inicial de 5%-10%, y llegando hasta el 20%-30%. En este tiempo se ha ido realizando, también, un proceso ordenado de acceso a test, entrega de material de protección y dimensionamiento de los espacios para adaptarlos a la evolución de la situación sanitaria en cada momento.

En el mes de marzo del 2022, entró en vigor el nuevo esquema de teletrabajo vigente en Orange, acordado en octubre del 2021 con la representación de los trabajadores. Dicho acuerdo mejora el esquema de teletrabajo inicial ya existente de 1 día de teletrabajo, previsto en el Convenio de Orange, previo a la situación de crisis sanitaria del Covid-19.

Con el nuevo esquema, las personas trabajadoras pueden optar por teletrabajar 2 días completos a la semana o 1 día fraccionado en tardes; y, adicionalmente, disponen de una bolsa de 10 días de teletrabajo al año, acordados con su manager, para situaciones imprevistas.

En este esquema se ofrece especial atención a los empleados/as con un familiar hasta el 2º por consanguinidad o afinidad con enfermedad grave, así como a los trabajadores/as reincorporados de bajas derivadas de enfermedades de inmunodeficiencia o cáncer con tratamiento activo. Todos ellos tienen la posibilidad de solicitar un tercer día semanal en régimen de teletrabajo, sometido a la aprobación expresa de la empresa.

Cabe señalar, por otra parte, que, con el objetivo de facilitar su trabajo, Orange España pone a disposición de los empleados/as acogidos al esquema de teletrabajo un móvil 5G con datos ilimitados en la línea de empresa, descuentos del 100% en la conectividad fija de la línea del trabajador/a, elevador para el ordenador portátil y silla ergonómica.

La mayoría de los/as empleados/as de Orange han optado por la modalidad de teletrabajo de 2 días a la semana. Asimismo, el esquema de 1 día de teletrabajo, fraccionado en tardes, ha facilitado las necesidades de conciliación de los empleados/as que lo necesitan.

Además, durante el año 2022, se han promovido sesiones y talleres “Enchúfate al Trabajo Híbrido”, para favorecer la adaptación de nuestros empleados/as a un entorno de trabajo colaborativo, eficiente y flexible.

Foco en la desconexión digital

En línea con nuestro compromiso con un uso responsable de las nuevas tecnologías, en Orange abogamos por un uso racional de las mismas, tanto dentro como fuera de nuestra organización. Por ello, uno de nuestros focos es la desconexión digital, como una herramienta primordial de la conciliación de la vida laboral y familiar/personal. El objetivo es garantizar un adecuado descanso al trabajador/a, sin menoscabo del principio de flexibilidad que promueve la compañía. En este sentido, Orange potencia acciones de sensibilización a todos los niveles de la organización sobre el buen uso de las tecnologías.

Un ejemplo de este tipo de acciones ha sido la detección del aumento del número de reuniones entre los empleados/as respecto al año 2020, generado con el nuevo modelo de trabajo híbrido. Con el fin de hacerlas más eficientes, en el mes de septiembre de 2022 se realizó un focus group para recoger las opiniones y recomendaciones de los empleados/as, a fin de poner en marcha acciones enfocadas a reducir tanto el número de reuniones como su duración, para una mejor gestión del tiempo.

Excedencias y movilidad

	Excedencia cuidado de hijos y convenio				Movilidad grupo			
	2021		2022		2021		2022	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Hombres	14	82,4	7	63,6	29	74,3	1	50
< 30 años	1		-		-		-	
30-50 años	13		7		8		-	
>50 años	-		-		21		1	
Mujeres	3	17,6	4	36,4	10	25,6	1	50
< 30 años	-		-		-		1	
30-50 años	3		4		6		-	
>50 años	-		-		4		-	
Total	17	100	11	100	39	100	5	100

Permiso parental

		2021	2022
		Nº empleados con permiso parental	Hombre
	Mujer	32	35
	Total	85	92
Nº empleados que han regresado después del permiso parental incluidos 12 meses después	Hombre	48	55
	Mujer	29	35
	Total	77	90

Acuerdos de negociación colectiva

Orange España tiene firmado un convenio colectivo de empresa con los representantes de los trabajadores y, durante el 2022, se ha negociado la prórroga de este, con una vigencia de dos años, manteniendo las condiciones actuales e incluyendo mejoras en las condiciones laborales, que entrarán en vigor el 1 enero 2023.

La dirección de la empresa mantiene un diálogo fluido y constante con los representantes de los trabajadores, a través de reuniones periódicas de comisiones de convenio (como las comisiones de interpretación y empleo, de igualdad, de PRL, etc.) y de foros informales (por ejemplo, reuniones específicas sobre distintas materias).

En 2022, se ha aprobado el III Plan de Igualdad de Orange, que entrará en vigor el 1 enero del 2023 y cuya vigencia será de 4 años. Este ambicioso plan de igualdad refleja, de nuevo, nuestro compromiso con la equidad profesional y retributiva entre hombres y mujeres y con la lucha contra cualquier tipo de acoso, laboral o sexual. En virtud de este, seguiremos impulsando acciones para conseguir mayor presencia de mujeres en puestos de responsabilidad y en áreas técnicas -una de nuestras prioridades- y para promover un entorno laboral flexible que potencie la corresponsabilidad.

En el año 2022, se han pactado, también, mejoras en el precio del kilometraje por gastos de viaje y la política de flota de vehículos, como parte de los acuerdos alcanzados en el seno de la Comisión paritaria comercial.

Acuerdos de negociación colectiva	2021	2022
Nº total de empleados	2816	2811
Nº de empleados dentro del ámbito de aplicación del convenio	2419	2393
% de empleados dentro del ámbito de aplicación del convenio	85,9%	85,1%

Planes de prestación

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

Podrán solicitar ser partícipes de dicho plan los/las empleados/as en activo con una antigüedad superior a un año en la empresa.

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

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

El plan de pensiones ofrece diversos beneficios al empleado:

1. 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.
2. Ahorro en las comisiones de gestión y depósito de los planes de empleo que son inferiores a las de los planes individuales.

¹ El salario regulador (SR) límite es el que se recoge en el reglamento del plan de pensiones, actualizándose anualmente con el IPC.

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. 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 intervienen en la administración y fijan la política de inversión del Plan de Pensiones.

Talento y formación

GRI: 3-2, 3-3, 403-5, 404-1, 404-2 y 410-1

La formación en Orange permite la adaptación de nuestros profesionales as empleados/as a las nuevas tecnologías, así como a los cambios constantes del negocio y del entorno social.

La formación juega, por tanto, un papel clave para que los profesionales de Orange adquieran los conocimientos necesarios y desarrollen las habilidades y aptitudes precisas para realizar adecuadamente su trabajo y para acometer nuevas responsabilidades.

Nuestro objetivo es crear el ecosistema necesario para hacer esto posible y que todo el equipo de Orange evolucione según las necesidades que nos demanda el entorno desde el punto de vista de metodologías, formatos, experiencia de empleado, contenidos...

Por ello, este año hemos puesto el foco en 3 objetivos:

- Llegar a más empleados/colectivos con nuestros planes de formación...
- ...con servicios más personalizados y adaptados a las necesidades específicas de cada persona...
- ... y con contenidos de más calidad, a través de acuerdos con nuevos proveedores y formatos más cortos (microlearning).

Todo ello nos ha permitido, también, consolidar el modelo de formación híbrido y digital en el que veníamos trabajando desde hace tiempo, con el objetivo de dar flexibilidad al empleado/a para que pueda organizarse mejor en base a su disponibilidad.

