



**MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA 2015**



Contenido

Mensaje de Gerencia General	3
Información acerca de la Memoria 2015	4
Principios para la elaboración de la Memoria 2015	4
Verificación externa de la información	4
Sobre nosotros	5
24 años operando en Bolivia	6
Gobierno Corporativo	7
Código de Conducta	9
Gestión de Riesgo	9
Materialidad	11
Aspectos Materiales	11
Nuestros Grupos de Interes	13
Presentado a “Tigo Bolivia”	14
La compañía con un estilo de Vida Digital	14
Conectamos a Bolivia	15
El aporte a la economía Boliviana	16
Sólido posicionamiento de nuestras marcas	19
Mobile	20
Tigo Star	22
Tigo Money	24
Tigo Music	27
Tigo Business	28
Un estilo de vida digital con Responsabilidad Corporativa	29
Con tecnología construimos una mejor sociedad	30
Mitigando el impacto de nuestra operación	41
“Tigo People” Somos un gran equipo	44
Foco en nuestros clientes	50
Fuimos reconocidos por nuestro esfuerzo	52
Índice de contenido GRI	55
Informe de revisión independiente	58
Punto de contacto	61

Mensaje de Gerencia General (G4-1,G4-2)

Cada año es un desafío para materializar sueños, convirtiéndolos en una gestión exitosa. Para Tigo Bolivia, el mejor negocio es la satisfacción del cliente y una comunidad que disfruta de nuestros servicios y productos.

Les presento la Memoria Anual de Responsabilidad Corporativa 2015, que refleja fielmente nuestro desempeño, apostando siempre por un modelo de compañía responsable, sostenible y comprometida en brindar servicios de calidad hacia un mundo con estilo de vida digital.

Nuestro compromiso con iniciativas socialmente responsables, se basa en principios y valores de la tradición cultural de nuestra empresa, que están vinculados a la creación de valor más allá de una rentabilidad financiera, tanto para nuestros clientes, empleados, accionistas, y la sociedad en general, gracias a la capacidad de adaptación y talento de nuestro equipo humano.

Invertimos con visión y responsabilidad en este país, de la mano de nuevos proyectos y productos tecnológicos, bajo un modelo de negocio con desarrollo sostenible. Es así que “Tigo Bolivia” apuesta con gran éxito a un equilibrio entre las variables económicas, sociales y ambientales, por eso durante el ejercicio 2015, logramos la segunda emisión de bonos, colocando en el mercado de valores 696 millones de bolivianos que permitirán garantizar recursos para el capital de trabajo e inversiones previstas en gestiones futuras.

Consolidamos nuestro plan estratégico, invirtiendo más de 878 millones de bolivianos para ampliar la cobertura nacional, tecnología HFC, DTH y desarrollo de nuevos productos, logrando un incremento en nuestros ingresos del 8%, generando a 3.7 mil millones de bolivianos en ventas.

En el 2015 consolidamos nuestro aporte hacia una mayor inclusión digital en Bolivia, de la mano de nuestros Proyectos de Responsabilidad Corporativa “Pixel a Pixel”, llegando a todas las ciudades de Bolivia con proyectos sostenibles, de beneficio colectivo y de contenido digital; es así que humanizamos donde tiempos y distancias se acortan para poner a la tecnología al servicio de las personas, propiciando bienestar y mejora en la calidad de vida con: “Aulas Digitales Tigo de Apoyo Motriz”, “Plataforma Anti-CyberBullying” Concurso de App’s “Tigo Digital Change Makers”, entre otros.

Incentivamos el reciclaje de desechos eléctricos y electrónicos, a través de nuestra Campaña “Tigo RAEE” en Alianza con el primer Centro de Reciclaje Piloto en Santa Cruz de la Sierra-Bolivia, gracias a la Alianza con FUNDARE-CAINCO. Nos convertimos en punto de acopio temporal de RAEE’s, sensibilizando y educando a la sociedad hacia una disposición final y responsable

de la basura electrónica, promoviendo ante todo el cuidado del medio ambiente.

Con pasión, confianza, innovación, integridad y simplicidad construimos el día a día de “Tigo Bolivia” una empresa de Telecomunicaciones que integra a millones de personas, empresas y grupos, en un mundo digital para todos. Como empresa invertimos en el país, apostamos a su crecimiento y comprometemos nuestra mejor gestión para llegar a los hogares de Bolivia con los accesos que da la tecnología.


Pablo Daniel Guardia Vásquez
CEO Tigo Bolivia





INFORMACIÓN ACERCA DE LA MEMORIA 2015

■ Principios para la elaboración de la memoria 2015

La Memoria de Responsabilidad Corporativa pone énfasis en los avances realizados durante el año 2015 (1 enero a 31 diciembre) (G4-28) y describe el progreso anual (G4-29, G4-30) de TIGO Bolivia en el ámbito social, ambiental y económico, con el objetivo de ofrecer a los grupos de interés una información transparente y clara.

Este documento incluye información de las operaciones de Telefónica Celular de Bolivia S.A. (TELECEL), Empresa de Servicios de Pago Móvil E-Fectivo S.A. (TIGO MONEY) y la empresa Giros Electrónicos Elegir (TIGO STAR) que en su conjunto operan en Bolivia bajo la marca TIGO "Bolivia".

En la elaboración de la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015, hemos seguido las indicaciones de la Guía G4 para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) (G4), cumpliendo nuevamente con los criterios "De conformidad"- Esencial (G4-32), para brindar a nuestros grupos de interés por quinto año consecutivo (G4-21) una visión íntegra sobre el desempeño de TIGO Bolivia.

■ Verificación externa de la información

Para comprobar la fiabilidad, credibilidad y consistencia de la información reportada, que da respuesta a los contenidos básicos generales de la Guía (G4), "TIGO Bolivia" ha realizado una verificación externa de la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 a través de la firma PricewaterhouseCoopers S.R.L. (PwC).

Como consecuencia del proceso de verificación externa se elabora un Informe de Revisión Independiente, validando los indicadores de desempeño reportados en su opción "De conformidad"- Esencial (G4-33).

Asimismo, en beneficio de la transparencia de la información reportada, se ha incluido el Índice de Indicadores reportados (GRI) que permita localizar de manera sencilla la información.



■ SOBRE NOSOTROS Nuestra Misión, Visión y valores

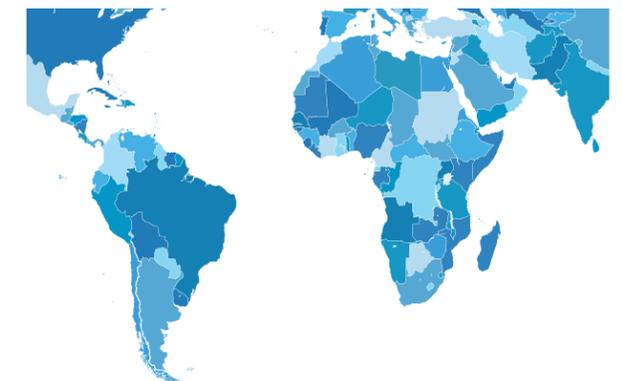
Misión: Proveer servicios a personas que quieren mantenerse en contacto con sus comunidades, mantenerse informadas y entretenidas, permitiéndoles expresar sus emociones y mejorar sus vidas. Ofrecemos servicios económicos con una amplia cobertura, fáciles de adquirir y usar. ¡Nos enfocamos constantemente en conocer y exceder las expectativas de nuestros clientes y en desarrollar una marca de prestigio social!³

Visión: ¡Gente gozando del acceso a su mundo donde los servicios móviles son económicos, accesibles y disponibles en todos lados y para todos! "En TIGO Bolivia nos sentimos personas responsables con la sociedad y así lo demostramos en nuestros valores.

■ "TIGO BOLIVIA", conectamos al país con las mejores ofertas y servicios

Telefónica Celular de Bolivia S.A. (TELECEL) (G4-3, G4-7), filial del grupo empresarial MILLICOM INTERNATIONAL CELLULAR S.A. (MICSА), con sede en Luxemburgo, operando también en Londres y Miami; MILLICOM tiene presencia en 14 países en América Latina y África¹, permitiendo crear una comunidad TIGO de más de 60 millones de usuarios en telefonía móvil, de los cuales, aproximadamente 1 de 4 comparten datos, tienen acceso a internet y disfrutan de música y videos² (G4-6).

TELECEL, con su marca "TIGO Bolivia incluye "TIGO Money", "TIGO Star", "TIGO Music" y "TIGO Business" empresas que comparten orgullosamente la misma cultura, criterios y políticas que nos rigen a nivel Global (G4-4).

