



Informe de Sostenibilidad

Estado de Información No Financiera 2023 de Orange Espagne S.A.U



Contenido

1. Somos Orange	6
1.1 Carta del CEO	6
1.2 Acerca de nuestra compañía	7
1.3 Estructura de gobierno	9
1.3.1 Consejo de Administración	9
1.3.2 Comisión de Auditoría	12
1.3.3 Comité de Dirección	13
1.3.4 Gobierno de la Sostenibilidad	14
1.4 Desempeño sostenible e impacto generado	16
1.4.1 Contexto y normativa ESG	18
1.4.2 Diálogo con todos los grupos de interés	20
1.4.3 Matriz de doble materialidad	22
1.4.4 Impacto generado	25
1.5 Riesgos y oportunidades	27
1.5.1 Gobernanza de los riesgos	27
1.5.2 Proceso de gestión del riesgo	29
1.5.3 Contexto, riesgos y oportunidades	32
1.5.4 Gestión de los riesgos ESG y Plan de Vigilancia	33
2. Valores, ética y derechos humanos	36
2.1 Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas	38
2.2 Protección contra el fraude	39
2.3 Medidas para los riesgos relacionados con la corrupción	39
2.4 Conflicto de interés	40
2.5 Formación en ética y cumplimiento normativo	41
3. Comprometidos con el planeta	42
3.1 Estrategia y compromiso medioambiental	42
3.1.1 Sistema de gestión de riesgos medioambientales	45
3.2 Uso eficiente y energía renovable	46
3.2.1 Pioneros en energía 100% verde	46
3.2.2 Eficiencia energética	47



- 3.3. Reduciendo la huella de carbono 50
 - 3.3.1 Principales resultados de consumos y emisiones de alcance 1 y 2 50
 - 3.3.2 Principales resultados de emisiones de alcance 3..... 52
- 3.4 Biodiversidad..... 53
- 3.5 Economía circular y gestión de recursos..... 54
 - 3.5.1 Diseño: Livebox 6, el router eco pionero..... 54
 - 3.5.2 Compartir/Alquilar: Compras sostenibles 57
 - 3.5.3 Reparar: Derecho a reparar 58
 - 3.5.4 Recoger: Recuperación de dispositivos móviles..... 59
 - 3.5.5 Reutilizar/Renovar: Reciclaje por el bien social 59
 - 3.5.6 Reciclar: Reciclando en Red 60
- 4. Comprometidos con las personas..... 61
 - 4.1 Empleo en Orange..... 61
 - 4.1.1 Contrataciones 62
 - 4.1.2 Organización del trabajo..... 64
 - 4.1.3 Remuneraciones y brecha salarial 66
 - 4.1.4 Planes de prestación 69
 - 4.1.5 Acuerdos de negociación colectiva..... 70
 - 4.2 Talento y formación 71
 - 4.2.1 Reskilling en Orange..... 72
 - 4.2.2 Formación para todos 73
 - 4.2.3 Evaluación del desempeño 74
 - 4.3 Diversidad e igualdad..... 75
 - 4.3.1 Compromiso con la diversidad 75
 - 4.3.2 Igualdad en los procesos de selección 76
 - 4.3.3 Impulsamos el talento joven..... 77
 - 4.3.4 Orange contra la violencia de género 78
 - 4.3.5 Accesibilidad universal para nuestro personal..... 78
 - 4.4 Seguridad y salud en el trabajo..... 79



5. Igualdad digital y desarrollo social.....	81
5.1 Conectividad de calidad y desarrollo rural	83
5.2 Ofertas inclusivas, oportunidades para todas las personas	84
5.3 Mayores conectados	85
5.4 Impulsando la digitalización de autónomos, pymes y emprendedores	87
5.5 Uso responsable de la tecnología	88
5.6 Inteligencia artificial, big data y ética	89
5.7 IoT y 5G como palanca de sostenibilidad.....	91
5.8 Somos solidarios	92
6. El cliente como eje de la transformación	94
6.1. El modelo Voz del Cliente	97
6.1.1 Dando respuesta a las expectativas de nuestros clientes	97
6.1.2 Movilización del Feedback de cliente y modelo de gobierno.....	98
6.2 Sistema de gestión de quejas y reclamaciones.....	101
6.3 Salud y seguridad de nuestros clientes.....	104
6.3.1 Requisitos de información y etiquetado de productos y servicios.....	104
6.3.2 Evaluación de impactos en la salud y seguridad de productos y servicios.....	105
6.4 Privacidad de la Información	106
6.5 Seguridad y ciberseguridad en Orange.....	109
7. Cadena de suministro responsable.....	114
7.1 Código de Conducta de proveedores.....	115
7.2 Evaluación de proveedores.....	116
7.3 Cambios e impactos de la cadena de valor.....	118
8. Información adicional sobre este informe.....	119
8.1 Principios para la presentación de informes	119
8.2 Alcance y criterios de elaboración.....	120
8.3 Estándares e iniciativas internacionales.....	121
8.4 Índice de contenidos.....	121
8.5 Mejoras y cambios significativos en la elaboración del informe	134
8.6 Ajustes de información	135
8.7 Período, fecha del último informe y ciclo de elaboración.....	135
8.8 Verificación externa.....	135



8.9 Glosario de términos..... 136



1. Somos Orange

1.1 Carta del CEO

GRI: 2-22

Objetivos y estrategias

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

Este 2023 ha sido de especial significación para Orange, ya que en él hemos cumplido 25 años de actividad en España, a lo largo de los cuales nuestra compañía se ha consolidado como el segundo operador de telecomunicaciones del país y también, como un actor decisivo para el desarrollo económico gracias a los más de 37.000 millones de euros de inversión acumulada y a todas las acciones e iniciativas puestas en marcha para asegurar un futuro mejor para todos.

Estamos convencidos de que la innovación no puede convertirse en progreso si no contribuye a la transformación y a la mejora de la vida de todas las personas, y especialmente de aquellas que disponen de recursos limitados o tienen más dificultades de integración.

Las redes de comunicaciones son las infraestructuras clave sobre las que transcurre la economía digital y nuestro compromiso firme es trabajar para que lleguen a todos los territorios, contribuyendo así a que España mantenga su liderazgo digital, generando riqueza y empleo y favoreciendo el crecimiento de un tejido empresarial moderno y competitivo. Sin duda, la extensión de las redes a zonas rurales abre nuevas oportunidades que pueden atraer población a esas zonas y ayudar al arraigo en las mismas.

En este sentido, Orange ha dedicado en los últimos años el 20% de sus ingresos a invertir, fundamentalmente, en las redes del futuro. Gracias a ello, la red de fibra óptica de Orange en España supera ya 17,1 millones de hogares y negocios -siendo una de las más extensas de Europa- y nuestra cobertura 5G alcanza ya a más del 84% de la población. La fibra óptica de Orange contribuye decisivamente a conectar la España rural, llegando ya a 1.796 municipios, de los que 751 tienen menos de 5.000 habitantes. Asimismo, se ha seguido desarrollando la red ultrarrápida de fibra XGSPON de 10 Gbps, tecnología en la que Orange fue pionera en España en 2021, y con la que se ha llegado ya a más de 1,5 millones de hogares.

En febrero de 2023, nos convertimos, además, en el primer operador en España, y también uno de los primeros de Europa, en lanzar comercialmente la red 5G+ (nombre comercial del 5G SA), que ofrece mejor cobertura en interiores, ultrabaja latencia, más duración en la batería de los terminales, mayor número de dispositivos conectados y los mecanismos de seguridad más avanzados.

5G+ es una red extraordinariamente valiosa para el tejido empresarial satisfaciendo necesidades de conectividad flexible, escalable, confiable y segura para usos en tiempo real. El rápido despliegue llevado a cabo de esta tecnología permite que ya sean 51 las localidades españolas que pueden disfrutar de las capacidades avanzadas de esta nueva red.

Me gustaría destacar que todas estas inversiones y los despliegues de redes que se han realizado gracias a ellas, se han diseñado y ejecutado asegurando el cuidado del planeta que es uno de los pilares esenciales de nuestra política de sostenibilidad y elemento esencial de nuestro plan estratégico.

Me alegra compartir algunos de los principales resultados obtenidos en esta materia. En 2023 hemos reducido un 22% nuestra huella de carbono y hemos desarrollado proyectos de absorción de



emisiones que capturan el CO₂ equivalente a nuestra huella directa y que son una muestra de nuestra determinación para abordar el cambio climático con urgencia.

Dentro de los proyectos de absorción desarrollados, destaca la labor de reforestación del Bosque Orange ubicado en Ejulve (Teruel), que fue arrasado por un incendio forestal en 2009 y en el cual hemos plantado, en los últimos cuatro años, más de 43.600 árboles en unas 57 hectáreas, capaces de absorber 13.322 toneladas de CO₂.

El impulso de las energías limpias es otra de nuestras prioridades. Por ello, no solo aseguramos que el 100% del consumo eléctrico directo en nuestras instalaciones procede de fuentes de energía renovables. También en 2023, anunciamos una inversión de 2,5 millones de euros para el autoconsumo solar, con el objetivo de colocar paneles solares en 33 de nuestras instalaciones de 19 provincias hasta finales de 2024.

Fomentar el diseño sostenible de nuestros productos; promover el reciclaje y la reutilización de dispositivos; poner la innovación al servicio de prácticas empresariales cada vez más sostenibles... Todo ello pone de relieve que el compromiso ambiental es una constante que está muy presente en todas nuestras actuaciones.

Educación digital para el desarrollo social

La sostenibilidad, sin embargo, va más allá del cuidado del planeta. Y es que en Orange creemos que, para ir en la buena dirección, la transformación digital tiene que estar al alcance de todos para obtener los máximo beneficios en materia de comunicación, educación y desarrollo socioeconómico.

Por ello, 2023 quedará para siempre marcado en nuestra historia como el año en que se inauguró en Madrid la sede física del Orange Digital Center de Fundación Orange, que celebraba también entonces su 25 aniversario. Este espacio, en cuya inauguración nos acompañó S. M. el Rey, se ha convertido en estos meses en un centro de referencia para 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. Y no solo eso, también es un punto de encuentro para el emprendimiento, para la innovación, para aprender sobre uso responsable de la tecnología, y, en definitiva, para todos los que, como Orange, creemos que la digitalización puede marcar la diferencia.

Los próximos años nos plantean grandes retos como sociedad: la superación de las crisis económica y energética con una relación sostenible con el planeta y asegurando la inclusión social de los más vulnerables. Y en Orange seguiremos comprometidos en contribuir en este empeño, aportando soluciones que ayuden a un futuro mejor.

Se augura, por tanto, un futuro emocionante en el que desde Orange queremos ser sinónimo de innovación, servicio y desarrollo para toda la sociedad.

1.2 Acerca de nuestra compañía

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

Descripción del modelo de negocio, entorno, organización y estructura; Mercados en los que opera.



ORANGE ESPAGNE S.A.U. CIF A-82009812, filial íntegramente participada en último término por *Orange S.A. Société anonyme*.

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

ORANGE ESPAGNE S.A.U. es una compañía de telecomunicaciones que se dedica a la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, entre los cuales, a título meramente enunciativo, presta servicios de internet, telefonía móvil y fija, así como servicios audiovisuales a través de redes fijas y móviles. Tiene naturaleza privada, siendo cabecera de un grupo de sociedades mercantiles y, a su vez, parte del grupo de sociedades encabezado en último término por Orange S.A. Société Anonyme (Francia) en el sentido del Código de Comercio.

ORANGE ESPAGNE S.A.U. 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 2023, 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%



<p>Orange España Servicios de Telemarketing, S.A.U.</p> <p>Servicios de marketing y atención telefónica</p> <p>Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España</p>	100%
<p>Jazzplat Colombia S.A.S</p> <p>Servicios de call center y atención al cliente</p> <p>Carrera 72B nº 23-20 – Bogotá, Colombia</p>	100%
<p>Jazzplat España S.L.U.</p> <p>Servicios de atención telefónica</p> <p>Paseo del Ocio nº 4 – 19002 Guadalajara, España</p>	100%
<p>Orange Mediación de Seguros, S.L.U.</p> <p>Mediación de seguros</p> <p>Paseo del Club Deportivo, 1 – La Finca – Pozuelo de Alarcón – 28223 Madrid, España</p>	100%

Orange tiene operaciones en 2 países, España y Colombia, desde donde se ofrecen servicios indicados anteriormente para cada sociedad participada. **Orange Espagne, S.A.U. como sociedad individual opera únicamente en España.**

1.3 Estructura de gobierno

GRI: 2-9, 2-24

1.3.1 Consejo de Administración

GRI: 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-15, 2-17, 405-1

ORANGE ESPAGNE S.A.U. (también en adelante Orange) se organiza de acuerdo con una estructura de gobierno que tiene como principio de actuación desempeñar sus funciones de conformidad con el interés social, entendido como el interés de la Sociedad. En este sentido, actúa para garantizar la consecución de un negocio rentable y sostenible a largo plazo, con el fin de promover su continuidad y maximizar su valor económico, desarrollando sus funciones con independencia de criterio y otorgando el mismo trato a todos los accionistas que se hallen en la misma posición.

Esta búsqueda del interés social se realiza siempre bajo el respeto de las leyes y reglamentos y con un comportamiento basado en la buena fe, la ética y el respeto a los usos y a las buenas prácticas comúnmente aceptadas. Todo ello procurando conciliar el propio interés social con, según corresponda, los legítimos intereses de empleados, proveedores, clientes y los de los restantes grupos de interés que puedan verse afectados, así como teniendo en cuenta el impacto de las actividades de Orange en la comunidad en su conjunto y en el medio ambiente.

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. Puede, además, designar comisiones, nombrar su presidente, su secretario y vicesecretario y delegar sus facultades en uno o varios consejeros delegados.



El Consejo de Administración se reúne ordinariamente una vez al trimestre y está compuesto por el presidente no ejecutivo Jean-François Fallacher, desde el día 20 de julio de 2023 (sustituyendo a Gervais Gilles Pellissier); el consejero delegado y responsable de la gestión de la organización, Ludovic Alain Pech, desde el día 10 de febrero de 2023 (en lugar de Jean-François Fallacher); y los seis consejeros adicionales incluidos en el cuadro señalado a continuación:

Cargo	Miembros del Consejo de Administración
Presidencia	Jean-François Fallacher, desde el día 20.07.2023 (anteriormente Gervais Gilles Pellissier).
Consejero Delegado	Ludovic Alain Pech, desde 10.02.2023 (anteriormente Jean-François Fallacher).
Consejeros	Antonio Anguita Ruiz Clarisse Hériard Dubreuilh Mari-Noëlle Jégo-Laveissière Maria Luisa Jorda Castro Benedicte Nadine Javelot Hugues Foulon Christophe Naulleu (consejero hasta el 10.02.2023)

Composición del Consejo de Administración (%)	2022	2023
<i>Género</i>		
Hombres	55,6%	50%
Mujeres	44,4%	50%
<i>Nacionalidad</i>		
Francesa	77,8%	75%
Española	22,2%	25%
<i>Edad</i>		
50-55	44,5%	62,50%
56-60	33,3%	37,50%
61-65	22,2%	-
<i>Formación</i>		
Económico/Financiera	66,7%	50%
Innovación/Telecomunicaciones	11,1%	25%
Química/Física/Matemáticas	22,2%	25%

El Consejo de Administración es informado de las cuestiones de sostenibilidad a través de la Dirección General de Regulación, Asuntos Públicos y Sostenibilidad. El Consejo aborda anualmente cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, entre ellas, la formulación del Informe de Sostenibilidad del ejercicio anterior, junto a los estados financieros anuales de la compañía (marzo 2023) y, adicionalmente, el Informe sobre responsabilidad social corporativa (en julio 2023).

Los administradores del Consejo de Administración de Orange España, como miembros del máximo órgano de gobierno de la compañía, tienen el deber de evitar situaciones de conflicto de interés con base a la letra e) del artículo 228 y el artículo 229 de la Ley de Sociedades de Capital.

En particular, están obligados a:



- Adoptar las medidas necesarias para evitar incurrir en situaciones en las que sus intereses, sean por cuenta propia o ajena, puedan entrar en conflicto con el interés social y con sus deberes para con la sociedad.
- Realizar transacciones con la sociedad, excepto que sean operaciones ordinarias, hechas en condiciones estándar para los clientes y de escasa relevancia, entendiéndose por tales aquellas cuya información no sea necesaria para expresar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la entidad.
- Utilizar el nombre de la sociedad o invocar su condición de administrador para influir indebidamente en la realización de operaciones privadas.
- Hacer uso de los activos sociales, incluida la información confidencial de la compañía, con fines privados.
- Aprovecharse de las oportunidades de negocio de la sociedad.
- Obtener ventajas o remuneraciones de terceros distintos de la sociedad y su grupo asociadas al desempeño de su cargo, salvo que se trate de atenciones de mera cortesía.
- Desarrollar actividades por cuenta propia o cuenta ajena que entrañen una competencia efectiva, sea actual o potencial, con la sociedad o que, de cualquier otro modo, le sitúen en un conflicto permanente con los intereses de la sociedad.

En todo caso, los administradores deben comunicar al Consejo de Administración de Orange España (o en el caso de filiales administradores mancomunados, al accionista único en su condición de Junta general) cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos pudieran tener con el interés de la sociedad.

Con este fin, la Secretaría del Consejo de Administración solicita anualmente por carta firmada a los consejeros que confirmen su situación en relación con el conflicto de interés. Todo ello sin perjuicio de la obligación de informar en cualquier momento al Consejo de Administración de situaciones de tal índole.

Las circunstancias de conflicto de interés en que incurran los administradores son anualmente objeto de información en la memoria que integra las cuentas anuales de la compañía. Durante el 2023, no se ha producido ningún conflicto de interés, al igual que durante el ejercicio 2022.

Procedimiento de selección, nombramiento, reelección y ratificación de consejeros

GRI: 2-10, 2-18

Los Estatutos Sociales de Orange España 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 España.

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.

1.3.2 Comisión de Auditoría

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

En su conjunto, los miembros de la Comisión tienen los conocimientos técnicos pertinentes en relación con el sector de las Telecomunicaciones y 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 año desde su cese.

El secretario del Consejo de Administración actúa también como secretario de la Comisión. 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.



Comisión de Auditoría	
Presidenta	Clarisse Heriard Dubreuil
Miembros	María Luisa Jordá Castro
	Hugues Foulon

1.3.3 Comité de Dirección

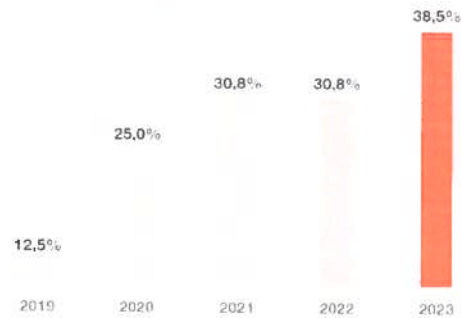
El Comité de Dirección de Orange tiene como misión principal acompañar en el ejercicio de redefinición del modelo de negocio, con el objetivo de continuar consolidando la posición de la compañía en el mercado y poniendo en valor el talento interno y la diversidad de perfiles en la organización.

La estructura del máximo órgano de dirección de Orange, que guía el desarrollo del negocio, no ha sufrido cambios respecto a 2022, si bien se han producido cambios en la composición de sus miembros: en concreto, el CEO, y los responsables de las direcciones de IT y Finanzas y Control de Gestión.

Comité Ejecutivo



Respecto al año 2022 se ha incrementado el número de mujeres en el Comité de Dirección, pasando de 4 a 5, y su representación ha subido del 30,8% al 38,5%, manteniéndose la evolución positiva de los últimos años.



1.3.4 Gobierno de la Sostenibilidad

GRI: 205-2

El modelo de gobernanza de la sostenibilidad de Orange – cocreado por los grupos de interés de Orange en 2019- es una pieza clave de movilización organizativa para cumplir el propósito de ofrecer a todas las personas las claves para un mundo digital responsable. Se trata de un elemento transversal a todas las áreas de negocio de la compañía y su diseño está basado en cinco atributos:

- **Activar el propósito:** poner en acción el propósito de Orange para lograr un impacto exponencial en la sociedad y el planeta.
- **Ser cercanos:** mantener un diálogo fluido con los grupos de interés para acelerar la identificación de necesidades sociales, ambientales y prácticas de buen gobierno.
- **Integración en el negocio:** construir una relación de beneficio mutuo entre la sostenibilidad y el negocio.
- **Impacto escalable:** priorizar y poner foco en iniciativas potentes y escalables para maximizar el impacto positivo.
- **Simplicidad:** coordinar los esfuerzos y responsabilidades de toda la organización bajo un único paraguas, facilitando las sinergias.

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.

Dado que la sostenibilidad es un elemento clave para Orange en España, y transversal a todas las áreas de negocio de la compañía, la directora general de Regulación, Asuntos Públicos y Sostenibilidad, Luz Usamentiaga, miembro del Comité de Dirección, es responsable de elevar todos los asuntos sobre materia de sostenibilidad al Consejo de Administración. Este compromiso se ha materializado en julio de 2023, en la presentación al máximo órgano de gobierno de Orange en España del Informe sobre Responsabilidad Social Corporativa, en el que se hace seguimiento de los logros y retos en materia medioambiental, social y de buena gobernanza que afronta la compañía y que se describen en detalle en el apartado siguiente. Además, anualmente se presenta el avance del Plan de Vigilancia a través del cual se garantiza el respeto y el fomento de los derechos humanos, que se describe más adelante.

Otro de los elementos clave de este modelo de trabajo en Orange es la Oficina de Sostenibilidad. Esta comunidad multidisciplinar, coordinada desde el área de Sostenibilidad, está constituida por un



equipo de expertos de todos y cada uno de los ámbitos ESG y 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.



Diálogos con grupos de interés
Escuchar a los clientes, empleados, autoridades, partners, sociedad civil y expertos, para entender sus expectativas sociales y ambientales e identificar prioridades

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

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

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

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

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

Este modelo de gestión, ya consolidado tras su implementación en 2021, permite a Orange integrar 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. A lo largo de 2023 expertos en estrategia y sostenibilidad han desarrollado un *framework* ESG en el seno de esta comunidad a partir de cuatro palancas:

- Estrategia del Grupo Orange
- Objetivos, prioridades e iniciativas de Orange España
- Restos y mejores prácticas sectoriales



- Requerimientos regulatorios

Este trabajo ha permitido identificar nuevas oportunidades.

Orange, además, integra en su modelo de gestión, 9 certificaciones ISO que garantizan de forma fehaciente que los estándares están correctamente implementados y cumplen las diferentes normativas que establece International Organization for Standardization (ISO) para cada ámbito:

Estándares certificados	Ámbito	Desde
ISO 9001 – Quality Management System	Calidad	2015
ISO 14001 – Environmental Management Systems	Medio Ambiente	2006
ISO 14064 – Greenhouse Gases Certification	Medio Ambiente	2016
UNE 19601 – Management System for Criminal Compliance	Cumplimiento normativo	2023
ISO 22301 – Business Continuity Management Systems	Continuidad del negocio	2018
ISO 27001 – Information Security Management Systems	Seguridad	2017
ISO 45001 – Occupational Health & Safety Mgmt. Systems	Prevención Riesgos Laborales	2019
ISO 45003 – Psychological Risk Management	Prevención Riesgos Laborales	2023
ISO 50001 – Energy Management Systems	Medio Ambiente	2023
AENOR Certificado de Organización Saludable	Prevención Riesgos Laborales	2015

Orange ofrece a todos sus empleados, la formación necesaria para garantizar el correcto desempeño de sus roles en materia ESG, profundizando en temas como el compromiso medioambiental, los derechos humanos, diversidad e igualdad, cumplimiento normativo, anticorrupción o ciberseguridad. Durante el 2023, más del 97% de los empleados (64% en 2022) han recibido formación en materia de Sostenibilidad.

Formación en materia de Sostenibilidad	Horas		Nº personas formadas		Promedio de horas de formación		% de empleados formados	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Responsabilidad Social transversal	1.449	855	932	382	2	2	33%	13%
Derechos humanos, ética, diversidad e igualdad	757	448	160	260	5	2	6%	9%
Compliance, Anticorrupción y fraude	1759	2683	1464	2758	1	1	52%, siendo el 45% específica	97%, siendo el 80% específica
Medioambiente	131	179	31	136	4	1	1%	5%
Ciberseguridad	6.669	3.928	2.609	2.755	3	2	93%	97%

1.4 Desempeño sostenible e impacto generado

GRI: 2-22

Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución



Las condiciones sociales, políticas y macroeconómicas a escala mundial siguen desencadenando retos para las empresas, siendo cada vez más necesario su ágil identificación y adaptación para seguir desarrollando la actividad forma competitiva. Algunos acontecimientos del año 2023, así como aquellas consecuencias que dejaba el año anterior, como la postpandemia, la guerra de Ucrania- Rusia y el conflicto de Israel-Palestina, han provocado fluctuaciones en el mercado, como la inflación, subida del precio de las materias primas y del combustible entre otros.

En este entorno dinámico y cambiante el desarrollo tecnológico ha desempeñado un papel fundamental para la expansión del comercio global. El avance en la digitalización de las economías europeas supone la eliminación de barreras geográficas y una oportunidad de mercado con una creciente demanda de soluciones tecnológicas innovadoras en sectores como la inteligencia artificial, la automatización y la ciberseguridad.

El despliegue continuo de infraestructuras de telecomunicaciones de última generación está en la base del desarrollo digital. La utopía de la conectividad universal, con más seguridad y cobertura y menor latencia ha llegado en forma de tecnología 5G, que además abandera la lucha por preservar el medio ambiente. Esta transformación de las telecomunicaciones supone no solo un cambio del sector, sino de la propia sociedad y su forma de comunicarse. En este momento, España progresa hacia los objetivos de conectividad digital planteados por la Unión Europea, para garantizar la cobertura de banda ancha ultrarrápida (100 Mbps) en todo el territorio en 2025 y la conectividad Gigabit y 5G para toda la población en 2030. En el caso español, en 2023 la cobertura de las redes 5G alcanza el 84% de la población, según el Informe Cobertura de Banda Ancha en España (82,36% en 2022), ligeramente por detrás de Alemania e Italia, pero por encima de la media europea

Otras tendencias tecnológicas relevantes para el sector en 2023 fueron:

- El auge de la inteligencia artificial generativa y las oportunidades que ofrece en la automatización de tareas, mejora en la toma de decisiones y oferta de servicios personalizados.
- Las soluciones basadas en internet de las cosas (IoT), que crecen generando una ola de aplicaciones y servicios gracias a su capacidad de acceso remoto a las estaciones base y a los centros de datos.
- La computación en nube se asienta en el mercado con ventajas como la escalabilidad, la ausencia de hardware a gestionar y mantener, su facilidad de uso, la flexibilidad y la automatización que proporciona.
- Estos avances implican una creciente necesidad de asentar los sistemas de ciberseguridad, incluyendo aplicaciones de prevención, detección de amenazas y respuestas ante incidentes.

En el ámbito *ESG*, durante el año 2023, la Unión Europea ha aprobado nueva regulación a la que las empresas deben adaptarse y que responde al creciente interés de la sociedad, que demanda información más transparente sobre sus compromisos de sostenibilidad a medio y largo plazo. Desde 2015 la Unión Europea está buscando estandarizar las metodologías de reporte en sostenibilidad desde un punto de vista informativo y estratégico. Durante este año destaca la aprobación de las siguientes normas:

- *Normas Europeas de Información de Sostenibilidad (ESRS)* de la *Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD)* que estandariza la metodología de reporte
- *Reglamento de Bonos Verdes Europeos* por el que se crea una norma europea para los emisores de bonos verdes homogénea
- *Acto Delegado de Taxonomía Europea*, en el que se desarrollan los cuatro objetivos restantes para las actividades económicas que contribuyen sustancialmente a uno o más de los



siguientes objetivos ambientales: a) uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos; b) transición a una economía circular; c) prevención y control de la contaminación; y c) protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.

1.4.1 Contexto y normativa ESG

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.

La estrategia de Orange España está sumamente centrada en la sostenibilidad como pilar fundamental del modelo de negocio, así como en su integración en la cadena de valor. Desde Orange creemos que una buena estrategia ayuda minimizar los riesgos y aumentar las oportunidades en la cadena de valor.

La ambición normativa de la Unión Europea reside en que la sostenibilidad ocupe un papel de significativa relevancia en la estrategia y modelo de negocio de las empresas europeas, equiparando el reporte de información no financiera y el exclusivamente financiero. Como consecuencia, ha ocasionado la creación de un marco regulativo que exige un cumplimiento cada vez más riguroso aumentando en la cantidad de indicadores y la calidad de estos en los reportes anuales, suponiendo una mayor inversión en recursos de reporte cualitativo y cuantitativo, teniendo un impacto significativo en la industria de la contabilidad y el reporte de información financiera y no financiera como precedente mundial.





Orange Grupo presentó este año 2023 su nuevo plan estratégico que tiene como objetivo generar valor a partir de la reconocida excelencia de su *core business* y crecer de forma sostenible en Europa, África y Oriente Medio. Orange también confirmó el reposicionamiento de sus actividades Enterprise en soluciones de conectividad de próxima generación y la aceleración en ciberseguridad.

Acompañando al plan hay un nuevo y ambicioso modelo de empresa que pone en su centro la responsabilidad social y ambiental y la excelencia operativa. Para Orange España, 2023 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.

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 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.

La hoja de ruta de Orange viene marcada por el plan estratégico del Grupo, el cual 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

- Consolidar **Orange** como marca premium en el segmento de valor convirtiéndola en la alternativa a Movistar.



- Crecimiento de **Jazztel** en el segmento *mid-low cost*, como una marca con conectividad eficaz y un porfolio simple.