Por otra parte, seguimos apostando por el reskilling y el upskilling, con el objetivo de tener más posibilidades de movilidad dentro de Orange, así como mejorar el nivel de experiencia de los empleados/as en sus disciplinas correspondientes.

Como novedad, este año 2022 hemos lanzado la Escuela de Marketing y Ventas (“+School”) para un colectivo de más de 700 personas, destacando el trabajo de concreción realizado con más de 150 participantes involucrados en el diseño, así como la labor de 25 Orange Trainers. Este lanzamiento confirma también la apuesta que tenemos por los grandes programas de formación, como la Escuela Superior Técnica cocreada con la U.P.M (título propio de Orange), en la que ya estamos trabajando en fase de prelanzamiento para actualizar los contenidos de la siguiente edición.

Dentro del espíritu de aprendizaje continuo, en 2022 hemos incluido en la oferta formativa abierta para todos los empleados: “Coursera en Abierto”, con cursos de menos de 2 horas, con más de 2.000 contenidos y una metodología eminentemente práctica; y formaciones en habilidades. Todo ello, además de las licencias de Coursera que tienen todos los perfiles técnicos de Orange.

Hay que destacar también el foco realizado por la organización en el speaking en idiomas, lanzando programas intensivos y muy personalizados, adaptados a las necesidades y contexto de compañía.

Por otra parte, también hemos llevado a cabo el programa formativo “Enchúfate al trabajo híbrido 3.0”, donde hemos incluido el aprendizaje del ecosistema M365, que permite mejorar la productividad individual y colectiva, la colaboración entre los equipos y, en definitiva, hacernos el trabajo mucho más fácil y sencillo.

Cabe recordar, además, que nuestro foco en nuestros clientes también ha tenido un tratamiento especial con el programa de formación “Pasión por nuestros clientes”.

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

Reskilling en Orange

Escuela Superior Técnica

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Título propio creado con U.P.M. en 2010. Duración 2 años por promoción.	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar a los perfiles técnicos en los nuevos conocimientos y tendencias relacionados con IT y redes. Impulsar el desarrollo profesional Mejorar la transversalidad entre las áreas de sistemas y redes Aumentar el número de mujeres formadas 	Abierto a todos los profesionales de la Factoría Red & IT 50 plazas	<ul style="list-style-type: none"> Aulas virtuales. Elaboración de trabajos en grupo y compartidos en la comunidad. Material digital Trabajo de fin de proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> 50 personas Horas: 760h/persona NPS: 53 Satisfacción: 9 sobre 10

Plan ciberseguridad

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Concienciar en ciberseguridad motivando el aprendizaje experimental a través de experiencias y simulaciones. Diseñar estrategias y planes de formación óptimos en base al análisis del nivel de riesgo por persona y área	<ul style="list-style-type: none"> Proteger a la compañía de los riesgos y vulnerabilidades de distinta naturaleza. Ser una compañía más segura capacitando, concienciando y sensibilizando a todos los empleados de Orange Facilitar las herramientas necesarias para hacer frente a los continuos ciberataques a los que estamos expuestos diariamente. 	Dirigido a todos los empleados de Orange	<ul style="list-style-type: none"> Programa gamificado Video Juego Firewall Recursos digitales Aulas virtuales para colectivos específicos. Acciones de sensibilización Comunidad ciber Experience Evento gran final firewall, con ganadores por los puntos adquiridos durante todo el año. 	<ul style="list-style-type: none"> 2.607 personas únicas formados (93%) 2 media de Horas/Persona 83 NPS videojuego Firewall

Escuela Orange Trainers (O.T.)

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.	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la inteligencia colectiva en Orange Desarrollar las capacidades que necesitan tener los O.T. Hacer la vida más fácil a los O.Trainers Crear sentimiento de comunidad Reconocer y motivar a los O.T. 	O.Trainers activos anuales y miembros de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Todos los empleados pueden hacerse Orange Trainers siempre que sean expertos en alguna de las habilidades que necesitamos desarrollar. Tenemos en nuestra intranet corporativa "Vive Orange" un cuestionario "Qué sabes hacer" Para aflorar conocimiento y realizamos campañas puntualmente. Servicios que ofrecemos en la escuela: "Fast track" servicio personalizado para capacitar y asesorar a los nuevos Orange Trainer para afrontar una acción formativa con éxito en el nuevo contexto digital y de trabajo en remoto. Recursos digitales y cursos on-line sobre temas de interés para el rol de O.T. Premios Anuales OT para reconocer a los OT activos anualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> 20% de formación interna en Orange 824 personas que han asistido a una formación presencial (síncrona o classroom) 1.268 personas que han realizado recursos digitales (scorm, video, infografía. Etc.) Satisfacción Formación interna presencial (Síncrona/ Classroom): 8,9 sobre 10 Rating recursos digitales 4,55 sobre 5 Satisfacción OTS con la escuela 4,7 sobre 5

Aprende 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, SharePoint; pero fomentando al mismo tiempo otras herramientas de gestión individual y de equipos (Ej. Planner, To Do, OneNote), de concreción (Ej. Whiteboard), y de generación de contenidos (Ej. Sway).	Asegurar la adopción de los conocimientos y habilidades en las herramientas de M365.	Todos los empleados	<ul style="list-style-type: none"> Recursos de formación: Pildoras e-learning de presentación de beneficios Videotutoriales sobre casos de uso Sesiones webinars para profundizar QuickAccess como herramienta de soporte a la formación mediante su función de asistencia virtual. Comunidad Aprende M365 construida en SharePoint. Equipo de Soporte en Teams para resolución de dudas en tiempo real. Programa Champions: 27 participantes, formados por Grupo en 1 mes y medio mediante sesiones webinars, para ayudarnos a expandir entre sus equipos buenas prácticas en torno al uso de M365. Impulso del DAD (Digital Auto Diagnostic) para conocer el nivel de dominio sobre prácticas colaborativas y el uso de herramientas: +500 DADs realizados NWOW: Lanzamiento del programa Enchúfate para ayudar a impulsar las nuevas formas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> 656 personas únicas formadas (23%) 1.608 visitantes únicos a la Comunidad y de visitas totales 510 descargas y accesos a QuickAccess 31 NPS

+School

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
<p>Generar una Escuela de Marketing y Ventas referente con las siguientes palancas:</p> <p>Engagement: La escuela tiene que lograr el compromiso de los alumnos, utilizando la palanca individual de la perspectiva de mejora y la palanca grupal de la sensación de alineación.</p> <p>Contenidos: Contenidos de calidad que prepararen a los profesionales del marketing y las ventas de Orange para generar valor mediante la innovación y la orientación al cliente. Assesment: Ofreciendo una experiencia de aprendizaje personalizada a los empleados de Orange. Know how: Concreción mediante el trabajo colaborativo y de afloramiento de conocimiento de expertos de Marketing y Ventas Orange. Comunicación: Canal informativo que genere atractivo y enganche. Analytics: Learning Analytics basados en UX. Modelo de éxito de contenidos y seguimiento de KPIs.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Proporcionar a los profesionales del marketing y ventas en Orange, una base común de habilidades y competencias que les permita maximizar el rendimiento en sus diferentes funciones. 2. Desarrollar perfiles expertos en todas aquellas competencias identificadas como clave para el negocio y potenciar las competencias del futuro: digital, Big Data, Inteligencia Artificial, etc. 3. Aumentar el atractivo de las áreas participantes para ayudar a la atracción de talento. 	702	<p>8 bloques de conocimientos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategia 2. Diseño de producto y servicio e innovación 3. Cliente 4. Canales y distribución 5. Comunicación y publicidad 6. Capacidad de análisis 7. Tecnología 8. Habilidades <p>Diferenciamos contenidos troncales y especializados. Fase I: Itinerarios de contenidos troncales asociados a los bloques de conocimiento comunes para todos los miembros de la escuela. Fase II: contenidos especializados pendientes de definir metodología y lanzamiento en 2023</p>	<ul style="list-style-type: none"> Índice +School Referencia del desarrollo del proyecto 71,89% (objetivo 75,86%) Índice de alcance: 93,42% (objetivo 94,29%) Índice de actividad: 78,20% (objetivo 74,89%) Índice de satisfacción: 87,23% (objetivo 86,07%) Índice de aprendizaje: 41,09% (objetivo 77,76%)