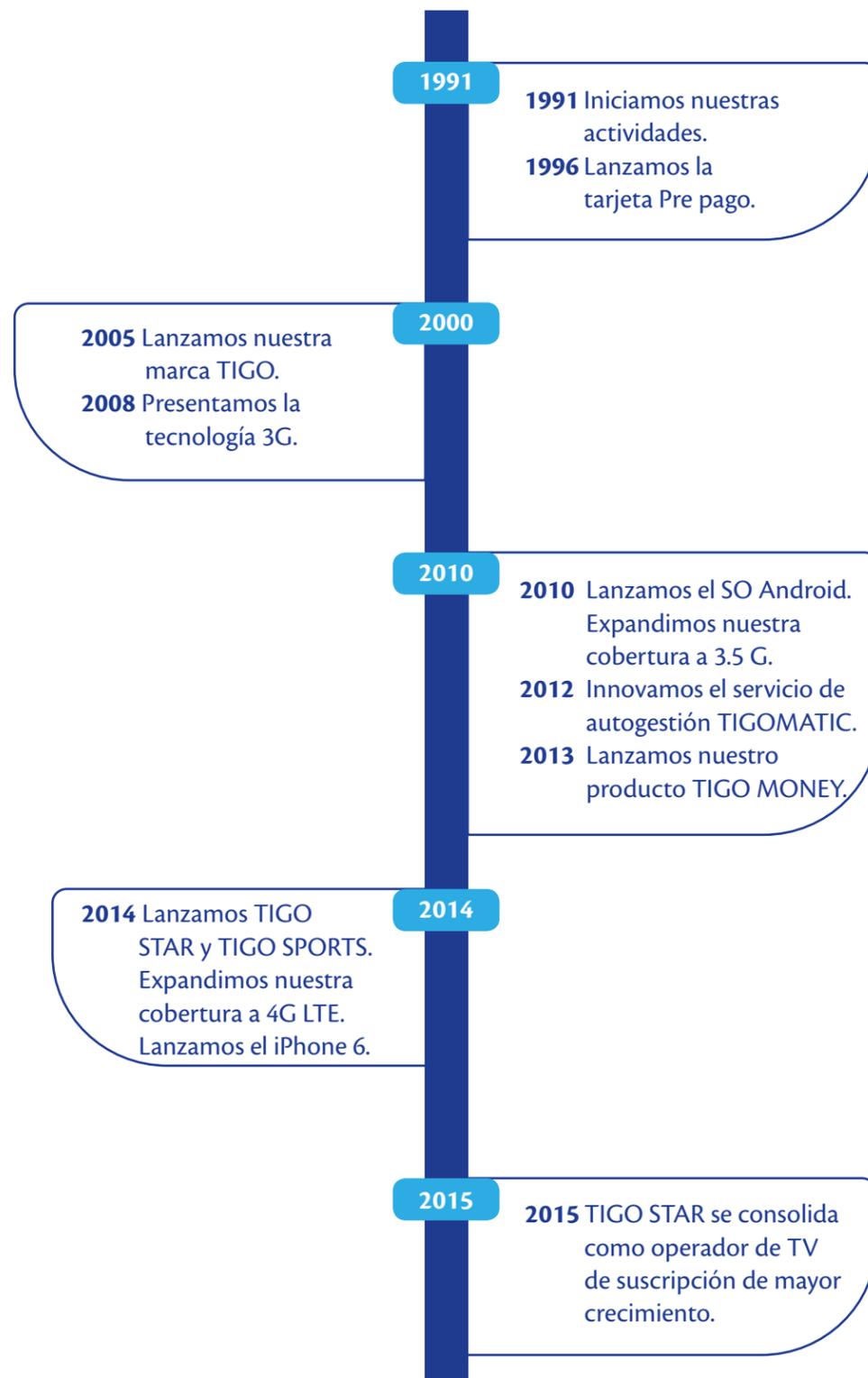


¹ [http://www.millicom.com/where-we-operate/our-mobile-markets/#all+\(corporate+offices+and+tigo+markets\)](http://www.millicom.com/where-we-operate/our-mobile-markets/#all+(corporate+offices+and+tigo+markets))

² <http://www.millicom.com/what-we-do/mobile/>

³ Conoce más en www.tigo.com.bo y visita su sección de responsabilidad social.

24 AÑOS OPERANDO EN BOLIVIA

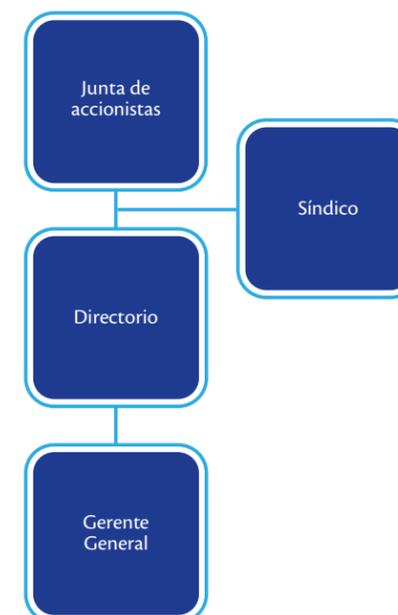


Gobierno Corporativo

(G4-34, gráfico) TELECEL desarrolla sus actividades con principios éticos, de comunicación y transparencia, siendo el máximo órgano de decisión la Junta General de Accionistas, quienes se reúnen anualmente (G4-47) para evaluar la operación de negocio, vigilando el cumplimiento de la normatividad y sustentabilidad de la empresa, garantizando el cumplimiento de la misión, visión y valores en todas las áreas, promoviendo la transparencia y eficacia (G4-35; G4-41).

Forma parte también de sus órganos de decisión y fiscalización el Síndico, (G4-40) persona ajena a la operatividad del negocio, con la responsabilidad de vigilar el adecuado manejo de la compañía. Asimismo, contamos con un Directorio que representa el máximo órgano de administración, compuesto por accionistas y no accionistas, miembros externos a la administración de la compañía (G4-39), de criterio independiente y prestigio, designados por la Junta de Accionistas (G4-40). Ambos trabajan enmarcados en estatutos de gobierno corporativo del grupo Millicom International Cellular S.A. que persigue el objetivo de fijar la norma de conducta de sus miembros, establecer procedimientos para gestionar el riesgo y definir canales de comunicación entre la compañía, los grupos de interés y el órgano superior con el fin de obtener el mayor grado de eficiencia posible en su gestión (G4-45, G4-49).

El Gerente General de "TIGO Bolivia", es el principal ejecutor del Plan Estratégico de la empresa supervisando y monitoreando el cumplimiento de objetivos y metas propuestas. Asimismo, es la principal instancia para dar seguimiento al cumplimiento de la responsabilidad social dentro y fuera de la empresa, revisando y aprobando la Memoria de Responsabilidad Corporativa de "Tigo Bolivia" (G4-36, G4-48).



“Continuaremos enfocándonos en acelerar los datos, expandir nuestra cobertura de red y en el crecimiento del negocio B2B”



Mauricio Ramos
 Presidente y Director ejecutivo



■ Código de conducta

Con la finalidad de fomentar la conducta honesta y ética de nuestros empleados, contamos con un Manual de Políticas Corporativas que incluye el Código de Ética, que permite apoyar al modelo de gestión de la empresa, crear valor y confianza en las relaciones del negocio con negociaciones justas y fomentando el cumplimiento de leyes y normas del país (G4-56). En la gestión 2015, nuestra casa matriz Millicom actualizó nuestro Código de Conducta, incluyendo temas como:

- Nuestros principios fundamentales.
- Nuestra responsabilidad en el lugar de trabajo.
- Nuestra responsabilidad financiera.
- Nuestra responsabilidad empresarial.
- Nuestra responsabilidad en el mercado.

Mecanismos de asesoramiento

Contamos con un protocolo de investigación con procedimientos internos para evaluar e investigar denuncias a través de nuestra línea de "Silbato de Alerta". La Gerencia de integridad u otros Gerentes de "TIGO Bolivia" tienen acceso a las denuncias, brindando soluciones oportunas (G4-57).

Mecanismos de denuncia

Mediante el "Silbato de Alerta", los empleados pueden reportar de una manera anónima y confidencial mediante la intranet institucional de TIGO cualquier preocupación o inquietud sin correr el riesgo de acoso, discriminación o desventaja. Asimismo, nuestros empleados tienen acceso a cursos de formación de integridad y a publicaciones internas (G4-58).

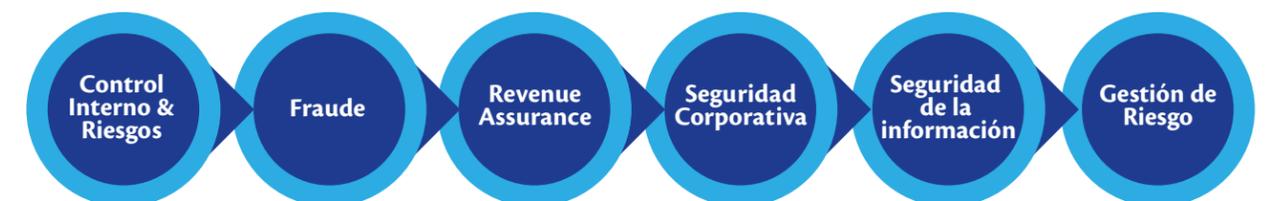
"TIGO Bolivia" se encuentra bajo el marco del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y sus 10 principios universalmente aceptados en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, como también dentro del marco de Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y sus 27 principios (G4-14), respetando los intereses de los grupos de interés y protegiendo la integridad del sistema ambiental y de desarrollo mundial (G4-15).

Asimismo, "TIGO Bolivia" participa activamente en organismos y entidades sectoriales, tal es el caso de Group Special Mobile Association (GSMA), Cámara Americana de Comercio (AMCHAM Bolivia), Cámara de Telecomunicaciones de Bolivia (CATELBO), ANDA (Asociación Nacional de Anunciantes) adicionalmente la empresa respalda la labor de entidades nacionales que representan a profesionales y empresas del sector, como ser la Cámara Nacional de Comercio de Bolivia (CNC), Cámara de Industria y Comercio (CAINCO) y la Confederación de empresarios privados de Bolivia (CEPB) (G4-16).

■ Gestión de riesgo

Tenemos por objetivo garantizar la sostenibilidad en el desempeño operativo y financiero de "TIGO Bolivia", contando para ello con responsabilidades claramente identificadas y con herramientas de control interno, como: matriz de riesgo, manual de control interno, manual de políticas contables, políticas del grupo y políticas locales, estándares a los que estamos alineados.

Las áreas de soporte en el manejo de estos riesgos son: Control Interno & Riesgos, Fraude, Revenue Assurance, Seguridad Corporativa y Seguridad de la Información.





Materialidad (G4-19)

El proceso de análisis de materialidad que realizamos anualmente nos permite identificar aquellos asuntos de especial importancia en función del impacto que éstos tienen en la estrategia de “Tigo Bolivia” y su relevancia para nuestros grupos de interés, lo que favorece el establecimiento de prioridades y líneas de actuación. Hemos identificado 8 aspectos materiales, asuntos de mayor relevancia para cada una de nuestras líneas de negocio, de acuerdo a nuestra estrategia y desarrollo de “TIGO Bolivia”, reflejando resultados, retos y compromisos, cubriendo los aspectos e indicadores que tienen impacto en lo social, ambiental y económico (G4-18, G4-19, G4-20, G4-23).

Aspectos materiales en la gestión 2015 (G4-20, G4-21).

En “Tigo Bolivia” contamos con 8 aspectos materiales, asuntos relevantes para nuestras líneas de negocios”.

Identificación

El proceso inicia con la identificación de los asuntos relevantes, tomando en cuenta aquellos que impacten nuestros negocios como “TIGO Bolivia”

Priorización

La priorización de los asuntos relevantes identificados sirve para determinar cuáles son materiales.