B2B

- Reorganización del negocio de Empresas para ganar en eficiencia.
- Desarrollo del plan de transformación B2B, revisando los procesos y el *customer journey*.
- Evolución del porfolio para autónomos y pymes y la estrategia de apoyo a las pymes en su proceso de digitalización y captación de fondos europeos para su transformación tecnológica.

Red

- Consolidación del 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.

1.4.2 Diálogo con todos los grupos de interés

GRI: 2-29

En Orange España se cuenta con las condiciones y los mecanismos de comunicación necesarios para mantener 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. Nuestro modelo de negocio está evolucionando para integrar cuestiones ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) para crear valor sostenible y nuestros grupos de interés son fundamentales en esta evolución.

Nuestro acercamiento a los diferentes grupos de interés se basa en principios que buscan construir y mantener relaciones a largo plazo que permitan integrar a estos grupos en la toma de decisiones de la compañía como son la creación de valor integrando a todas las áreas del negocio y niveles organizativos en el compromiso con la sostenibilidad, la transparencia, la confianza y el respeto, la responsabilidad de nuestra compañía para prevenir y mitigar las repercusiones negativas y el diálogo fluido con todos los grupos de interés, así como el establecimiento de mecanismos para que la comunicación sea lo más eficaz posible.

Orange España basa su enfoque de diálogo en:

- **Inclusión:** identificar nuestros grupos de interés y recoger sus expectativas y necesidades sobre la base de una amplia muestra representativa.
- **Materialidad:** identificar los temas más materiales/relevantes tanto para la empresa como para su ecosistema.
- **Capacidad de respuesta:** desarrollar e implementar planes de acción adecuados, con proyectos a corto, medio y largo plazo, para responder a las expectativas y preocupaciones de los grupos de interés.



Este diálogo es una oportunidad para fomentar la interacción con los diferentes grupos de interés internos y externos, para recopilar su experiencia y percepciones acerca de los impactos positivos y negativos de nuestras actividades considerando nuestra estrategia y modelo de negocios actuales, además de para identificar riesgos y oportunidades para Orange y tomar medidas para ser más sostenibles.

Gracias a este diálogo constante por ambas partes se han podido identificar requerimientos, necesidades y expectativas prematuramente, las cuales han derivado en el desarrollo de políticas y prácticas que consideran todas las inquietudes de nuestros grupos de interés y lograr así un mejor desempeño mitigando los riesgos que puedan repercutir en la compañía.

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 nuevos requerimientos y expectativas tanto sociales como en materia medioambiental, u otras temáticas emergentes, asuntos estratégicos o de gran impacto.

El siguiente mapa refleja los grupos de interés de Orange España:

<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
---	---	---

Como cada año, en este ejercicio Orange España ha realizado una serie de workshops, entrevistas y talleres con los grupos de interés internos y externos con los siguientes objetivos:

- Recoger su experiencia y percepciones sobre los impactos positivos y negativos de nuestras actividades dada nuestra estrategia y modelo de negocio actuales
- Identificar riesgos y oportunidades para Orange para continuar siendo cada vez más sostenibles y convertirnos en “ESG by Design”
- Formalizar un método de diálogo basado en las expectativas de la CSRD, adoptando una modalidad prospectiva que incluya cambios que impacten nuestras actividades
- Priorizar acciones y programas de nuestro plan ESG



Con motivo de la actualización de su materialidad, Orange España ha querido integrar a estos grupos en la identificación de cuáles son los temas relevantes para la compañía, cuál es la gravedad en los impactos positivos y negativos del ejercicio de su actividad, así como conocer cuáles son los aspectos de mejora y las perspectivas del entorno en esta compañía del sector digital.

Entre los temas que se han tratado en estas sesiones destacan aquellos de índole más específica del sector de las telecomunicaciones como son la igualdad digital, la seguridad del dato, la importancia de la accesibilidad digital y la oferta de productos asequibles para personas mayores o discapacitadas, así como temas más genéricos como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la energía renovable, la brecha de género y la ética y buen gobierno de la compañía. De estos talleres hemos escuchado, debatido y absorbido información relevante para crecer siendo una compañía más inclusiva.

1.4.3 Matriz de doble materialidad

GRI: 3-1 y 3-2

En los últimos años se ha podido observar cómo autoridades gubernamentales y otros organismos de control han venido ejerciendo una creciente presión sobre el ámbito empresarial en materia de *reporting*. Esta actividad regulatoria se ha materializado en normativas como la Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD), de la que se ha publicado el texto introductorio y no la guía definitiva, pero sobre la que el Grupo Orange ha decidido avanzar en su reporte para adelantarse a las expectativas de los diferentes grupos de interés.

La CSRD es una nueva legislación que define los lineamientos para los informes de sostenibilidad en la Unión Europea, incluyendo los Estándares Europeos de Informes de Sostenibilidad (ESRS, por sus siglas en inglés) que tienen como finalidad asegurar que la información divulgada por las empresas sea veraz, uniforme y comparable entre distintos negocios e industrias. Este nuevo marco legal marca un progreso significativo con respecto a las regulaciones preexistentes en la UE, que estaban relativamente restringidas en términos de informes de sostenibilidad y se establecen nuevos mandatos en relación con los contenidos, formatos y procedimientos que deben seguir las empresas al presentar estos informes de sostenibilidad.

Orange España, en su afán de excelencia y por adaptarse a la regulación, a lo largo del ejercicio 2023 ha actualizado de manera voluntaria su estudio de Materialidad identificando los nuevos temas relevantes avanzando en la aplicación progresiva del nuevo enfoque de doble materialidad siguiendo la metodología y directriz del Grupo. Con la elaboración de esta nueva matriz, incluyendo la perspectiva de impacto y la perspectiva financiera se ha dado un paso importante en el avance hacia la alineación con la guía publicada por el Foro Europeo de Información Financiera y Ambiental (EFRAG) en noviembre de 2023, así como las nuevas normas europeas de presentación de información sobre sostenibilidad, publicados el 22 de diciembre de 2023 en el Boletín de la Unión Europea, conforme al “Reglamento Delegado (UE) 2023/2772 de la Comisión, de 31 de julio de 2023, por el que se completa la Directiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo y del Consejo.

Se trata de un doble enfoque estratégico que implica la identificación y el análisis de los impactos, riesgos y oportunidades asociados a Orange España y que pueden afectar a su propuesta de valor, sus resultados, su evolución, así como repercutir en las personas, sociedad y el medio ambiente.

Este doble enfoque avanza un paso más en la matriz de materialidad integrando una visión extensiva del modelo de negocio de Orange España en la que se pasa de un análisis en las operaciones propias a una expansión en el estudio de la actividad a lo largo de la cadena de valor analizando los efectos



que produce la actividad de Orange España en el entorno como los efectos que el propio entorno puede tener en la compañía. Tras el estudio de este análisis se han podido identificar todos los asuntos relacionados con la sostenibilidad en los que, desde una perspectiva u otra, son materiales para Orange.

Para llevar a cabo este estudio de doble enfoque se ha partido de un análisis contextual en el que se han evaluado:

- Tendencias del sector de las Telecomunicaciones en España
- Buenas prácticas para conocer la situación de la compañía en el desempeño de sostenibilidad con otras empresas referentes del sector en el que opera Orange España
- Marcos de sostenibilidad internacionales que contemplen los impactos, riesgos y oportunidades del sector de telecomunicaciones
- Estudios académicos sobre las cuestiones medioambientales, sociales y gubernamentales que afectan o podrían afectar al sector de telecomunicaciones en España
- Requerimientos y expectativas de los grupos de interés sobre estas cuestiones.

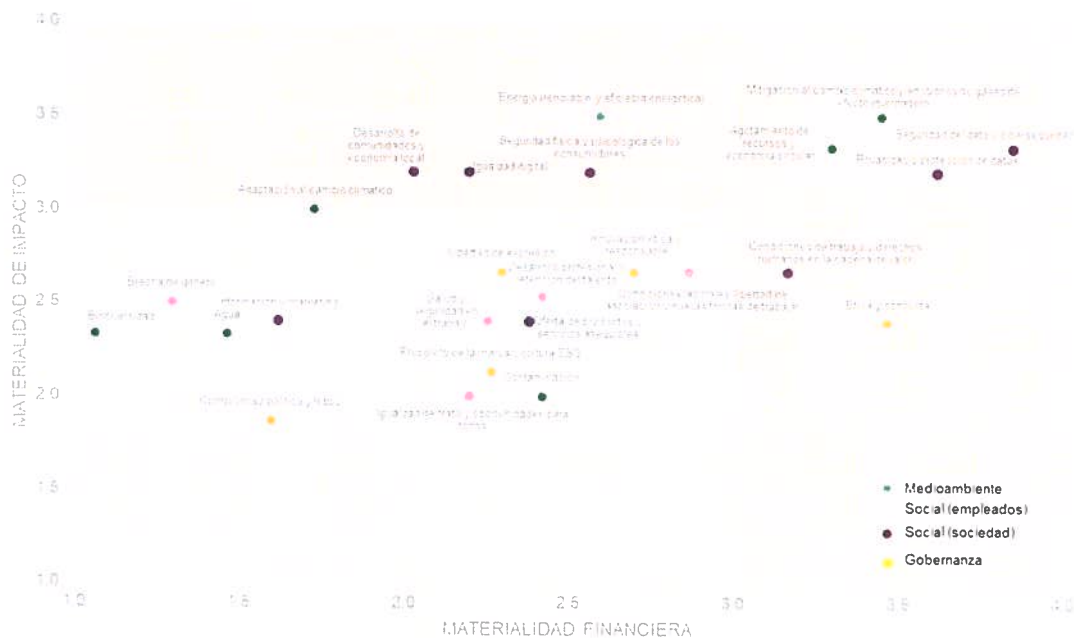
Una vez identificados todos los temas de sostenibilidad en los que la actividad de Orange España pueda generar algún efecto y/o esos temas que podrían repercutir en el desarrollo, rendimiento y valor de la compañía se identificaron un total de 67 impactos positivos y negativos, 28 riesgos y 43 oportunidades asociados. Los impactos identificados de Orange, así como los riesgos y oportunidades han sido evaluados según su tipología, su horizonte temporal y su fase en la cadena de valor para llevar a cabo un estudio más profundo y real.

Para determinar la materialidad desde la perspectiva de impacto se evaluó en cada caso, en base a los impactos, el nivel de gravedad estudiando en cada uno su alcance, escala, remediabilidad y, en aquellos identificados como potenciales, la probabilidad de ocurrencia. Con este análisis se tuvo en cuenta no solo el impacto que supone el ejercicio de la actividad de Orange España en sus empleados, sociedad y medioambiente, sino su magnitud, la cantidad de bienes y/o personas afectadas y la capacidad de restaurar el daño causado.

Por otro lado, en el análisis de la perspectiva financiera se evaluó en cada caso, en base a los riesgos y oportunidades asociados y su probabilidad de ocurrencia. Se concluyó con un análisis en el que no solo contempla las repercusiones en el desempeño financiero a corto plazo, sino también a medio y largo. Además, este análisis ha aportado un valor añadido a la compañía ya que, como se contempla en la EFRAG, se han identificado posibles riesgos no contemplados en el mapa de riesgo ya que la naturaleza de estos riesgos es distinta en ambos análisis.

Con el análisis desde ambas perspectivas de todas las actividades de Orange España se obtuvo una imagen fiel y transparente de su situación, tanto en el momento del estudio de la materialidad como a futuro.

De manera conjunta con la información contextual, los intereses y expectativas de los grupos de interés tanto internos como externos y el estudio de materialidad del Grupo se ha concluido que un total de X temas son relevantes para la compañía. Estos temas se han desarrollado a lo largo de todo el informe y se han reflejado en la siguiente matriz:



La solución aportada en el presente análisis se ha diseñado teniendo en cuenta las recomendaciones de los principales prescriptores en sostenibilidad del ámbito internacional como son la nueva Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD), el Foro Europeo de Información Financiera y Ambiental (EFRAG), el Global Reporting Initiative (GRI).

Asuntos materiales

Como resultado del ejercicio descrito anteriormente, Orange ha reflejado en la siguiente tabla los principales asuntos materiales identificados en la matriz de doble materialidad. A lo largo del informe se describen en detalle estos temas, así como todos los requerimientos de la Ley 11/2018.

Asunto	Capítulo
Mitigación al cambio climático y emisiones GEI	3.3 Reduciendo la huella de carbono
Seguridad del dato y ciberseguridad	6.5 Seguridad y ciberseguridad en Orange
Privacidad y protección de datos	6.4 Privacidad de la Información
Agotamiento de recursos y economía circular	3.5 Economía circular y gestión de recursos
Energía renovable y eficiencia energética	3.2 Uso eficiente y energía renovable
Seguridad física y psicológica de consumidores	5.5 Uso responsable de la tecnología
Igualdad digital	5. Igualdad digital y desarrollo social
Desarrollo de comunicados y economía local	5. Igualdad digital y desarrollo social
Adaptación al cambio climático	3. Comprometidos con el Planeta
Condiciones de trabajo y derechos humanos en la cadena de valor	7. Cadena de suministro responsable
Ética y conducta	2. Valores, ética y derechos humanos



1.4.4 Impacto generado

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 España

GRI: 201-1, 207-1, 207-2, 207-3

Beneficios obtenidos; Impuestos sobre beneficios pagados.

Valor económico generado y distribuido	2022	2023
Aportación al PIB		
Contribución económica Directa (millones €)	4.048 M€	3.940M€
Remuneración de Personal (millones €)	241 M€	254 M€
Impuestos pagados (millones €)	164 M€	170 M€
Pagos por inversiones realizadas (millones €)	674 M€	596 M€
Otros servicios y suministros pagados (M/€ año)	1.723 M€	1.622 M€
Pagos por otros conceptos (M/€ año)	1.245 M€	1.298 M€
Resultados financieros		
Ventas netas (millones €)	4.238 M€	4.312 M€
Fondos propios (millones €)	3.516 M€	2.872 M€
Sociales		
Empleo directo (total empleados)	2.811	2.847
Mujeres en plantilla (%)	42%	41%
Mujeres en posiciones gerenciales (%)	33,3%	38,5%
Formación (total horas)	76.684	78.067
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. En los ejercicios 2022 y 2023 Orange Espagne, S.A.U. tuvo un resultado antes de impuestos de -243.162 y -202.033 miles de euros, respectivamente. Por lo tanto, al obtener pérdidas, no se pagaron impuestos sobre beneficios sobre dichos ejercicios atribuibles a Orange Espagne, S.A.U.



Subvenciones públicas recibidas

GRI: 201-4

Durante 2023 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. La obtención de estas subvenciones, por tanto, no solo destaca la capacidad de Orange para cumplir con los requisitos y estándares exigidos para acceder a ellas, sino que también evidencia nuestra solidez y compromiso con la sociedad.

Programas 2023
PRTR – Impulso a la tecnología 5G - UNICO 5G Sectorial
Total cobrado 2023 (Millones €): 1,3 M€ (0,2M€ adjudicados en 2022)

Adicionalmente, Orange ha sido adjudicataria en 2023 de la subvención “Horizont EU - Soluciones de movilidad para neutralidad climática en las ciudades de la UE – MercaMadrid” por un importe total de 1,1M€, que a cierre del ejercicio 2023 aún no ha sido cobrado.

Afiliación a asociaciones

GRI: 2-28

Las acciones de asociación o patrocinio

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 el ámbito de los patrocinios, Orange España ha mantenido en 2023, al igual que en 2022, su apuesta por el territorio tenis, colaborando con prestigiosos torneos como el Mutua Madrid Open y el Barcelona Open Banc Sabadell Trofeo Conde de Godó. Asimismo, renovamos el contrato de patrocinio con la Real Federación Española de Tenis, en virtud del cual Orange sigue apoyando el tenis español a través de los torneos organizados por la RFET.

En el territorio de la música, apoyamos de nuevo el festival Mad Cool, uno de los más reconocidos en España, y también el festival Universal Music Week, en Sevilla.

La participación en estos patrocinios se integra de forma natural en las señas de identidad de Orange, ya que enlaza con la apuesta por ofrecer la mejor experiencia en estos eventos a nuestros clientes gracias a la calidad de la conectividad que aportan nuestras redes de última generación, al mismo tiempo que desarrollamos acciones innovadoras que nos permiten acercar a los asistentes a estos acontecimientos de una forma única y exclusiva.



Aportaciones

GRI: 201-1

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

Las aportaciones efectuadas desde Orange España durante 2023 han ascendido a un total de 1.764.617,40 € (250.642 € en 2022). A continuación, se desglosa la lista de entidades sin ánimo de lucro (fundaciones y asociaciones) de 2023:

- Asociación Cultural Avanza ONG
- Fundación FDI
- Fundación SERES
- Cruz Roja
- Voluntare
- Fundación Bobath – Premios Solidarios 2023 (categoría Inclusión Digital)
- Fundación IPROC-Empantallados – Premios Solidarios 2023 (categoría Uso Responsable de la Tecnología)
- Fundación United Way España – Premios Solidarios 2023 (categoría Cambio Climático)
- Fundación Orange

1.5 Riesgos y oportunidades

GRI: 2-12, 3-3

Nuestra actividad como compañía del sector de las telecomunicaciones está expuesta a una serie de riesgos que pueden afectar a nuestros grupos de interés, dificultar el cumplimiento de nuestros objetivos del plan estratégico, suponer obligaciones legales o erosionar nuestra imagen o marca. Por ello, es imprescindible la correcta definición y mantenimiento de un sistema de control y gestión de riesgos eficazmente implantado, al efecto de identificar los mismos y adoptar las medidas oportunas para limitar sus posibles impactos negativos.

En Orange España empleamos, como referencia, los principales estándares internacionales en materia de gestión de riesgos y control interno. Es el caso de la metodología COSO (Committee of Sponsoring Organizations, de la Comisión Treadway), COSO ERM y la norma ISO 31000, empleados como guías y mejores prácticas en las diferentes labores de la compañía. Además, se mantiene un alineamiento con la metodología del Grupo Orange, reflejado en la Política de Gestión de Riesgos de OSP, aprobada por su Comisión de Auditoría y publicada internamente en el 2022.

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

1.5.1 Gobernanza de los riesgos

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

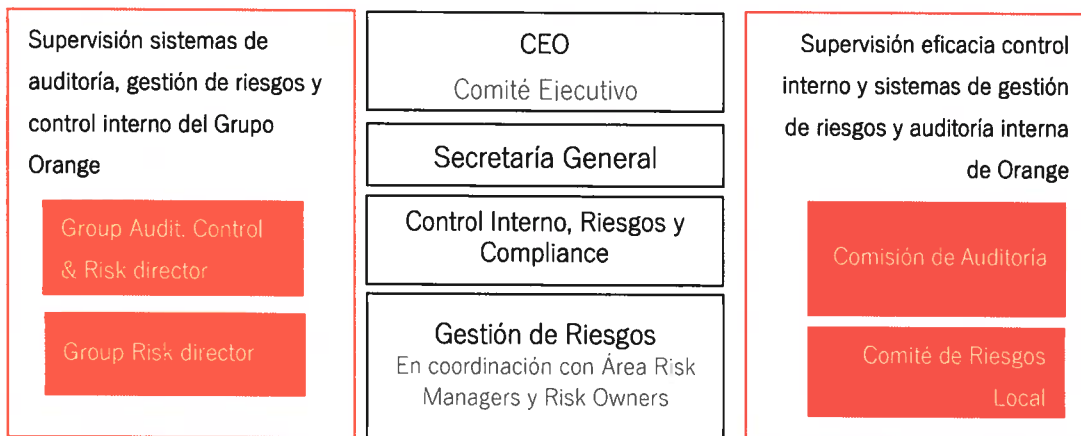


En Orange España la función de gestión de riesgos se ubica en el área de Secretaría General, en el departamento de Control Interno, Riesgos y *Compliance*, e involucra en la gestión de riesgos a diferentes áreas de la organización, de forma coordinada y bajo supervisión de los órganos de gobierno de 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, 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.

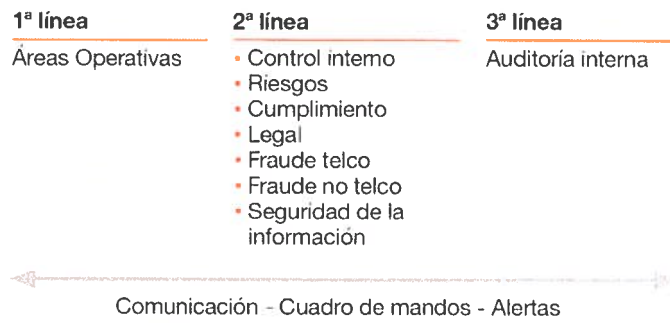
El **Grupo Orange** cuenta con una Dirección específica encargada, entre otras funciones, de la supervisión de la eficacia e implantación de los sistemas de auditoría interna, gestión de riesgos y de control interno en las entidades del grupo.

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*, 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, así como 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 y gestiona los riesgos de las operaciones en conformidad 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.



1.5.2 Proceso de gestión del riesgo

En Orange España, mantenemos 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, cumpliera sus compromisos, alcanzara sus objetivos, o se afectara a las personas, los activos, los resultados y la situación financiera de la compañía, al medioambiente o a la reputación de la entidad o del Grupo Orange.

Identificación

Periódicamente, se llevan a cabo diferentes ejercicios de actualización y revisión de los riesgos de la compañía:

- Ejercicio *top-down*: revisión de los riesgos con los miembros del Comité de Dirección. Mediante reuniones individuales de análisis de la información de riesgos. Los miembros directivos disponen así de la visión completa de riesgos de su área, de su evolución y de la visión global de los principales desafíos a lo que se puede enfrentar la compañía, con el objetivo de confirmar el alineamiento con los objetivos estratégicos y una adecuada priorización de riesgos.
- Ejercicio *bottom-up*: revisión con las áreas operativas. Se basa en el concepto de Autoevaluación (Risk Self-Assessment o RSA), según el cual los gestores son los responsables de identificar y describir los riesgos específicos de su área, así como de evaluarlos y definir la respuesta a los mismos.



Los directores encargados de la evaluación y gestión de los riesgos (“Risk Owners”) son también los responsables de la identificación y proceso de escalada de circunstancias nuevas y emergentes que puedan poner en peligro las actividades, personas, activos o estrategia de la compañía. Gracias a este ejercicio, y al ser un análisis procedente de diferentes fuentes (dirección, áreas operativas, función de riesgos, etc.), la identificación es muy completa.

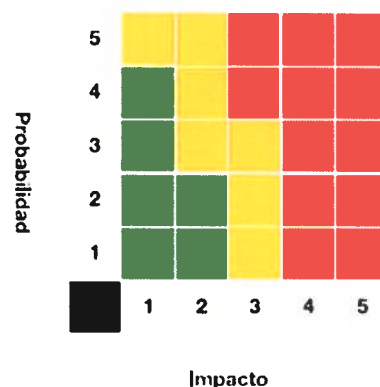
Diversidad de riesgos

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 su nivel de probabilidad o de impacto. 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 (apoyado en las causas).



Como Risk Owners, 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.

Desde finales del año 2022, está 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 revisar, 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. La naturaleza evolutiva de los riesgos pone de manifiesto la necesidad de seguimiento de estos mediante actividades de reporte dentro de la compañía. Estas 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 los últimos años, la función de riesgos ha trabajado en la digitalización de sus procesos mediante varias acciones:

- 1) La implantación de una herramienta en la interlocución con los *risk owners*, para su revisión y actualización periódica



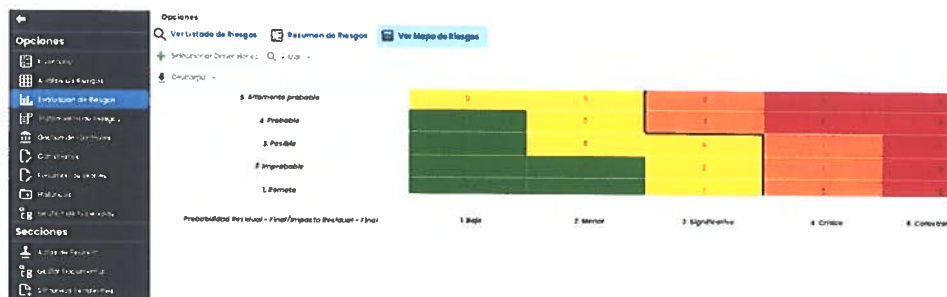
Desde 2022, Orange España viene utilizando la herramienta **Smartsheet** (www.smartsheet.com) para la interlocución entre los Risk Owners y la función de riesgos, y poder compartir y actualizar, cuando se requiera, la información. Esta herramienta permite inventariar todos los datos de riesgos centralizada en un único repositorio, su actualización periódica, manteniendo un control efectivo de los cambios y su trazabilidad. Su fácil implementación y adaptación han permitido beneficios rápidos en comparación con el soporte Excel usado anteriormente.

- 2) En el 2023, se ha iniciado el proyecto de implantación de una plataforma GRC (Governance, Risk & Compliance), para ser usado conjuntamente por las funciones de



Riesgos, Control Interno, *Compliance*, Fraude non telco y Auditoría Interna de Orange España.

GlobalSuite



La herramienta elegida es **Globalsuite** (www.globalsuitesolutions.com) y una vez finalice su implantación, se espera su puesta en actividad en 2024, sustituyendo paulatinamente la anterior herramienta de Smartsheet en la función de riesgos.

- 3) El desarrollo y uso de un cuadro de mando, realizado en Power BI, para dar seguimiento a los riesgos y planes de acción. Este cuadro se conecta directamente con la herramienta Smartsheet, permitiendo reflejar en cada consulta la información actualizada.



1.5.3 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.

1. Consideraciones tecnológicas
 - a. Riesgos
 - i. Fallos de red y continuidad del servicio.
 - ii. Ciberamenazas.
 - iii. Incremento de la complejidad de las redes (mayor uso de datos, virtualización de la red...).
 - iv. Obsolescencia.
 - b. Oportunidades
 - i. Mejora de la conectividad.
 - ii. Ciberseguridad.
 - iii. Digitalización de las actividades laborales y del modelo de negocio.
 - iv. Mejora de la experiencia del cliente.
2. Consideraciones económicas
 - a. Riesgos
 - i. Presión en los precios y márgenes.
 - ii. Concentración de proveedores / competidores.
 - iii. Inestabilidad geopolítica (Guerra UK-RUS, conflicto Israel-Hamas).
 - iv. Inflación / precio de la energía.
 - v. Interrupciones en la cadena de suministro.
 - b. Oportunidades
 - i. Mayor demanda de conectividad.



- ii. Oportunidades de innovación y desarrollo de nuevas soluciones y servicios.
 - iii. Compartición de redes.
3. Consideraciones sociales
 - a. Riesgos
 - i. Brecha digital.
 - ii. Fuga de datos, privacidad.
 - iii. Desconfianza hacia nuevas tecnologías (5G, IA...).
 - iv. Incumplimiento de los derechos humanos por terceros vinculados a Orange.
 - b. Oportunidades
 - i. Despliegue y ampliación de la cobertura de redes fijas y móviles.
 - ii. Apoyo al uso responsable de las tecnologías.
 - iii. Desarrollo de soluciones inclusivas y accesibles.
 - iv. Acceso a la educación, información y trabajo.
4. Consideraciones medioambientales
 - a. Riesgos
 - i. Impacto de eventos climáticos extremos.
 - ii. Incremento de las obligaciones regulatorias.
 - iii. Incumplimiento de los compromisos de la compañía.
 - b. Oportunidades
 - i. Reducción del uso de CO2 mediante nuevas tecnologías.
 - ii. Desarrollo de la economía circular.
 - iii. Movilización de los grupos de interés (clientes, empleados, regiones, ONG...).

1.5.4 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 su parte, 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 esta última, 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).
- Impacto en el medioambiente/clima.
- Cumplimiento de leyes, regulaciones u obligaciones en materia de Vigilancia Debida.

Estos riesgos son revisados y actualizados al menos una vez al año y, al final del ejercicio, son reportados a la Dirección de RSC del Grupo.



Adicionalmente, 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 Orange.

Basándonos en el principio de precaución, en relación con las garantías y provisiones derivadas de riesgos medioambientales, durante el ejercicio 2023, desde Orange hemos continuado 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, con el fin de garantizar la continuidad de nuestra actividad. Tenemos en vigor una cobertura de todo riesgos, 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

En Orange España tenemos 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.

Como parte del Grupo Orange, 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:

Hoja de Ruta de debida diligencia	Actividades
Política: elaboración anual del Plan de Vigilancia de Grupo	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico 2025. Política de DDHH. Plan de Vigilancia.
Evaluación de impacto continuada	<ul style="list-style-type: none"> 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.
Operaciones sujetas a vigilancia: <ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> 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".



<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Código Ético • Canal de alertas sobre ética: canal interno (buzon.etica@orange.es), plataforma de grupo (Hello Ethics), y canal externo a través de las webs corporativas de Orange, Jazztel y Simyo. • 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.
--	--



2. Valores, ética y derechos humanos

GRI: 2-23, 2-25, 2-26, 2-27, 2-28, 3-3, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 406-1, 407-1 y 415-1

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; 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; Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno; Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales

En Orange España contamos con un conjunto de principios y valores - definidos en el Código Ético, en la Política contra la Corrupción y en nuestra Política de Cumplimiento-, que permiten establecer fundamentos 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 están recogidos en la **Declaración Universal de los Derechos Humanos, por la Organización Internacional del Trabajo** (en particular, los relativos a la erradicación del trabajo infantil y forzoso) y por la **OECD** (en concreto, en lo que respecta a la lucha contra la corrupción).