Onboarding B2B

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Formación en el área de B2B para asegurar la eficiencia de las nuevas incorporaciones, externas o movilidades internas	Digitalización del Programa de Onboarding, actualización continua de contenidos.	Nuevas incorporaciones y movilidades internas al área de B2B	Itinerario formativo compuesto de 5 Módulos 100% digital (cursos online, vídeos, PPT's) para que cualquier empleado que entre nuevo pueda conocer el e2e del área al que se incorpora: 1. Conozco la Compañía 2. Conozco el Porfolio 3. Aprendo cómo venderlo 4. Cómo gestiono internamente la venta 5. Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> 53 personas que han realizado cursos del itinerario 20 media Horas/persona Rating 5 sobre 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 	Todos los empleados	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma Online proveedor Speexx Recursos online autoestudio (Macro y Micro learning) Aulas virtuales grupales multicompañía Multidispositivo 	<ul style="list-style-type: none"> Participantes: 592 Actividad: 41% superan curso (60 puntos sobre 100)

Push up!

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Programas de idiomas Premium para colectivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> Refuerzo de la competencia de speaking en el aprendizaje de inglés 	Colectivos con alta interlocución con proveedores internacionales y con Grupo	<ul style="list-style-type: none"> Clases virtuales one-to-one 	<ul style="list-style-type: none"> Participantes: 115 Actividad: 2.760 horas

Speaking all year

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Programas de idiomas Premium para directores	<ul style="list-style-type: none"> Refuerzo de la competencia de speaking en el aprendizaje de inglés y francés 	Colectivo de directores	<ul style="list-style-type: none"> Clases virtuales one-to-one 	<ul style="list-style-type: none"> Participantes: 36 Actividad: 620 horas

Licencias de Coursera

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Desarrollo de las habilidades técnicas	Actualización continua de habilidades técnicas para los perfiles técnicos de Orange	+450 empleados	<ul style="list-style-type: none"> Acceso específico a Coursera Business Orange Catálogo de +2000 cursos Coursera en temas técnicos Datos, IA, Cloud 	<ul style="list-style-type: none"> 539 cursos realizados

Coursera en abierto

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Más de 2.000 cursos prácticos disponible para todos los empleados, para desarrollar tus competencias digitales aprendiendo sobre metodologías, herramientas o conceptos de temáticas como datos, marketing, negocios, IT, programación, avalado por la plataforma Coursera.	Reskilling y upskilling en competencias digitales	Todos los empleados	Una metodología asíncrona y formador virtual, evaluación de conocimientos y recomendador de cursos en base a nivel de conocimiento e interés	<ul style="list-style-type: none"> 79 cursos realizados Lanzado oct 2022

Escuela de verano

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Programa de formación de verano con una serie de ponencias y webinars temáticas sobre temas estratégicos Orange	Proporcionar al empleado charlas inspiracionales que le ayuden a conocer nuevas tecnologías, contextos, etc.	Todos los empleados	<ul style="list-style-type: none"> Webinar semanales con expertos en cada temática 	<ul style="list-style-type: none"> Charlas: 8 Asistencia: 608 Satisfacción: 4,6 sobre 5

Enchúfate al trabajo híbrido 3.0

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Trabajamos desde hace tiempo en un modelo híbrido y flexible. Y ahora damos un paso más. Ofrecemos a los empleados todo lo necesario para que puedan trabajar de manera colaborativa, eficiente, flexible y cuidando de su bienestar, en casa y en la oficina, en el entorno actual de incertidumbre. Y en este sentido, para acompañar y cuidar a nuestros empleados, les ofrecemos los siguientes talleres: <ul style="list-style-type: none"> Taller 1: "Trabajo híbrido: Sácale partido" Taller 2: "Lideramos en híbrido" (para gestores de equipo) Taller 3: "En equipo sumamos en híbrido" (formación a realizar en equipos naturales) Taller 4: "Aprender en la incertidumbre" Taller 5: "Conocerte para cuidarte" 	Ayudar a los empleados y a los managers a trabajar de una manera más eficiente y colaborativa en el nuevo entorno híbrido, así como ayudarles también a tener un entorno saludable de trabajo y reponer energía.	Todos los empleados En el caso del taller 2, "Lideramos en híbrido", está dirigido a gestores de equipo.	<ul style="list-style-type: none"> Talleres 1,2 y 3: Posibilidad de elegir participar de forma presencial o virtual Talleres 4 y 5: virtual 	<ul style="list-style-type: none"> 720 personas únicas han realizado alguna formación Satisfacción 8,1 sobre 10

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	Entrenar habilidades de comunicación con foco en 5 temas importantes: <ul style="list-style-type: none"> Comunicación con influencia y escucha activa Comunicación asertiva Presentaciones con alto impacto Gestión constructiva de conflictos. Habilidades de negociación 	Empleados de todas las áreas de la compañía y perfiles diversos	<ul style="list-style-type: none"> Online: pretest; recursos digitales Aulas virtuales: Sesiones experienciales enfocadas al entrenamiento de la habilidad. Partiendo siempre del autoconocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> 81 personas únicas que han realizado algún curso 6 media horas/ Persona Satisfacción: 8,47 sobre 10

Pasión por los clientes

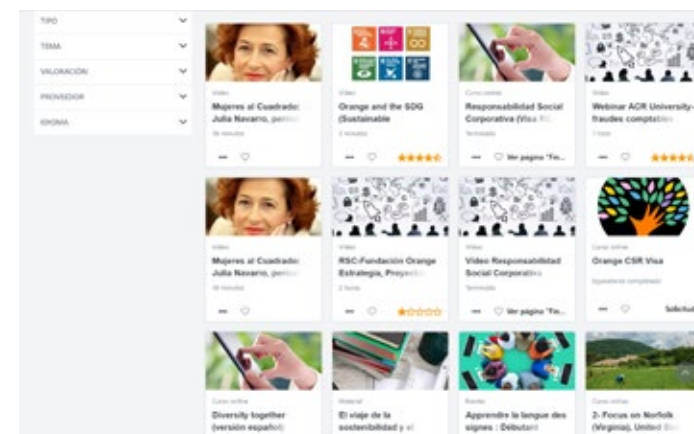
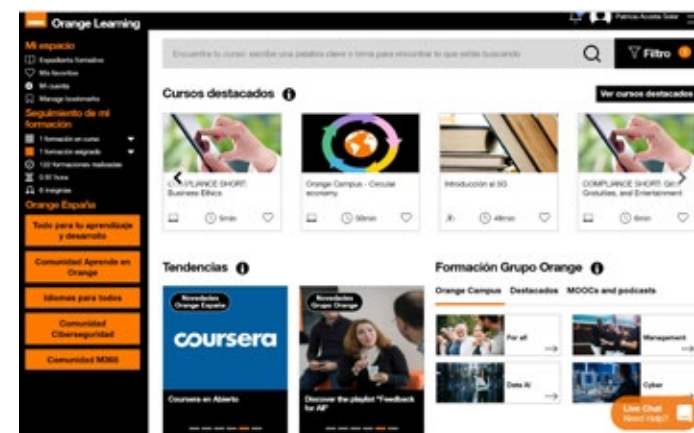
Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
De la mano del plan “Back to Growth”, donde nuestros clientes y la 1ª línea son 1 de los 3 ejes prioritarios para volver a liderar el crecimiento, debemos tener presente que la suma de todo lo que hacemos en nuestro día a día, tiene un efecto poderoso sobre la experiencia de nuestros clientes. Por ello, debemos aspirar a la excelencia en el servicio que les prestamos	<ul style="list-style-type: none"> Acercar a los empleados a los clientes y la 1ª línea para escuchar, aprender y mejorar poniendo en marcha iniciativas que incrementen la satisfacción de nuestros clientes. Otorgar reconocimiento a la extraordinaria labor que hacen nuestros compañeros de Call centers, tiendas y comerciales. 		<ul style="list-style-type: none"> Visitas mensuales, virtuales y presenciales. A Centro de atención telefónica, PdV's, Operador logístico y Control Room. Trabajo previo de Prework “En Directo con la 1ª Línea”: Entrevistas en directo a compañeros de la 1º Línea “Ayudamos a nuestros Clientes”: visibilidad y reconocimiento a las mejores iniciativas puestas en marcha para mejorar la experiencia de nuestros clientes y de nuestra 1ª Línea “Premios Siempre +”: reconocimiento a la 1º Línea 	<ul style="list-style-type: none"> Nº de visitas de empleados desde el lanzamiento 639 corresponde a 484 empleados Valoración de las visitas por los empleados valoración media de 4,8 sobre 5 Usuarios conectados a las sesiones de streaming con la 1ª línea 3544