Validación

La validación del orden de asuntos relevantes ha definido el listado de contenidos específicos a incluir en la memoria de RC 2015.

Revisión

La revisión asegura que los aspectos materiales considerados se apliquen a los 6 grupos de interés identificados y se traduzcan en actividades sostenibles.

Aspectos materiales en la gestión 2015 (G4-20, G4-21)

Aspectos materiales 2015	Cobertura
1. Aporte al crecimiento del país y de los clientes.	Comprometidos a contribuir al desarrollo de Bolivia y unir esfuerzos para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y el país.
2. Aporte a la niñez y a la mujer.	Generamos iniciativas que benefician a estos segmentos vulnerables de Bolivia con proyectos de bienestar social.
3. Apoyo a políticas de Uso Responsable de las Tecnologías.	Promovemos e incentivamos el uso seguro y positivo de las tecnologías y las TIC'S (Tecnologías de la información y comunicación)
4. Emprendedurismo.	Apoyamos la innovación tecnológica a favor de iniciativas productivas, hacia un estilo de vida social digital.
5. Apoyo a la salud y bienestar.	Velamos por el equilibrio y la vida personal enfocados en nuestros colaboradores, clientes, proveedores y población en general. En salud apoyamos las iniciativas públicas y privadas que fortalecen los temas de salud y bienestar social en Bolivia.
6. Apoyo a la educación e inclusión digital.	Apoyamos el aprendizaje de la mano de la tecnología, con infraestructura y con el apoyo de nuestros colaboradores y la participación de nuestros voluntarios.
7. Apoyo al Medio Ambiente e iniciativas que contribuyen a una mayor conciencia social, sobre la basura electrónica.	Estamos comprometidos con el cuidado medioambiental. Por eso promovemos iniciativas con información, concientización y gestión adecuada de residuos hasta su disposición final.
8. Compromiso con nuestros colaboradores.	Velamos por una cultura organizacional, que permita equilibrar la vida profesional y personal, enmarcados en principios de integridad, respeto y pasión.



Nuestros Grupos de interés

Mantenemos una constante comunicación con todos nuestros grupos de interés, a través de un diálogo abierto, bajo la base de transparencia, responsabilidad y mutuo beneficio. La selección de los mismos responde a un lineamiento con nuestra casa matriz Millicom (G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-37).



Clientes		Empleados		Gobierno	
Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> Calidad y seguridad de los productos y servicios. Desarrollo de clientes. Intercambio de buenas prácticas. 	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación y desarrollo laboral y humano. Sueldos y prestaciones competitivas. Respeto a derechos y libertades. Aplicación del Código de Ética. Salud y seguridad en el trabajo. 	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> Participación en la creación de leyes y normas. Pago oportuno de impuestos y contribuciones. Desempeño responsable. Inversión y creación de empleo.
Iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> Centros de Atención al cliente. Estudios de mercado. Áreas de encuentro. Campañas BTL. 	Iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> Programa de Capacitación. Encuestas anuales de clima organizacional. Evaluación anual de desempeño. 	Iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de la ley y reglamentos ATT, A), sistema financiero Educación, economía, entre otros. Inversión en infraestructura de redes, mejora de servicios, creación de fuentes de trabajo. Participación en asociaciones y Cámaras de Bolivia. Diálogo constante con autoridades.
Mecanismos de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Call center 800175000 siempre abierta. Plataforma de diálogo on-line. Página web www.tigo.com.bo Redes sociales (facebook, twitter). Línea de soporte *611. 	Mecanismos de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones. Silbato de alerta. Publicaciones internas. Cursos de formación. 	Mecanismos de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Juntas, reuniones, notificaciones. Informe anual (Memoria de Responsabilidad Corporativa). Página de Internet.
Comunidad		Accionistas		Proveedores	
Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> Inversión en educación, salud y deporte. Interacción responsable. Cuidado del medio ambiente y uso eficiente de recursos naturales. 	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> Rentabilidad, crecimiento y creación de valor y pago de dividendos. Comunicación constante. Sustentabilidad. Prácticas éticas de Gobierno Corporativo. Transparencia y rendición de cuentas. 	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de servicio y productos. Cumplimiento de términos pactados. Precios asequibles.
Iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> Voluntariado. 	Iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> Estructura de gobierno corporativo. Código de ética. 	Iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo nacional, incrementando base de datos de proveedores locales. Participación ruedas de negocios, ferias y workshops.
Mecanismos de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones. Línea telefónica 800175000. Página de Internet. Redes sociales. 	Mecanismos de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Conferencias. Reportes trimestrales Informes anuales de accionistas y de sustentabilidad Asamblea anual de accionistas. Página de Internet. Juntas de Consejo. 	Mecanismos de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones permanentes. Número directo de comunicación (705-06894). Página web.

PRESENTADO A “TIGO BOLIVIA”

■ La compañía con un estilo de vida digital



■ Conectamos a Bolivia

La sólida infraestructura con la que contamos, nos permite llegar con nuestros productos y servicios a los consumidores de todo el país. En la gestión 2015, hemos dado continuidad al fortalecimiento de la red de transmisión, para brindar un mejor servicio y llegar a zonas alejadas del país; cubriendo el 2015 alrededor de 3.300 kilómetros de red de microondas y 7.400 kilómetros de tendido de fibra óptica, mejorando los equipos de transmisión vía aérea y por onda microondas.

“2015 contamos con mayor fibra óptica en el departamento del Beni, Pando y los municipios de Bermejo, Tupiza y Villazón”



7.400 km

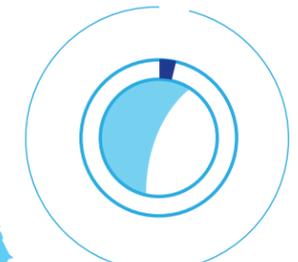
de crecimiento de cobertura de fibra óptica



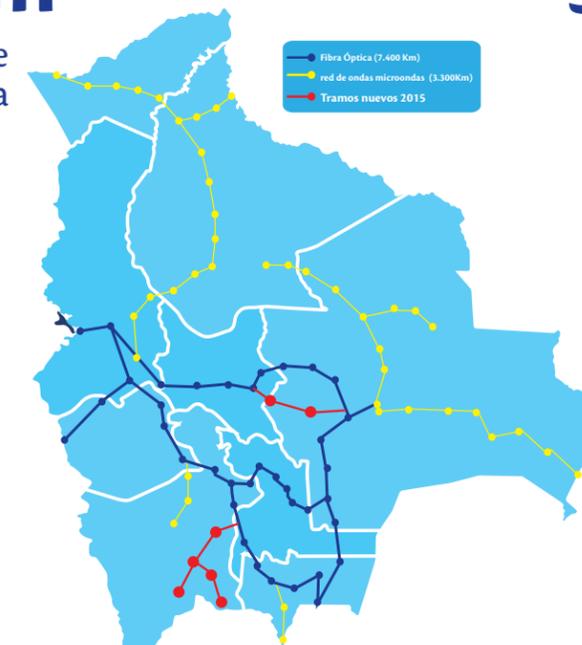
22%
Fibra óptica

3.300 km

de crecimiento de cobertura de red de onda microonda



7%
Red de microondas



El Aporte a la economía Boliviana

Trabajamos por y con el país, generando valor para todos. En noviembre de 2015 logramos con éxito la segunda emisión de bonos, colocando en el mercado de valores el 100% de los 696 millones de bolivianos autorizados por la Bolsa de Valores en moneda local, con tasa de interés de 4,05% para la "serie A" y 4,85% para la "serie B", con plazo de 1.753 y 2.833 días calendario respectivamente. Esta colocación, permitirá garantizar los recursos necesarios para el capital trabajo y las inversiones previstas. Asimismo, nuestra inversión ha superado los 878 millones de bolivianos en bienes de uso y adquisiciones de licencias (G4-EC7). Estos resultados operativos permitieron a **TIGO Bolivia** cerrar el año con ingresos de más de 3.7 mil millones de bolivianos que representan un incremento

del 8% en comparación con el 2014 (G4-9) y un EBITDA de más de 1 mil millones de bolivianos que representa un crecimiento del 14% en comparación con el 2014 (G4-EC1, G4-17, G4-22)⁴. Durante la gestión 2015 reafirmamos nuestro compromiso con el país contribuyendo en más de 373 millones de bolivianos aportando al Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social –PRONTIS, a la ATT por tasas de regulación, derechos asignados de frecuencia (DAF) y derechos de uso de frecuencia (DUF). Como empresa del sector de telecomunicaciones, durante la gestión 2015, contribuimos al Estado Boliviano, con el pago de impuestos por más de 571 millones de bolivianos.



Televisión



Internet

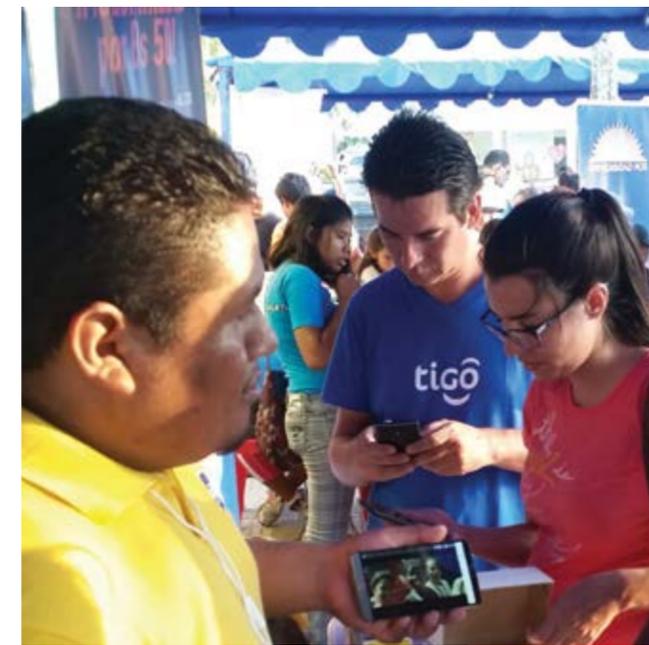
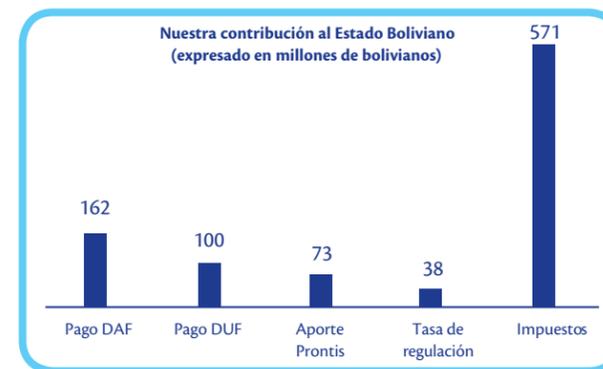