Además, se garantiza un alineamiento con el Grupo Orange, el cual ha adoptado compromisos en materia de Responsabilidad Social Corporativa, siendo una de las primeras organizaciones en suscribir el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Logros que resumen el desempeño en 2023

Certificaciones

- Obtención de la certificación UNE 19601 de Sistema de Gestión de *Compliance Penal*

Formación

- Nueva formación bianual específica en CSR para el equipo de Orange

Todas nuestras políticas se encuentran publicadas tanto en la intranet de la compañía, para conocimiento de todos los empleados, como en la [web pública](#) para conocimiento de todos los interesados.

Del mismo modo, también está disponible en este [enlace](#) el Código de Conducta que nuestros proveedores conocen y firman en los contratos.

Anualmente, a través del informe de Ética y Cumplimiento se informa al máximo órgano de gobierno de Orange en España de las principales novedades producidas en el SGCP (Sistema de Gestión de *Compliance Penal*), así como de las inquietudes de las que se haya tenido conocimiento.

En agosto 2023, Orange España ha obtenido la Certificación la UNE19601, de Sistema de Gestión de *Compliance Penal*.

Principios éticos

Nuestros principales principios éticos son los siguientes:

- **Respeto:** nuestro compromiso con el respeto es la guía en nuestras relaciones con los diferentes grupos de interés y está en el centro de todas las relaciones que establecemos, tanto dentro del Grupo Orange 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 conseguirla. Nuestro objetivo es ser reconocidos y recomendados por todas las partes interesadas en este sentido.
- **Solidaridad y cooperación:** la colaboración entre los equipos nos permite poner y aunar 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 todas las medidas relacionadas con la ética de la compañía. Para reforzar la importancia del cumplimiento normativo, periódicamente la dirección refuerza su mensaje de forma activa mostrando así su compromiso en la difusión 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 con nuestros clientes se ejecuta mediante una constante mejora de los servicios y productos que les ofrecemos. Esto 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 con nuestros accionistas está dirigido a aumentar su confianza, con el objetivo de asegurar la rentabilidad en sus inversiones. Para cumplir con ese fin, 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:** el 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 la continua evolución de sus aptitudes, así como favorecer el espíritu de equipo y de la innovación colectiva. Fomentamos la diversidad en nuestros equipos y no toleramos la discriminación de ningún tipo. Para ello, existen mecanismos de denuncia de infracciones o fraudes y el tratamiento adecuado y diligente en respeto y cumplimiento de las leyes. Todos los años los empleados realizan al menos una formación sobre el sistema de cumplimiento normativo de Orange, firmando su adhesión al mismo.
- **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 de los principios de conducta de proveedores definidos por la compañía, y ponemos a su disposición mecanismos de denuncia, asegurando estricta confidencialidad. En Orange actuamos de acuerdo con los "Compromisos de Compra Responsable" disponibles en este [enlace](#) Nuestros proveedores disponen de esta información en el contrato que firman al inicio de su relación con Orange junto a la cláusula de *Compliance*, en la que se les facilita nuestra Política contra la Corrupción, nuestro Código Ético y Política de Cumplimiento.
- **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 Orange: en relación con este grupo de interés, nuestra compañía vela por el respeto, tanto de las leyes como de las diferentes culturas con las que se relaciona. 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 naturales) y se contribuye al progreso de las comunidades locales en las que se opera. Consideramos fundamental integrar



las responsabilidades medioambientales en todas las labores realizadas por la compañía en dichas localidades.

- Asimismo, en nuestro propósito de ofrecer a todos las claves para un mundo digital responsable, en Orange dedicamos especial atención a ofrecer a las familias, menores y personas mayores la oportunidad de desarrollarse de forma segura y autónoma en el uso de la tecnología.

2.1 Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas

GRI: 2-16, 2-25, 2-26

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

- Buzón de ética: buzon.etica@orange.com
- [Plataforma de "Hello Ethics" del Grupo Orange](#)
- Buzón externo de alertas en las páginas web corporativas de Orange, Jazztel y Simyo.

Estos canales también están pensados para que los empleados puedan transmitir sus inquietudes en relación con la ética, el cumplimiento y la responsabilidad social corporativa, y que sean expertos de la compañía quienes les respondan.

Los empleados pueden elevar sus consultas o alertas por cualquiera de los canales. El resto de las partes interesadas y cualquier persona que tenga conocimiento de un acto que pueda comprometer la ética en Orange, puede enviar su inquietud a través del buzón externo de forma anónima.

En 2023, se recibieron 7 consultas y 14 alertas (12 consultas y 6 alertas en 2022) comunicadas al Comité de Ética y Cumplimiento y a la Comisión de Auditoría mediante el informe anual de Ética y Cumplimiento. Además, se recibieron por el canal externo, a través de las webs corporativas, 101 comunicaciones no relativas a asuntos éticos, que se canalizaron al equipo de atención al cliente.

En este proceso, cabe resaltar la figura del Comité de Ética y Cumplimiento que garantiza, siempre que se actúe de buena fe, la protección, así como la y confidencialidad de la identidad de los denunciantes y de la información reportada, tanto en el caso de empleados como del resto de miembros que forman la cadena de valor.

Si los empleados han presenciado alguna situación que consideran que vulnera el Código Ético y demás Políticas de la compañía, 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.

Desde el área de Cumplimiento, se realizará la correspondiente investigación y será el Comité de Ética y Cumplimiento quien tomará las decisiones que correspondan conforme a la normativa.

En 2023, al igual que en 2022, no han existido sanciones impuestas por temas de cumplimiento en Orange España.

Las temáticas por las que se pueden plantear 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 una política de tolerancia cero con la corrupción y el tráfico de influencias, compromiso suscrito por el Comité Ejecutivo del Grupo Orange.

2.2 Protección contra 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 la compañía o nuestros clientes puede amenazar la estabilidad económica de la entidad, 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 en 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 para incrementar la prevención del fraude de suscripción y 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 \(AEECF\)](#)

2.3 Medidas para los riesgos relacionados con la corrupción

GRI: 205-1, 205-3 y 206-1

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 ello, hemos 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), sobre la transparencia y la lucha contra la corrupción y modernización de la economía; asimismo, se constituye un «código de conducta», tal y como se define en el artículo 17 de esta norma.

Cabe destacar que nuestra política contra la corrupción cumple 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 vinculados (empresas, subcontratistas, socios, asesores o intermediarios que actúan en nombre del Grupo Orange o de Orange España) deben cumplir esta política. Cabe señalar, además, que es aprobada desde el grupo Orange para todas sus filiales, así como por la Comisión de Auditoría junto al resto del sistema de Cumplimiento normativo de Orange España.

Para asegurar el correcto desarrollo de todas las relaciones comerciales, se ha implantado un proceso de *Due Diligence* con el fin de poder proteger a la compañía ante el incumplimiento de su política. Dicho procedimiento garantiza la ejecución de ciertas verificaciones y controles antes de firmar cualquier contrato, para poder mitigar potenciales riesgos sobre la imagen de marca derivados de la interacción comercial y ayudar en la correcta toma de decisiones.

Desde Orange España, participamos en iDDfix, el proceso específico de nuestro accionista, el Grupo Orange. El principal objetivo de esta metodología es establecer un proceso en el que se incluyan los requerimientos de cumplimiento para otorgar un nivel necesario de *Due Dilligence*. 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.

Operaciones evaluadas y medidas para los riesgos relacionados con la corrupción	2022	2023
Nº de operaciones evaluadas (<i>Due Dilligence</i>)	649	760
Nº de operaciones que no superan la evaluación	4	2
Nº Transgresiones a la buena fe contractual confirmados	1	0
Nº de casos corrupción confirmados	0	0

Orange España, al igual que en 2022, no ha recibido en 2023 ninguna sanción económica ni penal por violación de la normativa contra la corrupción o antisoborno.

En términos de competencia desleal, en Orange no ha habido ningún caso en 2022 ni en 2023.

2.4 Conflicto de interés

GRI: 2-15

Con el fin de reforzar la conducta ética en los negocios y prevenir aún más las prácticas corruptas, en Orange disponemos de una política de conflicto de interés que ayuda a identificar, prevenir y gestionar mejor estas situaciones. Un conflicto de interés no es en sí mismo una infracción, pero sí puede dar lugar a situaciones que derive en fraude o corrupción. Además, puede suscitar dudas sobre la integridad de Orange y sus empleados.

¿Cuándo surge una situación de conflicto de interés?

- Si existe una situación de interferencia entre los intereses de la compañía y los intereses privados del empleado o los de la persona física o jurídica con la que este está vinculado o estrechamente relacionado.
- Si la situación de interferencia puede influir, o parecer que influye, en el desempeño independiente e imparcial de la actividad profesional del empleado o en los intereses de la compañía.



Cabe señalar que los intereses privados no se limitan a los intereses financieros o pecuniarios, ni a aquellos intereses que generan un beneficio personal directo para la persona.

Por otra parte, se consideran parientes/personas relacionadas, sin limitación: cónyuge, hijos, padres, hermanos, suegros, sobrinos, etc., amigos cercanos y socios comerciales personales.

Declarar y gestionar los conflictos de interés es importante para prevenir cualquier consecuencia que pueda ser perjudicial para los empleados y para Orange: daño reputacional, riesgos financieros y actos u omisiones que pueden conducir a sanciones penales y medidas disciplinarias.

Estas declaraciones nunca son reveladas a los grupos de interés.

Hay diferentes tipos de declaraciones de conflicto de interés:

1.- Declaración anual obligatoria

¿Quién? Con carácter obligatorio: consejero delegado, altos ejecutivos, managers, así como los empleados de Compras Core y Speed.

¿Cuándo? Una vez al año y en cualquier momento del año, si existe una nueva situación o hay cambios en la situación declarada.

¿Cómo? Exclusivamente a través del formulario disponible en Mi Vive Orange, en tu espacio personal.

2.-Declaración espontánea: cualquier empleado que se encuentre con una situación potencial de conflicto de intereses debe declararlo a través del formulario disponible en esta misma página.

2.5 Formación en ética y cumplimiento normativo

Hay varias maneras mediante las cuales en Orange demostramos nuestros principios de integridad y cumplimiento con la ley para evitar la comisión de delitos. Una de ellas es la continua formación a los empleados en materia de cumplimiento, ya que es un elemento imprescindible para difundir la cultura ética en la compañía. La formación anual sobre cumplimiento y prevención de riesgos penales, publicada a través de la plataforma interna *Orange Learning*, es de obligado cumplimiento para los empleados. Sin embargo, es cierto que hay áreas que presentan mayor riesgo que otras debido a la exposición de sus tareas. Para dichos profesionales, el área de cumplimiento realiza, además, una formación específica.

Durante 2023 se ha formado en materia de Cumplimiento, Anticorrupción y Fraude a más del 97% (52% en 2022) de los empleados de Orange, como puede visualizarse en la tabla de formación ESG del Capítulo 1.

Por otra parte, cabe destacar que la alta dirección manifiesta su compromiso con la ética y el cumplimiento frecuentemente a través de mensajes dirigidos a todos los empleados.



3. Comprometidos con el planeta

3.1 Estrategia y compromiso medioambiental

GRI: 3-3

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.

El cambio climático es, probablemente, uno de los mayores desafíos a los que se enfrenta la humanidad en el mundo moderno, y la sociedad juega un papel fundamental en la lucha contra el mismo. 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.

En las últimas décadas, la lucha contra el cambio climático ha sido objeto de atención internacional y ha resultado en importantes acuerdos y medidas de regulación. Sin embargo, aún queda mucho por hacer para alcanzar un futuro sostenible. En este contexto, es importante comprender el papel su impacto en nuestro entorno y cómo las sociedades pueden contribuir a paliar sus efectos.

Un aspecto fundamental es la promoción de una economía sostenible, fomentando la conservación de la biodiversidad o apoyando políticas gubernamentales que favorezcan la mitigación de los efectos del cambio climático, entre otras medidas.

Asimismo, la transformación hacia a 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. Por otra parte, su propia actividad puede ser parte de la solución, ya que sus propuestas de valor contribuyen a que terceros tengan menor dependencia energética.

Como actor clave del sector, en Orange España 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. También hemos querido potenciar la digitalización como importante catalizador para impulsar la transición hacia una economía más verde. Al tener la capacidad de interconectar a personas, empresas y sectores, la digitalización puede estimular un mayor uso de energías renovables, mejorar la eficiencia energética y reducir la huella de carbono.

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.

En línea con nuestra política proactiva para cuidar el planeta, la protección del medioambiente y la eficiencia energética son pilares fundamentales de nuestro plan estratégico, abordando ambos no como proyectos aislados, sino desde una perspectiva integral alineada con las prioridades del Grupo Orange en todo el mundo. Para desarrollar esta política proactiva de cuidado del planeta, 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 la organización y procesos.
- Proteger la biodiversidad y los recursos naturales.

Tomando como base 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; y 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.

En este sentido, 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.

Es importante tener en cuenta que, a medida que las desigualdades se agudizan y la emergencia climática se vuelve más apremiante, la sociedad no avanzará en el progreso tecnológico si no es accesible para todos y se desarrolla en sintonía con el cuidado del planeta. En Orange somos muy conscientes de ello y, desde esta perspectiva, nuestro plan estratégico, pone claramente de manifiesto nuestro convencimiento de que no habrá desempeño empresarial viable sin compromiso social y medioambiental.

Esa implicación se hace tangible en **objetivos y planes** concretos que aseguran nuestra contribución a ese progreso sostenible:

Línea estratégica	Plan de acción	Objetivo 2025	Resultado acumulado y grado de avance
Eficiencia eléctrica y energías renovables, para reducir la huella de carbono de alcance 2	• Implantación de paneles fotovoltaicos en 30 edificios	100% consumo eléctrico =energía (PPA) Eficiencia energética	100%
	• 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)		



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) 		100% retirado
	<ul style="list-style-type: none"> • 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 del 100% de los gases F13 en 2023	
	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio a biodiésel y gas natural en lugar de gasóleo B 	El 41% de la flota de vehículos principalmente comerciales en 2023 son vehículos ecológicos	30% vehículos ecológicos
	<ul style="list-style-type: none"> • Renovación de los vehículos eléctricos e híbridos al final de su período de arrendamiento 	Reducción del 30% de las emisiones con respecto a 2015	En 2023 ha habido una reducción del 22% de las emisiones respecto al 2022
Economía circular, para reducir la huella de carbono de alcance 3	<ul style="list-style-type: none"> • Sustitución de aires acondicionados en emplazamientos de la red 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Maximizar el número de dispositivos ecológicos desplegados 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Recogida del 90% al 100% de los routers / descodificadores distribuidos por Orange 		6,30% móviles recogidos
	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de dispositivos móviles recogidos en/fuera de los puntos de venta 	16% móviles recogidos	90% equipos fijos recogidos
	<ul style="list-style-type: none"> • Desmantelamiento y reutilización de la infraestructura de red en OSP 	100% productos eco diseñados en 2025	32% de productos eco diseñados
	<ul style="list-style-type: none"> • Desmantelamiento y reutilización de infraestructuras de red, dándoles una segunda vida mediante su venta a terceros o a otros países del Grupo 	2% de equipos reacondicionados en 2023	1,02% móviles reacondicionados sobre los vendidos
	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos de uso compartido con terceros para evitar la duplicación de infraestructuras en las redes de telecomunicaciones 	Proyecto Oscar	Desmantelamiento y reutilización del 3,6 % de las infraestructuras de red



Logros que resumen el desempeño en 2023

Certificaciones

- Obtención de la certificación ISO 50001: 2018 por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) A cierre de este informe, pendiente de emisión del certificado por AENOR

Eficiencia energética

- Ejecución de 16 proyectos de implantación de energía fotovoltaica que llegarán a cubrir el 11% de su consumo anual
- 0,02 puntos de ahorro en eficiencia energética de los edificios técnicos (PUE) del alcance de la ISO 50001

Emisiones GEI

- Reducción del 22% en las emisiones GEI del 2023 (alcance 1 y 2) en comparación a las generadas en 2022
- La campaña "Bosque Verde" ha logrado plantar un total de 43.631 árboles

3.1.1 Sistema de gestión de riesgos medioambientales

GRI: 2-27, 303-5

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

Como se detalla en el apartado "1.5 Riesgos y oportunidades" de este Informe, el Grupo Orange cuenta con un Comité de Riesgos, un Comité de Auditoría y un Plan de Vigilancia que examinan anualmente la exposición de la compañía a los riesgos medioambientales, garantizando la efectividad del control interno y los sistemas de gestión de riesgos. En Orange España mantenemos una relación constante con el Grupo Orange para implementar y mejorar nuestro propio sistema, mitigando y reportando los riesgos dentro de nuestro alcance, siempre alineados con el mapa global de riesgos. Los principales retos ambientales son no adaptarse a las limitaciones del compromiso de los 2 grados mundiales, el manejo inadecuado de desechos tóxicos o la incompleta implementación de las 4R de la economía circular. Por ello, para todos ellos contamos con planes de acción específicos orientados a su mitigación.

Para dar seguimiento a nuestras iniciativas, establecemos indicadores medioambientales y energéticos tales como: la reducción de emisiones GEI, el consumo energético o el porcentaje de energía renovable, entre otros. Asimismo, evaluamos anualmente nuestra gestión ambiental y gestión energética conforme a las normas: ISO 14001:2015 e ISO 50001: 2018, certificadas 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 la Auditoría Energética, en cumplimiento con el RD56/2016.

Por otra parte, con el fin de reducir los residuos dentro de la organización, contamos con mecanismos de medición y control, así como planes de acción basados en la economía circular.

Adicionalmente, disponemos del sistema de monitorización PCR-Smart Site, una plataforma tecnológica innovadora, que combina el big data con la monitorización en tiempo real para apoyar la gestión medioambiental. La aplicación de esta herramienta ayuda a mejorar la gestión de los recursos naturales, prevenir situaciones de riesgo y, en general, contribuir a la protección del medioambiente en la era de la crisis climática.

Respecto a incumplimientos de las leyes o normativas durante el ejercicio 2023, se han producido los siguientes procedimientos y contencioso administrativos en materia medioambiental y ruidos/vibraciones/inmisiones radioeléctricas:



Incumplimiento Ambiental	2022		2023	
	Nº Casos	Importes (€)	Nº Casos	Importes (€)
Procedimientos administrativos / sancionadores	4	14.250€	15	73.471€
Procedimientos / litigios Contencioso-Administrativo	0	0	0	0

Indicadores medioambientales		2022	2023	Evolución
Consumos	Energético dentro de la organización (GWh)	137,12	141,75	↑
	Agua (m3)	19.772	19.543	↓
	Energía renovable (%)	100%	100%	-
Emisiones GEI	Alcance 1 (tCO2e)	3.426,75	2.671,40	↑
	Alcance 2(tCO2e)	0	0	-
	Alcance 3(tCO2e)	278.711,38	281.610,89	↑
Economía circular	Dispositivos recuperados (Nº routers)	1.023.177	978.734	↓
	Equipos reacondicionados (Nº routers)	792.891	662.997	↓

3.2 Uso eficiente y energía renovable

GRI: 3-3, 302-3, 302-4 y 302-5

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

Para dar seguimiento a nuestro compromiso estratégico con el medioambiente, durante este año Orange España ha llevado a cabo la **implantación de paneles solares en edificios de oficinas y técnicos** en España. El proyecto al cual se dio forma durante el año 2022 en cuanto a necesidades previas y estudios preliminares **contemplaba la instalación de paneles solares en un máximo de 33 instalaciones en 19 provincias, hasta finales de 2024**, lo que contribuirá a mejorar en más de un 11% el ahorro energético en esa previsión inicial de edificios y un 5% del total del consumo de los centros técnicos, oficinas y tiendas de Orange. La inversión final prevista será de, aproximadamente, unos 2,7 millones de euros, y se estima un retorno de la inversión en unos 4-5 años, con ahorros de alrededor de 760.000 euros al año.

3.2.1 Pioneros en energía 100% verde

En los últimos años se vive una toma de conciencia global que ha propiciado que muchas industrias, concretamente la de telecomunicaciones, se comprometan con la transición ecológica fijando objetivos verdes a medio plazo. En Orange, nos enorgullece haber sido el primer operador español en garantizar y acreditar, desde 2014, que toda la energía eléctrica directa 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 reducir a 0% nuestras emisiones derivadas del consumo directo de energía eléctrica

A lo largo del año 2023, hemos llevado a cabo la ejecución de 16 proyectos de implantación de energía fotovoltaica (13 edificios técnicos + 3 edificios corporativos en La Finca). La potencia (pico) instalada



en la totalidad de las 16 instalaciones, alcanzará los 2070 kW, que llegarán a producir unos 2,7 GWh de energía eléctrica, cubriendo así alrededor de un 11% del consumo total anual de los 16 emplazamientos sobre los que se actúa. La inversión final ha sido de aproximadamente, 1,8 millones de euros, cuyo retorno de la inversión se estima en unos 4-5 años.

La previsión para 2024 es llevar a cabo la implementación de 12 nuevas instalaciones en edificios técnicos y estudiar en detalle la viabilidad en 5 emplazamientos más.

3.2.2 Eficiencia energética

La COP27, celebrada en Egipto en 2022, siguió alentando la esperanza de acelerar la transición energética mundial y poder limitar el calentamiento global por debajo de 2 °C, preferiblemente a 1,5 grados centígrados, en comparación con los niveles 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.

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 esta meta, se ha puesto en marcha una estrategia cuyo fin es transformar el sistema de producción actual hacia otro más circular y eficiente que reduzca nuestra huella de carbono. Durante 2023 se instalaron 60 tomas para carga de vehículos eléctricos en los edificios de La Finca, Pozuelo y en la sede de Mallorca.

También llevamos adelante diversas iniciativas, dentro de nuestro **programa Green ITN 2025**, encaminadas a maximizar la eficiencia de nuestro consumo energético y reducir nuestras emisiones. Estas iniciativas, que están en línea con el *Compromiso mundial de enfriamiento* firmado durante la COP 28 por más de 60 países, tienen como objetivo hacer más ecológicas nuestras redes mediante diferentes proyectos, entre los que podemos destacar:

- 1) **Acuerdos de compartición con terceros** para evitar duplicar infraestructuras en las redes de telecomunicaciones, al tiempo que se reducen significativamente el consumo energético, nuestras emisiones y los residuos, minimizando así nuestro impacto sobre el medioambiente. 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, durante el año 2023, Orange, consiguió desplegar 631 ubicaciones de nueva cobertura para uso compartido y reforzar toda la infraestructura de conectividad de la red móvil asociada a dichos emplazamientos. Al mismo tiempo, se desmantelaron 2.675 ubicaciones existentes, reduciendo así el consumo energético e impacto ambiental derivados de 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, lo que se convierte, al mismo tiempo, en requisito fundamental para nuestras decisiones de compra. Los equipos de climatización suponen uno de los principales generadores de consumo energético de nuestra red de acceso móvil. Mantener una planta renovada y correctamente mantenida garantiza que el consumo asociado a la climatización sea lo más eficiente posible. En este sentido, Orange cuenta con 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, en consecuencia, 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 hasta en un 33% en 2023 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 que hay fases del día, como las horas nocturnas o incluso ciertos periodos diurnos, que no precisan 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 el uso de la red. Actualmente en la infraestructura móvil de Orange están activas 39 de estas funciones de ahorro de energía, que nos permiten optimizar el consumo energético de acuerdo a la utilización real de la misma, reduciendo hasta en un 11,78% el consumo energético acumulado de los equipos radio dependiendo del uso.
- 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. Por este motivo, en 2023 se han llevado a cabo proyectos de sustitución de equipos de climatización en 5 emplazamientos, que afectan a 727 kW de potencia frigorífica instalada, que generan ahorros energéticos estimados en 0,25 GWh/año.
- 6) **Nuevos edificios técnicos más sostenibles:** en los proyectos de los nuevos emplazamientos técnicos aplicamos modelos de construcción eficientes (modularidad y capacidad de crecimiento futuro). Asimismo, instalamos equipos de climatización de última tecnología con los más altos estándares de calidad y de acuerdo a estrictos criterios de pruebas, capaces tanto de controlar temperatura y humedad de las salas técnicas de forma eficiente como de realizar *free-cooling* directo, para el aprovechamiento de aire frío del exterior y minimización del uso del aire acondicionado. Otras medidas aplicadas en nuestros edificios son la instalación de zonas 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 y consumos, entre otras) y la definición de diferentes pautas de gestión (temperatura de consigna, alarmas, etc.) 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).
- a. En FTTH, las nuevas funcionalidades de los equipos (OLTs) reducen el consumo y nos permiten optimizar la capacidad de la potencia contratada. Para ello, lanzamos un plan de optimización que permite reducir el número de equipos y la potencia de los disyuntores de la central. Además, el número de clientes de tecnologías antiguas (como los pares de cobre) va decreciendo a medida que se migran a tecnologías más modernas y eficientes. También estamos trabajando en el desmantelamiento y reciclaje 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.
 - b. En conjunto, con todas estas acciones hemos retirado de la Red hasta 2023 un total de 3.338 equipos fijos de telecomunicaciones.
- 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	Unidad	2022	2023	Detalles
a. Consumo directo: combustible de fuentes no renovables	GWh	3,84	3,62	Gasóleo B (grupos electrógenos edificios), gasóleo A (vehículos de flota), gasolina (vehículos de flota)
b. Consumo directo: combustible de fuentes renovables	GWh	0,23	0,23	Biocombustibles contenidos en gasolina y gasóleo de vehículos de flota (porcentaje de biocombustible en gasolina y gasóleo A)
c. Consumo indirecto total electricidad	GWh	133,05	137,89	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	137,12	141,7	Consumo directo + indirecto
Consumo energético fuera de la Organización – GRI 302-2	Unidad	2022	2023	Detalles
TOTEM (gasóleo B y electricidad)	GWh	166,75	166,75	A cierre del Informe en 2023 los datos de electricidad de TOTEM y de gasóleo B de TOTEM son aproximados a partir de los datos de 2022

Nota: el dato de 2023 es provisional a falta de que se publiquen los factores de 2023 por la OECC.



Ratio de intensidad energética - GRI 302-3	Unidad	2022	2023	Detalles
a. Consumo de Electricidad / clientes	kWh/cliente	6,36	6,37	Abarca el consumo energético dentro de la organización
b. Consumo de energía total * (alcance 1 + 2) / Clientes	kWh/cliente	6,55	6,55	
c. Denominador de la ratio de intensidad: Clientes	Número	20.929.602	21.652.484	

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

3.3. Reduciendo la huella de carbono

GRI: 3-3, 305-5

Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica; 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.

En 2023, uno de los focos de nuestra estrategia medioambiental ha sido trabajar por reducir las emisiones de CO2 (emisiones de Alcance 3). Además de la logística directa, se incluye como novedad los procesos de la logística inversa en los reportes de emisiones CO2 (acorde con la estrategia OGREEN). Con nuestro principal operador logístico, hemos trabajado:

- El porcentaje de energía obtenida por paneles solares se vio incrementada hasta llegar a un estimado de 5% del total de energía consumida.
- La gestión de residuos (tanto peligrosos como no peligrosos) es realizada por gestores autorizados, de acuerdo con los requisitos de la legislación vigente y con los objetivos de la empresa.
- El parque de vehículos no ecológicos se ha visto reducido en la mayoría de las mensajerías (en distintos porcentajes).
- Alrededor del 80% de las bolsas utilizadas en transporte de nuestros equipos se componen de material reciclado.

3.3.1 Principales resultados de consumos y emisiones de alcance 1 y 2

GRI: 3-3, 302-1, 302-2, 305-1, 305-2

Consumo, directo e indirecto de energía; 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.

La consecución de planes de acción concretos encaminados a reducir nuestra huella -como son la renovación de equipos de climatización, y el incremento de vehículos eco de nuestra flota han logrado resultados concretos, como una reducción del 22% en las emisiones GEI del 2023 (alcance 1 y 2) en comparación a las generadas en 2022.

- **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 consumos por alcance 1 + 2 por categoría GHG PROTOCOL	Unidad	2022	2023	Detalles
a. Gasóleo (todos los edificios, todos los usos) Alcance 1	m ³	42,27	34,80	Gasóleo B (grupos electrógenos edificios)
b. Gasolina-LPG vehículos empresa Alcance 1	l	127.747,50	170.026,44	Vehículos gasolina e híbridos gasolina (incluye litros contabilizados + estimados correspondiente a los vehículos con telemetría)
c. Diesel vehículos empresa Alcance 1	l	252.532,51	207.191,57	
d. Gases refrigerantes	kg	1.407,74	906,11	Gases refrigerantes de AC (edificios + red)
e. Consumo total Electricidad ** Alcance 2	GWh	133,05	137,89	Consumida en edificios (corporativos, técnicos y tiendas propias) y en emplazamientos de red gestionados (propios y compartidos)
f. Porcentaje del consumo de electricidad que corresponde a energía verde	%	100%	100%	Toda la electricidad consumida tiene Garantía de Origen Renovable

Emisiones	Ud.	2022	2023	Detalles
a. 305-1 Total Emisiones directas de GEI Alcance 1	tCO2e	3.426,75	2.671,40	Emisiones de combustión en: fuentes estacionarias (grupos electrógenos de centros corporativos y técnicos) + fuentes móviles (flota de vehículos) + emisiones fugitivas de refrigerantes de climatización (edificios, emplazamientos de red gestionados). Gases incluidos: Combustión en fuentes estacionarias y móviles (CO2, CH4 y N2O), 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	tCO2e	0	0	La energía eléctrica adquirida dispone de Garantía de Origen Renovable
c. Total emisiones GEI Alcance1+2	tCO2e	3426,75	2671,40	Huella de Carbono alcance 1+2

Nota 1: los datos son estimados a la espera de publicación de los factores de emisión por el Ministerio de Transición ecológica y la verificación posterior de los datos por AENOR. (GRI: 305-1/305-2/305-3). Estas categorías están sujetas a la verificación de la huella de carbono, prevista en mayo de 2024, conforme a la ISO 14064:2019 que realizará AENOR.