Comunidad Aprende en Orange

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
Un espacio de aprendizaje informal con noticias, cursos, podcasts, herramientas y metodologías para desarrollar de forma interactiva el coaprendizaje de los empleados. Espacios donde el empleado puede compartir sus experiencias de aprendizaje y con secciones y herramientas innovadoras de aprendizaje y en formato miclearning a través de la aplicación Hello Learning	<ul style="list-style-type: none"> Seguir trabajando la cultura del aprendizaje continuo. Crear compromiso entre los empleados. Compartir mejores prácticas. Incentivar la participación de los empleados 	Todos los empleados que se den de alta en la Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación mensual de nuevos contenidos a la Comunidad Suscripción a la sección de Observatorio de Tendencias Interactuación en los contenidos para fomentar el aprendizaje informal 	<ul style="list-style-type: none"> Número de miembros de la Comunidad: 1.833 Número de usuarios activos:827

Sostenibilidad

Contexto	Objetivos	Participantes	Método	Indicadores
En Orange somos innovadores, sostenibles y comprometido. Es tarea de todos hacer de la sostenibilidad una herramienta que ayude al negocio para hacerlo más eficiente, más atractivo y que esto nos ayude a diferenciamos de los demás.	<ul style="list-style-type: none"> CSR Visa: introducir a los empleados en la función de RSC y hacerlos partícipes en las líneas estratégicas y objetivos Engage 2025 que desarrolla Taller del clima: es un taller lúdico, colaborativo y creativo sobre el cambio climático. Basado en la inteligencia colectiva, el taller permite descubrir los vínculos de causa y efecto entre los distintos componentes del cambio climático. Responsible marketing 	<ul style="list-style-type: none"> CSR Visa: toda la plantilla Taller del clima: Todos los empleados Responsible marketing: Equipos de producto y marketing 	<ul style="list-style-type: none"> CSR Visa: Online Taller del clima: presencial Responsible marketing: Híbrido 	<ul style="list-style-type: none"> CSR Visa: 886 empleados lo han realizado Rating: 4,5 Taller de Clima: 32 personas. Satisfacción: 8,7 Responsible Marketing: 7 personas



Formación para todos

El total de horas de formación de los empleados de en 2022 ha sido de 76.684 horas, según el desglose adjunto:

2021

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

2022

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
	146	218	363	5.372	5.510	10.882	40.961	24.478	65.439
Promedio de horas por empleado	16	54	28	21	42	30	30	24	27

Formación sobre salud y seguridad en el trabajo

Con el objetivo de garantizar que los empleados tengan los conocimientos básicos para que puedan protegerse al máximo de los riesgos inherentes al puesto de trabajo, Orange ofrece a todos sus profesionales, formación sobre:

- Conceptos básicos de seguridad y salud en el trabajo. Principales riesgos;
- La ergonomía y trabajo en la oficina. Posturas adecuadas y ejercicios;
- Incendios y medidas de extinción. Primeros auxilios
- Identificación de situaciones de riesgo.

En el mismo sentido, facilita formación específica sobre riesgos especiales a aquellos empleados que realizan tareas que supongan riesgos especiales: trabajos en altura, acceso a espacios confinados, contactos eléctricos, etc.

Igualmente se pone a disposición de la plantilla, numerosas actividades formativas y jornadas relacionadas con el cuidado de la salud: webinars, ponencias, talleres, etc.

Formación del personal de seguridad

Las funciones del Vigilante de Seguridad en España se encuentran reguladas por las siguientes normas:

- Constitución Española de 1978.
- Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana.
- Ley 5/2014, de 4 de abril, de Seguridad Privada.
- Real Decreto 2364/1994, de 9 de diciembre, porque se aprueba el Reglamento de Seguridad Privada.
- Orden INT/318/2011, de 1 de febrero, sobre personal de seguridad privada.

Por tanto, es una actividad fuertemente reglamentada por el legislador, donde, para acceder al puesto de Vigilante de Seguridad, es necesario una formación y evaluación previa por parte del Cuerpo Nacional de Policía, a través de la Unidad Central de Seguridad Privada.

Dentro del temario, se incluye formación en derechos humanos. También hay que tener en cuenta que todo el cuerpo normativo de España y, por ende, el que anteriormente se ha expuesto, considera las referencias a todos los elementos considerados por los tratados internacionales en los que España es parte.

Diversidad e igualdad

GRI: 3-2, 3-3 y 406-1

Compromiso con la diversidad

En Orange desarrollamos un proyecto humano en el que el compromiso con los empleados gira en torno a principios tales como la igualdad, la diversidad, la conciliación de la vida laboral y personal y el fomento de su desarrollo profesional.

Apostamos, en consecuencia, por ser una compañía en la que la diversidad está en el centro de nuestro negocio, asegurando una gestión sin prejuicios asociados a la nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación e identidad sexual, estado civil, edad, capacidades físicas o responsabilidades familiares. Para Orange, la diferencia, la identidad y la singularidad de cada persona enriquece nuestros equipos y aporta puntos de vista, conocimientos, competencias, experiencias y valores distintos que mejoran nuestra competitividad.

Además, somos muy conscientes de nuestro papel como agentes de cambio y de transformación social, conciliando el logro de nuestros objetivos con el interés social y común. Por ello, articulamos nuestro Plan de Diversidad en torno a tres ejes principales: igualdad de género, igualdad de oportunidades e inclusión digital.

En línea con todo lo anterior, en Orange llevamos ya varios años trabajando para favorecer la diversidad. Definimos nuestro primer Plan de Diversidad en 2014, y desde entonces hemos seguido avanzando, poniendo en marcha nuevas iniciativas. El objetivo fundamental 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 de nuestro Grupo.

Además, somos firmantes de la Carta de la Diversidad, con la que asumimos el compromiso de fomentar los principios fundamentales de la igualdad, la diversidad y la inclusión. Asimismo, reforzamos nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión a través de la participación en diferentes asociaciones, referentes en este ámbito, como la Fundación Diversidad, REDI (red interempresarial 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). Este compromiso se ve reforzado al más alto nivel con la participación del CEO de Orange en la Alianza CEO por la Diversidad.