Telefonía

878 Millones de bolivianos en inversión

3.7 Mil millones de bolivianos en ventas

1 Mil millones de bolivianos en EBITDA

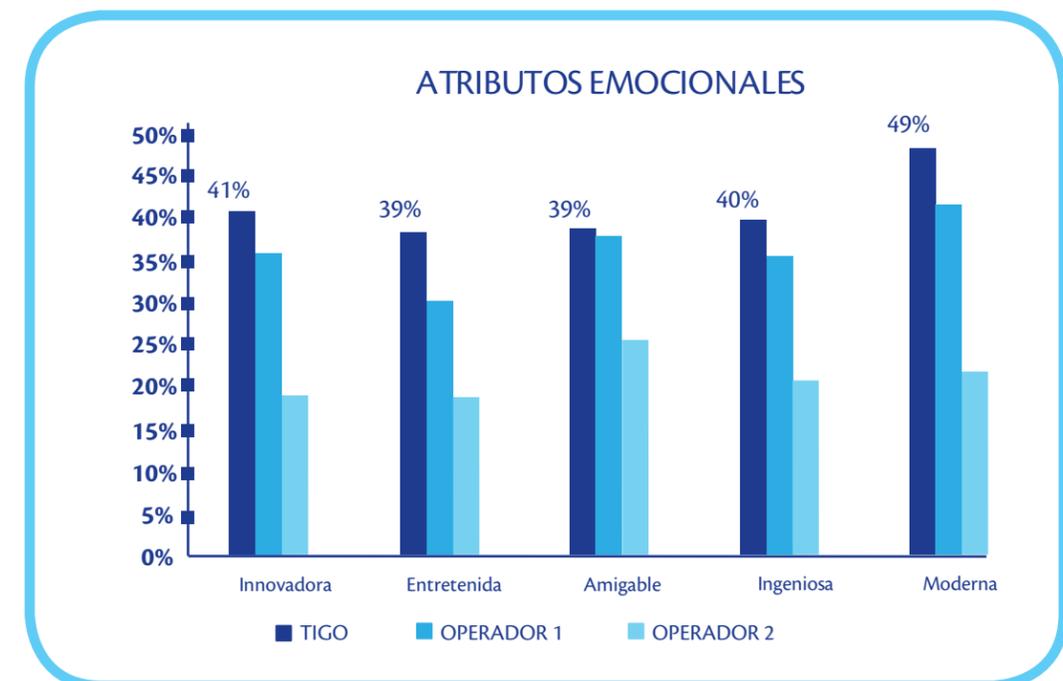
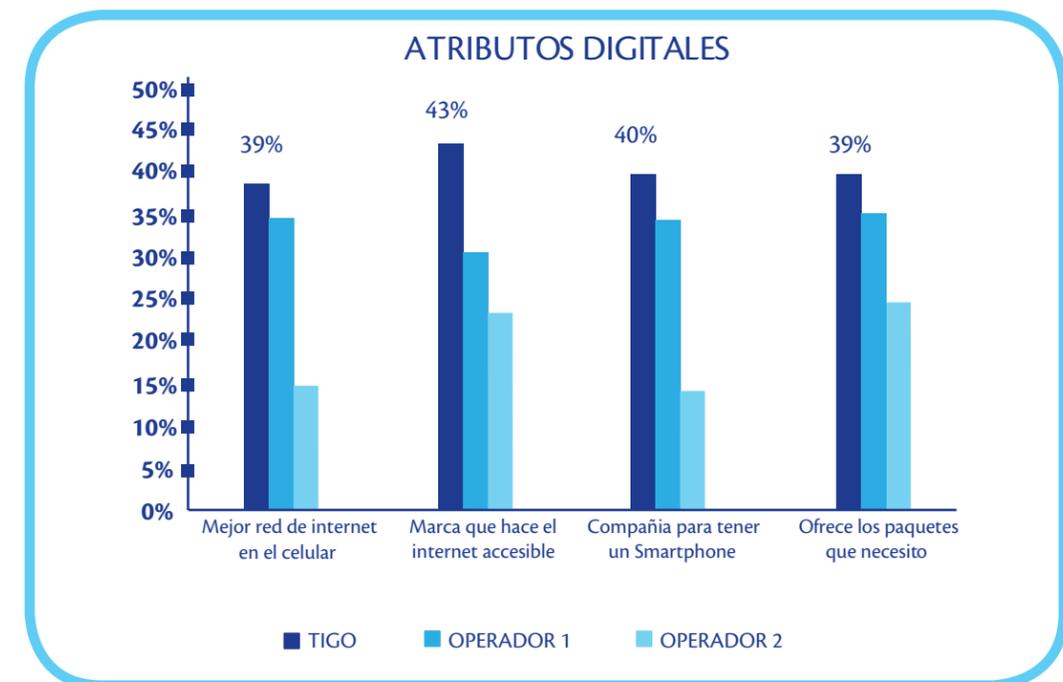


⁴ Información basada en los 3 Estados Financieros auditados 2015 como son: Telecel S.A., Giros S.A. y Efectivo S.A. Asimismo, no se han presentado reformulaciones y los datos no son consolidados.



■ Sólido posicionamiento de nuestras marcas

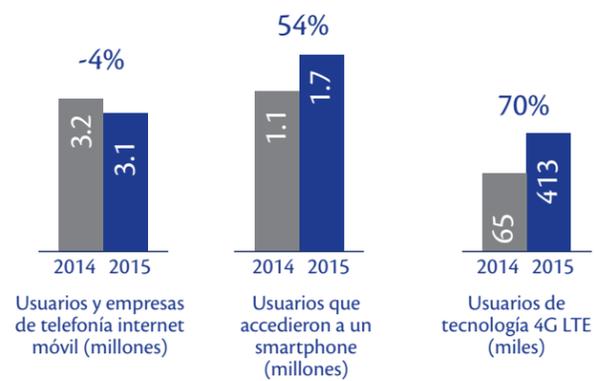
Al cierre del 2015, un estudio externo que identifica los atributos emocionales y digitales, de una muestra poblacional en el eje troncal de Bolivia, distingue a la marca Tigo con puntuaciones de liderazgo como: Una empresa innovadora, amigable, entretenida e ingeniosa. Respecto a los atributos destacan: Mejor red de internet para telefonía móvil e internet accesible y mejor compañía para tener un smartphone.



MOBILE "Smartización" e inclusión digital



"El mercado móvil de Bolivia está creciendo a un ritmo acelerado con 10,2 millones de líneas móviles activas que estimamos alcancen los 13.3 millones en 2020. Las conexiones⁵ a internet móvil ya superaron los 5.2 millones y se espera alcance 8.6 millones en el mismo periodo. A su vez, para 2020 los smartphones totalizarían más de 8.6 millones y la tecnología 4G superaría los 2 millones de conexiones"⁵.



Tigo Bolivia está listo para cumplir con la creciente demanda telefónica del mercado, acercando el "estilo de vida digital" a más de 300 municipios, habilitando velocidad extrema 4G LTE en las 9 ciudades capitales y a más de 120 provincias. Ahora municipios como Challapata, Chimoré, Llallagua, Reyes, Riberalta, Shinaota, Tiahuanacu, Villa Tunari, Aiquile, Concepción y Mairana pueden disfrutar de la velocidad extrema para ver contenido de la Liga en línea, acceder a música ilimitada y navegar sin interrupciones (G4-9). Con nuestra campaña de Smartización Total apoyamos a la reducción de la brecha digital en Bolivia, logrando el 2015 ampliar nuestra cartera de clientes de 1.1 millones a 1.7 millones de consumidores en telefonía digital. Durante el 2015 ofrecimos paquetes de llamadas internacionales "paquetigos", con una tarifa de 1 Bs el minuto para Sudamérica, España y USA. Asimismo en llamadas locales nuestros consumidores accedieron a paquetes de 20 minutos con una tarifa de 50 centavos de bolivianos de móvil a móvil. Nuestras oficinas y puntos de activación ubicados en diferentes puntos de Bolivia, permitieron al cliente fácil acceso para contar con un chip LTE, permitiéndoles ver contenido en línea sin interrupciones y brindando velocidad por la misma tarifa.



Gracias a estos esfuerzos logramos incrementar nuestros usuarios de tecnología LTE de 65 mil a 413 mil. El contenido en la nube y las redes sociales es cada vez más dinámico, ya no compartimos solo mensajes y fotos, ahora son videos, música y la pasión por el deporte en línea. Por eso durante el 2015 quisimos dar mucho más, por el mismo precio. Ampliamos nuestro servicio de roaming de Telefonía llegando a 151 países y 275 operadores; asimismo, con el servicio de roaming de datos, llegamos a 118 países y 208 operadores, de los cuales 92 países y 148 operadores son acuerdos 3G (la diferencia son 2G).



⁵ Datos ATT a junio 2015

TIGO STAR

En base al informe de la ATT en la gestión 2015 somos el operador de TV de suscripción con mayor crecimiento. Gracias al apoyo del pueblo boliviano y nuestro equipo de trabajo logramos superar nuestras metas y brindar más de 149 mil Home Pases (HHPP), superando en el 2015 los 80 mil usuarios activos.



Lanzamos al mercado nuestra aplicación de deportes "TIGOSPORTS", la cual cuenta con servicios de televisión en vivo para todos los aficionados del deporte mundial. También lanzamos los planes "Triple Play" otorgando al cliente una solución de acceso a servicios de entretenimiento y comunicación, a través de tecnología en red HFC e internet fijo ilimitado, canales HD y 30 minutos de abono a sus líneas Tigo.

Esta oferta generó un incremento de nuestra participación en el mercado, reflejado en un 50% de las ventas mensuales, llegando con una ganancia promedio por usuario de \$us 57.