Nota 2: los datos presentados en las tablas anteriores de consumos energéticos y emisiones corresponden a la actividad total de Orange en España. Los datos correspondientes exclusivamente a Orange Espagne, S.A.U. son los siguientes: consumo de Gasóleo - 34,19 m³; consumo de gasolina y diésel de vehículos de empresa - 377.218 litros; gases refrigerantes - 772,11 kg; consumo de electricidad - 135,68 GWh; emisiones GEI de alcance 1 y alcance 2 - 2.412 tCO2e. El 25% del dato de consumo de electricidad es estimado debido a que, a fecha de verificación de este informe, hay facturas pendientes de recibir de este concepto.



3.3.2 Principales resultados de emisiones de alcance 3

GRI: 305-3, 305-4, 305-5

Orange España lleva años introduciendo el alcance 3 en sus informes. En otras palabras, reportamos las emisiones indirectas de gases de efecto invernadero que se generan a lo largo de nuestra cadena de suministro pero que no están bajo nuestro control directo.

Del total de las emisiones del alcance 3, 278.939,49 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 el Grupo Orange.

El cálculo de las emisiones de alcance 3 se basa, siempre y cuando sea posible, en un dato físico multiplicado por su factor de emisión correspondiente derivado de estudios de ciclo de vida del producto o extrapolaciones. Seguimos trabajando para completar las categorías calculadas mediante factores físicos, ya que son más fiables que los monetarios (en 2023 aplicado a 3.1 Bienes de equipo y 3.2 Compras de bienes y servicios).

Detalle alcance 3 por categoría GHG PROTOCOL	Ud	2022	2023	Detalles
1. Bienes de equipo	tCO ₂ e	35.175,63	28.642,93	Equipamiento de la Red, equipamiento de empleados, edificios corporativos, técnicos, tiendas propias y flota de vehículos
2. Compras de bienes y servicios	tCO ₂ e	160.832,10	168.385,11	Dispositivos vendidos a clientes
3. Combustibles energía <i>upstream</i>	tCO ₂ e	270,91	258,09	Incluye el <i>upstream</i> del combustible consumido en vehículos, edificios y red propiedad de ODP
4. Transporte y distribución <i>upstream</i>	tCO ₂ e	-	-	Categoría no incluida por falta de datos
5. Residuos generados	tCO ₂ e	3,74	3,38	Gestión del transporte y tratamiento
6. Viajes de negocio	tCO ₂ e	293,96	329,40	Avión y tren nacional e internacional
7. Desplazamientos <i>in itinere</i>	tCO ₂ e	-	-	No calculado
9. Transporte y distribución <i>downstream</i>	tCO ₂ e	400,10	414,96	Logística directa de transporte y distribución desde el operador logístico a clientes B2B y B2C
11. Uso de productos vendidos	tCO ₂ e	77.116,22	79.714,38	Consumo de electricidad de dispositivos asociados a líneas móviles y fijas
Total emisiones indirectas de GEI de alcance 3	tCO ₂ e	275.284,63	278.939,49	Emisiones por Bienes de equipo; Gases incluidos: CO ₂ , CH ₄ y N ₂ O
	Unidad	2022	2023	Detalles
Total emisiones GEI alcance 1+2+3	tCO ₂ e	278.711,38	281.610,89	Todas las mencionadas en 305-1 a 305-3.



Nota: los datos son estimados a la espera de publicación de los factores de emisión por el Ministerio de Transición Ecológica. Estas categorías están sujetas a la verificación de la huella de carbono, prevista en mayo de 2024, conforme a la ISO 14064:2019 que realizará AENOR

Detalle de emisiones directas de GEI de alcance 1	Unidad	2022	2023
a. Emisiones de combustible gas-carbón (por grupos de edificios)	tCO2e	115,02	94,69
b. Emisiones de vehículos	tCO2e	923,64	904,54
c. Emisiones de Gases Fluorados de Efecto Invernadero CO2	tCO2e	2.388,09	1.672,17
Total	tCO2e	3.426,75	2.671,40

Intensidad de emisiones GEI por cliente	Unidad	2022	2023
a. Total de Emisiones GEI SW alcance (1+2)* / Cliente	kgCO2e/cliente	0,16	0,15
b. Total de Emisiones GEI de alcance (1+2+3)* / Cliente **	kgCO2e/cliente	13,31	13,03
c. Denominador de la ratio de intensidad: Clientes	número	20.929.602	21.652.484

Notas: * Incluye todos los gases reportados en 305-1 a 305-3. ** Los datos de A3 de GFEI de TOTEM y de gasóleo B de TOTEM son aproximados a partir de los datos de 2022.

3.4 Biodiversidad

GRI: 304-2 y 304-3

Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad; Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas

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. Todas ellas iniciativas esenciales para salvaguardar la biodiversidad y garantizar un desarrollo sostenible a largo plazo.

Orange España inició, hace cuatro años, la reforestación del Bosque Orange, situado en Monte La Umbría en Teruel, una zona denominada por la UE como zona escasamente poblada. Entre 2020 y 2023, el proyecto de este Bosque ha conseguido reforestar 57 hectáreas (15,97 hectáreas en 2023), plantando más de 43.600 árboles y evitando un total de 13.322 toneladas de CO2 a la atmósfera en los próximos 50 años.

La reforestación ha sido efectuada de mano del Grupo Sylvestris, el cual contrata a empleados locales de esta región de Teruel, incluyendo personas pertenecientes a grupos vulnerables, que han plantado especies autóctonas frugales y resilientes al cambio climático, favoreciendo la conservación de la biodiversidad.

El 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 este “Bosque Orange”.

Por otra parte, Orange España está contribuyendo a la conservación y recuperación de una zona de riesgo extremo de deforestación en Sena Madureira (Acre-Brasil) con el proyecto REDD+ Yuxibu, junto al Grupo Sylvestris y Canopée Gestão Ambiental e Florestal.



Finalmente, derivado de nuestra actividad como operador de telecomunicaciones, provocamos un impacto visual en entornos protegidos por el medioambiente, debido a la infraestructura soporte necesaria y a la emisión de campos electromagnéticos. Todos los emplazamientos desplegados en estos entornos cumplen con la normativa en vigor respetando en todos los casos los niveles máximos permitidos, al tiempo que minimizamos el impacto visual de nuestra red fomentando un despliegue compartido con otros operadores y llevando a cabo mimetizaciones en los casos que sea necesario.

3.5 Economía circular y gestión de recursos

GRI: 3-3, 301-3, 306-2, 306-3, 306-5 y 413-2

Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.

En Orange España 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.

Nuestra compañía está concienciada sobre la necesidad de reducir los desechos de la producción y ayudar a compensar la huella de carbono generada. Para ello, hemos incorporado al diseño de nuestros productos los estándares y normas de ecodiseño, utilizando materiales sostenibles y reciclados, con el fin de reducir su impacto y ahorrar. Además, estamos desarrollando e implementado hábitos sostenibles en todos nuestros procesos, reduciendo las emisiones de los vehículos transportistas, optimizando los viajes, utilizando *packaging* a base de materiales reciclados y renovado de la flota.

Economía circular – residuos electrónicos de clientes – GRI 301-3	Ud	2022	2023	Objetivos 2025	Grado de avance
a. Móviles recuperados, sobre el total de móviles nuevos puestos en el mercado	%	6,93%	6,30%	20% de móviles recuperados	30% del objetivo cumplido
b. Dispositivos fijos*	%	84,7%	97%	90% de los terminales recuperados**	100% del objetivo cumplido

Notas: * Se tienen en cuenta los dispositivos “collection rate” de los clientes Churn ; ** Incluye “collection rate” de origen churn, instaladores y averías.

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

3.5.1 Diseño: Livebox 6, el router eco pionero

GRI: 3-3

Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático

Como proveedor de servicios de comunicaciones fijas, en Orange España instalamos y proveemos a todos nuestros 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; utilizando *packaging* de cartón 100% reciclado y certificado FSC; usando tintas 100% vegetales para su impresión; y diseñándolo 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 2023 se han recuperado +900.000 dispositivos alcanzando una tasa de recuperación del 97% del total de equipos susceptibles de ser recogidos.
- Puestos a nuevo con una ratio del 96% (+2 pp vs año 2022)
- Residuos evitados:
 - Embalaje libre de plásticos de un solo uso (sin bolsas de plástico, ni 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 España 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 medioambiente, 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 17 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. Además, en la marca Orange hemos llevado a cabo una unificación de tarjetas con un diseño ecológico y sostenible, reduciendo el número de modelos existentes y ayudando tanto a la reducción de plásticos como a la simplificación de estas de cara al cliente.

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 admite 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 España, 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 sistema de etiquetado, Eco Rating, para toda la industria. Este etiquetado, permitir 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.

La iniciativa se lanzó junto a la evaluación de una selección de teléfonos de 16 marcas comerciales, a las que se sumarán más en el futuro.

Tras una evaluación exhaustiva, cada modelo de móvil recibe 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 etiquetado 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.

3.5.2 Compartir/Alquilar: compras sostenibles

En línea con nuestra política de Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social Corporativa, en Orange España 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 de ello, hemos incorporado a nuestros procesos herramientas que facilitan la selección y evaluación de nuestros proveedores, teniendo en cuenta criterios medioambientales, sociales y éticos.

Entre las principales iniciativas destacamos:

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

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

Desde que comenzamos el despliegue de la red 5G bajo tres pilares fundamentales: eficiencia, sostenibilidad y seguridad, tenemos 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, contrata, etc.

Otros hábitos sostenibles

Sabemos que la transformación hacia un modelo circular supone un replanteamiento de todos nuestros procesos y por ello, analizamos y redefinimos continuamente los hábitos de producción y servicio a lo largo de toda la organización. Como resultado de ello, hemos aplicado mejoras tales como:

- 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 que minimizan la huella de carbono.



Second life

Actualmente, 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.

De entre todos los componentes de un dispositivo, las baterías son los elementos más contaminantes, porque contienen sustancias como el cadmio, el litio, el metal hidruro o el coltán. Este último es 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.

Tomando todo esto en cuenta, en Orange España 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 360º 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 de nuestra actividad. En los recursos y las materias primas.** En concreto, estamos comprometidos en 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.

3.5.3 Reparar: 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 2023 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, a día de hoy, 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 en un grupo de trabajo organizado por COTEC aportando nuestro conocimiento y experiencia, junto a otras empresas e instituciones, 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.

3.5.4 Recoger: recuperación de dispositivos móviles

Compramos tu móvil

La campaña “Compramos tu móvil” incentiva el reciclaje de dispositivos antiguos, que no sean reparables o estén fuera de garantía, incentivando a sus propietarios a desprenderse de ellos mediante una promoción al entregarlos a cambio de un nuevo acto comercial. De esta forma, se ayuda a la destrucción del viejo móvil de forma correcta o a la reutilización de sus piezas con el fin de que puedan usarse en un futuro, reduciendo así la huella de carbono que genera la creación de nuevos dispositivos.

3.5.5 Reutilizar/Renovar: reciclaje por el bien social

En Orange España queremos dar una nueva vida o reciclar todos esos dispositivos en desuso y olvidados en un cajón a través de su recuperación. Por eso llevamos años creando campañas para animar a nuestros clientes a entregar esos viejos móviles, dándoles la facilidad de

hacerlo tanto en nuestras tiendas como en instituciones, empresas o colegios con los que colaboramos. En muchas de estas acciones, combinamos, además, los beneficios intrínsecos del propio reciclaje (ahorro de recursos naturales, oportunidades de empleo, etc.) con labores solidarias, destinando un porcentaje por cada terminal reciclado a diferentes proyectos sociales.

En 2023 hemos recogido más de 100.000 móviles, lo que implica una tasa de recuperación, con respecto a los móviles que ponemos en el mercado, del 6,30%.

Reacondicionamiento

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, actualmente se busca alargar la vida de uso de los dispositivos,



que se calcula podría llegar a 5 años aproximadamente. Si esto fuese así, la huella del proceso de producción de dispositivos sería mucho menor.

En Orange España queremos dar una vida útil más larga a esos dispositivos recogidos que aún pueden ser utilizados, ya sea mediante su reacondicionamiento o reparación para poder entregarlos como móviles de sustitución, ya para su distribución entre unidades familiares con recursos limitados.

En nuestro compromiso con el medioambiente hemos recogido a nuestros clientes un millón de dispositivos fijos, de los cuales 663.000 se han puesto a punto y entregado a nuevos clientes, alcanzando una tasa de reutilización del 96%. Mientras tanto, el resto de los dispositivos son tratados adecuadamente por nuestros socios externos homologados en gestión de residuos.

Con el objetivo de reducir el consumo de recursos naturales, en Orange España 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, con el consiguiente beneficio en términos de sostenibilidad y reducción de la huella medioambiental.

3.5.6 Reciclar: 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. Al tratarse de infraestructuras tan grandes y complejas, cuando quedan obsoletas, buscamos generar el mínimo impacto posible sobre el medioambiente 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 hace dos años 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. De esta forma, se les da 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

En Orange también desarrollamos distintas 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 este sentido, llevamos más de una década poniendo en marcha diferentes iniciativas para la reducción del papel. El 99% del cartón y papel empleado en el embalaje de nuestros productos, o en campañas de marketing y revistas, es certificado. Además, apostamos por la factura electrónica.

En 2023, de los residuos contemplados en nuestro sistema de gestión ambiental, hemos generado 121,99,22 tn de papel y cartón y 0,03tn 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 España, 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.



4. Comprometidos con las personas

GRI: 3-3

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 en nuestra Política de Recursos Humanos, 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.

Logros e indicadores destacados		2022	2023	Evolución
Empleo	• Número de personas trabajadoras	2.811	2.847	↑
	• % Contratos indefinidos	100%	100%	-
	• Prórroga del IV Convenio Colectivo	-	-	-
Talento y formación	• Número de horas de formación total	76.684	78.067	↑
	• % de personas formadas	97,7%	99,2%	↑
	• 4ª edición programa de becas "Come On" y 3ª edición "Sales B2B"	-	-	-
Diversidad e Igualdad	• % Mujeres consejeras	44,4%	50%	↑
	• % Mujeres en comité de dirección	33,3%	38,5%	↑
	• Aprobación del III Plan de Igualdad	-	-	-
	• Renovación del Distintivo Igualdad en la Empresa (DIE) y Top Diversity Company	-	-	-
Salud y seguridad en el trabajo	• Certificación ISO45003 de prevención de riesgos psicosociales. Renovación ISO45001 en prevención de riesgos laborales y certificación de Organización Saludable por AENOR	-	-	-

4.1 Empleo en Orange

GRI: 2-19, 3-3

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

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:



4.1.1 Contrataciones

GRI: 2-7

Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional

GRI: 2-7, 405-1

Personas en Orange España																				
	Altos Ejecutivos				Posiciones gerenciales / directivas				Responsables y técnicos especializados				Técnicos y administrativos				Total			
	2022		2023		2022		2023		2022		2023		2022		2023		2022		2023	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Hombres	48	1,71%	45	1,58%	221	7,86%	229	8,04%	996	35,43%	1028	36,11%	376	13,38%	366	12,86%	1641	58%	1668	59%
< 30 años									7		4		26		25		33		29	
30 – 50	25		19		129		116		713		638		268		244		1135		1017	
> 50 años	23		26		92		113		276		386		82		97		473		622	
Mujeres	15	0,53%	15	0,53%	119	4,16%	118	4,14%	625	22,23%	644	22,62%	411	14,62%	402	14,12%	1170	42%	1179	41%
< 30 años									5		3		27		31		32		34	
30 – 50	5		4		72		56		448		395		258		224		783		679	
> 50 años	10		11		47		62		172		246		126		147		355		466	
TOTAL	63	2,24%	60	2,11%	340	12,10%	347	12,19%	1621	57,67%	1672	58,73%	787	28,00%	768	26,98%	2811	100%	2847	100%

Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal

GRI: 401-1

Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

	Nº Nuevas contrataciones		Rotación voluntaria				Rotación no voluntaria			
	2022	2023	2022		2023		2022		2023	
Hombres	65	56	31	68,89%	15	60%	15	71,43%	6	54,55%
< 30 años	14	9	4		2		1			
30 – 50	45	40	23		12		9		4	
> 50 años	6	7	4		1		5		2	
Mujeres	43	27	14	31,11%	10	40%	6	28,57%	5	45,45%
< 30 años	11	8	3				1			
30 – 50	29	18	9		9		5		2	
> 50 años	3	1	2		1				3	
TOTAL	108	83	45	100%	25	100%	21	100%	11	100%



Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo

GRI 2-7

Información a cierre de ejercicio		2022			2023		
Tipos de contrato (*)		Nº Contratos permanentes			Nº Contratos permanentes		
		Menos de 30 años	30-50 años	+50 años	Menos de 30 años	30-50 años	+50 años
Hombres	Altos Ejecutivos		25	23		19	26
	Posiciones Gerenciales / Directivas		129	92		116	113
	Responsables y técnicos especializados	7	713	276	4	638	386
	Técnicos y administrativos	26	268	82	25	244 *	97
Mujeres	Altos Ejecutivos		5	10		4	11
	Posiciones Gerenciales / Directivas		72	47		56	62
	Responsables y técnicos especializados	5	448	172	3	395	246
	Técnicos y administrativos	27	258	126	31	224	147
Total		65	1918	828	63	1696	1088
		2.811			2.847		

(*) Contratos a tiempo parcial: uno en 2022 y 2023.

(*) Contratos temporales: ninguno en 2022 y 2023.



Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional

GRI: 2-7

Información ejercicio		2022						2023		
media por		Promedio contratos temporales			Promedio contratos permanentes			Promedio contratos permanentes		
Tipos de contrato		Menos de 30 años	30-50 años	+50 años	Menos de 30 años	30-50 años	+50 años	Menos de 30 años	30-50 años	+50 años
Hombres	Altos Ejecutivos					24,8	20,2		20,3	26,7
	Posiciones Gerenciales Directivas	/				128,2	83,1		112,3	111,0
	Responsables técnicos especializados	y			7,1	709,4	219,8	2,5	629,1	383,9
	Técnicos administrativos	y			21,1	264,5	80,3	24,0	246,3	100,0
Mujeres	Altos Ejecutivos					5,0	7,3		4,0	12,0
	Posiciones Gerenciales Directivas	/				70,7	30,7		55,3	61,4
	Responsables técnicos especializados	y		0,2	3,1	441,2	111,8	3,0	388,9	243,1
	Técnicos administrativos	y	0,5		24,3	255,5	75,5	27,5	224,4	149,8
Total		0,5	0,2		55,6	1899,3	628,7	57	1680,5	1087,8
					2.795			2.825,3		

4.1.2 Organización del trabajo

GRI: 3-3

Durante el año 2023, hemos consolidado el modelo híbrido de teletrabajo para seguir apostando por la conciliación y el bienestar de los profesionales que forman parte de Orange España. Asimismo, prestamos especial atención a la generación de un entorno saludable de trabajo, en la oficina y en casa, y ofrecemos talleres y buenas prácticas en salud física y mental.

Gracias a la prórroga del IV Convenio propio de Orange para los años 2023 y 2024, se ha dotado a la compañía de un marco de estabilidad laboral, manteniendo las condiciones de los convenios anteriores con algunas mejoras importantes, como medidas extraordinarias retributivas en 2023 para mitigar el impacto de la inflación, y mejoras en los beneficios sociales y en las medidas de conciliación.

Flexibilidad y conciliación

GRI: 3-3, 401-3

Organización del tiempo de trabajo; Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores

Orange cuenta desde hace años con teletrabajo y con un horario flexible:



- 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: desde 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 y durante la jornada intensiva se puede salir a partir de las 14:30h, cumplida la jornada de 7 horas.

En marzo del 2022 entró en vigor el esquema de teletrabajo vigente en Orange, acordado en octubre de 2021 con la representación legal de las personas trabajadoras. Con este esquema, la plantilla puede optar por teletrabajar 2 días completos a la semana o 1 día fraccionado en varias tardes.

Dicho acuerdo amplía el esquema de teletrabajo inicial ya implantado, de 1 día de teletrabajo o tiempo equivalente, regulado en el Convenio de Orange previo a la situación de crisis sanitaria del Covid-19.

Además, las personas trabajadoras disponen de una bolsa de días de teletrabajo ocasional para situaciones imprevistas, que desde el 1 de enero de 2023 se ha incrementado de 10 a 12 días al año.

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 las reincorporaciones de bajas derivadas de enfermedades de inmunodeficiencia o cáncer con tratamiento activo. Todos ellos pueden solicitar un tercer día a la semana de teletrabajo, sometido a la aprobación expresa de la empresa.

Cabe señalar, por otra parte, que, con el objetivo de facilitar su trabajo, en Orange España ponemos 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, ratón y teclado inalámbricos y silla ergonómica.

La mayoría de las personas trabajadoras de Orange han optado por la modalidad de teletrabajo de 2 días a la semana. Mientras tanto, 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 2023, se han seguido promoviendo sesiones y talleres del programa “Enchúfate al Trabajo Híbrido”, para favorecer la adaptación a un entorno de trabajo colaborativo, eficiente y flexible.

Foco en la desconexión digital

GRI: 3-3

Implantación de políticas de desconexión laboral

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, sin menoscabo del principio de flexibilidad que promueve la compañía. En este sentido, potenciamos acciones de sensibilización a todos los niveles de la organización sobre el buen uso de las tecnologías.

Un ejemplo de estas acciones ha sido la campaña sobre desconexión digital que hemos realizado durante 2023 dentro de nuestro programa de salud Fresh Program, con artículos y recomendaciones para fomentar y facilitar la desconexión digital por parte de las personas que trabajan en Orange.



Excedencias y movilidad

	Excedencias				Movilidad grupo			
	2022		2023		2022		2023	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Hombres	7	63,6%	7	70,0%	1	50,0%	3	75,0%
< 30 años								
30 – 50	7		7				1	
> 50 años					1		2	
Mujeres	4	36,4%	3	30,0%	1	50,0%	1	25,0%
< 30 años					1		1	
30 – 50	4		3					
> 50 años								
Total	11	100%	10	100%	2	100%	4	100%

Permiso de maternidad / paternidad

GRI: 401-3

		2022	2023
Número de permisos	Hombre	57	52
	Mujer	35	22
	Total	92	74
Número de personas que han regresado después del permiso en los 12 meses siguientes	Hombre	55	52
	Mujer	35	22
	Total	90	74

4.1.3 Remuneraciones y brecha salarial

GRI: 405-2

Las remuneraciones medias y su evolución desmenuados por sexo, edad y clasificación profesional e igual género. Brecha salarial

Remuneración del Consejo de Administración

GRI: 2-19

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

Cada uno de los consejeros independientes de nuestra 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 2023, 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 2023, el número de consejeros independientes fue de 2, conforme a lo indicado anteriormente. La remuneración total percibida por todos los consejeros independientes durante el ejercicio fue, por tanto, de 120.000 €.

Adicionalmente, existen 845.010€ en 2023 (893.237 € en 2022) en concepto de primas de seguros.

Remuneración de los altos ejecutivos

GRI: 2-19

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

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:

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 y sostenibilidad del grupo Orange. El resto de la retribución variable está asociada a indicadores 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 2023, la compensación promedio total de los directivos líderes de Orange, incluyendo todos los conceptos anteriores, ha sido la siguiente:

Promedio compensación total	2022	2023
Hombre (€)	260.380 €	267.500 €
Mujer (€)	233.757 €	252.701 €

El resultado de la brecha salarial bruta para este colectivo es de 5,53% en 2023 (10,2% en 2022).



Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional

GRI: 3-3, 405-2

Clasificación profesional	Edad	Hombre (promedio €)		Mujer (promedio €)		Diferencia salarial (%)	
		2022	2023	2022	2023	2022	2023
Posiciones gerenciales/directivas	Más de 45 años	90.149	91.806	89.583	89.860	0,63%	2,12%
	De 31 a 45 años	77.013	78.111	74.995	76.653	2,62%	1,87%
Responsables y técnicos especializados	Más de 45 años	59.523	60.691	54.745	56.591	8,03%	6,76%
	De 31 a 45 años	54.838	56.186	52.860	54.589	3,61%	2,84%
	Hasta 30 años	52.137	53.578	48.502	49.015	6,97%	8,52%
Técnicos y administrativos	Más de 45 años	45.105	47.070	41.618	44.067	7,73%	6,38%
	De 31 a 45 años	42.475	44.219	41.413	44.398	2,50%	-0,40%
	Hasta 30 años	37.144	39.156	35.792	37.218	3,64%	4,95%

Remuneración de hombres y mujeres del resto de la organización

La retribución total incluye la remuneración fija y la variable al 100% de consecución en 2023 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 2023, excluyendo los altos ejecutivos, es de un 8,3% en salario fijo. La brecha ajustada es de un 3,5% en salario fijo, y de un 3,7% en salario fijo + variable.

Se ha identificado un error en el primer decimal de la brecha salarial bruta reportado en el Informe de Sostenibilidad 2022, siendo el dato correcto 8,7% en vez de 8,1%. El dato aparece en el siguiente párrafo, en la página 82 del Informe.:

El resultado de la brecha salarial bruta para 2022, excluyendo los altos ejecutivos, es de un 8,7%. La brecha ajustada es de un 3,6% en salario fijo, y de un 3,8% en salario fijo + variable.

En 2023, además de la revisión salarial ordinaria con criterios de equidad entre hombres y mujeres, se aplicó una subida salarial adicional acordada en el plan de igualdad. La medida beneficiaba a las empleadas que estaban a más del 10% o 20% de la mediana del salario de los hombres del mismo nivel.

La brecha salarial bruta nos muestra la diferencia entre los salarios promedio de hombres y mujeres, sin tener en cuenta edad, nivel profesional o tipo de trabajo. Para calcular la brecha salarial bruta, se utiliza la diferencia entre el promedio de retribución total de hombres y el promedio de retribución total de mujeres, dividido por el promedio de retribución total de hombres.

La brecha salarial ajustada nos permite identificar las diferencias entre los salarios promedio de hombres y mujeres en el mismo grupo de edad, nivel profesional y familia de trabajos. Para calcularla, utilizamos el siguiente método: se agrupan las personas trabajadoras en categorías comparables según su profesión, edad y trabajos similares o relacionados. Seguidamente, se calcula la cantidad necesaria para igualar la retribución del promedio de las mujeres en relación al promedio de los



hombres en esos grupos comparables. Finalmente, esa cantidad se divide por la retribución total promedio de los hombres.

La remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad

GRI: 202-1

SMI (Salario Mínimo Interprofesional)	Salario hombres (€)	Salario mujeres (€)	Ratio hombres	Ratio mujeres
2022	14.000 €	37.144 €	2,7	2,6
2023	15.120 €	39.156 €	2,6	2,5

Se ha tomado como referencia el “salario promedio de los grupos profesionales de técnicos y administrativos <30 años” y el SMI durante 2023 (1.080€ mensuales repartidos en 14 pagas).

• Indemnizaciones por salidas no voluntarias

	Nº Personas			Indemnización promedio (€)	
	hombres	mujeres	total	hombres	mujeres
2022	12	2	14	129.254€	168.622€
2023	2	3	5	27.253	21.371

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

Nº Despidos y prejubilaciones por edad	2022				2023			
	< 30 años	30-50 años	+50 años	Total	< 30 años	30-50 años	+50 años	Total
Altos Ejecutivos								
Posiciones Gerenciales / Directivas			5	5				
Hombre								
Responsables y técnicos especializados	1	7	32	40		1		1
Técnicos y administrativos		1	13	14	1			1
Mujer								
Altos Ejecutivos			1	1				
Posiciones Gerenciales / Directivas								
Responsables y técnicos especializados		1	10	11		1		1
Técnicos y administrativos		3	12	15			2	2
Total	88				5			

4.1.4 Planes de prestación

GRI: 201-3

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

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

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



Aportación empleado-Fija	Aportación Empresa-fija	Aportación voluntaria empleado –variable
1% SR	2% SR1	1% SR adicional
3% SR	4% SR	Hasta 10% SR adicional

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

El plan de pensiones ofrece diversos beneficios al trabajador/a:

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 comisiones de gestión y depósito de los planes de empleo inferiores a los de los planes individuales.

El funcionamiento y ejecución del Plan están supervisados 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 referencia al Fondo y las Entidades Gestora y Depositaria, que intervienen en la administración y fijan la política de inversión del Plan de Pensiones.

4.1.5 Acuerdos de negociación colectiva

GRI: 3-3, 2-30, y 403-4

Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país; El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo

En Orange España contamos con un convenio colectivo de empresa firmado con la unanimidad de la representación legal de las personas trabajadoras. En 2022, se negoció la prórroga de éste, con una vigencia de dos años, manteniéndose las condiciones anteriores e incluyendo mejoras, que entraron en vigor el 1 de enero de 2023.

La dirección de la empresa mantiene un diálogo fluido y constante con los representantes de los trabajadores y trabajadoras de Orange a través de reuniones periódicas con las distintas comisiones paritarias sobre materias relevantes para garantizar la negociación colectiva, como son la Comisión de Interpretación y Empleo, la Comisión de Formación (donde se comparte el Plan de Formación) o la Comisión Comercial. Las Comisiones se reúnen trimestralmente, de manera general, pudiéndose convocar de manera extraordinaria a petición de cualquiera de las partes.

En enero de 2023, también entró en vigor el III Plan de Igualdad de Orange, acordado con la unanimidad de la representación legal de las personas trabajadoras 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.

La plantilla de Orange se encuentra acogida a los marcos laborales y, en su caso, al contrato de trabajo, donde se regulan las condiciones de trabajo según la legislación vigente.