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.
- Para sensibilizar a toda la plantilla en cuestiones relativas al desarrollo y mantenimiento de un entorno de trabajo inclusivo hemos difundido comunicaciones específicas en los principales **Días Internacionales de Diversidad:** Día Internacional del Orgullo LGBTI; Día Internacional contra la Homofobia; Día Internacional contra la Violencia de Género; Día Internacional de las Personas con Discapacidad; o Día Internacional de la Mujer, entre otros.
- 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. Las sesiones son presentadas y conducidas por Mónica Sala, Directora de Red y Coordinación de Tecnología de Orange. En 2022 hemos realizado 7 sesiones con un total de más de 600 asistentes.

Todas estas iniciativas son comunicadas en nuestra intranet, Vive Orange, donde, adicionalmente, visibilizamos el compromiso de Orange con la eliminación de la violencia de género y nuestra política de tolerancia cero frente a todo tipo de violencia, acoso o discriminación hacia las personas.

Nuestras iniciativas han sido reconocidas, desde 2015, con el **Distintivo de Igualdad en la empresa**, DIE, marca de excelencia otorgada por el Ministerio de Igualdad, que reconoce a empresas que destacan por el desarrollo de políticas de igualdad entre mujeres y hombres en el ámbito laboral. En 2022 hemos vuelto a renovar esta certificación.

Igualmente, desde el año 2011, Orange tiene la certificación **GEEIS** (Gender Equality European & International Standard). En 2022 hemos renovado la certificación en este estándar de calidad y excelencia en la gestión de personas bajo parámetros de igualdad de oportunidades, habiendo alcanzado el nivel de valoración 4 sobre 5. El sistema de auditorías realizadas por un organismo externo e independiente permite identificar la efectividad de las medidas adoptadas y priorizar las áreas de mejora.

Por último, en 2022 Orange ha sido reconocida como **Top Diversity Company** y ha recibido el tercer premio en la categoría **Top Gender Diversity Company** en el Factor W Summit, congreso de referencia en materia de Diversidad e Inclusión.

Igualdad en los procesos de selección

Todos nuestros procesos de RRHH se miden desde la perspectiva de género y llevamos a cabo acciones en selección, promoción, formación y retribución para evitar cualquier tipo de discriminación y mejorar el porcentaje de mujeres en puestos técnicos y de responsabilidad.

Actualmente, en nuestra plantilla hay un 59% de hombres y un 41% de mujeres. En puestos de responsabilidad, llegamos al 32% de presencia femenina; y en áreas técnicas, al 27%, que es un porcentaje por encima de la media de las empresas de nuestro sector. El porcentaje de mujeres en el comité de dirección se ha visto incrementado en los últimos años, pasando de un 13% al 30% actual.

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 **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.

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

Impulsamos el talento joven

Talento STEM

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

Para ello, en octubre de 2022 lanzamos **la tercera edición del programa de becas «Come on»**, dirigidas a jóvenes 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.

Además, reforzamos la capacitación técnica de nuestras empleadas, impulsando y fomentando la participación en programas de formación 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.

Becas Sales B2B

La labor que Orange realiza para fomentar el talento joven en profesiones de futuro se refleja también en el lanzamiento de la **segunda edición de las becas Business-to-Business «Sales B2B»**. Su propósito es atraer a chicos/as interesados en formarse y desarrollar proyectos de negocio relacionados con el mundo comercial y las nuevas tecnologías, y que tengan inquietudes laborales orientadas a perfiles de gestión comercial, marketing e ingeniería.

Por tanto, podrán acceder a estas becas estudiantes o titulados/as universitarios/as en Marketing, ADE e Ingenierías que estén cursando sus estudios o que los hayan finalizado en los dos últimos años.

Los becados y becadas tendrán, también en este caso, acceso a un itinerario formativo de 6 meses (ampliable a un año) con prácticas remuneradas, a través del cual: podrán conocer de primera mano las distintas áreas del negocio B2B de una gran empresa como Orange; participarán de forma transversal en procesos de venta corporativos; y podrán compartir sus experiencias con sus compañeros de promoción, para enriquecer conocimientos sobre el área.

Orange contra la violencia de género

En Orange ponemos especial foco en todas las medidas relacionadas con la violencia de género que se recogen y forman parte de nuestro Plan de Igualdad. 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 cualquier tipo de violencia.

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

- Derecho a reducción de jornada y flexibilidad durante esta situación.
- Derecho preferente de traslado o cambio de centro con 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.

Durante el año 2022, se ha negociado y cerrado un acuerdo para el III Plan de Igualdad, que entrará en vigor el 1 enero del 2023. Dentro de las medidas acordadas, se han ampliado las ayudas que recibirán las víctimas de violencia de género que formen parte de la plantilla de Orange, así como la mayor difusión de los protocolos de acoso y formación en materia de violencia de género dentro de la organización.

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, elaborado en colaboración con los representantes de los trabajadores, que es accesible para todos los empleados/as en la intranet, garantizándose la confidencialidad del proceso.

Somos Solidarios

GRI: 3-2 y 3-3

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 la compañía pone a su disposición.

Un gran número de profesionales de la compañía ha querido contribuir a paliar el impacto de la crisis sanitaria COVID-19, colaborando con varias iniciativas desde que esta comenzó. A continuación, una breve explicación de los principales programas de voluntariado en los que hemos participado este año:

Mujer Digital

Gracias a voluntarios de Orange, de la mano de Fundación Orange y Fundación Quiero Trabajo, este programa tiene como objetivo ayudar a mujeres en riesgo de exclusión a encontrar un empleo. Por segundo año consecutivo, en 2022 el voluntariado ha consistido en casi dos meses de formación en el que profesionales de Orange comparten su conocimiento con las participantes y las acompañan a través de sesiones de mentoría a recuperar su autoestima y mejorar las competencias digitales y enfrentarse con seguridad a un proceso de selección.

Activista Love

Se trata de un programa para fomentar en las escuelas el uso responsable de la tecnología e impulsar vocaciones femeninas en carreras técnicas. Hemos desarrollado los contenidos junto a con Innova Partners. Te lo contamos en detalle en el capítulo 3 - Por un uso seguro y responsable de la tecnología

Sorteando Incertidumbres

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 organizada junto con Fundación Asperger, de 4 sesiones de mentorización de 2 horas cada una, distribuida en grupos de trabajo.

Igual-tecnología

El objetivo de este programa, que desarrollamos con Fundación Randstad, 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.

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

Durante diciembre 2022, la Semana Solidaria Orange ha contado con la participación de 5.300 personas a través de programas de voluntariado, animándolas a participar en actividades culturales, artísticas, acción social, etc., repartidas en las diferentes ciudades españolas, además de en sus tiendas y también en actividades online, reuniendo más de 85.000€ y 4.100 kilos de comida con un alcance directo a más de 4.000 personas en riesgo de exclusión social en España.



7

**Información
adicional sobre
este informe**

Principios para la presentación de informes

GRI: 1

Con el objetivo de asegurar el contenido y la calidad del contenido, de acuerdo con 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.

Verificabilidad: 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 2022, determinado por el año natural (1 de enero a 31 de diciembre de 2022).