La Fanpage de Tigo Star nos acercó a nuestros clientes, bajando el índice de llamadas en un 17%, moviendo más de 134 mil contactos durante el 2015.

Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación directa con nuestros usuarios, comunicando eventos destacados de nuestra programación, películas, programas de estreno y por supuesto La Liga de Fútbol Profesional Boliviano.

La Pelea de Mayweather vs Pacquiao fue una de la más aclamadas, llegando a más de 100 mil fanáticos del deporte. Superamos las 7 mil reproducciones de video y las 9 mil interacciones. Nuestra Fanpage cuenta con más de 234 mil seguidores.



- 100 Canales de tecnología (SD) MMDS
- 12 Canales de tecnología (HD) - DTH
- 50 Canales de audio (música para MMDS- DTH y HFC)
- 184 Partidos transmitidos en vivo de la Liga de Fútbol Boliviano
- 130 Partidos transmitidos en vivo de la Premier League

CONTENIDO DE TIGO SPORTS PRODUCCIÓN NACIONAL

- Producción Liga Boliviana
- Tigo Sports Flash
- Previa Copa América
- Tigo Sports Reportajes
- Tigo Sports Especiales
- Destinos Extemos
- Crónica de Campeones
- Tigo Sports Run
- Tigo Business Golf Tour



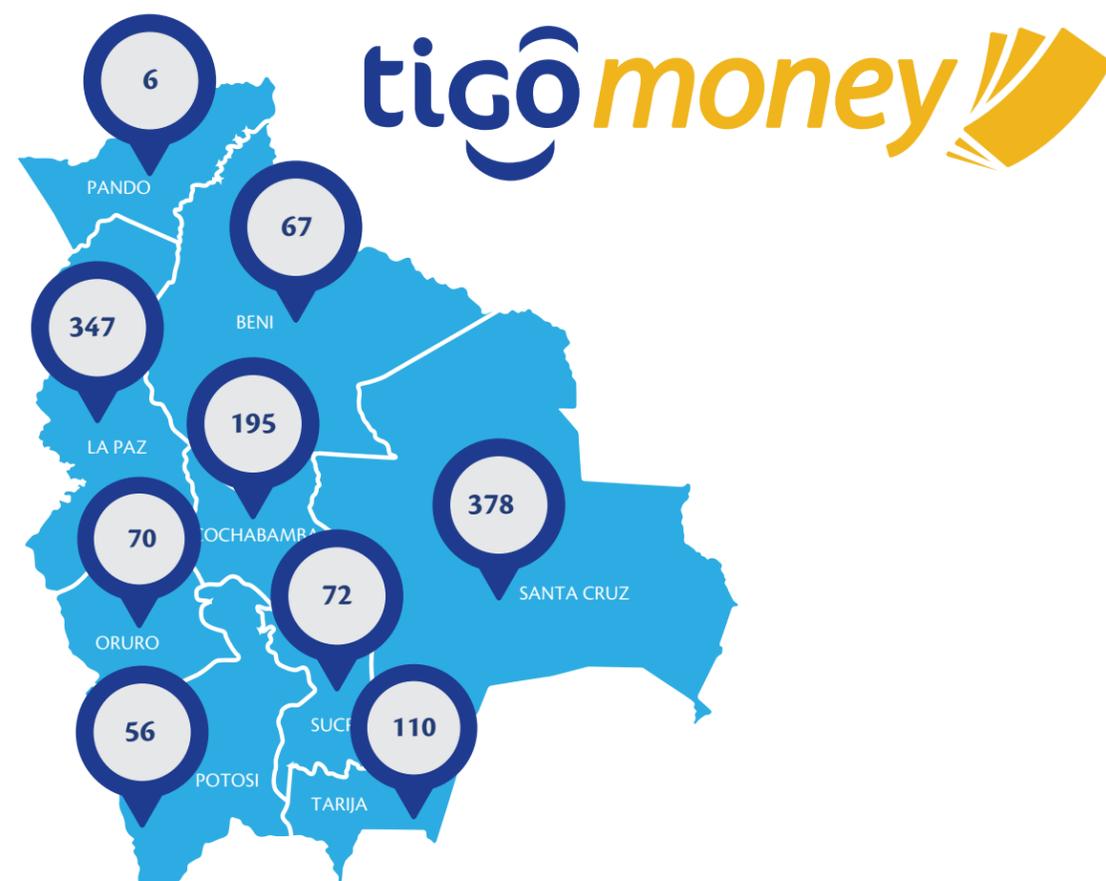
TIGO MONEY, Protagonista de la inclusión financiera móvil

Con un profundo conocimiento del mercado, una red de distribución exitosa, consolidación de productos desarrollados, tácticas de marketing eficaces y con la colaboración de varias entidades del país, el 2015 facilitó un movimiento de dinero por aproximadamente 71 millones de bolivianos al mes, contando con alrededor de 560 mil usuarios. Como pioneros de la inclusión financiera móvil, en el 2015 llegamos a 183 localidades, contando con más de 1.3 mil puntos de atención y 34 cajeros Tigo Matic.

Cobertura del servicio TIGO MONEY



PUNTOS DE ATENCIÓN



2013

Durante la gestión 2013, la empresa orientó la implementación de sus servicios a atender las necesidades de las personas que no tienen acceso a servicios de pago de la población en general

2014

En 2014 implementamos los siguientes productos:

- 1) Carga de dinero electrónico
- 2) Envío de dinero electrónico
- 3) Efectivización de dinero electrónico
- 4) Transferencia de dinero electrónico entre billeteras

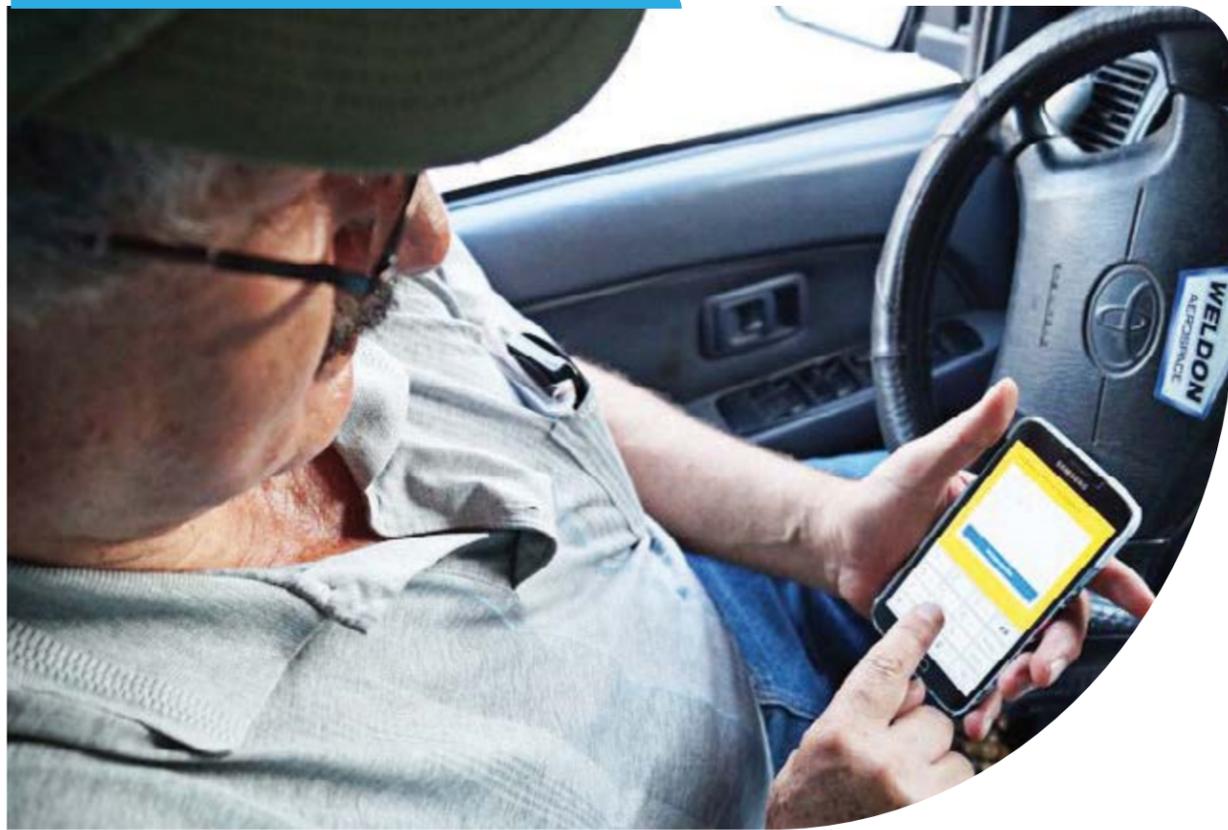
Asimismo, se aumentaron las opciones de uso de las billeteras móviles de los clientes, desarrollando servicios de pago adicionales:

- 1) Pago de servicios
- 2) Recolección de dinero
- 3) Envío de dinero a cualquier persona

2015

En la gestión 2015 se profundizaron los servicios corporativos cubriendo necesidades de servicios financieros móviles de la pequeña y mediana empresa como:

- 1) Pago de bienes servicios
- 2) Recolección de dinero
- 3) Aplicación móvil



TIGO MUSIC música ilimitada



Un catálogo de más de 40 millones de canciones, libertad de recomendar y compartir canciones⁷ por artistas y grupos favoritos locales e internacionales, auspiciar eventos nacionales e internacionales con la marca TIGO, y apoyar a artistas nacionales, son algunos de los atributos del servicio que oferta Tigo Music. En el 2015 logramos crecer un 264% en número de usuarios del portal Tigo Music Bolivia, con aproximadamente 501

mil usuarios y 1 millón de sesiones en nuestro portal www.tigomusic.bo.

El 2016, Tigo Music Bolivia apuesta a ser el portal WEB de música más importante del país, ofreciendo al usuario además del play list para la APP Deezer y noticias de artistas, acceso a videos musicales, que le permitan seguir disfrutando de la mejor experiencia musical, comprando innovadores de música.