Acuerdos de negociación colectiva	2022	2023
Nº total de personas trabajadoras	2.811	2.847
Nº de personas dentro del ámbito de aplicación del convenio	2.393	2.425
% de personas dentro del ámbito de aplicación del convenio	85,1%	85,2%

4.2 Talento y formación

GRI: 3-3, 404-2

Las políticas implementadas en el campo de la formación

En Orange, nuestra ambición en el modelo de formación es conseguir que todas las personas trabajadoras tengan las skills (conocimientos técnicos, idiomas y habilidades) necesarias para desarrollar su trabajo actual, al mismo tiempo que se preparan para los retos de futuro. Para ello contamos con planes de formación que, garantizando la mejor experiencia de aprendizaje posible, tienen los siguientes objetivos:

- **Capacitar** en las skills necesarias para cubrir todas las necesidades de todos los empleados/as.
- **Acompañar** a líderes de disciplinas, directores y empleados/as en el proceso de aprendizaje.
- **Anticipar** las necesidades cada vez más exigentes, preparándonos para las skills del mañana.
- **Reforzar** la cultura del aprendizaje continuo.

Por ello, en 2023 se ha trabajado en una propuesta de aprendizaje, ligada a nuestras disciplinas, en la que hemos podido reforzar, actualizar y profundizar en las skills (conocimientos técnicos, habilidades e idiomas) identificadas como clave por más de 125 líderes de disciplina, referentes y expertos de Orange.

Este es un modelo más fácil y ordenado, que da respuesta a las necesidades de compañía e individuales, y ofrece al empleado toda la formación para su mejor aprendizaje y desarrollo en Orange España:

- Formaciones corporativas obligatorias.
- Formaciones transversales para todas las personas que trabajamos en Orange.
- Formaciones específicas para cada disciplina.
- Formación de management.

Todo nuestro modelo está desarrollado y alojado en Orange Learning (LMS Cornerstone), nuestro ecosistema de aprendizaje continuo, donde el empleado puede acceder libremente a Skills Up y a toda la formación existente, según sus preferencias y necesidades.

Además, este año hemos seguido poniendo el foco en 3 objetivos:

- Llegar a más empleados/as y 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 eso nos ha permitido consolidar el modelo de formación híbrido y digital en el que veníamos trabajando desde hace tiempo, para dar flexibilidad al empleado/a para que pueda organizarse mejor según 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.

A lo largo de 2023, continuamos con la **Escuela de Marketing y Ventas (“+School”)** lanzada en 2022, con itinerarios de conocimientos troncales, cursos de especialización y Talks inspiradoras. Dicha escuela cuenta ya con 734 alumnos, y una valoración media de 4,3/5. Por otra parte, este año hemos lanzado la 6ª edición de la **Escuela Superior Técnica** cocreada con la U.P.M (título propio de Orange), para un colectivo de 54 personas, con 760 horas de duración y finalización en 2025.

Dentro del espíritu de aprendizaje continuo, mantenemos una oferta formativa abierta para toda la plantilla a través de “Coursera en Abierto”, con cursos de menos de 2 horas, más de 2.000 contenidos y una metodología eminentemente práctica. Esto complementa a las **licencias de Coursera Business “Skills Challenge”**, solo disponibles para perfiles técnicos con foco en Cloud, Data e IA de Orange, y a la que acceden actualmente más de 500 personas.

Asimismo, proseguimos con los programas de **Idiomas** (inglés, francés y español) con **Idiomas para todos**, que es el programa abierto a toda la plantilla en formato plataforma online, que dispone de clases virtuales grupales; y con programas específicos de **mejora del speaking** para colectivos específicos en formato intensivo y continuo, personalizados y adaptados a las necesidades y contexto de compañía.

4.2.1 Reskilling en Orange

Nombre programa	Objetivos	A quién va dirigido	Resultados 2023
Escuela superior técnica 6ª Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Formar perfiles técnicos en nuevos conocimientos y tendencias • Promover el desarrollo profesional con foco en mujeres • Mejorar la transversalidad entre las áreas técnicas 	Áreas técnicas	52 Nº Personas formadas 35 Media horas/ persona 32 NPS
+School (escuela de marketing y ventas)	<ul style="list-style-type: none"> • Visión transversal del marketing y las ventas • Compartir talento interno • Mejorar los conocimientos con un aprendizaje continuo y personalizado 	Áreas de negocio	732 Target alumnos/as 477 Nº Personas formadas 13 Media horas/ persona 4,31 Valoración media
Escuela Orange Trainers	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la inteligencia colectiva en Orange • Desarrollar las capacidades que necesitan tener los O.T 	Orange trainers	19% Formación interna 2.739 Personas que han recibido formación interna 64 NPS 4,5 Rating
Escuela de verano	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje en formato Talks internas y externas sobre diferentes temáticas que impactan en nuestro negocio • Innovar el aprendizaje a través de nuevos formatos y experiencias 	Totalidad de la plantilla	328 Personas formadas 1 horas Media horas/ persona 72 NPS
Ciberseguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de formación para todos los empleados/as con el fin de concienciar al empleado de la importancia de la ciberseguridad tanto en el ámbito privado como en el laboral 	Totalidad de la plantilla	2.744 Nº Personas formadas 0,5 Media horas/ persona 4,7 Rating



Aprende M365	<ul style="list-style-type: none"> Garantizar la adopción de conocimientos y habilidades en las herramientas M365 (Teams, OneDrive, SharePoint, Planner, Forms, Onenote, To do, sway, whiteboard) 	Totalidad de la plantilla	181 Nº Personas formadas 1 Media horas/ persona 4,6 Rating
Comunidad Aprende en Orange	<ul style="list-style-type: none"> Formar a través de un espacio diferente e interactivo Ser un espacio de comunidad con mismos intereses Creación de un Observatorio de Tendencias 	Totalidad de la plantilla	1.761 Personas miembros 1,062 usuarios activos
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar las habilidades lingüísticas en inglés, francés y español. 	Totalidad de la plantilla	454 Nº Personas formadas 38 Media horas/ persona 33 NPS Idiomas para todos 70 NPS Idiomas Premium
Grow for Leaders	<ul style="list-style-type: none"> Programa de Desarrollo para los Directores/as de Orange, cuyo objetivo es acompañar el desarrollo continuo de habilidades clave para su rol (Comunicación, Liderazgo, Estrategia, Innovación, Negocio...) a través de distintas iniciativas, como talleres y experiencias, cursos, masterclasses, eventos,..... 	Directores/as	78 Personas formadas 21 Media horas/ persona
Grow emerging e Inspiring	<ul style="list-style-type: none"> Programa de desarrollo para altos potenciales de la compañía que tiene como principal objetivo acompañar a los empleados/as en su plan de desarrollo y en el entrenamiento de habilidades para seguir creciendo en Orange. El programa incluye itinerario de formación para trabajar habilidades de comunicación innovación y visión de estrategia y negocio de Orange. Además, el programa incluye sesiones de coaching grupal, mentoring y un itinerario de liderazgo femenino. 	Empleados/as referentes de cada área por su desempeño y potencial.	73 Personas Grow emerging 17 horas y Grow inspiring 39 Horas formadas Media horas/ persona Valoración Grow emerging 9,9 Valoración y Grow inspiring 9,7
Coursera Business "Skills Challenge"	<ul style="list-style-type: none"> Programa sólo disponible para perfiles con foco en contenidos técnicos como Cloud, Data e IA, disponer de una de estas licencias de pago, conlleva un compromiso de cursos realizados por año. 	Todas las personas trabajadoras que requieran de conocimientos técnicos	129 Personas formadas 394 Cursos realizados 38 Media horas / persona

4.2.2 Formación para todos

GRI: 404-1, 404-3

La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales

El total de horas de formación en 2023 ha sido de 78.067 (76.684 horas en 2022), según el desglose adjunto:

	Horas de formación al año por categoría profesional y género	Directivos (CEO + N1)			Mandos intermedios (Directores + Managers)			Resto de empleados/as		
		Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
2022		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	28	30	24	27
2023		49	117	165	6.942	6.032	12.974	37.380	27.548	64.928
	Promedio de horas por empleado	8	23	15	24	49	32	27	26	27



Formación sobre salud y seguridad en el trabajo

GRI: 403-5

Con el objetivo de garantizar que todos los profesionales de Orange tengan los conocimientos básicos para protegerse al máximo de los riesgos inherentes al puesto de trabajo, les ofrecemos formación sobre:

- a) Conceptos básicos de seguridad y salud en el trabajo. Principales riesgos.
- b) La ergonomía y trabajo en la oficina y fuera de la oficina. Posturas adecuadas y ejercicios.
- c) Incendios y medidas de extinción, así como uso de desfibrilador.
- d) Primeros auxilios.

En el mismo sentido, facilitamos formación específica sobre circunstancias especiales a aquellas personas que realizan tareas que supongan riesgos concretos: trabajos en altura, acceso a espacios confinados, contactos eléctricos, proyectos de red, entornos seguros, etc.

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

Formación del personal de seguridad

GRI: 410-1

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.
- RD 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. Las personas aspirantes a vigilantes de seguridad habrán de superar (en los centros de formación autorizados y en ciclos de al menos ciento ochenta horas y seis semanas lectivas) los módulos profesionales de formación antes de presentarse a las pruebas de selección que convoque la Secretaría de Estado de Seguridad, y cuya superación habilitará para el ejercicio de la correspondiente profesión, previa expedición de la tarjeta de identidad profesional. A quienes hayan superado los módulos de formación y las pruebas físicas, los centros de formación autorizados les expedirán el correspondiente diploma o certificado acreditativo. Dentro del temario, se incluye formación en derechos humanos, así como las referencias a todos los elementos considerados por los tratados internacionales en los que España es parte.

4.2.3 Evaluación del desempeño

Evaluamos a las personas de los equipos de Orange de forma objetiva, atendiendo a su desempeño profesional individual y colectivo. Por otra parte, el programa “Conversaciones que Suman” nos permite impulsar el desarrollo de los miembros del equipo, ofreciendo retos y oportunidades que tienen en cuenta la diversidad de los perfiles.



4.3 Diversidad e igualdad

GRI: 3-3, 2-23, 406-1, 405-1

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.

4.3.1 Compromiso con la diversidad

GRI: 406-1

La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación

En Orange desarrollamos un proyecto humano en el que el compromiso con las personas trabajadoras 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. Como resultado de este compromiso, en Orange no ha habido ningún caso de discriminación durante el periodo objeto del informe.

Cabe señalar, además que, 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.

Asimismo, 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, en 2023 hemos renovado nuestro compromiso con la Carta de la Diversidad, de la que somos firmantes desde 2009, y a través de la que asumimos el compromiso de fomentar los principios fundamentales de igualdad, diversidad e 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). Con estas asociaciones hemos participado en diferentes actividades durante 2023, como pueden ser el Diversity & Inclusion Summit de INTRAMA, el Encuentro Global de Top Líderes en Inclusión de REDI, o en las reuniones del Consejo Empresarial de la Fundación Diversidad.

Cabe destacar que este compromiso se ve reforzado al más alto nivel con la participación del CEO de Orange en la Alianza CEO por la Diversidad.

Por otra parte, apoyamos la diversidad y la igualdad con acciones de formación, sensibilización y comunicación externa e interna, tales como:

- **Visa Internacional de Igualdad Profesional:** un e-learning interactivo para dar a conocer los retos de la igualdad profesional entre mujeres y hombres y cuál es el compromiso del Grupo



Orange en este ámbito. Esta formación está disponible para toda la plantilla en la plataforma de formación Orange Learning.

- 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 y en la sociedad en general, comparten con los empleados y empleadas de Orange sus experiencias y trayectorias. Las sesiones son presentadas y conducidas por Mónica Sala, directora general de Red y Coordinación de Tecnología de Orange. En 2023 hemos realizado 4 sesiones con un total de más de 370 asistentes. Desde su lanzamiento en 2019, se han realizado 26 sesiones con más de 3.200 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 2023 hemos vuelto a renovar esta certificación por un plazo de 5 años.

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

También en 2023, Orange ha sido reconocida nuevamente como **Top Diversity Company** y ha recibido el segundo premio en la categoría **Top Generation Diversity Company en el evento Diversity & Inclusion Awards**.

Por último, en 2023, y como una de las medidas contempladas en nuestro III Plan de Igualdad, se ha creado un nuevo buzón de Diversidad e Igualdad a través del cual las personas trabajadoras pueden canalizar cualquier duda o consulta. Este buzón es gestionado por el equipo de Diversidad de Orange, y se ha facilitado el acceso al mismo en diferentes secciones de la Intranet Vive Orange. Durante el año 2023, no se ha denunciado a través de este canal ningún caso de discriminación.

Tampoco tenemos conocimiento de que se hayan desarrollado comportamientos inadecuados o producido denuncias que vulneren los Derechos Humanos, ni casos o denuncias relacionadas con ningún tipo de discriminación.

4.3.2 Igualdad en los procesos de selección

Todos nuestros procesos de RRHH son inclusivos y no discriminatorios. Llevamos a cabo acciones en selección, promoción, formación y retribución para evitar cualquier tipo de exclusión y mejorar el porcentaje de mujeres en puestos técnicos y de responsabilidad.



Actualmente, en nuestra plantilla hay un 58,6% de hombres y un 41,4% de mujeres. En puestos de responsabilidad, llegamos al 32,7% de presencia femenina; y en áreas técnicas, al 30,4%, 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 12,5% al 38,5% 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 realizado 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, con el objetivo de fomentar la representación de mujeres en áreas y roles donde exista infrarrepresentación femenina.
- 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.

4.3.3 Impulsamos el talento joven

Talento STEM

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

Para ello, en septiembre de 2023 lanzamos la **cuarta edición del programa de becas «COME ON»**, dirigido a jóvenes estudiantes o tituladas universitarias en disciplinas STEM. El programa ofrece un itinerario formativo especialmente diseñado para ellas, que además les permite participar en proyectos innovadores con las últimas tecnologías y 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 en 2023 de la **tercera 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, pueden 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 tienen acceso a un itinerario formativo de 6 meses (ampliable a un año) con prácticas remuneradas, a través del cual pueden conocer de primera mano las áreas del negocio B2B de una empresa como Orange; participan de forma transversal en procesos de venta corporativos y comparten experiencias con sus compañeros de promoción, para enriquecer conocimientos sobre el área.

4.3.4 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.

Hemos reforzado nuestro compromiso mejorando las medidas de carácter social y económico para las personas trabajadoras víctimas de violencia de género, que, de manera explícita, se recogen en el III Plan de Igualdad. Entre ellas, destacan la mejora de la cuantía de la ayuda por traslado de domicilio en caso de cambio de centro de trabajo a otra localidad y un nuevo permiso retribuido para los trámites derivados de la condición de víctima de violencia de género.

Por otra parte, informamos a la plantilla de los derechos reconocidos a las mujeres víctimas de violencia de género a través de los medios de comunicación interna y a través de iniciativas de sensibilización, como el día internacional para la eliminación de la violencia contra la mujer.

Cabe destacar que en Orange no se tolera el abuso de autoridad ni el acoso laboral de ningún tipo. Disponemos de un Protocolo de Acoso para la prevención y actuación ante estas situaciones, elaborado en colaboración con los representantes de las personas trabajadoras, que es accesible para toda la plantilla en la intranet y que garantiza la confidencialidad del proceso.

4.3.5 Accesibilidad universal para nuestro personal

GRI: 3-3, 2-7 y 405-1

Empleados con discapacidad; Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

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

En línea con nuestro 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 y municipales de accesibilidad.

En concreto, 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.

	2022	2023
Nº de personas con discapacidad en plantilla	38	40
% de personas con discapacidad/plantilla total	1,39%	1,40%

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

4.4 Seguridad y salud en el trabajo

GRI: 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8

Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

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 para la compañía.

En Orange, promovemos medidas socialmente responsables, encaminadas a fomentar entornos saludables que favorezcan el desarrollo profesional de las personas trabajadoras.

Como principal objetivo de la Política de Prevención y Salud, buscamos que los trabajadores y trabajadoras puedan desarrollar su actividad laboral de manera segura y mejorar su bienestar. Esta es la meta que perseguimos a través de iniciativas como nuestro programa de empresa saludable *Fresh Program*, volcado en proponer iniciativas y contenidos que faciliten la adopción de 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*.

Dentro del programa *Fresh Program*, durante 2023 hemos desarrollado la iniciativa “Mujeres Orange”, un proyecto psicosocial con perspectiva de género que pusimos en marcha en el mes de marzo con motivo del Día Internacional de la Mujer, y que ha sido reconocida con el primer premio en la categoría de Bienestar Emocional en la gala Diversity and Wellbeing Awards.

Desde Orange y su Servicio de Prevención y Salud Laboral, seguimos velando por la seguridad y salud de las personas participantes en los proyectos de la compañía, tanto en personal propio como de empresas colaboradoras. Con el fin de que siempre cuenten con la última información sobre riesgos laborales, medidas preventivas y medidas de emergencia, contamos con un espacio en la intranet corporativa “Vive Orange”, donde se ofrece esta información.

Además, durante el año 2023:

1. Hemos renovado la certificación ISO45001 en prevención de riesgos laborales, en la que se audita el sistema de gestión de la prevención.
2. También hemos renovado la certificación de “Organización Saludable”, un estándar que reconoce a las entidades 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 dicha renovación, los auditores de AENOR han destacado nuestra evolución y mejoras.



- Hemos obtenido la certificación en el estándar ISO45003 de prevención de riesgos psicosociales, norma de reciente creación y que establece unos requisitos muy exigentes en relación con la evaluación y protección de factores de riesgo psicosocial en las empresas.

En cuanto a la identificación de peligros, notificación de sucesos y no conformidades, disponemos de una herramienta de desarrollo interno, PREVENGO, ubicada en la intranet corporativa. En ella, cualquier empleado puede abrir un proceso para generar una investigación sobre cualquier aspecto de mejora en el ámbito de la prevención y salud.

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

GRI: 403-2, 403-4

Además de la herramienta PREVENGO, y con el objetivo de estar cerca de nuestros empleados en todo momento, contamos un buzón del servicio de prevención accesible para todos los trabajadores y trabajadoras de Orange.

Además, se dispone de 7 Comisiones paritarias con la representación legal de los trabajadores, denominadas Comités de Seguridad y Salud, que dan respuesta a la Ley 31/95 de prevención de riesgos laborales. A través de dichos Comités, que se reúnen de manera trimestral, puede ejercerse el derecho de consulta y participación de los trabajadores. Dado que nuestro sistema de gestión de seguridad y salud está certificado en base al estándar ISO45001, también se realiza al principio de cada año un ejercicio de detección de necesidades y expectativas de las personas trabajadoras en materia de prevención y salud, que forma parte del proceso de toma de datos previa al diseño de los planes anuales de acción.

Absentismo

GRI: 403-9

Número de horas de absentismo

La tasa de absentismo por baja médica en 2023 es del 1,38%, 77.330 horas perdidas / 5.595.098 horas trabajadas (1,21% en 2022, 67.496 horas perdidas / 5.562.113 total trabajadas). El número de horas trabajadas recoge las horas de convenio para jornada completa, incluidas las vacaciones.

Bajas por enfermedad común (jornadas)	2022				2023			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
	157	45,1%	191	54,9%	152	49,0%	158	51,0%
Total	348				310			

La tasa de absentismo por motivos distintos a baja médica en 2023 es del 0,27%, 15.014,30 horas perdidas/ 5.595.098 total de horas trabajadas (2022 fue del 0,25% con 13.690,75 horas perdidas / 5.562.113 total de horas trabajadas). Se trata de permisos retribuidos por motivos tales como boda, fallecimiento de familia con desplazamiento o vacaciones adicionales no retribuidas.

Absentismos (jornadas)	2022				2023			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
	508	43,34%	664	56,66%	355	47,9%	386	52,1%
Total	1.172				741			



Accidentes, dolencias y enfermedades laborales

GRI: 403-9, 403-10

Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales, desagregado por sexo

La información presentada en el Informe incluye solo empleados/as internos contratados por Orange. El principal motivo de las lesiones por accidente laboral registrados es del tipo musculoesquelético. En 2022 y en 2023 no se han registrado fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral ni lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos). En 2022 y 2023 no se han registrado dolencias ni enfermedades laborales.

	2022			2023		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Nº Lesiones por accidente laboral registrables	3	4	7	3	2	5
Índice de frecuencia	1,2	1,3	1.3	0,09	0,08	0.9
Índice de gravedad	0,04	0,01	0.03	0,06	0,01	0.04

5. Igualdad digital y desarrollo social

GRI: 3-3

Como operador de confianza, el propósito de Orange España es ofrecer a todos las claves para un mundo digital responsable. Esto nos convierte en actor clave en ese proceso, alineándonos con una soberanía digital de índole abierta, así como con el respeto a 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 los derechos y aspiraciones de todas las personas.

Como agente clave para la digitalización, Orange España contribuye a que la economía y la sociedad española sean dinámicas, eficientes en el uso de los recursos y justas, al mismo tiempo que contribuimos a los principios europeos de la transformación digital:

- Situando a las personas en el centro de dicha transformación.
- Respalando la solidaridad, la integración y acceso inclusivo, mediante la conectividad, la educación, la formación y las capacidades digitales, unas condiciones de trabajo justas y equitativas y el acceso a servicios digitales.
- 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 de todas las personas en el espacio público digital, sea cual sea su edad.
- 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 a través de nuestros compromisos y acciones, siguiendo el modelo con la cultura organizativa.



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 e impulso al emprendimiento; y desde Orange España llevamos años contribuyendo a que esas grandes oportunidades que ofrece el mundo digital lleguen a todas las personas.

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 que la brecha digital es un problema complejo, ya que la desigualdad en el acceso, uso o impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) entre los diversos grupos sociales se ve afectada por factores económicos, geográficos, de género, de edad o culturales. En Orange España consideramos que ese acceso a la sociedad digital, que denominamos igualdad digital, debe ser un derecho universal.

Como muestra de nuestro compromiso con ese convencimiento, hemos puesto en marcha diferentes servicios e iniciativas para que la tecnología y el mundo digital sean accesibles para todos y cada vez más personas puedan disfrutar de sus beneficios.

Los logros en este sentido desde la liberalización del mercado español de las telecomunicaciones, hace ya 25 años, han sido muy importantes. Así, la diferencia entre el ámbito urbano y el rural ha pasado del 18% en 2004 al 4% en 2022, pero todavía casi el 36% de la población española no cuenta con competencias digitales básicas, según recoge el informe 'Impacto de la transformación digital en España: 1998-2023' realizado por NAE y Fundación Orange.

Conscientes de la complejidad del reto y del rol de Orange España como operador de confianza para conseguirlo, nuestra estrategia de igualdad digital aborda diferentes perspectivas, que contribuyen a reducir las brechas existentes, y que se materializan en diferentes planes de acción para contribuir a la inclusión digital real de los diferentes colectivos:

Logros 2023 e indicadores destacados		Objetivo 2025	
Acceso a la conectividad	• Completar el desarrollo de 4G en las zonas rurales	94,8%	
	• Proporcionar internet de alta velocidad (Hogares con fibra óptica)	17,1 M	-
	• Liderar el despliegue de 5G en España	84% de cobertura	
Acceso a servicios esenciales	• Ofrecer tarifas asequibles para los colectivos en situación de vulnerabilidad	11.500 familias (*)	25.000 familias
Apoyar el uso general de la tecnología digital	• Ayudar a las personas mayores a desarrollar competencias digitales	+6.500 personas mayores (*)	12.500 personas
Fomentar el uso responsable de la tecnología	• Promover en escuelas el uso responsable de las tecnologías y las vocaciones STEAM en las jóvenes	+2.400 escolares (*)	5.000 jóvenes
	• Concienciación a las familias sobre el uso responsable de la tecnología	184.000 visitas	Maximizar la audiencia
Apoyo a proyectos digitales	• Apoyo al emprendimiento con impacto	6 proyectos galardonados	15 proyectos
Solidarios Orange	• Recaudación para proyectos sociales durante la Semana Solidaria	150.000€ y 2.000 kg	-

Nota: * acumulado desde inicio programa



5.1 Conectividad de calidad y desarrollo rural

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

En el mundo actual, la conectividad y la digitalización son agentes determinantes para el desarrollo social y económico. 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.

Con el fin de contribuir a este propósito, a lo largo de los últimos años en Orange España hemos dedicado alrededor del 20% de nuestros ingresos a inversiones, principalmente destinadas al desarrollo de infraestructuras de comunicación.

A continuación, se describe la conectividad de Orange España:

Conectividad de Orange en España	2022	2023
Infraestructuras		
FTTH UUII accesibles totales (miles)	16.772	17.101
Cobertura y calidad de servicios		
Cobertura de población española 4G (%)	99%	98,9%
Cobertura 5G (municipios)	1.844	2.578
Despliegue en zonas rurales (<5.000 habitantes)		
Municipios con acceso móvil 4G	5.440	5.764
% de cobertura 4G (población)	93%	94,8%
Municipios con FTTH	654	751
Clientes		
Número total de clientes de fijo y móvil (miles)	20.930	21.652
De los cuales clientes de 4G (miles)	11.075	7.976
De los cuales clientes de 5G (miles)	1.686	3.196
De los cuales clientes de banda ancha fija (miles)	3.982	3.938
De los cuales accesos fibra (miles)	3.563	3.600

En lo que se refiere a conectividad móvil, en 2023 la red 5G de Orange España llega a todas las provincias de España y tiene una cobertura poblacional del 84% (78% en 2022), llegando a (2.578 municipios de 52 provincias españolas. La compañía alcanza así el objetivo marcado para el año sumando todas las bandas de frecuencia disponibles.

Cabe destacar que, como parte de sus planes, Orange España 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. En 2023 cerramos con 2.434 municipios con despliegue 700MHz.

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

En cuanto a conectividad fija, Orange España continúa también con la extensión de la fibra óptica por todo el país, llegando ya a 17.100.748 hogares y empresas en 1.796 municipios. Asimismo, continuamos con el despliegue de la red de fibra de 10Gbps en España, que llega ya a cerca de 900.000 hogares y empresas.



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.

El despliegue de conectividad en zonas rurales es fundamental para el acceso inclusivo garantizando que ninguna persona sea excluida por su región. 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.

Poner fin a esas diferencias entre territorios es uno de nuestros objetivos prioritarios. Y por ello, Orange España es uno de los principales proveedores de conectividad en áreas rurales. En 2023, alcanzamos una cobertura 4G sobre el 99% del territorio nacional, alcanzando el 95% en municipios de menos de 5.000 habitantes, en un total de 5.764 municipios.

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.

Además, al mismo tiempo que continuamos invirtiendo en las redes de telecomunicaciones más avanzadas, ponemos también a disposición de nuestros clientes dispositivos que les permitan disfrutar de esta conectividad de calidad.

5.2 Ofertas inclusivas, oportunidades para todas las personas

GRI: 3-3 y 413-1

Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.

El primer escalón para formar parte del mundo digital es estar conectado. Por eso, en 2020, Orange España 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, hemos seguido mejorando esta propuesta de conectividad solidaria para llegar a cada vez más personas, 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.

La **Tarifa Social de Orange España** 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. Así, desde 2022 apoyamos a que familias ucranianas refugiadas en España sigan conectadas, a través de 200 líneas gratuitas y 200 dispositivos de conexión MIFI donados a Cruz Roja. Asimismo, continuamos ofreciendo conexión gratuita a familias en exclusión digital en colaboración con Cáritas Madrid y distribuyendo equipos informáticos a ONGs.

Por otra parte, conscientes de la importancia de las comunicaciones ante situaciones de crisis humanitaria, y con el fin de facilitar que las personas puedan seguir conectadas en los momentos más críticos, Orange España ofreció, sin coste, las llamadas internacionales, SMS y datos entre España y Marruecos cuando se produjeron los terremotos. De esta forma, nuestra compañía mostró su apoyo al pueblo marroquí en estos momentos tan dolorosos, ayudando también a facilitar las comunicaciones de los clientes de Orange que se encontraran en Marruecos durante el seísmo o que se hubieran desplazado al país para apoyar en las labores de emergencia y reconstrucción de las zonas devastadas. Asimismo, facilitábamos las comunicaciones a quienes, residiendo en España, necesitaran mantener contacto con sus familias en momentos tan complicados.

Además, Orange España 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.

Cabe destacar que el 100% de nuestros dispositivos se pone a la venta a través de la venta a plazos, facilitando así su adquisición. Los clientes también pueden optar por comprar equipos reacondicionados, manteniendo la calidad del producto a un precio más bajo.

Por otra parte, en el catálogo de Orange España cuenta con equipos “*feature phones*”, diseñados para las personas más mayores y que cuentan con características como el botón SOS, botones y pantallas de dimensiones superiores y con un cargador más cómodo, para facilitar el uso del dispositivo en este segmento. Además, todos los smartphones en el catálogo de Orange España cuentan con configuraciones accesibles para personas con problemas de visión o auditivas.

Gracias a todas estas propuestas, Orange España 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 o los que tienen más dificultades de comunicación.

5.3 Mayores conectados

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

El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local; El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio

El programa **Mayores conectados de Orange España**, con talleres de formación dirigidos a mejorar las competencias digitales de las personas de mayores de 65 años, se ha consolidado en 2023 con más de 6.500 asistentes que han pasado por los cursos que impartimos en más de 100 tiendas Orange de toda España, así como en el centro Orange Digital Center, ubicado en Madrid.

El objetivo de estos talleres formativos -que son gratuitos y se imparten en modalidad presencial para clientes o no de Orange España e-, es familiarizar a los más mayores con la nueva sociedad digital y sus herramientas y servicios, en unas sesiones siempre dinámicas, amenas y, sobre todo, prácticas.



La tecnología es un instrumento muy útil para mejorar de forma sustancial la autonomía personal y la calidad de vida de las personas de más edad. Sin embargo, el desconocimiento puede ser un gran obstáculo para este segmento de población a la hora de expresar las ventajas de la digitalización que su teléfono móvil o su tablet ponen al alcance de la mano.