Alcance y criterios de elaboración

GRI 2-2

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 reporte 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

Iniciativas externas

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

Standard GRI 2016 y 2021 (Global Reporting Initiative)

10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que se adhirió el Grupo Orange en el año 2000

ODS - Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

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

Principios de la Norma AA1000 Accountability Standard

ISO 14001:2015, certificación anual de sistemas de gestión Medio Ambiental, por AENOR

ISO 14064-1:2006, certificación anual de Gases de efecto invernadero, por AENOR

ISO 9001, certificación por AENOR del Sistema de Gestión de Calidad para los procesos estratégicos, operativos y de soporte, incluida la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa

ISO 45001, certificación anual de Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo

ISO 27001, certificación de 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 contenidos en cumplimiento Ley 11/2018

Ámbito
Modelo de negocio

Ley 11/2018	Contenidos GRI	Respuesta
Descripción del modelo de negocio, entorno, organización y estructura.	2-1 Detalles organizacionales	Acerca de nuestra compañía
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	
Mercados en los que opera.	2-1 Detalles organizacionales	Acerca de nuestra compañía
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	
Objetivos y estrategias.	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta del CEO
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible
	3-2 Lista de temas materiales	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible La inclusión digital en la vida cotidiana El cliente como eje de la transformación Por un uso seguro y responsable de la tecnología - Activista Orange Igualdad Digital - Ofertas inclusivas - Más cerca de nuestros mayores Seguridad y libertad digital Privacidad y ciberseguridad Cadena de suministro responsable – Conducta de proveedores Por un uso seguro y responsable de las tecnologías Inclusión en el país Conectividad y digitalización de la sociedad – Nuestro compromiso con la digitalización de autónomos y Pymes Comprometidos con el equipo humano Medio ambiente, salud y sostenibilidad digital Estrategia y gestión ambiental Uso eficiente y energía renovable Economía circular y gestión de recursos

Políticas y resultados de las mismas

Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá : a) los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativo, y b) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	2-15 Conflictos de interés	Valores, ética y derechos humanos
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	
	2-23 Compromisos y políticas	
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Estructura de gobierno
2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		Valores, ética y derechos humanos
2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos		Riesgos y oportunidades
407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo		Valores, ética y derechos humanos
408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		Personas
409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		Cadena de suministro responsable

Cuestiones medioambientales

General medioambiente Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental; los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales; la aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	3-3 (GRI 103 Estándar 2016)	Gestión de temas materiales	Estrategia y compromiso medioambiental
	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Cadena de suministro responsable
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Cadena de suministro responsable Estrategia y compromiso medioambiental
	3-3	Gestión de temas materiales	Estrategia y compromiso medioambiental Uso eficiente y energía renovable
Contaminación 1) Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente. 2) Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	305-5	Reducción de las emisiones GEI	Uso eficiente y energía renovable
	3-3	Gestión de temas materiales	Economía circular y gestión de recursos
Economía circular y prevención y gestión de residuos Economía circular	301-2	Insumos reciclados utilizados	
	301-3	Productos y materiales de envasado recuperados	
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	3-3	Gestión de temas materiales	Economía circular y gestión de recursos
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	
	306-3	Residuos generados	

Uso sostenible de recursos

El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.

Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.

Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.

303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Economía circular y gestión de recursos
303-3	Extracción de agua	
303-4	Vertido de agua	
303-5	Consumo de agua	
3-3	Gestión de temas materiales	Economía circular y gestión de recursos
301-1	Materiales utilizados por peso y volumen	
301-2	Insumos reciclados utilizados	
301-3	Productos y materiales de envasado recuperados	
3-3	Gestión de temas materiales	Economía circular y gestión de recursos
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Uso eficiente y energía renovable
302-2	Consumo energético fuera de la organización	
302-3	Intensidad energética	
302-4	Reducción del consumo energético	
302-5	Reducción de los requerimientos de productos y servicios	

Cambio climático Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce.	3-3	Gestión de temas materiales	Economía circular y gestión de recursos
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Uso eficiente y energía renovable
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	
	305-4	Intensidad de las emisiones GEI	
	305-5	Reducción de las emisiones GEI	
Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	3-3	Gestión de temas materiales	Economía circular y gestión de recursos
Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	305-5	Reducción de las emisiones GEI	Uso eficiente y energía renovable
Protección de la biodiversidad Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	Estrategia y compromiso medioambiental
	304-3	Hábitats protegidos o restaurados	Biodiversidad
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	Biodiversidad

Cuestiones sociales y relativas al personal

Empleo Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	2-7	Empleados	Personas
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	2-7	Empleados	Personas
Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	2-7	Empleados	Personas
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Personas
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Personas
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	3-3	Gestión de temas materiales	Personas
	405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.	3-3	Gestión de temas materiales	Personas
	2-19	Políticas de remuneración	
	2-19	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	
Implantación de políticas de desconexión laboral.	3-3	Gestión de temas materiales	Personas
Empleados con discapacidad	2-7	Empleados	Personas
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	

Organización del trabajo Organización del tiempo de trabajo.	3-3	Gestión de temas materiales	Personas
	402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	
Número de horas de absentismo	403-9	Lesiones por accidente laboral	Personas
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	3-3	Gestión de temas materiales	Personas
	401-3	Permiso parental	
Salud y seguridad Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	403-1	Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	Personas
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de accidentes	
	403-3	Servicios de salud en el trabajo	
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-9	Lesiones por accidente laboral	Personas
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	

Relaciones sociales Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	3-3	Gestión de temas materiales	Personas
	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Valores, ética y derechos humanos
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	2-30	Convenios de negociación colectiva	Personas
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Personas
Formación Las políticas implementadas en el campo de la formación	3-3	Gestión de temas materiales	Talento y formación
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Talento y formación
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	3-3	Gestión de temas materiales	Personas
Igualdad Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres; planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad; la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	3-3	Gestión de temas materiales	Diversidad e igualdad

Derechos humanos

Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.	2-23	Compromisos y políticas	Valores, ética y derechos humanos
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Valores, ética y derechos humanos
	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Diversidad e igualdad
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Valores, ética y derechos humanos
La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Diversidad e igualdad
La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Cadena de suministro responsable
La abolición efectiva del trabajo infantil.	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	Personas

Corrupción y soborno

Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	2-23	Compromisos y políticas	Valores, ética y derechos humanos
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	
	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	
	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Valores, ética y derechos humanos
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible

Sociedad

Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	3-3	Gestión de temas materiales	Conectividad y digitalización de la sociedad Igualdad digital Por un uso seguro y responsable de las tecnologías
	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Conectividad y digitalización de la sociedad
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Conectividad y digitalización de la sociedad
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Conectividad y digitalización de la sociedad Igualdad digital
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	Por un uso seguro y responsable de las tecnologías
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Conectividad y digitalización de la sociedad
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	3-3	Gestión de temas materiales	Conectividad y digitalización de la sociedad Igualdad digital Por un uso seguro y responsable de las tecnologías
	2-29	Enfoque para la participación de los grupo de interés	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Conectividad y digitalización de la sociedad
Las acciones de asociación o patrocinio.	2-28	Afiliación a asociaciones	Valores, ética y derechos humanos

Subcontratación y proveedores

1) La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.
2) Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.

Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.

Consumidores
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.