⁷ Noticias Deezer: <http://blog.deezer.com/co/deezer-recibe-e100-millones-de-inversion-liderado-por-el-fondo-access-industries-y-amplia-su-catalogo-a-40-millones-de-cancione/>

TIGO BUSINESS, una solución para cada negocio



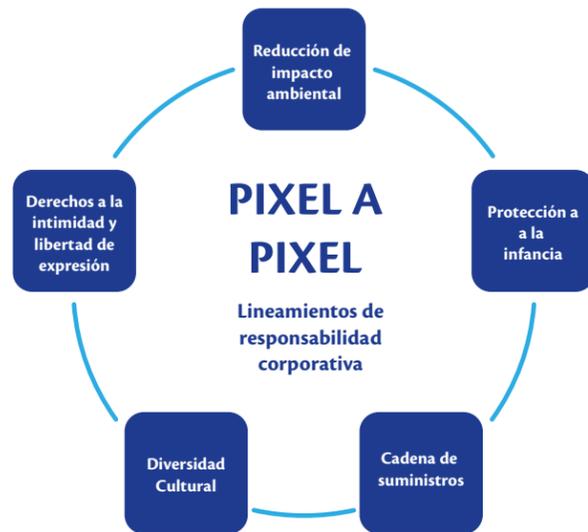
Segmento corporativo, donde convertimos la tecnología digital en soluciones para más de 15 mil empresas en Bolivia, adaptándonos a la diversidad de negocios y emprendimientos, brindando soluciones de comunicación a alrededor de 100.000 usuarios a nivel nacional. En el 2015 impulsamos "Tigo Business Golf Tour", con el apoyo y colaboración de los Clubes de Golf "Abierto del Valle" en Cochabamba, "Abierto de La Paz" en La Paz, "Abierto del Oriente" en Santa Cruz y "Abierto Andaluz" de Tarija, y con la ayuda de Tigo Sport" organizamos torneos World Class Type.

Más de 700 personas participaron en los "4 Abiertos", circuitos en los que se aplicó tecnología de última generación, permitiendo a todos los jugadores visualizar cada una de las canchas de golf a través de la App Tigo Business Golf y mediante un drone visualizar el score y los resultados en tiempo real, vía LTE. El ganador del "Gran Premio" irá a Paraguay en la gestión 2016 para participar del torneo de "Tigo Business Golf Tour", como representante de Bolivia, con todos los gastos pagados.

UN ESTILO DE VIDA DIGITAL CON RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

"PIXEL A PIXEL" – LINEAMIENTOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA





Con tecnología construimos una mejor sociedad

APOYAMOS EL “DERECHO A LA IDENTIDAD”

Nos unimos a la campaña “0” Indocumentados, un trabajo en conjunto con UNICEF y SERECI (Servicio de Registro Civil), entregando más de 10 mil certificados de nacimientos en las diferentes casetas del país. Con el Plan de las brigadas rurales, se cubrió localidades identificadas como zonas con “0” documentación en los departamentos Potosí, Beni, Pando, Santa Cruz y Chuquisaca. Con este proyecto aportamos al ejercicio pleno de la ciudadanía.



CAMPAÑA NACIONAL CONTRA EL CYBERBULLYNG – “CONVIVENCIA SIN VIOLENCIA”

Junto a la ONG Visión Mundial y el Ministerio de Educación nos unimos en una gran cruzada de contenidos digitales y material impreso para que más de 100 mil niñas, niños y adolescentes en edad escolar le digan NO al CyberBullyng en todas sus formas. Lanzamos este 2015 nuestra primera página educativa contra la Violencia Escolar e iniciamos la capacitación de líderes estudiantiles contra la Violencia Digital.

La Campaña Nacional contra el CyberBullyng, es un proyecto que incluye material didáctico en 100 establecimientos y una página web interactiva. Los contenidos han sido validados por el Ministerio de Educación del país, en coordinación con ONG “Visión Mundial”.

“TIGO Bolivia” y Visión Mundial iniciaron el programa “Convivencia sin Violencia”, el cual contribuye a la implementación del marco legal desde un enfoque preventivo, ayudando a construir una sociedad pacífica y armónica donde podamos convivir sin ningún tipo de discriminación.

www.convivenciasinviolencia.org.bo es la plataforma que permite informar acerca del acoso y violencia entre pares para reconocerlo, prevenirlo y tomar acciones al respecto. El contenido fue pensado y validado por niñas, niños, adolescentes y jóvenes de la sociedad boliviana.





Aula Digital Tigo de Apoyo Motriz

“La Tecnología se humaniza”
Desarrollamos el concepto del Aula Digital Tigo de Apoyo Motriz, para dar calidad de vida y nuevas terapias de inclusión en los Centros de Parálisis en todo el País, estando presentes en las 9 ciudades capitales de departamento. Instalamos Aplicaciones Didácticas en Xbox y Tablet´s para apoyar la Terapia Motora de niños con distintos tipos de discapacidad.

“TIGO DIGITAL CHANGE MAKERS”

Descubrimos talento digital boliviano con el Tigo Digital Change Makers. Concurso Nacional que financió el desarrollo de Aplicaciones APP'S con objetivo Social, Ambiental y de Emprendedurismo. En Alianza con Fundación Trabajo Empresa, desarrollamos un concurso con los estándares de la Franquicia Get in The Ring Holanda. El ganador representó a Bolivia en Holanda Gran Final Internacional 2014 y el 2015, la ganadora nos representó en Medellín-Colombia en la Final Mundial de Get in The Ring.



TELECENTROS TIGO-MINGA DIGITAL

En el segundo año de aplicación, se crearon Centros de cómputo en Unidades Educativas, que trabajan de manera coordinada con las Juntas Escolares Comité de Vecinos; se habilitaron horarios nocturnos y cursos de computación básica para adultos con el objetivo de que la comunidad participe en la sostenibilidad del proyecto.



CAMPAÑA DE SEGURIDAD CIUDADANA “Por una experiencia móvil segura”

En el marco de la campaña “Nos Importa Bolivia” y con el apoyo de la GSMA, Viceministerio de Telecomunicaciones, la ATT, y las Empresas del Sector de Telecomunicaciones, “Tigo Bolivia” se comprometió a apoyar a la protección online de la niñez boliviana, concientizando el cuidado de datos personales, el uso del celular como herramienta ante emergencias, brindando herramientas de protección a los usuarios móviles en todo el país y la población en general.⁸



CAPACITACIÓN TÉCNICA EN INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y DOMICILIARIAS

Apoyando a la inclusión laboral y con el apoyo de Infocal, “Tigo Bolivia” seleccionó 45 jóvenes con altos estándares académicos de distintos orfanatos en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba, invirtiendo en su educación técnica, graduándolos como Instaladores eléctricos y domiciliarios. Este proyecto nació en respuesta a la gran necesidad de profesionales con formación técnica en Bolivia. En el caso de jóvenes de hogares, cumpliendo la doble función de proveerles una profesión, proyectándolos hacia un trabajo digno, además de inserción social y laboral.

APOYO A EMPRENDEDORES “BECAS TIGO SOLIDARIAS”

Con una cultura de “emprendedurismo”, nos unimos al Banco Mercantil Santa Cruz S.A. con el proyecto “BSC Emprendedores – Puedes Creer”, invirtiendo en la educación técnica de 6 jóvenes de Aldeas Infantiles SOS (Hogares de acogida) por 3 años en Gestión y Emprendimiento, con mención en tres áreas: Servicios Financieros y Bancarios; Comercio Exterior y Desarrollo Empresarial, con el objetivo de darles la oportunidad para que puedan desarrollar sus habilidades y materializar proyectos creativos e innovadores de utilidad social, convirtiéndolos en protagonistas de una nueva generación de profesionales altamente competitivos.



⁸ <http://www.gsma.com/latinamerica/es/nos-importa-bolivia>

CAPACITACIÓN EN REDES SOCIALES Y PERIODISMO DIGITAL

A nivel nacional, fruto de la Alianza Tigo y ANP (Asociación Nacional de la Prensa) llevamos a cabo el ciclo de capacitaciones en Redes Sociales dirigidas a 183 periodistas de Cochabamba, Sucre, Santa Cruz y La Paz, brindándoles información sobre las nuevas tendencias de la comunicación a través de Redes Sociales y las nuevas técnicas en Periodismo Digital, con el objetivo de actualizarlos en la tendencia del mundo digital de la información.



APOYO CON EQUIPOS MÓVILES

Nos plegamos con la provisión de herramientas tecnológicas a tareas de Seguridad Ciudadana, entregando 100 equipos de comunicación con líneas telefónicas, para que las Unidades Policiales de Auxilio y Prevención refuercen su logística tiempo de respuesta.



BOOK MATE, UNA INICIATIVA TECNOLÓGICA

Incentivamos el hábito de la lectura, siempre de la mano de la tecnología, a través de la creación de nuestra App "BookMate", que pone a disposición de los cyber-lectores, más

de un millón de libros digitales a través del APP permitiendo la descarga de libros de las más prestigiosas firmas editoriales.



"SI MANEJAS, NO CHATEES"

Evitando la conducción peligrosa, sensibilizando a la población con el lema "mensajear con responsabilidad", nos unimos a las campañas de seguridad vial y nos acercamos a la comunidad para contribuir a disminuir los índices de accidentes de tránsito causados por el uso del celular al momento de conducir un vehículo. Es una campaña amigable, que busca sensibilizar para evitar desenlaces trágicos en accidentes automovilísticos a causa de contestar llamadas o mensajear.

**PROYECTO
"TIGO CABELLO SOLIDARIO"**

En alianza con UTEPSA Universidad Técnica Privada de Santa Cruz, se conforman dos grupos de voluntarios: Los primeros donan su cabellera y los segundos confeccionan las pelucas para beneficiar a pacientes oncológicos de todo el país. Más de 50 pelucas en esta primera etapa del proyecto devolvieron la sonrisa a quienes las recibieron.

"Tejedoras de Esperanza" es un grupo de voluntarios, en su mayoría mujeres y funcionarias de Tigo, que brindan su tiempo y habilidad para confeccionar pelucas.