Según el informe ‘Impacto de la transformación digital en España: 1998-2023’, presentado en 2023 por la consultora Nae con el apoyo de la Fundación Orange, los usuarios diarios de internet en nuestro país pasaron del 16,1% en 2003 al 87,1% en 2022, lo que demuestra que el acceso a la red de redes es un hábito completamente integrado en la vida de la gran mayoría de la población española.

Por otra parte, a lo largo de estos años, la brecha digital en el acceso a internet en función de la edad se ha reducido de forma considerable, pasando de los 50,5 puntos en 2012 a los 18 puntos en 2022. Sin embargo, en el caso de los mayores de 74 años, la brecha respecto al porcentaje de usuarios global es muy superior, llegando a los 58 puntos en 2022, lo que demuestra que aún hay mucho por hacer para que los más mayores disfruten también de las mejoras en su calidad de vida que les pueden proporcionar las nuevas tecnologías.

“Mayores conectados” es un programa de aprendizaje progresivo, donde los alumnos y alumnas van superando poco a poco las dificultades y los miedos que pueden encontrar en el uso de las herramientas y dispositivos digitales. Su éxito viene avalado por las cifras, ya que más del 85% de las personas mejoran sus competencias digitales tras participar en los talleres, valorando su satisfacción con la formación en un 9,7 sobre 10.

Con el fin de promover sesiones útiles para sus participantes, la duración de los talleres es de, aproximadamente, una hora, tiempo en el que se les dan, desde pautas básicas de uso de sus terminales inteligentes –acceso a la agenda de contactos, realización de llamadas, envío de mensajes y correos electrónicos, utilización del WhatsApp y las videollamadas, realización y envío de fotos y vídeos, navegación por Internet, etc.- hasta operaciones más avanzadas y sofisticadas, como la descarga e instalación de apps recomendadas para su actividad cotidiana, uso de las redes sociales, pagos seguros, adquisición de entradas para espectáculos o gestión online de sus citas médicas y con la Administración Pública. Este año 2023 han disfrutado, además, chateando con un asistente de inteligencia digital o conociendo cómo funciona la fabricación 3D en el Orange Digital Center.

La iniciativa ha seguido evolucionando también este año gracias a nuevas alianzas con administraciones (como la de Castilla-La Mancha) e instituciones con las que colaboramos, como la Policía Nacional, Fundación Maldita.es o La Rueda, que permiten abordar temas tan relevantes como la navegación segura o la prevención de bulos, así como adentrar a los participantes en experiencias de vanguardia, como las citadas IA y fabricación digital. Estas temáticas se irán ampliando en 2024 con nuevas áreas, como el acercamiento de sus participantes a la realidad virtual, junto con Meta.

En la actualidad, el programa ‘Mayores Conectados’ cuenta también con vídeos y píldoras de consejos en YouTube, así como en la plataforma online Orange Digital Center para ayudar a los mayores a superar su brecha digital.

Esta iniciativa es un ejemplo más del propósito que nos guía en Orange España para ofrecer a todas las personas, también a las más mayores, las claves para disfrutar de un mundo digital responsable:

- Contribuyendo a preservar su autonomía y las capacidades cognitivas.
- Aportando seguridad en el uso de su móvil gracias a consejos en ciberseguridad.
- Eliminando las barreras que dificultan su comunicación con otras personas.
- Empoderándolas para seguir explorando y participando de la nueva sociedad digital.



- Aprendiendo y aprovechando las ventajas del mundo digital para mejorar su día a día.

Con herramientas como los talleres y formaciones de Mayores Conectados, la edad ya no es una limitación para derribar las barreras de la brecha digital. Un salto clave, no solo para su integración en un mundo cada vez más digitalizado, sino también para su bienestar emocional y la mejora de su día a día.

5.4 Impulsando la digitalización de autónomos, pymes y emprendedores

Orange España quiere seguir siendo el mejor socio de autónomos y pymes a la hora de abordar la necesaria digitalización de sus procesos y actividades, para así hacer crecer sus negocios en un entorno económico cada vez más global. Con objeto de facilitar esta evolución a aquellos empresarios que no cuentan con las herramientas para ello, Orange España ha lanzado un nuevo **porfolio de servicios digitales**, que les ayudará a dar el paso hacia la digitalización de sus actividades, poniendo a su disposición aquellas soluciones que mejor se adapten a sus objetivos y necesidades.

Estudios recientes demuestran que la digitalización mejora la eficiencia interna, pero sobre todo amplía las oportunidades de crecimiento y mejora la capacidad de adaptación de una empresa en un mundo cada vez más dinámico y competitivo. En concreto, se pone de relieve que la implementación de soluciones digitales contribuye a incrementar la eficiencia en el trabajo (52,5%) y a un importante ahorro de costes (43,5%), según datos del Informe Hiscox de Pymes y Autónomos en España, realizado por KPMG.

El nuevo catálogo de servicios digitales de Orange España facilita el crecimiento de cualquier tipo de negocio, ya que contribuye a aumentar su cartera de clientes y el volumen de sus ingresos, al mismo tiempo que agiliza sus gestiones, reduce costes y ayuda a mejorar en eficiencia y competitividad. Estas soluciones incluyen tanto productos de marketing digital como de gestión de clientes y factura electrónica.

Por otra parte, actualmente en España el 40% de los autónomos y pymes aún no se ha digitalizado, fundamentalmente por la falta de conocimientos técnicos para llevar a cabo este proceso. Por este motivo, Orange España proporciona el asesoramiento que cada negocio necesite para implantar las herramientas digitales en su actividad, y acompaña a estos empresarios en el seguimiento y evolución del proceso. Esto proporciona la ventaja añadida de tener un interlocutor para todos los servicios, incluyendo las telecomunicaciones, y con la comodidad de recibir una única factura.

Además, en Orange España colaboramos en el programa de emprendimiento digital e innovación "**Lánzate**", junto a la Escuela de Organización Industrial. En la quinta edición, celebrada en 2023, se han seleccionado siete proyectos que cubren sectores como la economía colaborativa, la transformación digital, educación digital o Smart Home, y tienen como objetivo proporcionar soluciones innovadoras tanto a nivel empresarial como social. Durante el programa, los responsables de estos proyectos pueden interactuar cara a cara con figuras líderes, que los apoyan en la identificación de oportunidades de crecimiento y en la mejora de sus negocios. El programa "Lánzate" tiene como objetivo fomentar la innovación y colaboración entre startups y grandes empresas para expandir el tejido productivo digital en España. Para más información: [Transformación Digital, Educación Digital, Smart Home y Economía Colaborativa, ejes de los proyectos ganadores de la V Edición de "Lánzate" \(orange.es\)](https://www.orange.es)



5.5 Uso responsable de la tecnología

GRI: 3-3 y 413-2

En Orange España consideramos que, como empresa tecnológica, nuestra responsabilidad, es 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 es concienciar a la sociedad sobre las ventajas, pero también sobre los posibles riesgos del uso de la tecnología, así como 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 sobre la importancia de reducir las brechas digitales para todas las personas.

Por otra parte, también queremos animar a los más jóvenes a plantarle cara a fenómenos nocivos relacionados con un mal uso de las nuevas tecnologías, como puede ser por ejemplo el ciberbullying o la distorsión de la imagen real en redes sociales. En este sentido, en este 2023 hemos querido dar continuidad a la iniciativa #PorunusoLove de la tecnología, abordando nuevas temáticas de actualidad con el fin de cumplir con nuestro propósito: ser un *partner* de confianza que facilita el acceso a un mundo digital responsable a todos. Y es que en Orange España 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 hemos abordado a lo largo del 2023.

- **Ciberbullying en el gaming:** según el IV Informe de Prevención del Acoso Escolar en Centros Educativos, elaborado por Fundación ANAR y Fundación Mutua Madrileña, “el 95,2% del profesorado considera el uso indebido de las redes sociales y las nuevas tecnologías como el principal factor de riesgo para que se produzca el acoso escolar”; y en los videojuegos, el 37% de los participantes afirma haber sido víctima de ciberacoso. Por todo ello, desde Orange España se ha lanzado la iniciativa “Yo así no juego”, en colaboración con el conocido gamer y streamer Vicens, con el objetivo de fomentar una mayor concienciación entre los jóvenes sobre esta problemática habitual en los videojuegos.
- **Comunicación sostenible:** busca concienciar sobre la importancia de reducir nuestra basura digital. Ponemos a disposición de la sociedad recomendaciones para un uso sostenible del móvil.
 1. Vacía la papelera de reciclaje
 2. Limita el envío de mensajes innecesarios
 3. Evita almacenar ráfagas de fotos en la nube
 4. Utiliza el modo oscuro
 5. Desenchufa el cargador
 6. Desactiva bluetooth cuando no lo uses
 7. No dejes abiertas las *apps*
 8. Utiliza la red 5G o 5G+
 9. Conéctate a una red WIFI siempre que puedas
 10. Alarga la vida de tu terminal
- **Tu yo real versus tu yo digital:** según el Libro Blanco de la Influencia Responsable, “los usuarios menores de 25 años son los más vulnerables al poder de influencia, especialmente aquellos que se encuentran entre los 10 y 17 años”. Por ello hemos organizado un webinar de la mano del experto divulgador Frances Miralles, sobre la importancia de vivir cada momento de forma



consciente, plena y auténtica. Una charla inspiradora donde Francesc descubre la importancia de ser siempre uno mismo

Según nuestro informe de medios, este año ha habido más de 510.000 visualizaciones de vídeos sobre este proyecto. Consideramos que los resultados favorables que está teniendo esta iniciativa son consecuencia de tratar temáticas de actualidad y máxima relevancia y preocupación para las familias

A través de la [plataforma Orange Digital Center](#) continuamos ofreciendo a la comunidad educativa numerosos cursos y webinars sobre uso seguro y responsable de la tecnología. Estos son algunos de los cursos gratuitos online donde se han inscrito más de 3.000 personas este año:

- Uso seguro y responsable de las TIC
- Búsqueda, acceso y uso de contenidos en Internet
- Protección de dispositivos y contenido digital
- Protección de datos personales e identidad digital
- Protección de la salud y el bienestar
- Redes sociales para madres y padres
- MOOC Seguridad, privacidad e identidad en el entorno escolar
- Curso ¿Me puedo fiar? Cómo identificar la desinformación en el mundo digital: con más de 103 inscritos, en colaboración con la Fundación Maldita
- Curso MOOC (Massive Open Online Course), con la colaboración del INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad) Cómo navegar de forma segura en familia: protegiendo y educando online

5.6 Inteligencia artificial, big data y ética

Durante 2023, el lanzamiento de la IA generativa ha marcado un hito significativo en el campo de la inteligencia artificial y ha traído consigo diversas implicaciones para las empresas y la sociedad en general. Esta nueva tecnología ha revolucionado la forma en que las empresas operan y se relacionan con sus clientes.

En primer lugar, la IA generativa ha resultado en una mayor eficiencia y productividad para las empresas. Las organizaciones pueden utilizar esta tecnología para generar automáticamente contenido, como escritura creativa, diseño gráfico y o simulación de las llamadas, lo que ahorra tiempo y recursos. Además, la IA generativa puede ayudar a optimizar procesos empresariales, mejorar la toma de decisiones y predecir tendencias, lo que se traduce en una mayor ventaja competitiva.

En cuanto a la sociedad, el lanzamiento de la IA generativa ha tenido un impacto significativo en varios aspectos de la vida cotidiana. Por ejemplo, esta tecnología ha permitido el desarrollo de asistentes virtuales más sofisticados, capaces de entender y responder de manera más inteligente a las necesidades de los usuarios. Esto ha mejorado la experiencia del cliente y ha facilitado la interacción con dispositivos y servicios automatizados.

Además, la IA generativa ha ampliado las posibilidades de comunicación empresa-cliente y ha supuesto una nueva manera de comunicación, estableciendo un diálogo interesante entre la inteligencia humana y la artificial.

Sin embargo, el lanzamiento de la IA generativa también ha planteado algunos desafíos y preocupaciones. Es importante que la sociedad y las empresas aborden estas cuestiones de manera responsable y busquen soluciones equitativas.



Es por ello por lo que, desde Europa, se está viendo la manera de regular la IA y sus riesgos, con la aprobación, a final de 2023, del IA ACT, el primer Reglamento de Inteligencia Artificial para regular el impacto de la IA en la sociedad y las empresas.

Para ordenar también la IA dentro de Orange España, este año 2023 se ha creado un Steerco de Inteligencia Artificial Generativa, compuesto por representantes de varias áreas de la compañía, con el fin de regular los casos de uso de esta tecnología.

Además, dentro del este Steerco se ha incluido la Ética de la Inteligencia Artificial, cuyo papel es establecer los procedimientos a seguir para aquellos proyectos en dónde se utilice IA Generativa.

Por otra parte, en 2023 hemos empezado a testear el valor de la IA Generativa para una compañía como Orange España. Para ello se han comenzado 6 pilotos para la aportación de soluciones a través de esta tecnología.

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 predecir la demanda futura o medir el impacto de su actividad para preservar la sostenibilidad de cada localización.

En este sentido, desde Orange España hemos participado en numerosos proyectos, entre los que podemos destacar el de los municipios de la comarca gallega de O Salnés o el de la Agencia Catalana de Turismo. En ambos, y gracias al Big Data, se han podido adaptar sus servicios turísticos a la realidad y conocer 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 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, las Administraciones Públicas buscan, cada vez más, 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 España hemos llevado a cabo proyectos como el desarrollado para el Ayuntamiento de Madrid, que tiene como fin analizar el uso de los servicios digitales que se brindan a los ciudadanos para poder adaptarlos a sus demandas y necesidades reales.

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.

Es por dar solución a problemas como estos por los que Orange España ha desarrollado una arquitectura que permite automatizar y eficientar muchos de los procesos en la gestión, tratamiento y procesamiento de los datos. En 2023 se ha terminado de crear la automatización de esta arquitectura, incorporando un componente de MLOps (Machine Learning Operations), así como un almacén de variables que permite a Orange España una reducción significativa en los tiempos de procesamiento de los modelos de aprendizaje automático, reutilización de las variables y eficiencia de los procesos con la automatización de la búsqueda de los modelos.

5.7 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 España 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, o la supervisión en tiempo real de los 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, al mismo tiempo que reduce el uso del transporte, mejora los mantenimientos predictivos y los procesos productivos, favoreciendo así el objetivo de protección del planeta.

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. De esta forma, permitimos que nuestros clientes conozcan en tiempo real la huella de carbono que emiten por el uso de nuestras tecnologías o desarrollamos soluciones para medir la polución, regular el tráfico o controlar incendios mediante drones.

Cabe señalar, además, que las empresas de telecomunicaciones tenemos un rol clave en la reducción de las emisiones de otros sectores industriales y las soluciones digitales en las que trabajamos facilitarán la transición verde de industrias como la agricultura, la salud o la planificación urbana.

Orange España, 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 y que tienen un claro potencial desde el punto de vista de la eficiencia de recursos, innovación de infraestructura y protección del medioambiente:

- **Ciudades sostenibles:** Orange España ha desplegado en 17 municipios de la provincia de Granada, una solución orientada a monitorizar los flujos de vehículos y la disponibilidad de



plazas de parking, así como ofrecer sistemas de riego inteligente y de monitorización medioambiental, dando respuesta a la necesidad de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y conseguir una gestión eficiente de los recursos públicos.

- **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 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 (en un 30%) y mejorando la disponibilidad de la red eléctrica gracias a la transmisión de imágenes en tiempo real. De esta forma, hemos conseguido, además, minimizar el uso de helicópteros para estas tareas, mejorar el mantenimiento predictivo y evitar los riesgos laborales derivados del mantenimiento tradicional.

5.8 Somos solidarios

GRI: 3-3, 2-23, 2-29

El compromiso y la solidaridad están integrados en la cultura de Orange España. Y esto se demuestra a través de distintas iniciativas de voluntariado corporativo, en el marco del programa “Solidarios Orange,” donde los profesionales de nuestra compañía participan año tras año en actividades, que tienen lugar en diferentes ciudades españolas, así como en tiendas Orange España.

Algunos de los programas que se han llevado a cabo durante el período de reporte han sido:

Activista Orange

El año 2023 ha sido el de la consolidación de Activista Orange, un programa educativo dirigido a alumnos de entre 11 y 14 años. Esta iniciativa 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), la igualdad de género en carreras científicas y tecnológicas (STEAM), la ciberseguridad o el cambio climático.

Los contenidos que el programa “Activistas Orange” pone a disposición del profesorado y de las familias promueven la concienciación del alumnado, al mismo tiempo que 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, voluntari@s formados por Orange España crean un nexo entre centros educativos de su entorno y el programa “Activista”, presentándolo a los equipos docentes y realizando, en muchos casos, los talleres directamente en las aulas y/o en formato online.

Durante el curso escolar 2022 -23 más de 2.100 niñas y niños se han beneficiado del programa “Activista” (el año anterior fueron 550), y las sesiones impartidas en colegios e institutos ha aumentado de 22 a 72. Además, se ha conseguido un alto grado de compromiso por parte de los activistas voluntarios, y un nivel de satisfacción de los participantes de 9 sobre 10.



Semana de la Mujer

Del 1 al 10 marzo participamos en la 'Escuela de Empleo' en colaboración con Fundación Adecco, ofreciendo *mentoring* a 15 mujeres en situación de riesgo de exclusión social y en búsqueda de empleo.

I Encuentro en el metaverso de voluntariado corporativo, 30 de marzo

El metaverso abre un nuevo universo para fomentar una mayor participación de la comunidad, una mayor sensibilización sobre los problemas sociales y la creación de proyectos más efectivos y sostenibles en el tiempo. Así sucedió en este encuentro, donde participaron 40 entidades del tercer sector

Comedor Social del Centro Santa María de La Paz, 17 junio

En el Centro viven 87 hombres adultos tutelados por los Hermanos de la obra San Juan de Dios. Jornada de contacto con su realidad, 25 voluntarios han realizado actividades propias del centro y preparación de comida que compartimos con los usuarios.

Masterclass y coloquio: La revolución de la inteligencia Artificial

"La revolución de la IA: cómo va a afectar a la educación de nuestros hijos." 19 de junio. En colaboración con "Empantallados". Beneficiarios: 100 participantes.

Premios Solidarios

Este año hemos celebrado los XII Premios Solidarios Orange España, premiando iniciativas que promueven la sostenibilidad medioambiental, tecnológica y social. En esta edición, los ganadores han sido las siguientes entidades: Fundación Bobath (Categoría Inclusión Digital), Fundación IPROC-Empantallados (Categoría Uso Responsable de la tecnología) y Fundación United Way España (Categoría Cambio Climático).

Summer camp 'Solidarios Orange' 2023

En el mes de julio, hemos realizado un campamento tecnológico en el Orange España Digital Center para 103 hijos de empleados de la compañía. El tema principal de esta iniciativa fue imaginar, diseñar y construir la maqueta de una ciudad lo más sostenible posible. utilizando herramientas de diseño 3D, impresión 3D, corte y grabado láser, programación, robótica y, sobre todo, creatividad.

Donación Summer Camp a Aldeas Infantiles

Los empleados de Orange España han recaudado un total de 5.150 euros en donaciones destinadas a que niños y niñas en situación de vulnerabilidad, y que participan en los programas de Aldeas Infantiles SOS, puedan asistir a campamentos de verano en el verano de 2024, disfrutando así de las vacaciones estivales como cualquier otro niño o niña. La cantidad recolectada es resultado de lo conseguido a través de las inscripciones de los hijos e hijas de empleados de Orange en la actividad Summer Camp 2023.

Semana Solidaria

En diciembre de 2023, la Semana Solidaria de Orange España ha contado con la participación de más de 2.000 empleados a través de diferentes programas de voluntariado, animándoles a



involucrarse en actividades tales como: mercadillos solidarios; recogidas de juguetes en favor de la asociación Pato Amarillo; preparación y distribución de comida para comedores sociales; donación de su cesta de Navidad; elaboración y entrega de cesta de Navidad para familias sin recursos; o convertirse en colaboradores de los Reyes Magos, para que muchos niños y niñas no se queden sin su regalo esta Navidad.

Esta semana Solidaria 2023, desde Orange España hemos recaudado más de 150.000 euros y contribuido con 2.000 kilos de comida, lo que ha supuesto un impacto directo positivo para más de 3.000 personas en riesgo de exclusión social en España.

6. El cliente como eje de la transformación

GRI: 2-29 y 3-3

El propósito de Orange España, como operador de confianza, es ofrecer las claves para un mundo digital responsable en el que los usos digitales aumentan exponencialmente.

En este contexto, entendemos que la tecnología es una herramienta clave al servicio de las personas, que nos debe ayudar a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible y a conseguir que la innovación digital se transforme en prosperidad para todos.

Para alcanzar este propósito y dar respuesta a los retos del futuro, uno de los cuatro pilares fundamentales de nuestro plan estratégico es reforzar la excelencia con nuestros clientes.

Nuestra excelencia operativa, nuestras redes, nuestra estrategia multimarca y nuestros servicios son pilares fundamentales de ambos planes constituyéndose como elementos de diferenciación y de generación de valor relevantes, donde tenemos la oportunidad de seguir creciendo y consolidando la confianza que depositan nuestros clientes en nosotros.

Logros que resumen el desempeño en 2023

Experiencia de cliente

- Lanzamiento de la red 5G+ de Orange.
- Cobertura 5G con un alcance sobre el 84% de la población.
- Mejora de capacidades analíticas para la medición End-to-End (E2E) de cliente.
- Reconocimiento a los empleados de 1ª línea a través de los premios Siempre Más.

Gestión de quejas

- Reducción de los procedimientos judiciales civiles verbales recibidos.

Privacidad de datos

- Sin incidentes de seguridad, violaciones de privacidad, ni incidentes de incumplimiento relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios.
- Mejora en el cumplimiento de las obligaciones de calidad del servicio.

Ciberseguridad

- Soluciones Orange Security Suite, AntiDDoS, Secure Email, Secure Mobile y Secure Apps, para garantizar a las empresas una seguridad 360º y la transformación digital más segura.
- Se mantiene en 2023 la Certificación del Esquema Nacional de Seguridad (ENS) en categoría ALTA para servicios de redes móviles y fijas, ampliando la certificación ISO 27001.

En un mercado tan altamente competitivo como el español, Orange pone a disposición de sus clientes la más variada y completa oferta de productos y servicios de telecomunicaciones, con propuestas adaptadas a las necesidades de todos los segmentos del mercado: desde aquellos clientes que buscan



productos más premium, hasta los más sensibles al precio, y también los hogares con menos recursos que requieren de buena conectividad a un coste ajustado.

El catálogo de marcas de Orange está conformado de la siguiente manera:

- **Orange**, una marca humana y comprometida, que aporta valor al cliente respondiendo a sus necesidades y acercándole a lo que más le importa. Orange se dirige al segmento más alto del mercado, con productos y servicios tanto para clientes particulares como de empresa, caracterizados por la calidad de su red de fibra óptica - Fibra Orange Infinity (fibra XGSPON de hasta 10 Gbps)-, la mejor conectividad 5G y 5G+, un amplio catálogo de dispositivos, y un completa y variada propuesta de entretenimiento (todo el fútbol y otros deportes, los mejores contenidos y nuevas experiencias de entretenimiento con música y *gaming*), una experiencia premium y servicios de valor añadido como los seguros para el hogar y el negocio o la salud.
- **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 –fibra, 5G y Jazztel TV- a un buen precio justo, con una oferta que combina la simplicidad con las señas de identidad de la marca: la calidad de la conectividad y la mejor atención a sus clientes.

Por otra parte, Orange quiere seguir siendo el mejor socio de autónomos y pymes a la hora de abordar la necesaria digitalización de sus procesos y actividades para así hacer crecer sus negocios en un entorno económico cada vez más global. Con objeto de facilitar esta evolución a aquellos empresarios que no cuentan con las herramientas para ello, en 2023 Orange ha lanzado un nuevo porfolio de servicios digitales que les ayudará a dar el paso hacia la digitalización de sus actividades, poniendo a su disposición aquellas soluciones que mejor se adapten a sus objetivos y necesidades, y que incluyen tanto productos de marketing digital como de gestión de clientes y factura electrónica. Estas soluciones podrán contribuir a aumentar su cartera de clientes y el volumen de sus ingresos, al mismo tiempo que agiliza sus gestiones, reducen costes y mejoran en eficiencia y competitividad.

En Orange España hemos desarrollado un modelo de Voz de Cliente (VoC) que, combinado con un modelo de análisis del performance operativo de los principales *Customer Journeys*, nos permite entender la experiencia que viven nuestros clientes y conocer sus expectativas para definir e implantar las distintas iniciativas que hacen parte del Plan de mejora de la Experiencia de Cliente.

Esta metodología y la ejecución del Plan de mejora de la Experiencia de Cliente contribuyen a la mejora del Net Promoter Score (NPS) de manera sostenida en el tiempo, con un incremento de 20 puntos en los últimos 5 años en los distintos segmentos de clientes y en línea con la evolución positiva de la posición competitiva de la compañía en el mercado.

El desarrollo del Plan de mejora de Experiencia de Cliente contempla el cumplimiento de las políticas y normativa de actuación interna relacionadas con el cliente:



- **Negocio Responsable**

En Orange España entendemos que la tecnología es una herramienta clave al servicio de las personas, que nos debe ayudar a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible y a conseguir que la innovación digital se transforme en prosperidad para todos. En este sentido, hemos identificado 6 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de los 17 definidos por los Estados miembros de las Naciones Unidas que enlazan 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:



- **Política de Privacidad y Ciberseguridad**

En Orange España, estamos decididamente comprometidos con la protección y seguridad de la información de nuestros clientes. 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.

- **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 (IA) responsable de vigilar los usos e impactos de esta tecnología 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 su uso dentro de los procesos de negocio.

- **Política de Igualdad Digital**

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.

- **Valores, Ética y Derechos Humanos**

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.

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 y la OECD.

En el caso del cliente como grupo de interés, en Orange España expresamos y ejecutamos nuestro compromiso 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.



6.1. El modelo Voz del Cliente

El modelo de Voz de Cliente (VoC) incluye un ecosistema de encuestas a distintos niveles y con distintos objetivos:

- Medir la posición competitiva por marca y segmento a través de una encuesta ejecutada trimestralmente por el Grupo Orange, con una metodología común para todos los países.
- Identificar los elementos más relevantes del ciclo de vida del cliente, a través de encuestas ejecutadas diariamente por Orange España que miden, entre otros aspectos:
 - la experiencia de uso del porfolio de productos y servicios
 - el esfuerzo que realizan los clientes durante la gestión de determinados procesos
 - la capacidad de solución a las consultas e incidencias que puedan surgir en los distintos canales

Este modelo “*top-down*” nos permite profundizar en nuestras fortalezas y detectar oportunidades de mejora.

Los clientes encuestados que manifiestan algún motivo de insatisfacción son contactados con el objetivo de ofrecer una solución al motivo de su descontento.

Todos los modelos de encuestas utilizados 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.

Pero el alcance del modelo no solo se centra en entender qué dicen nuestros clientes sino también en contextualizar a cada uno de ellos, identificando en qué momento del ciclo de vida con la compañía está, qué interacciones ha realizado en los distintos canales y cuál ha sido el desempeño operativo del proceso en el que está inmerso. Por esta razón, durante el año 2023 hemos dado un impulso a distintos modelos de medición *End-to-End* (E2E) de cliente apoyados en nuevas capacidades analíticas como *customer journey- mapping*, *text analytics*, IA generativa, *process mining*, etc.

Adicionalmente, y para asegurar la calidad en las primeras fases del lanzamiento de productos y servicios, se constituyen equipos multidisciplinares con enfoques E2E y herramientas analíticas *ad-hoc* que permiten gestionar de forma proactiva potenciales *pain-points* de cliente e identificar y solucionar las causas raíz de los mismos.

Más allá de las encuestas, en el marco del desarrollo y lanzamiento de productos y servicios o en la evolución del diseño, usabilidad y funcionalidad de los canales digitales, se realizan *focus groups* con clientes.

Todas estas actividades se llevan a cabo 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 suprimirlos cuando lo deseen.

6.1.1 Dando respuesta a las expectativas de nuestros clientes

Gracias al análisis de la Voz del Cliente que combina el resultado de las encuestas y del desempeño operativo de los distintos *customer journeys*, podemos construir una matriz de relevancia con los principales elementos que dirigen la valoración de la experiencia de nuestros clientes, de cara a identificar las iniciativas y planes a desarrollar para que su experiencia sea



percibida como diferencial. La priorización de los planes y movilización de recursos se construye teniendo en cuenta la recomendación del cliente y el impacto financiero a nivel de churn.

Las principales expectativas de los clientes se agrupan en los siguientes bloques:







- Una **propuesta comercial** multimarca en productos y servicios, donde se premie la fidelidad. En el segmento residencial, Orange completa su propuesta de entretenimiento con nuevas categorías y una experiencia premium. En el segmento de autónomos y pequeñas empresas, Orange lanza nuevas tarifas para ayudarles en la digitalización de sus procesos y mejorar su productividad y competitividad, proporcionándoles conectividad fija con atención tecnológica personalizada y mayor seguridad. Para premiar la fidelidad, se definen reposicionamientos de carteras de clientes para que puedan acceder a las ventajas de los nuevos productos y servicios, 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. Para ofrecer la mejor experiencia de uso, Orange apuesta por la tecnología 5G impulsando la cartera de usuarios que disfrutan de esta tecnología hasta 2.507.000 clientes, con una cobertura 5G sobre el 84% de la población (82,36% en 2022). En febrero de 2023 Orange lanzó la red 5G+, siendo la primera red en España lanzada comercialmente con esta tecnología. Sobre las redes de fibra óptica, la compañía sigue empujando para ampliar su red de FTTH en España, que cubre ya 17.100.748 millones de hogares y negocios.
- 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 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.
- 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, donde continuamos empujando el desarrollo de la atención por WhatsApp alcanzando el 30% del mix de contacto y seguimos desarrollando capacidades de IA y asistentes virtuales para los agentes de la 1ª línea.
- **Procesos simples y fiables**. Los clientes no tienen tiempo para la complejidad y, además, les genera desconfianza. Por ello, trabajamos en garantizar la fiabilidad y simplicidad de los procesos principales de la compañía, haciendo especial foco en la factura, la calidad de la venta y en los procesos logísticos, que aspiramos a que sean percibidos como un valor diferencial.