Subcontratación y proveedores 1) La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales. 2) Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	3-3	Gestión de temas materiales	Cadena de suministro responsable
	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	
	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	
	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	
	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Cadena de suministro responsable
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	
Consumidores Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	3-3	Gestión de temas materiales	Salud y seguridad de nuestros clientes Privacidad y ciberseguridad
	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Salud y seguridad de nuestros clientes
	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Salud y seguridad de nuestros clientes
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Salud y seguridad de nuestros clientes

Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Valores, ética y derechos humanos Sistema de gestión de quejas y reclamaciones
	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Salud y seguridad de nuestros clientes
Información fiscal Beneficios obtenidos país por país. Impuestos sobre beneficios pagados.	207-1 Enfoque fiscal	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible
	207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	
Subvenciones públicas recibidas.	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible

Otros contenidos significativos

1	Fundamentos	Información adicional sobre este informe
2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Acerca de nuestra compañía
2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Información adicional sobre este informe
2-4	Actualización de la información	Información adicional sobre este informe
2-5	Verificación externa	Información adicional sobre este informe
2-9	Estructura de gobernanza y composición	Estructura de gobierno
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Estructura de gobierno
2-11	Presidentes y selección del máximo órgano de gobierno	Estructura de gobierno
2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Estructura de gobierno
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Estructura de gobierno
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Personas
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Uso eficiente y energía renovable
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Talento y formación
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Valores, ética y derechos humanos

Índice de contenidos GRI

GRI 1: Fundamentos 2021

Orange Espagne S.A.U ha reportado la información citada en este índice conforme a Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Orange Espagne S.A.U. ha informado de acuerdo con los Estándares GRI para el periodo Enero a Diciembre del año 2022

For the Content Index - Essentials Service, GRI Services reviewed that the GRI content index is clearly presented, in a manner consistent with the Standards, and that the references for disclosures 2-1 to 2-5, 3-1 and 3-2 are aligned with the appropriate sections in the body of the report”



CONTENT INDEX
ESSENTIALS SERVICE

2023

La organización y sus prácticas de presentación de informes

GRI 2: Contenidos Generales 2021

2-1	Detalles organizacionales	Acerca de nuestra compañía
2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Acerca de nuestra compañía
2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Información adicional sobre este informe
2-4	Actualización de la información	Información adicional sobre este informe
2-5	Verificación externa	Información adicional sobre este informe

Actividades y trabajadores

GRI 2: Contenidos Generales 2021

2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Acerca de nuestra compañía Cadena de suministro responsable
2-7	Empleados	Personas

Gobernanza

GRI 2: Contenidos Generales 2021

2-8	Trabajadores que no son empleados	Información no disponible/incompleta*
2-9	Estructura de gobernanza y composición	Estructura de gobierno
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Estructura de gobierno
2-11	Presidentes y selección del máximo órgano de gobierno	Estructura de gobierno
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Estructura de gobierno
2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Estructura de gobierno
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Estructura de gobierno
2-15	Conflictos de interés	Valores, ética y derechos humanos
2-16	Comunicación de inquietudes críticas	Valores, ética y derechos humanos
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Información no disponible/incompleta*
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Información no disponible/incompleta*
2-19	Políticas de remuneración	Personas
2-20	Proceso para determinar la remuneración	Información no disponible/incompleta*
2-21	Ratio de compensación total anual	Información no disponible/incompleta*

Estrategia, políticas y prácticas

GRI 2: Contenidos Generales 2021

2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta del CEO
2-23	Compromisos y políticas	Valores, ética y derechos humanos
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	Estructura de gobierno
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	Valores, ética y derechos humanos Sistema de gestión de quejas y reclamaciones
2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Valores, ética y derechos humanos
2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	Estrategia y compromiso medioambiental
2-28	Afiliación a asociaciones	Estrategia y compromiso medioambiental

Participación de los grupos de interés

GRI 2: Contenidos Generales 2021

2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible
2-30	Convenios de negociación colectiva	Personas

*Información no disponible para el ejercicio 2022 teniendo en cuenta que el reporte se ha centrado en el cumplimiento de los requisitos normativos de la Ley 11/2018 entre los que estos indicadores no figuran. Sin embargo, ya se está trabajando para obtener y reportar estos indicadores de cara al próximo ejercicio"

Contenidos sobre los temas materiales

GRI 3: Temas Materiales 2021

3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible (pág. 35 - 36)
3-2	Lista de temas materiales	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible (pág. 35 - 36) Escuela y educación Formas de trabajar y formación Privacidad y Seguridad de Datos Uso Seguro y Responsable de Internet Economía Local Empleo Consumo energético y cambio climático
3-3	Gestión de los temas materiales Escuela y educación	Activista Orange - Más cerca de nuestros mayores
3-3	Gestión de los temas materiales Formas de trabajar y formación	
3-3	Gestión de los temas materiales Privacidad y Seguridad de datos	Privacidad y ciberseguridad
3-3	Gestión de los temas materiales Uso Seguro y Responsable de Internet	Por un uso seguro y responsable de la tecnología
3-3	Gestión de los temas materiales Economía local GRI 413: Comunidades locales 2016	Conectividad y digitalización de la sociedad Igualdad digital Por un uso seguro y responsable de las tecnologías
	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Conectividad y digitalización de la sociedad Igualdad digital
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos – reales y potenciales– en las comunidades locales	Por un uso seguro y responsable de las tecnologías
3-3	Gestión de los temas materiales Empleo GRI 401: Empleo 2016	Personas
	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Personas
	401-2 Permiso parental	Personas

3-3	Gestión de los temas materiales Consumo energético y cambio climático - GRI 301: Materiales 2016	Economía circular y gestión de recursos
	301-1 Materiales utilizados por peso y volumen	Economía circular y gestión de recursos
	301-2 Insumos reciclados utilizados	Economía circular y gestión de recursos
	301-3 Productos y materiales de envasado recuperados	Economía circular y gestión de recursos
	GRI 302: Energía 2016	Uso eficiente y energía renovable
	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Uso eficiente y energía renovable
	302-2 Consumo energético fuera de la organización	Uso eficiente y energía renovable
	302-3 Intensidad energética	Uso eficiente y energía renovable
	302-4 Reducción del consumo energético	Uso eficiente y energía renovable
	302-5 Reducción de los requerimientos de productos y servicios	Uso eficiente y energía renovable
	GRI 305: Emisiones 2016	Uso eficiente y energía renovable
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Uso eficiente y energía renovable
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance)	Uso eficiente y energía renovable
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Uso eficiente y energía renovable
	305-4 Intensidad de las emisiones GEI	Uso eficiente y energía renovable
	305-5 Reducción de las emisiones GEI	Uso eficiente y energía renovable

GRI 306: Residuos 2020	Economía circular y gestión de recursos
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Economía circular y gestión de recursos
306-3 Residuos generados	Economía circular y gestión de recursos
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	Cadena de suministro responsable Estrategia y compromiso medioambiental
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Cadena de suministro responsable
308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Cadena de suministro responsable Estrategia y compromiso medioambiental

Información adicional

Desempeño Económico

GRI 201: Desempeño económico 2016

201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible
201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Personas
201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible

Presencia en el mercado

GRI 202: Presencia en el mercado 2016

202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Personas
---	----------

Impactos económicos indirectos

GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016

203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Conectividad y digitalización de la sociedad
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	Conectividad y digitalización de la sociedad

Prácticas de adquisición

GRI 204: Prácticas de adquisición 2016

204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Cadena de suministro responsable
--	----------------------------------

Anticorrupción

GRI 205: Anticorrupción 2016

205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Valores, ética y derechos humanos
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Valores, ética y derechos humanos
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Valores, ética y derechos humanos

Competencia desleal

GRI 206: Competencia desleal 2016

206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	Valores, ética y derechos humanos
---	-----------------------------------

Fiscalidad

GRI 207: Fiscalidad 2019

207-1 Enfoque fiscal	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible
207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	Nuestra contribución al desarrollo del mundo digital sostenible

Agua y efluentes

GRI 303: Agua y efluentes 2018

303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	Economía circular y gestión de recursos
303-3 Extracción de agua	Economía circular y gestión de recursos
303-4 Vertido de agua	Economía circular y gestión de recursos
303-5 Consumo de agua	Economía circular y gestión de recursos

Biodiversidad

GRI 304: Biodiversidad 2016

304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	Biodiversidad
304-3 Hábitats protegidos o restaurados	Biodiversidad

Relaciones trabajador-empresa

GRI 402: Relación trabajador-empresa 2016

402-1 Plazos de preaviso mínimos sobre cambios operacionales	Personas
--	----------