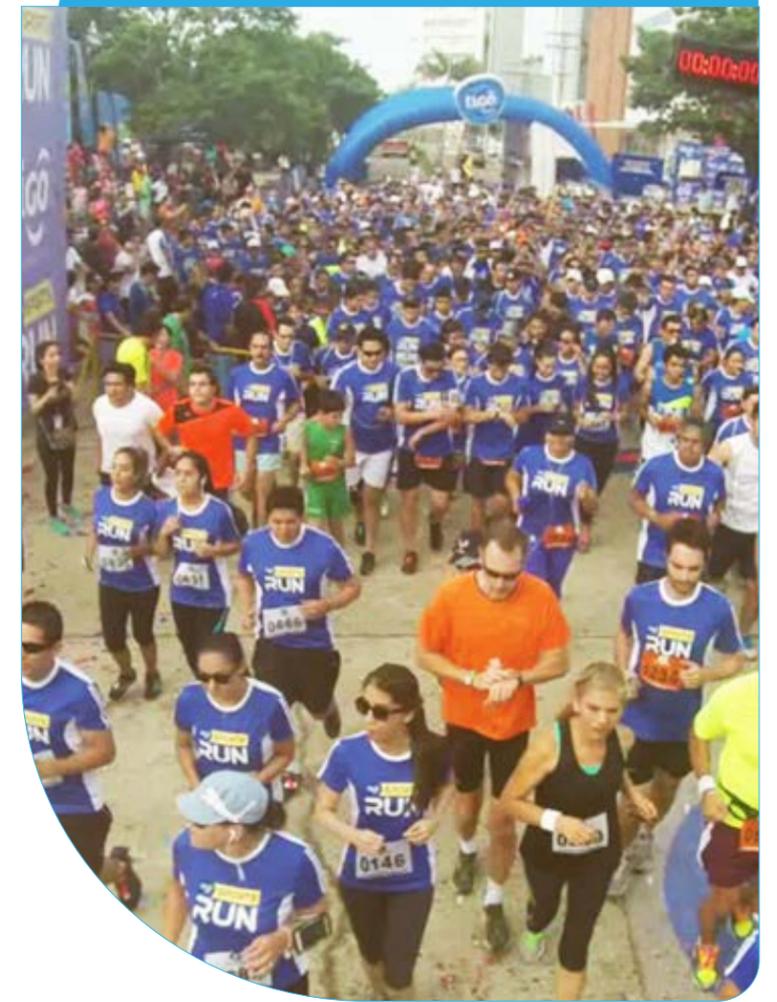


**TIGO SPORT RUN, PROMOVRIENDO
UN ESTILO DE VIDASALUDABLE**

"Corriendo con objetivo Social"

"Tigo Sport Run" levantó el espíritu competitivo, saludable y solidario de los bolivianos. Corriendo en La Paz, Sucre, Oruro, Tarija, Cochabamba y Trinidad con una gran motivación: ¡Ayudar!

El equipo de Marketing de Tigo Bolivia planifica estas maratones a nivel nacional, identificando junto al área de Responsabilidad Corporativa, Hospitales Públicos, Fundaciones, Albergues o Centros de Atención y Rehabilitación de niños, jóvenes y adultos, que necesitan de apoyo económico, para equipamiento o infraestructura. La recaudación por inscripciones para "Tigo Sport Run" se convierte en aporte solidario a estas causas.



SOMOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE
“Reciclar tiene valor” (G4-EN23-G4-EN25)

Apoyo y recuperación de materiales reciclables

Recolección de papel y cartón reciclados
 Realizamos la gestión de acopio y recuperación de materiales reciclables, proceso llevado a cabo por la asociación de recolectores “Esperanza”, alianza que mantenemos con FUNDARE.



“RAEE” Reciclaje de Residuos Eléctricos y Electrónicos

Se reciclaron 2.900 equipos electrónicos y eléctricos de todo tipo



Ferias TIGO “Reciclaje tiene valor”

Se conformaron 13 equipos de trabajo, que utilizando 30 categorías de producto, los transformaron reciclándolos.

Protegiendo el Medio Ambiente a través del programa Tigo RAEE, instalamos 12 contenedores en nuestras principales oficinas de atención al cliente para recolectar Residuos Eléctricos y Electrónicos e iniciar en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, la primera prueba piloto de la campaña de acopio temporal de basura electrónica. En alianza con FUNDARE-CAINCO, acopiamos temporalmente RAEE'S, que luego será seleccionado y desmembrado, pudiendo ser re-utilizado como materia prima para nuevos productos tecnológicos y creativos, o ser exportado a países que cuentan con la tecnología para su correcta disposición final.

Un APP con un Geolocalizador de puntos de acopio y la oportunidad de tener un contacto directo en las redes sociales de nuestro Aliado FUNDARE-CAINCO, permitió que la información de responsabilidad social sea viral.

Los procesos ejecutados en Centro Ambiental RAEE-Fundare, cumplen con las normas ambientales vigentes. El 2015 logramos acopiar y separar más de 2.500 equipos electrónicos de todo tipo (cargadores, calculadoras, batería de celular, celulares, teclados, reproductores de cd, entre otros).

Asimismo, continuamos trabajando con la Asociación de Recolectores “Esperanza”, alianza que mantenemos con la Fundación para el Reciclaje FUNDARE para el reciclado de papel, cartón, entre otros, resultado de la operatividad del negocio. La creatividad es importante en TIGO Bolivia, por eso en octubre llevamos a cabo la “Feria de Reciclaje” donde participaron nuestros colaboradores de las áreas de Servicio de Atención al Cliente, Call Center y Activaciones, presentando prototipos diversos con material reciclable que descartamos en nuestra operación.



SOMOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE





Tomamos la iniciativa, somos punto de acopio de RAEE'S en Bolivia



Concienzamos al cliente y al equipo humano Tigo sobre la importancia del reciclaje de la basura electrónica



Público interno y externo participa de la campaña



Tenemos 12 contenedores en todas nuestras oficinas de Atención al Cliente



Recolectamos aparatos eléctricos y electrónicos para su entrega al Centro de Reciclaje FUNDARE, quien separa y hace la disposición final

Mitigando el impacto de nuestra operación

- Con la instalación de GSM y 3G tuvimos una reducción en el consumo de energía en nuestras Radio bases (G4-EN6).
- Instalación de "Monopostes" de 6 metros para reducir el impacto visual de nuestras nuevas instalaciones.
- La construcción de estructuras de soporte ecológico en las antenas para mimetizar y disminuir el impacto visual con el entorno urbano.
- Construcción de 22 Radio Bases "Rooftop" con camuflaje perimetral en base a fibra de vidrio (G4-EN27).
- Medición de las emisiones electromagnéticas previa a la implementación de una antena para asegurarnos que cumplen con el "Estándar Técnico Sobre Límites de Exposición Humana a Campos Electromagnéticos de Radiofrecuencia" promulgado por la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transportes – ATT.
- Somos una empresa responsable y amigable con el medio ambiente. Respetamos a la comunidad, sus costumbres y cultura. (G4-EN3 Gráfico) Nuestra manera de trabajar ha permitido llevar a cabo acciones que involucran la participación de la comunidad a través de convenios inter-institucionales, logrando un "mano a mano", consolidando una relación basada en un objetivo común, a través de:
 - Difundir y entender la inocuidad del funcionamiento de las Antenas de telecomunicaciones y Radio Bases.
 - Comprender de manera clara los niveles de exposición humana a campos electromagnéticos de radiofrecuencia para desmitificar temores sobre la salud. Los mismos están normados por ley.
 - Trabajar en conjunto para establecer las obligaciones mutuas, socializar y comunicar adecuadamente a la comunidad, lo que facilita lograr el beneficio de la cobertura de comunicación contra el avance satisfactorio de instalación, funcionamiento y permanencia de las Radio Bases.
 - Realizar visitas permanentes y conjuntas: TELECEL- Junta de vecinos- OTB's, donde mantenemos la premisa de informar y socializar, compartiendo los beneficios del Digital Life Style.

CONSUMO PROMEDIO DE ENERGÍA POR RADIO BASE

(G4-EN3 Gráfico)

2014



2015





Nuestro Programa de Evaluación de Impactos y ejecución de Programas de Desarrollo con las Comunidades, mitiga las preocupaciones e inquietudes de los integrantes de las comunidades a través del marco de estándares de compromiso ético y responsabilidad social con la comunidad. El desafío es mantener un contacto permanente y generar empatía con los diferentes grupos sociales con los que interactuamos (G4-SO1).

LA GESTIÓN INTEGRAL Y EFICIENTE CON NUESTROS PROVEEDORES

El incremento de proveedores locales para la cadena de abastecimiento de “Tigo Bolivia”, según lo demuestran las cifras, evidencia el compromiso con el desarrollo económico y social del país.

En el 2015, el volumen de compras ascendió a más de 1.043 millones de bolivianos, de los cuales el 84% son compras a proveedores nacionales, generando negocios con aproximadamente 1.115 proveedores nacionales, que representan el 87% del total de proveedores (G4-EC9).

Para lograr este objetivo, “TIGO Bolivia” estableció acciones concretas incluyendo a la base de datos de proveedores locales 60 nuevas empresas.

Con el “Business Review Meeting” consolidamos nuestra base de proveedores nacionales e internacionales con un contacto directo que nos permita conocer la percepción general del proveedor y su nivel de satisfacción para mejorar nuestros procesos internos.

En la gestión 2015 realizamos más de 80 reuniones con la presencia de aproximadamente de 61 proveedores. En apoyo a la producción nacional de bienes y servicios, hemos participado en ruedas de negocios, ferias, workshops y publicaciones en prensa estimulando la inversión.

- Feria Expo Textil (julio 2015).
- Rueda de Negocios CAINCO 2015 (septiembre 2015).
- Publicación en Prensa para Captar proveedores de Servicio Técnico en Cochabamba (Julio 2015).
- Publicación en prensa a nivel nacional para captación de Proveedores de Cobranza (Septiembre 2015).

“Inspeccionamos la cadena de suministro para asegurar el cumplimiento de nuestros estándares sociales y medioambientales”

Cumpliendo con el “Código de Conducta del Proveedor”, se promueve que los mismos mantengan un ámbito laboral ético, legal, con seguridad y responsabilidad al medio ambiente. En el 2015 contamos con 115 contratos nacionales que fueron auditados para monitorear el cumplimiento del Código de Conducta, que incluye cláusulas en derechos humanos (G4-HR1). Asimismo, nos aseguramos que los proveedores internos, denominados administradores del servicio, conozcan, respeten, ejecuten y controlen los procedimientos internos y el cumplimiento contractual de nuestros proveedores, monitoreando y supervisando por áreas de control de la compañía.