6.1.2 Movilización del Feedback de cliente y modelo de gobierno

Para responder a estas expectativas y desarrollar las iniciativas que nos lleven a la diferenciación, trabajamos en 4 ejes:







- Comité de Churn y Experiencia de cliente.** Se han definido 9 planes estratégicos que se monitorizan en el Comité de Experiencia de cliente y churn. Este es un foro ejecutivo en el que se realiza un seguimiento del progreso de los distintos planes de mejora de experiencia de cliente y donde se toman las decisiones estratégicas que correspondan. De periodicidad semanal, este Comité cuenta con la participación del CEO y de los directores generales de las distintas áreas de la compañía.
- Servicio Impecable.** En este programa, desarrollado dentro de Servicio al Cliente (SAC) y cuyo objetivo es ofrecer una calidad de atención impecable, se definen e implementan las acciones estructurales y tácticas necesarias para alcanzar los objetivos definidos en cada uno de los seis siguientes atributos:

 <p>Transversal</p>	<p>Trabajar y colaborar todos juntos con el mismo objetivo: estar siempre al servicio del cliente</p>
 <p>Confiable</p>	<p>Comprometernos con los clientes asegurando que hacemos lo que decimos</p>
 <p>Proactivo</p>	<p>Anticiparnos a nuestros clientes para poder decirles qué necesitan antes de que lo sepan por sí mismos</p>
 <p>Resolutivo</p>	<p>Dar respuesta a las necesidades y peticiones de nuestros clientes, asegurando la solución y gestión en nuestras herramientas</p>
 <p>Accesible</p>	<p>Que nuestros clientes puedan contactar con nosotros como quieran, cuando quieran y donde quieran</p>
 <p>Con estilo</p>	<p>Atendemos a nuestros clientes con un estilo que nos distingue y nos identifica: Estilo Orange.</p>

- 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 revisa el backlog de problemas de cliente para gobernar la priorización y coordinación con todas las áreas de SAC.
- “Pasión por nuestros clientes”.** 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.



A continuación, un resumen de los resultados alcanzados en 2023:

	Programa	2022	2023
<p>Al lado de nuestra 1ª línea </p>	<p>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, las instalaciones del Operador Logístico y la Control Room.</p>	<p>639 visitas acumuladas desde el lanzamiento del Programa con una satisfacción media de 4,8 (escala 0-5).</p> <p>484 empleados han participado de las visitas</p>	<p>874 visitas acumuladas desde el lanzamiento del Programa con una satisfacción media de 4,9 (escala 0-5).</p> <p>599 empleados han participado de las visitas</p>
<p>En Directo con nuestra 1ª línea </p>	<p>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.</p>	<p>10 sesiones acumuladas con 3.544 conexiones</p>	<p>11 sesiones acumuladas con 3.814 conexiones</p>
<p>Ayudamos a nuestros clientes </p>	<p>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.</p>	<p>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</p>	<p>Concurso “Efecto Mariposa” para el reconocimiento a los pequeños gestos que impactan en el día a día de la 1ra línea y en la Experiencia del Cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 proyectos presentados • 5 finalistas seleccionados por el Comité de Churn • 3 ganadores seleccionados por el CoE y el voto popular
<p>Premios Siempre más </p>	<p>Reconocer. Premiamos a los mejores empleados de la primera línea.</p>	<p>153 finalistas; 50 ganadores; 450 asistentes a la ceremonia de celebración presencial y 1.409 conexiones online al evento</p>	<p>158 finalistas; 57 ganadores; 450 asistentes a la ceremonia de celebración presencial y 1.343 conexiones online al evento</p>

Para construir los planes de mejora asociados a estos 4 ejes de trabajo es fundamental que la información del análisis de la Voz del Cliente esté a disposición de los distintos grupos de interés y que ésta se vea enriquecida de manera bidireccional.

- Empleados de la 1ª línea tanto internos como externos. Es muy importante que conozcan el impacto que tiene su actividad en la experiencia de cliente, de la misma manera que es muy importante que trasladen el *feedback* de su día a día en contacto con los clientes como input para la mejora de procesos, procedimientos y el ecosistema tecnológico de las plataformas. Para ello, se establecen distintos mecanismos de compartición de información en función de los distintos objetivos.
- Resto de empleados. En función de su marco de actividad, pueden acceder a los datos, a través de distintas herramientas para obtener de primera mano la información de las encuestas, evolución de motivos de llamadas, reclamaciones, desempeño operativo de los procesos y/o del *feedback* de las distintas plataformas, etc. Adicionalmente, existen equipos multidisciplinares por cada *Customer Journey* que monitorizan y analizan el modelo de Voz 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 y que se comparten en el Comité de Experiencia de cliente y churn.

- Comité ejecutivo. Reciben la información en los distintos foros ejecutivos donde se toman las decisiones estratégicas que correspondan y se prioriza la ejecución de las distintas iniciativas.

6.2 Sistema de gestión de quejas y reclamaciones

GRI: 2-25, 418-1

Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas

Por parte de la marca Orange, ponemos a disposición de nuestros 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).

Desde Jazztel, ponemos a disposición de nuestros clientes los siguientes 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 Jazztel, 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 desde Orange España como desde Jazztel, se facilita 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 no 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.usuariostealeco.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).

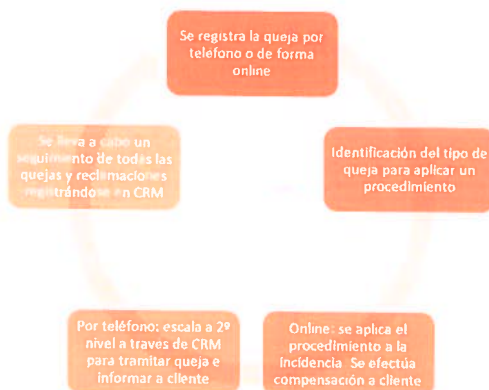


- (b) si hubiere contratado los servicios a través de plataformas online, a la Plataforma Europea de Resolución de Conflictos en línea accediendo a través de la URL <https://ec.europa.eu/consumers/odr>.
- (c) al sistema de resolución extrajudicial de controversias de Confianza Online (www.confianzaonline.es) en el caso de controversias en materia de contratación y publicidad online.
- (d) al buzón de la Oficina del Delegado de Protección de Datos (DPO) oficinadpo.orange@es.orange.com en el caso de controversias relacionadas con protección de datos de carácter personal, o bien dirigiendo un escrito a través de Autocontrol como entidad de Mediación bajo el Código de Conducta de la Actividad Publicitaria y bajo Protocolo de Mediación para cuestiones fuera del ámbito de la publicidad.

En este sentido cabe reseñar que en Orange nos hemos adherido recientemente al Código de Conducta para la Actividad Publicitaria para la atención de reclamaciones que tengan su origen en la publicidad y que se presenten ante la AEPD o bien aquellas en las que el usuario presenta su solicitud de Mediación directamente ante Autocontrol.

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, publicamos trimestralmente, el indicador asociado a las reclamaciones sobre corrección de factura, entre otros. Este indicador está sujeto a un proceso de auditoria 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: “[Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública - Informes de seguimiento \(mineco.gob.es\)](http://Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública - Informes de seguimiento (mineco.gob.es))”. Como resultado de la mejora continua del proceso, se evidencia la notable mejora de este indicador, según se evidencia en los datos extraídos de los Informes Trimestrales de los Niveles de Calidad del Servicio publicados por el Ministerio:

	ORANGE		JAZZTEL	
	2022	2023	2022	2023
Serv. Fijo (%)	0,26	0,19	0,34	0,32
Serv. Móvil (%)	0,61	0,31	0,34	0,36

Completando la información anterior, cabe destacar que en 2023 se han reducido los procedimientos judiciales civiles verbales recibidos, mostrándose a continuación el detalle a cierre de ejercicio:

(Nº)	2022	2023
En trámite	136	91
Cerrados	16	26
Total entradas procedimientos	152	117

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

Durante 2023 y 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 2023 y 2022, tienen su origen en otras casuísticas relacionadas con cuestiones de publicidad, aclaraciones sobre atención de solicitudes de derechos o duplicados de SIM.



En 2023 fueron notificados a la entidad Orange España un total de 295 requerimientos de información (168 en 2022), de los cuales 82 proceden de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y 213 Mediaciones bajo el Código Deontológico para la Actividad Publicitaria (Autocontrol) al que Orange está adherido. Estos requerimientos 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 incorporado 2 procedimientos sancionadores a la entidad derivados de los mismos.

Adicionalmente, en Orange disponemos de un equipo de atención de solicitudes de ejercicio de derechos amparados por la normativa: acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento y portabilidad de los datos. Estos derechos se podrán ejercer enviando un escrito a ORANGE, Paseo del Club Deportivo 1, Parque Empresarial La Finca, Edificio 8, 28223 - Pozuelo de Alarcón (Madrid), con la Ref. "Protección de Datos"; o bien a través del correo electrónico orangeproteccion.datos@es.orange.com.

El volumen de solicitudes de ejercicio de derechos RGPD en el año 2023 ha sido de 22.074 en marca Orange (24.386 en 2022) y 17.588 en marca Jazztel (20.782 en 2022). Este año, el 88,75% de Orange (94% en 2022) y el 92,28% de marca Jazztel (90% en 2022) corresponde a los que derivan de la solicitud del derecho de oposición.

6.3 Salud y seguridad de nuestros clientes

GRI: 3-3, 416-1, 416-2, 417-1, 417-2

Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores

6.3.1 Requisitos de información y etiquetado de productos y servicios

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



Class 1 Laser

- 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, reciclados y/o madera controlada FSC.



- Etiquetado que certifica que está fabricado con materiales reciclados (plástico 100% reciclado).



- Etiquetado Ecoembes, que certifica que el fabricante cumple con la obligación de asegurar su adecuado reciclado.



Con respecto al equipamiento de Acceso Fijo (routers y repetidores), el 100% de los equipos instalados en 2023 y 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**.

Esta iniciativa fue sido impulsada en 2021 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 desechado. Eco Rating facilita a operadoras y clientes una amplia gama de puntuaciones para ayudar a demandar productos más respetuosos con el medioambiente, incentivando a los fabricantes a reducir el impacto ecológico de sus dispositivos.

Los smartphones comercializados por Orange obtienen una puntuación de Eco Rating de acuerdo con nuestra estrategia de sostenibilidad de cara a 2025. A cierre del 2023, contamos con un total de 115 dispositivos certificados (45 en 2022), una cifra que seguirá creciendo en los próximos años os <https://www.orange.es/ecorating>.

Durante el ejercicio 2023, al igual que en 2022, no se han reportado incidentes de incumplimiento relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios.

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



En línea con nuestra política de salud y seguridad, garantizamos que todos los equipos y dispositivos que comercializamos cumplen con los requisitos actuales en este sentido. Para ello, se ha evaluado y verificado que el 100% de los equipos de acceso fijo (routers y repetidores) instalados en 2023 y 2022, cumple con los procedimientos debidos de etiquetado y documentación.

Además, en Orange estamos comprometidos con la sostenibilidad y el medioambiente y por ello, tratamos de minimizar al máximo nuestro impacto y de mantener nuestros indicadores en unos límites que nos diferencien como operador sostenible y respetuoso con el entorno. Como parte de nuestra actividad diaria, controlamos de forma continua las emisiones electromagnéticas que se puedan generar derivadas de nuestro negocio, para asegurar el estricto cumplimiento de los niveles de exposición permitidos. En este sentido:

- Realizamos una medición radioeléctrica de nuestras estaciones antes de construirlas
- Certificamos ante el Ministerio todas nuestras estaciones, de forma que aseguramos el cumplimiento de la legislación aplicable
- Llevamos a cabo campañas periódicas de medición y mediciones anuales de nuestras emisiones en cumplimiento de la normativa vigente
- Empleamos la tecnología más moderna e innovadora para reducir la emisión de campos electromagnéticos

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”*.

6.4 Privacidad de la Información

GRI: 3-3, 416-1, 416-2, 417-1, 417-2, 418-1

Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores

En Orange España somos conscientes de la importancia que supone el uso que hacemos de la información personal de nuestros clientes y usuarios. Por ello, contamos con una Política de Privacidad que tiene por objeto ayudarles a entender qué datos recopilamos, con qué finalidad se los trata y los esfuerzos que se invierten por la compañía en protegerlos. Apreciamos la confianza que los clientes depositan en nosotros para que tratemos su información con las garantías adecuadas y de conformidad con los principios de transparencia, minimización, limitación de la finalidad, exactitud, integridad y confidencialidad. Asimismo, respetando el resto de las obligaciones y garantías establecidas en: el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos; y en la



Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos y garantía de los derechos digitales.

Protección de datos personales y confidencialidad

La protección de los datos personales requiere la adopción de las medidas legales, técnicas y organizativas apropiadas. La seguridad de la información es una obligación legal que se suma a los requisitos generales de seguridad dentro de una empresa: control de acceso, seguridad de los sistemas de información, concienciación, encriptación de los flujos de datos, gestión de autorizaciones, gestión de incidentes, encriptación, seudonimización de datos, etc.

Estructura de gobierno de la protección de datos

En Orange nos comprometemos a mantener la confianza de nuestros clientes protegiendo todos los datos personales que nos facilitan o que generamos. Este importante aspecto estratégico está cubierto por una política de mejora de la seguridad que implica evaluar y gestionar los riesgos, especialmente las ciberamenazas.

Para cumplir con la política interna de protección de datos personales, desde el Grupo Orange se ha establecido una estructura organizativa y de gobernanza específica, respaldada por una red de responsables de Protección de Datos (DPO) y puntos de contacto en todas las filiales europeas y en Orange Business.

Los principios de la protección de datos personales que han sido objeto de auditoría durante el año 2023 y que basan el tratamiento de datos por parte de Grupo Orange son los siguientes:

1. Con carácter general, todas las entidades del Grupo están enfocadas en dar cumplimiento a las obligaciones recogidas en el RGPD. Los datos son tratados de forma leal, trasladando a los interesados las finalidades para las que serán utilizados, tanto en relación con clientes y potenciales clientes como en las gestiones internas que afectan a empleados, candidatos y proveedores, estableciendo protocolos para garantizar la identificación de todos los tratamientos de datos realizados en el seno del Grupo al objeto de que puedan ser conocidos por los interesados. Esta información se recoge en las diferentes políticas de privacidad de las que dispone Orange.
2. En línea con lo anteriormente expuesto, los datos recogidos por las entidades del Grupo son tratados para fines concretos y legítimos, que son normalmente informados a los interesados
3. Adicionalmente, los usos posteriores de los datos son compatibles con las finalidades inicialmente informadas, bien por tratarse de fines estadísticos o para el cumplimiento de obligaciones legales. En caso de que se empleen para otros fines, cuentan con una base de legitimación independiente, normalmente el consentimiento.
4. Asimismo, de forma general, los datos personales de los interesados son tratados de forma pertinente y adecuadamente conforme los fines perseguidos.
5. Se cumple así mismo, con el principio de exactitud ya que los datos son recabados inicialmente del propio interesado, que es informado en todo momento sobre los fines del tratamiento. En ese sentido, se ponen a disposición de los interesados, especialmente en el caso de clientes, mecanismos para el acceso a su información personal por medios telemáticos, de modo que puedan hacer cuantas modificaciones y actualizaciones consideren pertinentes para que los mismos respondan a su situación real.
6. En lo que respecta a los entornos web, la gestión de cookies, se ha verificado que existe un sistema de recogida de consentimiento granular por tipología de cookies a través de un



banner informativo especificando la información mínima de primera y tercera parte, así como la tipología de cookies existente. En concreto, los configuradores de las 3 páginas analizadas permiten seleccionar las distintas cookies que el usuario autoriza a instalar, sin que las casillas se encuentren preseleccionadas.

7. De forma general, en la segunda capa informativa (Política de Cookies) se aporta información adicional sobre el uso de cookies de primera y tercera parte, tipología de cookies, finalidad, categorías, configuración de cookies, así como de la existencia o no de transferencias internacionales. Además, se incluye la duración y finalidad de cada una de las cookies, así como el sistema de desactivación que se puede encontrar en los distintos paneles de configuración de los navegadores.

Responsabilidad Proactiva

Uno de los principales objetivos de la compañía ha sido la generación de una metodología de lanzamiento de proyectos en la que la intervención de la Oficina del Delegado de Protección de Datos de esta compañía es requisito sine qua non para permitir el lanzamiento de productos y servicios que impliquen o impacten en el tratamiento de datos personales de clientes o usuarios de Orange, tal y como se puede comprobar en el documento relativo al “Privacy Management Dashboard” que anualmente se comparte con la compañía. Asimismo, la aplicación de principios de privacidad desde el diseño y por defecto por parte de Orange está regulada en el Procedimiento de Protección de Datos desde el diseño y por defecto de la compañía.

Confidencialidad de los datos de los empleados

La protección de los datos de sus empleados es un objetivo estratégico. Nuestra Política de Privacidad de datos de los empleados ayuda a generar confianza en los equipos, ya que establece nuestro compromiso de mantener transparencia en el tratamiento de datos, recopilar sólo los datos estrictamente necesarios, notificar a las personas en caso de violación de la privacidad y, en general, garantizar un tratamiento confidencial y seguro de los datos personales.

Los principales objetivos en materia de protección de datos que se han identificado para el año 2024 son los siguientes:

1. **Control de Encargados de Tratamiento:** Dar continuidad a uno de nuestros objetivos del presente año 2023 en cuanto a iniciar las auditorías de control de cumplimiento de proveedores en protección de datos y seguridad de la información (ciberseguridad).
2. **Autoridad de Control:** Establecer y mantener una colaboración efectiva con las autoridades de protección de datos locales, proporcionando la información requerida y cumpliendo con las solicitudes de información ante casos de reclamaciones de clientes y usuarios.
3. **Auditorías internas:** realizar auditorías regulares para evaluar el cumplimiento de las políticas de privacidad y protección de datos, identificando áreas de mejora y asegurando la coherencia en todas las operaciones.
4. **Capacitación y Concienciación:** Proporcionar formación regular a los empleados sobre las prácticas de privacidad, regulaciones y políticas internas, para aumentar la concienciación y reducir el riesgo de violaciones de datos debido a errores humanos.
5. **Incidentes de Seguridad:** Desarrollar y mantener un plan de respuesta a incidentes de seguridad para manejar de manera efectiva cualquier brecha de seguridad o violación de datos, notificando a las autoridades y a los afectados según lo requieran las leyes y regulaciones aplicables



Por último, desde Orange se apuesta por las nuevas tecnologías que implican proyectos de Inteligencia Artificial, en este ámbito la propuesta de Orange se fundamenta en los siguientes objetivos:

1. Implementar un marco de control y supervisión específico para proyectos que involucren el uso de inteligencia artificial en el tratamiento de datos personales, asegurando que se cumplan los principios de privacidad desde el diseño y por defecto.
2. Establecer procedimientos para evaluar y mitigar los posibles riesgos éticos y de privacidad asociados con algoritmos de inteligencia artificial, asegurando la equidad, transparencia y explicabilidad en los resultados.
3. Realizar evaluaciones de impacto en la privacidad (EIPD) de manera sistemática para proyectos de inteligencia artificial, identificando y abordando los riesgos y desafíos específicos relacionados con el tratamiento de datos personales.
4. Colaborar estrechamente con los equipos de desarrollo de IA para garantizar la implementación de medidas técnicas que salvaguarden la privacidad, como técnicas de anonimización, minimización de datos y control de acceso.
5. Mantener actualizado un registro de procesos automatizados, incluyendo algoritmos de inteligencia artificial, para garantizar la transparencia y facilitar la rendición de cuentas.
6. Proporcionar capacitación continua a los equipos de proyecto sobre las mejores prácticas en el desarrollo ético y seguro de soluciones de inteligencia artificial, promoviendo una cultura de responsabilidad y cumplimiento normativo.

6.5 Seguridad y ciberseguridad en Orange

GRI: 3-3, 416-1, 416-2, 417-1, 417-2

Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores

A lo largo de los últimos años, se ha visto cómo 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.

El complicado contexto geopolítico actual, el incremento del nivel de riesgos asociados al cambio climático y a los desastres naturales y la mayor exposición a las amenazas digitales motivan la cada vez más marcada necesidad de disponer de procesos y recursos de seguridad, para proteger los procesos y servicios que desde Orange prestamos a nuestros clientes.

Para afrontar estos retos de manera eficaz, Orange España dispone de una estructura organizativa, un equipo especialista y las herramientas necesarias para una gestión centralizada de la seguridad. Esta integra, con perspectiva holística, la seguridad de la información y de las personas, la protección del medioambiente y la continuidad del negocio.

Esta gestión se coordina en el Comité de Seguridad, como órgano colegiado con la máxima responsabilidad de la Seguridad y Ciberseguridad en la compañía. El Comité de Seguridad está liderado por el CSO y representa a las principales áreas de negocio, técnicas y soportes, con el fin de extender la seguridad a todos los ámbitos de la organización.

Para cumplir con los mandatos de la Dirección con relación a la seguridad, en Orange España hemos creado e implementado, un Marco Normativo de Seguridad, en mantenimiento y mejora continua, que define los principales requisitos de seguridad que deben ser tenidos en cuenta en el ámbito corporativo. El Marco Normativo emana de la Política de Seguridad Global, que define los principios, objetivos y responsabilidades principales de la seguridad en la organización y que está aprobada por la Alta Dirección corporativa.



Ciberseguridad corporativa

En materia de Ciberseguridad, Orange tiene la misión de garantizar el día a día de la compañía, a través de políticas, estándares, herramientas y asesoramiento, al mismo tiempo que se protegen nuestros activos y servicios. Nuestra visión es la de ser el operador de confianza del cliente a través de la provisión de tecnología responsable.



Nuestra organización cuenta con una dirección de Ciberseguridad formada por tres equipos, con funciones y objetivos precisos que vertebran la seguridad de la información desde el diseño:

Gobierno de Riesgo y Compliance

- Gobierno de la seguridad corporativa
- Identificación y control de riesgos
- Aseguramiento y cumplimiento normativo
- Implementación de sistemas de certificaciones de seguridad (ENS, ISO27001, etc.)

Monitorización, Cibervigilancia y Respuesta Incidentes

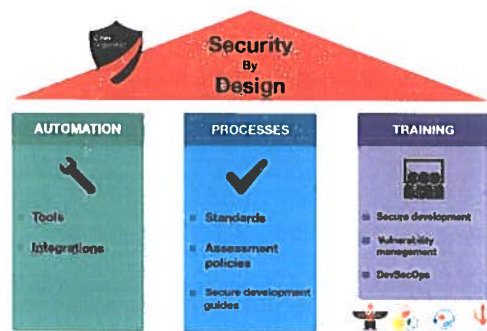
- Actividades de detección de anomalías de seguridad
- Garantizar trazabilidad de los sistemas de información de Orange.
- Recopilación de amenazas emergentes
- Revisión de eventos de seguridad.
- Respuesta ante incidentes de seguridad

Ingeniería, Proyectos de Ciberseguridad y Gestión de Vulnerabilidades

- 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, empleando un modelo de tres líneas de defensa que implementa, gobierna y audita la gestión de la ciberseguridad en la compañía.

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 garantizan 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.





En Orange nos apoyamos 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, protegiendo a nuestros clientes desde el primer momento. Estos servicios complementan la labor de nuestro centro de soluciones de ciberseguridad Customer SOC, encargado de monitorizar y proteger a las empresas a las que ofrecemos nuestros servicios frente a nuevas amenazas.

Con el fin de mantener en el tiempo la protección de los sistemas, en Orange España realizamos un seguimiento continuo de la protección frente vulnerabilidades. 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.

Para dotar a todos los empleados del conocimiento necesario de seguridad que les permite llevar a cabo sus tareas de manera segura, hemos definido y ejecutado un plan de concienciación en la organización, creando acciones de sensibilización a través de simulaciones de *phishing* e ingeniería social o píldoras informativas.

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.

Por último, hay que reseñar que, en reconocimiento al compromiso con la seguridad de nuestros clientes, en 2022 se obtuvo la [certificación del Esquema Nacional de Seguridad \(ENS\) en categoría ALTA](#) para nuestros servicios de redes móviles y fijas manteniéndose también en 2023. 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.

Seguridad Física

En Orange España contamos con un equipo de Seguridad que se encarga de la protección de los activos físicos y los bienes de la compañía, así como de la seguridad de empleados y clientes y de la protección contra incendios.

Partiendo de una supervisión centralizada desde el Centro de Control Nacional de Seguridad (CCNS), que cuenta con la autorización de la Dirección General de la Policía como Central Receptora de Alarmas de uso propio, se coordina y opera la seguridad física de toda la organización, implementando medidas como:

- **Servicio de Vigilancia:** De acuerdo con la criticidad del emplazamiento, se establece un servicio de vigilancia para la supervisión de los sistemas y procedimientos de seguridad de la sede o el emplazamiento.
- **Control de Acceso:** Los accesos a las sedes han de estar autorizados, ya sean empleados, colaboradores, clientes o visitas. Requieren de aprobación previa y se llevan a cabo mediante la presentación de la tarjeta de identificación personal. En todos los eventos se registran los accesos.



- **Videovigilancia:** Las sedes cuentan con un sistema de videovigilancia, que monitoriza el perímetro y el interior del edificio.
- **Sistema anti-intrusión:** Los centros de Orange España cuentan con la instalación de un sistema anti-intrusión, compuesto por dispositivos de detección volumétrica, contactos magnéticos y otros medios de seguridad, de acuerdo con la tipología de las instalaciones. Dicho sistema anti-intrusión se encuentra instalado en puntos estratégicos del edificio para que se active en caso de acceso indebido, siendo este sistema supervisado por el servicio de vigilancia de la sede.
- **Detección y extinción de incendios:** Las sedes de Orange España cuentan con un sistema de protección contra incendios en todas las dependencias, que es revisado trimestralmente por una empresa autorizada. Las dependencias críticas para la compañía cuentan, además, con un sistema de extinción automática o detección precoz de incendios, que es evaluado de acuerdo con el análisis de riesgos de incendios Gretener.

Continuidad de Negocio

Para la correcta prestación de los servicios que prestamos a nuestros clientes, y con el fin de garantizar la máxima disponibilidad y calidad de los mismos, contamos con una serie de medidas y soluciones que permiten la prevención de eventos disruptivos y la correcta actuación ante incidentes.

Estas medidas, procesos y recursos se organizan dentro de un Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio (SGCN), que se basa en la identificación de las amenazas potenciales que pueden poner en peligro la continuidad de negocio de Orange o desencadenar una crisis en el seno de la organización.

En base a un análisis de riesgos que evalúa los impactos y probabilidades de materialización de amenazas, se definen los niveles de recuperación de las actividades críticas en los servicios de comunicaciones fijas, móviles y televisión. Asimismo, se definen todas las medidas, planes y controles necesarios para mejorar la resistencia y la resiliencia de la compañía.

Los planes y medidas se prueban a intervalos regulares, para asegurar su vigencia y efectividad, y se invierten recursos en formar e informar a todas las partes que participan de la Continuidad de Negocio, desde la más alta dirección hasta los equipos operativos que se encargan de implementar y mantener la resiliencia.

Mediante el Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio (SGCN), se persigue preservar los intereses de los clientes de Orange, así como mantener la reputación de la compañía y de nuestras marcas, así como de todas nuestras actividades de creación de valor.

Ante una crisis o contingencia, en nuestra organización hemos diseñado y establecido los mecanismos necesarios para salvaguardar a las personas que se encuentren en las instalaciones de la compañía y garantizar la vuelta de los procesos esenciales de negocio a la normalidad, en el menor tiempo posible y con la mínima interrupción.

También hemos establecido un procedimiento operativo de gestión de crisis, dónde se describen las responsabilidades y acciones a llevar a cabo en caso de una contingencia grave.

El Comité de Crisis es el máximo responsable en caso de un incidente de estas características y tiene potestad para tomar cualquier decisión de cara a restablecer la normalidad en la compañía.



La Dirección de Orange España lidera y apoya el SGCN de Orange, fomentando la definición de objetivos de mejora continua del mismo. También vela por el cumplimiento de esta política en la organización, asegurando así su desempeño eficaz.

El Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio de Orange España se encuentra certificado en la norma ISO22301, reconociendo así el cumplimiento con los más elevados estándares de continuidad disponibles en el mercado.

Privacidad y ciberseguridad para nuestros clientes

Lamentablemente, el cibercrimen no muestra signos de desaceleración y se espera que continúe evolucionando en el año 2024. Según datos recopilados por diversos informes de seguridad, se anticipa un aumento tanto en la frecuencia como en la sofisticación de los ataques cibernéticos. Los expertos predicen que la convergencia de la Inteligencia Artificial, el aumento de Internet de las cosas (IoT) y la persistente vulnerabilidad de las redes corporativas serán puntos clave para la actividad de los ciberdelincuentes. En otras palabras, la combinación de estas tecnologías podría desencadenar una ola de amenazas más elaboradas y difíciles de detectar, planteando desafíos significativos para la seguridad digital. Estar preparados para estas tendencias emergentes será crucial para mitigar los riesgos y proteger tanto la información personal como los activos de las empresas.