Seguridad y salud en el trabajo

GRI 403: Seguridad y salud en el trabajo 2018

403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	Personas
403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de accidentes	Personas
403-3 Servicios de salud en el trabajo	Personas
403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Personas
403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Personas
403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	Personas
403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Personas
403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	Personas
403-9 Lesiones por accidente laboral	Personas
403-10 Dolencias y enfermedades laborales	Personas

Formación y enseñanza

GRI 404: Formación y educación 2016

404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Talento y formación
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Talento y formación

Diversidad e igualdad de oportunidades

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016

405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Personas
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Personas

No discriminación

GRI 406: No discriminación 2016

406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Diversidad e igualdad
--	-----------------------

Libertad de asociación y negociación colectiva

GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016

407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Valores, ética y derechos humanos
---	-----------------------------------

Trabajo infantil

GRI 408: Trabajo infantil 2016

408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Personas
---	----------

Trabajo forzoso u obligatorio

GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016

409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Cadena de suministro responsable
--	----------------------------------

Prácticas en materia de seguridad

GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016

410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Talento y formación
--	---------------------

Evaluación social de los proveedores

GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016

414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Cadena de suministro responsable
414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Cadena de suministro responsable

Política pública

GRI 415: Política pública 2016

415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Valores, ética y derechos humanos
--	-----------------------------------

Salud y seguridad de los clientes

GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016

416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Salud y seguridad de nuestros clientes
---	--

Marketing y etiquetado

GRI 417: Marketing y etiquetado 2016

417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Salud y seguridad de nuestros clientes
417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Salud y seguridad de nuestros clientes

Privacidad del cliente

GRI 418: Privacidad del cliente 2016

418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Salud y seguridad de nuestros clientes
---	--

Mejoras y cambios significativos en la elaboración del informe

GRI 3-2

Se ha consolidado la estructura del informe para garantizar que ofrece información actualizada y veraz sobre todos los temas materiales claves priorizados por nuestros grupos de interés.

En este informe se ha incorporado 96 GRI según el Estándar GRI 2021, duplicando en dos años el número de indicadores cubiertos (+106% versus EINF 2020).

Se ha incluido la relación de aspectos materiales claves identificados por Orange a través del diálogo con sus grupos de interés, con aquellas iniciativas desarrolladas para darles respuesta y que se desarrollan en los diferentes capítulos de este informe.

Respecto al ejercicio anterior, se han descrito iniciativas nuevas, tales como:

- Gobierno y Organización: informando sobre la política de selección y el funcionamiento del máximo órgano de gobierno.
- Grupos de interés: información acerca de los medios para la comunicación de inquietudes críticas.
- Medio Ambiente: informando acerca del consumo eléctrico fuera de la organización, y ampliando la relativa al consumo y vertidos de agua; informando acerca de los impactos significativos que afectan a la biodiversidad; detallando el alcance 3 de la huella de carbono generada y las medidas para su reducción.
- Seguridad y salud en el trabajo: informando acerca de los servicios de salud en el trabajo y la formación a los empleados.
- Derechos humanos: informando acerca del personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos, así como la no discriminación.

Ajustes de información

GRI 2-4

Respecto al informe del año 2021, se han producido los siguientes cambios o ajustes:

- GRI 205-2: “Nº de empleados con formación en anticorrupción” en 2021
- GRI 205-3: “Transgresiones a la buena fe confirmados” en 2021
- GRI 2-25: “Reclamaciones sobre corrección de facturas” en 2021 según el informe anual de Calidad de Servicio
- GRI 301-1: “Materiales utilizados por peso o volumen” en 2021
- GRI 305-1, 305-2 y 305-3: “Detalle de emisiones directas de GEI de alcance 1, 2 y 3” en 2021, conforme al resultado de la verificación externa realizada por AENOR posteriormente al cierre del EINF.

Se actualiza la serie histórica de datos de formación a partir de la información obtenida en enero 2023 sobre la formación realizada en los ejercicios 2019 a 2022 procedentes de la plataforma Learning Management Solution de Orange Learning Group.

Debido a cambios en la metodología y a la utilización de nuevos factores de emisión para algunas fuentes, entre ellas las derivadas de “Bienes y equipos”, con un resultado significativo, se ha llevado a cabo un recalcule de las emisiones de 2021 para mantener dicho Año base.

Huella de Carbono verificada por AENOR según ISO 14064-1:2018

Período, fecha del último informe y ciclo de elaboración

GRI 2-3

El presente Informe de Sostenibilidad, cuya frecuencia de elaboración es anual, corresponde al ejercicio 2022, lo que comprende el período desde 01/01/2022 hasta 31/12/2022.

El anterior Informe de Sostenibilidad de Orange en España fue publicado en 2022 en nuestra web [Estado de información no financiera Orange España 2021 | Somos Responsables - Orange](#)

Hechos posteriores

Durante el ejercicio 2022, el Grupo Orange y el Grupo MásMóvil (Lorca JVCO) anunció el comienzo de un periodo de negociación en exclusiva para combinar sus negocios en España. El pasado 13 de febrero de 2023, el Grupo Orange y el Grupo MásMóvil (Lorca JVCO) presentaron formalmente la notificación a la Comisión Europea para la primera fase de la autorización. El objetivo es sumar las fuerzas de ambos Grupos para constituir un operador alternativo líder, con la escala necesaria para contribuir a desarrollar el mercado español. Esta operación se realizaría a través de una Joint Venture participada al 50%, con el derecho del Grupo Orange a tomar el control en un futuro.

Verificación externa

GRI 2-5

En relación con el Capítulo 4 de este informe, se ha verificado exclusivamente aquella información exigida por la regulación aplicable en materia de información no financiera, así como por los estándares GRI a los que hacen referencia. A fecha de publicación de esta edición, parte de su contenido medioambiental está siendo evaluado y verificado conforme a la norma ISO14064-1:2006 y 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.

Glosario de términos

Abreviatura	Significado
AEE	Aparatos Eléctricos y Electrónicos
AEECF	Asociación de Empresas Contra el Fraude
ATP	Association of Tennis Professionals
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
CCARS	Comité Científico Asesor en Radiofrecuencias y Salud
CEO	Environmantal, Social and Governance
COP	Conference of the Parties
CPD	Centro de Procesamiento de Datos
CPE	Customer Provided Equipment
CRM	Customer Relationship Management
DD	Due Diligence
DDHH	Derechos Humanos
DoC	Declaration of Conformity
ESG	Environmantal, Social and Governance
E2E	End to End
EMEA	Europe, the Middle East and Africa
FTTH	Fiber To The Home
GEI	Gases de efecto Invernadero
GRI	Global Reporting Initiative
GWh	Giga Watios hora
IA	Inteligencia Artificial
I+D	Investigación y Desarrollo
IoT	Internet de las Cosas
IVR	Interactive Voice Response
ISO	International Association for Standarization
MOOC	Massive Online Open Courses
NPS	Net Promoter Score

Abreviatura	Significado
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
ODS	Objetivos de Desarrollo sostenible
OMV	Operador Móvil Virtual
OLT	Optical Line Terminal
OSP	Orange Espagne
PCR	Post Customer Recycled
PPA	Power Purchase Agreement
QIG	Quick Instalation Guide
RFET	Real Federación Española de Tenis
RRSS	Redes Sociales
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
SAC	Servicio de Atención al Cliente
STEM	Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas
STEAM	Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Artes y Matemáticas
TI	Tecnología de la información
TIC	Tecnología de la información y las comunicaciones
VoC	Voz de Cliente

Punto de contacto

GRI 2-3

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

Comunicación Externa:
comunicacion.externa@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](#).

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 sostenibilidadorange.es.

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

+34 656 00 14 70

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