Estrategia de ciberseguridad 360º

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

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

Además, contamos también con soluciones para empresas y autónomos, los segmentos más vulnerables frente a un ciberataque ya que a menudo carecen de sistemas de defensa robustos, lo que los convierte en presas más accesibles para los ciberdelincuentes. Esta vulnerabilidad se ve aumentada por la falta de concienciación sobre ciberseguridad y la creencia errónea de que sus datos o actividades no son lo suficientemente atractivos para los hackers. Esta falsa percepción los coloca en una posición más precaria, ya que los ataques a pequeñas empresas pueden ser igualmente devastadores, comprometiendo la información financiera y personal, así como la continuidad del negocio. Dichas soluciones permiten que, incluso cuando están teletrabajando, sus profesionales dispongan de un acceso seguro a los recursos y aplicaciones de la empresa, así como a la información y los datos de empleados y clientes, sin necesidad de hacer inversiones en equipamiento ni tener grandes conocimientos en IT.



7. Cadena de suministro responsable

GRI: 2-6, 3-3, 308-2, 408-1, 409-1, 414-2

El día a día de 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, contratistas, etc., comparten los mismos valores éticos y de responsabilidad social y medioambiental que la propia organización. Y es que los usuarios cada vez valoran más a la hora de elegir una u otra marca o producto, no solo que quien lo comercializa sea garante de la responsabilidad de sus actos, sino también de los de aquellos con los que se relaciona; y de la misma forma, que rompa lazos con los que, de una u otra manera, navegan contracorriente en esa importante labor de construir una sociedad cada vez más justa y sostenible.

Logros que resumen el desempeño en 2023

Compras

- Alianza Orange-Ecovadis para evolucionar el proceso de compras sostenibles e incentivar evaluación de proveedores, en línea con la normativa CSRD
- 100% del equipo de Compras formado y certificado en “Corporate Social Responsibility in Procurement”
- Definida la tipificación de riesgo ESG vinculado a cada categoría de compra, que permite monitorizar el gasto por índice de riesgo ESG

En línea con nuestra política de compras responsables, desde Orange España 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, origen nacional o social, propiedad, nacimiento, etc.
- 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.

7.1 Código de Conducta de proveedores

GRI: 408-1, 409-1, 3-3, 308-1, 414-1

La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; La abolición efectiva del trabajo infantil; La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.

En Orange España contamos con una Política de Tolerancia Cero (aprobada por la Secretaría General y el equipo de Control Interno, Riesgos y *Compliance*) en materia de corrupción, que 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.

Por parte del proveedor, estas exigencias implican suscribir un código de conducta, que incluye:

- Prácticas de responsabilidad social relativas a la 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 la protección del medio ambiente, la protección de recursos naturales y la 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 las operaciones propias o en la cadena de suministro. Cabe recordar que Orange España 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 España todos los elementos solicitados para garantizar que se está llevando a cabo el cumplimiento de dicho Código. Además, y de forma inmediata, informará a la compañía de cualquier infracción 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 España, el proveedor habrá de garantizar que su propio código de conducta sea equivalente al de Orange España y suscriba los mismos principios.



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

7.2 Evaluación de proveedores

GRI: 414-1, 414-2, 308-1

Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas

El proceso de contratación de proveedores que se realiza desde el área de Compras en Orange España se hace según una revisión de riesgos a través de preguntas asociadas a las siguientes temáticas:

- Medioambiente
- Prácticas laborales
- Derechos Humanos
- Ética y cadena de suministro
- Ética Corporativa
- Responsabilidad Social
- 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 2023, 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, hemos seguido manteniendo en la evaluación 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 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.

Durante el ejercicio 2023, el 100% de los contratos de inversión con proveedores o subcontratistas firmados por Orange en España han contenido la cláusula de RSC.



Acuerdos y contratos con cláusulas sobre derechos humanos	2022	2023
Contratos de inversión con proveedores o subcontratistas con cláusula de DD.HH. (%)	100%	100%

En 2023 implementamos también un índice de riesgo de Responsabilidad Social Corporativa, asociando cada una de las categorías de compra un indicador, de forma que nos permite monitorizar tanto el gasto como los proveedores vinculados a dicho indicador.

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 (Joint Alliance for CSR): 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 España que superen un determinado volumen de negocio son invitados a obtener la certificación Ecovadis. A través de esta plataforma online, 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.

El proceso de calificación de EcoVadis evalúa la calidad del sistema de gestión de sostenibilidad del proveedor, teniendo en cuenta su desempeño sobre Medioambiente, Trabajo y Derechos Humanos, Ética y aspectos relativos a la cadena de suministro sostenible en todas sus operaciones.

El alcance de la evaluación puede ser de una empresa, o de un grupo, incluyendo también sus filiales, unidades de negocio, centros de producción y otras entidades ubicadas en diferentes países o regiones. El alcance de la evaluación depende de este punto, así como del tamaño, la ubicación de la empresa e industria.

Gracias al acuerdo entre Orange España y Ecovadis, el proveedor puede optar a unas condiciones comerciales ventajosas para superar la evaluación. La evaluación no sólo le servirá para su relación comercial con Orange España, sino también para cualquier otro cliente, así como un apoyo para el cumplimiento de la nueva regulación CSRD.

En los análisis de *compliance* recurrentes por proveedor realizados a lo largo del ejercicio 2023, hemos identificado una situación relativa a la responsabilidad social corporativa (incluida la evaluación relativa a trabajo forzoso) que ha 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	2022	2023
Nº Proveedores evaluados en relación con los impactos sociales y ambientales	317	400
Nº de proveedores detectados con impacto ambiental negativo	0	0
Nº de proveedores detectados con impacto social negativo	0	1



Orange suspende la relación comercial con uno de sus proveedores en 2023 dado que el propietario de la empresa y director financiero habían sido condenados por corrupción, sentencia confirmada por el Tribunal Supremo, siendo estas prácticas contrarias a los valores de Orange España.

Un total de 119 de los proveedores evaluados disponen de certificación Ecovadis en vigor.

Hay que destacar además que todo el equipo de Compras de Orange España realiza una formación y certificación en “Corporate Social Responsibility in Procurement”, que debe ser renovada cada dos años.

7.3 Cambios e impactos de la cadena de valor

Durante el año 2023, al igual que en 2022, no se han producido cambios significativos a lo largo de la cadena de suministro.

Además, resulta relevante mencionar que más del 80% 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.



8. Información adicional sobre este informe

8.1 Principios para la presentación de informes

A través de esta Memoria de Sostenibilidad, Orange España incorpora los progresos realizados en el año, en la empresa y en su cadena de valor con respecto a aspectos económicos, sociales y medioambientales. Con el objetivo de asegurar 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 España, 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 “1.4.2 Diálogo con todos los grupos de interés”. Este diálogo continuo entre ambas partes ha permitido la identificación temprana de requisitos, necesidades y expectativas. Como resultado, hemos podido desarrollar políticas y prácticas que toman en cuenta las preocupaciones de todos nuestros grupos de interés. Al hacerlo, hemos mejorado nuestro rendimiento y minimizado los riesgos que podrían tener un impacto en la empresa.
- **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:** Orange España ha actualizado de manera voluntaria su estudio de materialidad identificando los nuevos temas relevantes aplicando el nuevo enfoque de doble materialidad siguiendo la metodología y directriz del Grupo, recogiendo en el apartado “1.4.3 Matriz de materialidad”, 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. Las principales referencias de reporte que se utilizan son las siguientes:
 - Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio; al texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio y a la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.
 - Estándares Global Reporting Initiative (GRI), junto con las recomendaciones del *International Integrated Reporting Council (IIRC)*
- **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. Orange España somete a su Memoria de Sostenibilidad a una verificación independiente con alcance de aseguramiento limitado, siguiendo los requerimientos de los estándares GRI.
- **Puntualidad:** este Informe recoge información del ejercicio de 2023, determinado por el año natural (1 de enero a 31 de diciembre de 2023) en el que Orange España se compromete a proporcionar a todos sus grupos de interés información precisa, relevante, resumida y comparable sobre su rendimiento, su modelo de negocio, sus generadores de valor y su plan estratégico para los próximos años.

8.2 Alcance y criterios de elaboración

GRI 2-2

Este informe recoge toda la información sobre los avances de Orange España 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. También se han tomado de referencia de manera voluntaria los estándares ESRS (Estándares Europeos de Informes de Sostenibilidad) introducidos por la Directiva CSRD para adelantarse a los requerimientos regulatorios próximos y responder a las expectativas de los diferentes grupos de interés. Para la identificación de los contenidos de esta memoria se ha realizado un acercamiento hacia el enfoque de doble materialidad presentado en los estándares para el reporte de sostenibilidad (ESRS, en sus siglas en inglés), que desarrollan las obligaciones de reporte sobre los asuntos contemplados por la Directiva Europea 2022/2464 de Información No Financiera aprobada el 10 de noviembre de 2022.

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

8.3 Estándares e iniciativas internacionales

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 Grupo Orange en 2000
Principios de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico)
ODS - Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas
Certificaciones ISO:
ISO 9001 – Quality Management System
ISO 14001 – Environmental Management Systems
ISO 14064 – Greenhouse Gases Certification
UNE 19601 – Management System for Criminal Compliance
ISO 22301 – Business Continuity Management Systems
ISO 27001 – Information Security Management Systems
ISO 45001 – Occupational Health & Safety Mgmt. Systems
ISO 45003 – Psychological Risk Management
ISO 50001 – Energy Management Systems
AENOR Certificado de conformidad de Organización Saludable

8.4 Índice de contenidos

Para la elaboración del EINF, como años anteriores, se ha tomado de referencia los requerimientos de la ley 11/2018 y los GRI.

8.4.1 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 de la organización	1.2 Acerca de nuestra compañía Pág. 7-9
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	
Mercados en los que opera	2- 1 Detalles de la organización	1.2 Acerca de nuestra compañía Pág. 9
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	
Objetivos y estrategias	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1.1 Carta del CEO Pág. 6-7
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1.4 Desempeño sostenible e impacto generado Pág. 16-27
	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	1.4.3 Matriz de doble materialidad
	3-2 Listado de temas materiales	Pág. 22-24

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 significativos, y b) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado	2-15 Conflictos de interés	2.4 Conflicto de interés Pág. 40-41
	2-16 Comunicación de asuntos críticos	2.1 Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas Pág. 38-39
	2-23 Compromisos normativos	2. Valores, ética y derechos humanos Pág. 36-41
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	1.3 Estructura de gobierno Pág. 9-16
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	2.1 Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas Pág. 38-39
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	1.5 Riesgos y oportunidades Pág. 27-35
	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	2. Valores, ética y derechos humanos Pág. 36-41
	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	7. Cadena de suministro responsable Pág. 114-118
	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	7. Cadena de suministro responsable Pág. 114-118



Cuestiones medioambientales

<p>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</p>	<p>3-3 Gestión de los temas materiales</p>	<p>3.1 Estrategia y compromiso medioambiental Pág. 42-46</p>
<p>Contaminación Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.</p>	<p>3-3 Gestión de los temas materiales</p> <p>305-5 Reducción de las emisiones GEI</p>	<p>3.3 Reduciendo la huella de carbono Pág. 50-53</p>
<p>Economía circular y prevención y gestión de residuos Medidas de prevención, reciclaje reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos.</p>	<p>3-3 Gestión de los temas materiales</p> <p>306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos</p> <p>306-3 Residuos generados</p>	<p>3.5 Economía circular y gestión de recursos Pág. 54-60</p>
<p>Uso sostenible de recursos El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales</p>	<p>303-5 Consumo de agua</p>	<p>3.1.1 Sistema de gestión de riesgos medioambientales Pág. 45-46</p>
<p>Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso</p>	<p>N/A</p>	<p>No material</p>
<p>Consumo, directo e indirecto de energía</p>	<p>3-3 Gestión de los temas materiales</p> <p>302-1 Consumo energético dentro de la organización</p> <p>302-2 Consumo energético fuera de la organización</p> <p>302-3 Intensidad energética</p>	<p>3.3.1 Principales resultados de consumos y emisiones de alcance 1 y 2 Nota 2, pág. 51</p> <p>3.2. Uso eficiente y energía renovable</p>



		Pág. 46-49
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables	302-4 Reducción del consumo energético	3.2. Uso eficiente y energía renovable Pág. 46-49
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos 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 los temas materiales	3.3.1 Principales resultados de consumos y emisiones de alcance 1 y 2 Nota 2, pág. 51
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	
Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	3-3 Gestión de los temas materiales	3.5.1. Diseño: Livebox 6, el router eco pionero Pág. 54-57
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	3.3 Reduciendo la huella de carbono Pág. 50
Protección de la biodiversidad Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	304-3 Hábitats protegidos o restaurados	3.4 Biodiversidad Pág. 53-54
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	3.4 Biodiversidad Pág. 53-54

Cuestiones sociales y relativas al personal

Empleo Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	2-7 Empleados	4.1.1 Contrataciones Pág. 62
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	2-7 Empleados	4.1.1 Contrataciones Pág. 63
Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	2-7 Empleados	4.1.1 Contrataciones Pág. 64
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	401-1 Nuevas contrataciones y rotación media de los empleados	4.1.1 Contrataciones Pág. 62
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	4.1.3 Remuneraciones y brecha salarial Pág. 68
Brecha salarial	3-3 Gestión de los temas materiales	4.1.3 Remuneraciones y brecha salarial Pág. 68
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	



La remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	4.1.3 Remuneraciones y brecha salarial Pág. 69
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	2-19 Políticas de remuneración	4.1.3 Remuneraciones y brecha salarial Pág. 66-67
Implantación de políticas de desconexión laboral	3-3 Gestión de los temas materiales	4.1.2. Organización del trabajo Pág. 65
Empleados con discapacidad	2-7 Empleados	4.3.5. Accesibilidad universal para nuestro personal Pág. 78-79
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	
Organización del trabajo Organización del tiempo de trabajo	3-3 Gestión de los temas materiales	4.1.2. Organización del trabajo Pág. 64-65
	401-3 Baja por maternidad o paternidad	4.1.2. Organización del trabajo Pág. 66
Número de horas de absentismo	403-9 Lesiones por accidente laboral	4.4. Seguridad y salud en el trabajo Pág. 80
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 los temas materiales	4.1.2. Organización del trabajo Pág. 64-65
Salud y seguridad Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	4.4 Seguridad y salud en el trabajo Pág. 79-81
	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	4.2.2 Formación para todos Pág. 74
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	4.4 Seguridad y salud en el trabajo Pág. 79-81
	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	4.4 Seguridad y salud en el trabajo Pág. 81
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	
Relaciones sociales Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para	3-3 Gestión de los temas materiales	4.1.5 Acuerdos de negociación colectiva Pág. 70-71



informar y consultar al personal y negociar con ellos		
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	2-30 Convenios de la negociación colectiva	
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	
Formación Las políticas implementadas en el campo de la formación	3-3 Gestión de los temas materiales 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	4.2 Talento y Formación Pág. 71-72
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	404-1 Media de horas de formación al año por empleado 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	4.2.2 Formación para todos Pág. 73
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	3-3 Gestión de los temas materiales	4.3.5. Accesibilidad universal para nuestro personal Pág. 78-79
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 los temas materiales 2-23 Compromisos normativos 406-1 Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	4.3 Diversidad e igualdad Pág. 75-79

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 normativos	2.Valores, ética y derechos humanos Pág. 36-41
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	
	406-1 Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	
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	2.Valores, ética y derechos humanos Pág. 36-41
La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	406-1 Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	4.3.1 Compromiso con la diversidad



		Pág. 75-76
La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	7.1 Código de Conducta de proveedores Pág. 115-116
La abolición efectiva del trabajo infantil	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	

Corrupción y soborno

Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	2-23 Compromisos normativos	2.Valores, ética y derechos humanos Pág. 36-41
	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, 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	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	1.4.4 Impacto generado Pág. 27

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 los temas materiales	5.3 Mayores conectados Pág. 85-87
	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	
	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	
	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 los temas materiales 413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	5.2 Ofertas inclusivas, oportunidades para todas las personas Pág. 84-85
Las acciones de asociación o patrocinio	2-28 Afiliación a asociaciones	1.4.4 Impacto generado Pág. 26
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 los temas materiales	7.1 Código de Conducta de proveedores Pág. 115-116
	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	7.2 Evaluación de proveedores Pág. 116-118
	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 los temas materiales	6.3 Salud y seguridad de nuestros clientes 6.4 Privacidad de la información 6.5 Seguridad y ciberseguridad en Orange Pág. 104-113
	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	
	416-2 Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa relativa a los impactos en seguridad y salud de los productos y servicios	
	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	6.2 Sistema de gestión de quejas y reclamaciones Pág. 101-104
Información fiscal Beneficios obtenidos país por país; Impuestos sobre beneficios pagados	207-1 Enfoque fiscal	1.4.4 Impacto generado Pág. 25
	207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	
Subvenciones públicas recibidas	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	1.4.4 Impacto generado Pág. 26



8.4.2 Índice de contenidos GRI

GRI 1: Fundamentos 2021

Orange España 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 España ha informado de acuerdo con los Estándares GRI para el periodo 1 de enero al 31 de diciembre del año 2023

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

GRI 2: Contenidos Generales 2021	
Modelo de negocio	
2-1 Detalles de la organización	1.2 Acerca de nuestra compañía
2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	
2-3 Periodo de referencia, frecuencia y punto de contacto	
2-4 Reexpresión de la información	
2-5 Garantía externa	
Actividades y trabajadores	
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	1.2 Acerca de nuestra compañía
2-7 Empleados	4. Comprometidos con las personas
Órgano de Gobierno	
GRI 2: Contenidos Generales 2021	
2-8 Trabajadores que no son empleados	Información no disponible/incompleta *
2-9 Estructura y composición de la gobernanza	1.3 Estructura de gobierno
2-10 Nombramiento y selección del máximo órgano de gobierno	
2-11 Presidencia del máximo órgano de gobierno	
2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	
2-13 Delegación de responsabilidad en la gestión de los impactos	
2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	
2-15 Conflictos de interés	2. Valores, ética y derechos humanos
2-16 Comunicación de asuntos críticos	1.3 Estructura de gobierno
2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	
2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	
2-19 Políticas de remuneración	4. Comprometidos con las personas
2-20 Proceso para determinar la remuneración	Información no disponible/incompleta*



2-21 Porcentaje anual de compensación total	Información no disponible/incompleta*
Estrategia, políticas y prácticas	
GRI 2: Contenidos Generales 2021	
2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1.1 Carta del CEO 1.4 Desempeño sostenible e impacto generado
2-23 Compromisos normativos	2. Valores, ética y derechos humanos
2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	1.3 Estructura de gobierno
2-25 Procesos para remediar los efectos negativos	2. Valores, ética y derechos humanos
2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	
2-27 Cumplimiento con leyes y regulaciones	3.1.1 Sistema de gestión de riesgos medioambientales
2-28 Afiliación a asociaciones	1.4.4. Impacto generado
Participación de los grupos de interés	
GRI 2: Contenidos Generales 2021	
2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	1.4.2 Diálogo con todos los grupos de interés
2-30 Convenios de la negociación colectiva	4. Comprometidos con las personas
Contenidos sobre los temas materiales	
GRI 3: Temas Materiales 2021	
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	1.4.3 Matriz doble materialidad
3-2 Listado de temas materiales	
3-3 Gestión de los temas materiales	2. Valores, ética y derechos humanos 3. Comprometidos con el planeta 4. Comprometidos con las personas 5. Igualdad digital y desarrollo social 6. El cliente como eje de la transformación 7. Cadena de suministro responsable
GRI 301: Materiales 2016	
301-1 Materiales utilizados por peso y volumen	3.5 Economía circular y gestión de recursos
301-2 Insumos reciclados utilizados	
301-3 Productos y materiales de envasado reutilizados	
GRI 302: Energía 2016	
302-1 Consumo energético dentro de la organización	3.2 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 energéticos de productos y servicios	
GRI 305: Emisiones 2016	
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	3.3 Reduciendo la huella de carbono
305-2 Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	
305-4 Intensidad de las emisiones GEI	
305-5 Reducción de las emisiones GEI	
305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono	Información no disponible/incompleta*



305-7 Óxidos de nitrógeno (Nox), óxidos de azufre (Sox) y otras emisiones significativas al aire	<i>Motivo para la omisión:</i> No procede. Este indicador no se considera relevante ya que las emisiones de este tipo de contaminantes no son significativas de nuestra actividad
GRI 306: Residuos 2020	
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Información no disponible/incompleta*
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	3.5 Economía circular y gestión de recursos
306-3 Residuos generados	
306-4 Residuos no destinados a eliminación	Información no disponible/incompleta*
306-5 Residuos destinados a eliminación	3.5 Economía circular y gestión de recursos
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	7. Cadena de suministro responsable
308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas al respecto	7. Cadena de suministro responsable 3.1 Estrategia y compromiso medioambiental
Información adicional	
GRI 201: Desempeño económico 2018	
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	1.4 Desempeño sostenible e impacto generado
201-2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para la organización debido al cambio climático	Información no disponible/incompleta*
201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	4.1.4 Planes de prestación
201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	1.4 Desempeño sostenible e impacto generado
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	4.1.3 Remuneraciones y brecha salarial
202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	Información no disponible/incompleta*
Impactos económicos indirectos	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	5. Igualdad digital y desarrollo social
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	
Prácticas de adquisición	
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Información no disponible/incompleta*
Anticorrupción	
GRI 205: Anticorrupción 2016	
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	2. Valores, ética y derechos humanos
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	1.3.4 Gobierno de la Sostenibilidad
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	2.3 Medidas para los riesgos relacionados con la corrupción



Competencia desleal	
GRI 206: Competencia desleal 2016	
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	2. Valores, ética y derechos humanos
Fiscalidad	
GRI 207: Fiscalidad 2019	
207-1 Enfoque fiscal	1.4.4 Impacto generado
207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	
207-3 Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal	
207-4 Presentación de informes país por país	<i>Motivo de omisión:</i> este informe aplica a España
Agua y efluentes	
GRI 303: Agua y efluentes 2018	
303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	<i>Motivo de omisión:</i> el agua no es un aspecto material para Orange España debido a la naturaleza de su actividad.
303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	
303-3 Extracción de agua	
303-4 Vertido de agua	
303-5 Consumo de agua	3.1.1 Sistema de gestión de riesgos medioambientales
Biodiversidad	
GRI 304: Biodiversidad 2016	
304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	<i>Motivo de omisión:</i> La biodiversidad no es un aspecto material de Orange España
304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	3.4 Biodiversidad
304-3 Hábitats protegidos o restaurados	
304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	<i>Motivo de omisión:</i> La biodiversidad no es un aspecto material de Orange España
Empleo	
GRI 401: Empleo	
401-1 Nuevas contrataciones y rotación media de los empleados	4.1.1 Contrataciones
401-2 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada	Información no disponible/incompleta*
401-3 Baja por maternidad o paternidad	4.1.2 Organización del trabajo
Relaciones trabajador-empresa	
GRI 402: Relación trabajador-empresa 2016	
402-1 Plazos mínimo de preaviso sobre cambios operacionales	Información no disponible/incompleta*
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	4.4 Seguridad y salud en el trabajo
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	4.2.2 Formación para todos



sobre salud y seguridad en el trabajo	
403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	4.4 Seguridad y salud en el trabajo
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	
403-9 Lesiones por accidente laboral	
403-10 Dolencias y enfermedades laborales	
Formación y enseñanza	
GRI 404: Formación y educación 2016	
404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	4.2 Talento y formación
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	
Diversidad e igualdad de oportunidades	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	4. Comprometidos con las personas
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	
No discriminación	
GRI 406: No discriminación 2016	
406-1 Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	4. Comprometidos con las personas
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	2. 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	4. Comprometidos con las 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	7. 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	4.2.2 Formación para todos
Derechos de las poblaciones indígenas	
411-1 Incidentes de violaciones de los derechos de las poblaciones indígenas	Información no disponible/incompleta*
Comunidades locales	
GRI 413: Comunidades locales	
413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	5. Igualdad digital y desarrollo social
413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	7. Cadena de suministro responsable



414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	
Política pública	
GRI 415: Política pública 2016	
415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Información no disponible/incompleta*
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	6.3 Salud y seguridad de nuestros clientes
416-2 Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa relativa a los impactos en seguridad y salud de los productos y servicios	
Marketing y etiquetado	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	
417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	6.3 Salud y seguridad de nuestros clientes
417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	
417-3 Incidentes por incumplimiento de las comunicaciones de marketing	Información no disponible/incompleta*
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	6.4 Privacidad de la información

8.5 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 han mejorado notablemente el alcance del reporte dando respuesta a un total de 112 GRI y 295 requerimientos según el Estándar GRI 2021, sobre un total de 122 GRI y 323 requerimientos según se detalla en la siguiente tabla:

Estado de reporte	GRI			Requerimientos de GRI		
	2022	2023	% mejora	2022	2023	% mejora
Reportados totalmente	58	82	11%	187	239	17%
Reportados parcialmente	36	18		38	17	
Reportados por omisión	7	12		27	39	
Total	101	112		252	295	

Se ha incluido la relación de aspectos materiales claves identificados por Orange España 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:** se ha ampliado información sobre la composición del Consejo de Administración, profundizando en su nacionalidad, edad y formación académica, así como que existe un componente ESG en su retribución variable.



- **Grupos de interés:** se ha desarrollado la primera matriz de doble materialidad (incluyendo la perspectiva de impacto y la perspectiva financiera), alineada metodológicamente a la nueva normativa europea.
- **Medio ambiente:** se ha incorporado el reporte de consumo de agua.
- **Personas trabajadoras:** se ha incorporado información sobre las evaluaciones de desempeño, el número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas y la frecuencia del Comité de Salud y Seguridad.
- **Clientes:** se han descrito las propuestas de valor de la estrategia multimarca.
- **Derechos humanos y cadena de suministro responsable:** se ha consolidado la información reportada en años anteriores.
- **Seguridad y ciberseguridad:** se ha continuado ampliando la información detallada de este tema material.

8.6 Ajustes de información

GRI 2-4

Respecto al informe del año 2022, se ha corregido el primer decimal de la brecha salarial bruta reportado en el Informe de Sostenibilidad 2022, siendo el dato correcto 8,7% en vez de 8,1%.

Adicionalmente, los datos relativos a 2022 de consumos energéticos y emisiones reportados en el apartado 3 del informe difieren de los publicados para dicho ejercicio debido a que en el momento de dicha publicación había ciertos datos estimados y los factores de emisión no estaban publicados por el MITECO.

8.7 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 2023, lo que comprende el período desde 01/01/2023 hasta 31/12/2023.

El último Informe de Sostenibilidad de Orange en España fue publicado en nuestra web [Memoria 2022 Sostenibilidad \(sostenibilidadorange.es\)](https://www.orange.es/memoria-2022-sostenibilidad), a la que también se accede desde <https://www.orange.es/>

Para cualquier consulta o aclaración a cerca de este informe contactar con: comunicacion.externa@orange.com y en el teléfono 91.252.12.00.

Hechos posteriores

Durante el ejercicio 2022, el Grupo Orange y el Grupo Lorca anunciaron el comienzo de un periodo de negociación en exclusiva para combinar sus negocios en España. Posteriormente, el 13 de febrero de 2023, el Grupo Orange y el Grupo Lorca presentaron formalmente la notificación a la Comisión Europea para la primera fase de la autorización. A partir de dicho hito, se inició un proceso de investigación por parte de la Comisión Europea que ha culminado, el 20 de febrero de 2024, con la aprobación del proyecto de creación de una Joint Venture por Grupo Orange y el Grupo Lorca.. A estos efectos y tras la obtención de las autorizaciones necesarias, está previsto para el próximo 26 de marzo de 2024 que los accionistas de ambos grupos aporten la totalidad de las acciones, que respectivamente ostentaban, de Orange Espagne, S.A.U. y de Mas Movil Ibercom, S.A.U. a una nueva compañía, subsistiendo a todos los efectos legales la personalidad jurídica de ambas compañías.



Adicionalmente, al inicio del ejercicio 2024, la Sociedad ha recibido sentencia favorable por parte de la Audiencia Nacional relativa a su reclamación del Impuesto sobre Actividades Económicas para los ejercicios desde 2012 a 2018 por importe aproximado de 174 millones.

Por último, mediante sentencia de 18 de enero de 2024 el Tribunal Constitucional ha declarado la inconstitucionalidad de determinadas disposiciones del Real Decreto-Ley 3/2016, de 2 de diciembre. Esta sentencia es consecuencia de una de las dos cuestiones de inconstitucionalidad planteadas por la Audiencia Nacional en relación con dos recursos contencioso-administrativo planteados por otros contribuyentes. Entre las disposiciones declaradas inconstitucionales se encuentra la que limita al 25% de la base imponible la compensación de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores. En consecuencia, el límite para contribuyentes con una cifra de negocios superior a 20 millones de euros en el ejercicio anterior pasa a ser del 70%. Orange, en su condición de entidad representante del Grupo fiscal, solicitó en su momento la rectificación de las autoliquidaciones del IS del grupo para los ejercicios 2017 a 2021, asunto que está pendiente de ser resuelto por la Audiencia Nacional.

No se han producido otros hechos posteriores relevantes entre la fecha de cierre del ejercicio y la fecha de formulación de las presentes Cuentas Anuales.

8.8 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.

8.9 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
COP	Conference of the Parties
CEO	Environmental, Social and Governance
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	Environmental, 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 Standardization
MOOC	Massive Online Open Courses
NPS	Net Promoter Score
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
STEAM	Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Artes y Matemáticas
TI	Tecnología de la información
TIC	Tecnología de la información y las comunicaciones
VoC	Voz de Cliente



Impresión

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

RECYCLABLE BIODEGRADABLE SELECTED RECYCLED FIBRES ELEMENTAL CHLORINE FREE ACID HEAVY METAL COMPLIANT REACH COMPLIANT CARBON BLACK



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.