Mejoras en nuestra cadena de suministros

En búsqueda de sinergia con las unidades de negocio y el proveedor interno, en el 2015 adecuamos la cadena de suministros de la compañía, logrando una disminución de costos (G4-13). Asimismo, se ha ejecutado un plan de mejoras en cuanto a la distribución de servicios críticos y de costos altos para “TIGO Bolivia”, buscando competitividad entre los proveedores, mayores alternativas en el mercado y evitar la dependencia.

Bs. 1.043
millones de compras
durante la gestión 2015



87%
Proveedores locales



“TIGO PEOPLE” SOMOS UN GRAN EQUIPO

Fomentar el crecimiento profesional y el desarrollo personal de cada empleado en un ambiente de trabajo donde prevalezca la igualdad de oportunidades y la no discriminación, es uno de nuestros principales objetivos, promoviendo la defensa y aplicación del principio de igualdad entre hombres y mujeres, procurando las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional en todos los niveles del ámbito laboral. Por eso contamos con un gran equipo de trabajo que conforma 2.672 empleados, 2.559 directos y 113 por contrato (G4-9). Del total de empleados, 551 empleados ingresaron en el 2015,

apoyando a la juventud boliviana, el 71% de estas contrataciones fueron para personas menores de 30 años. Asimismo, nuestro índice de rotación fue de 16,9%⁹ (G4 – LA1) (G4-LA12). Aportamos de manera indirecta en la creación de más de 500 empleos a nivel nacional, mediante acuerdos comerciales y alianzas de servicio de distribución con socios estratégicos (G4-EC8). Anualmente, el 100% de nuestros colaboradores firma el convenio colectivo correspondiente al incremento salarial, en estricto cumplimiento a la ley laboral vigente (G4-11).

2,672

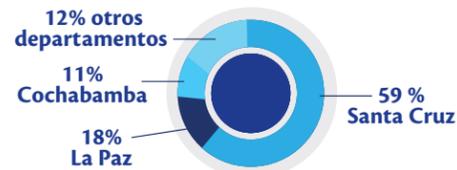


Empleados



2 do lugar
Great place to work

Porcentaje de trabajadores por edad (personal ejecutivo)



⁹ Fórmula de rotación: número de abandonos/ número de empleados



LOGRAMOS UN CLIMA LABORAL SALUDABLE





WORKING SELFIE

LA PASIÓN DE SER EQUIPO TIGO



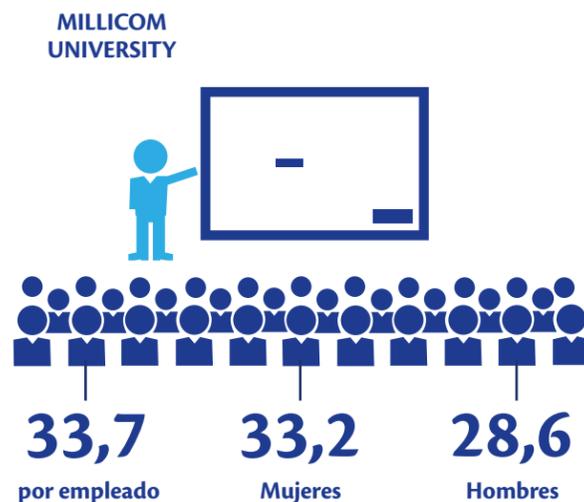
Logramos un clima laboral saludable

- Nos ubicamos en el 2do lugar del Ranking Great Place to Work Institute (GPWI), que mide el nivel de satisfacción del público interno de la empresa.
- Contamos con políticas claras y formales de seguridad y salud ocupacional.
- Nuestro índice de ausentismo fue de 03% en varones y 1.98% en mujeres, producto de ausencia por enfermedades leves (G4-LA6).
- Fomentamos la cultura preventiva, destacando el compromiso que se ha adquirido en integrar la prevención de riesgos y salud laboral, aunque no tenemos empleados que realicen actividades de riesgo. Sin embargo es importante destacar que no tuvimos víctimas mortales por el ejercicio de sus funciones dentro de la empresa (G4-LA7).
- No se registraron casos de discriminación (G4-HR3).
- Para casos de medicina preventiva y/o correctiva de enfermedades leves, contamos con un consultorio y profesional de salud para atenciones en horario laboral.

Incentivamos la formación y desarrollo profesional de nuestros empleados

Todos los empleados pudieron acceder a los cursos de e-learning en Millicom University (G4-LA10), alcanzando más de 111 mil horas de capacitación, llegando a 3.4 mil cursos, invirtiendo en promedio 33,7 horas por empleado en el 2015 (G4-LA9).

Promedio de horas de capacitación (G4-LA2)



Más de
111
mil horas de
capacitación



41%
Incremento en horas
de capacitación

1

Tigocitos, espacios de apoyo para el cuidado temporal de los hijos de nuestros empleados

2

Seguro de salud privado cobertura del 75% titular, y 50% dependiente.

3

Áreas de esparcimiento (cafetería, áreas verdes, sede social).

4

Ofertas especiales sólo para empleados (crédito de compra para equipos electrónicos).

5

Día libre por cumpleaños.



Nuestro Código de Ética y Conducta

Nuestro equipo de colaboradores, independientemente del cargo o antigüedad en la empresa, conoce el Código de Ética y Código de Conducta. El 2015, Millicom actualizó el documento para animar y facilitar la comprensión y aplicación del mismo, con un contenido más amigable, apoyando los esfuerzos ejecutados.¹⁰

Cumpliendo con nuestros estándares de transparencia, el 60% de los empleados hicieron su declaración de conflicto de intereses on-line en la gestión 2015 (G4-SO4).

En TIGO mantenemos una prioritaria orientación al cliente,

Evaluamos el desempeño de nuestro personal

capacitando constantemente a nuestros colaboradores en esta área específica. Con la finalidad de contar con profesionales competitivos, llevamos a cabo las evaluaciones de desempeño, como una de nuestras principales herramientas. En el 2015, un 80% de nuestros empleados participaron de este proceso (G4-LA11).



¹⁰ <http://www.millicom.com/our-responsibility/compliance-and-business-ethics/millicom-code-of-conduct/>

Foco en nuestros clientes

Incorporamos 9 oficinas en las ciudades principales de Bolivia. Contamos con 69 puntos de atención al cliente, 21 Tigo Express, 37 sucursales 80 mil puntos de venta y más de 7 mil puntos de activación a nivel nacional (G4-8).

Medimos nuestra gestión para la mejora continua

En la gestión 2015 hemos incrementado un 6% el nivel de satisfacción de los clientes, alcanzando un 91% respecto al 85% del 2014 (G4-PR5). En busca de interacción transparente con nuestros clientes, cumpliendo con la normativa nacional, mantenemos iniciativas de comunicación clara y oportuna.

- La claridad en nuestras facturas y tarifas provee información necesaria a nuestros clientes del consumo y la tarifa del servicio facturado, tarifa por el servicio utilizado, tiempo de duración, fecha de puesta a disposición, fecha límite de pago, fecha de vencimiento, fecha de corte y el importe.
- El lanzamiento de nuevos servicios, cambio de tarifas e información sobre nuestras promociones, se encuentran enmarcados en la normativa emitida por nuestros reguladores ATT y AJ, publicando en nuestra página web para conocimiento público.
- Derechos del consumidor. Cumplimos con la Ley N° 453 y su Decreto Supremo Reglamentario para proteger a nuestros usuarios y a los consumidores bolivianos, quienes pueden denunciar y reclamar sus derechos.

Fanpage TIGO Bolivia, número uno en Bolivia

Tigo Bolivia en la redes sociales



Facebook (fans)
1,6 MM



Twitter (seguidores)
13 M



Páginas Web (visitas)
4,9 MM

Más de
263
mil clientes
atendidos al mes
en centros de
atención al cliente



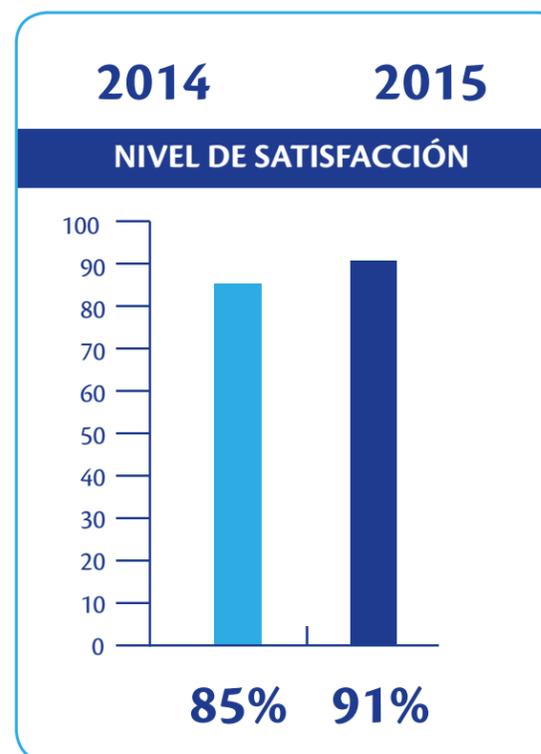
91%
Resolución primer
contacto en en Call Center

Más de
585
mil llamadas
al mes en el
Call Center



87%
De satisfacción de
clientes en multicanal

La afinidad y la interacción con el público boliviano, tanto a las noticias institucionales, como a nuestras atractivas propuestas comerciales, nos consolidan en Redes Sociales, como la página número uno del país, en cantidad de seguidores.



Puntos de
Activaciones
7.900

Puntos de
Venta
80,700

Oficinas
9

Puntos de
Atención al
cliente
69

Sucursales
37



Fuimos reconocidos por nuestro esfuerzo

TOP TEN CON MAYOR RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, MEJOR GOBIERNO CORPORATIVO Y MEJOR REPUTACIÓN EN BOLIVIA

Somos una de las 10 mejores empresas en Bolivia con mayor responsabilidad social empresarial, reputación y gobierno corporativo. Estos galardones fueron fruto de un estudio ejecutado por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR Bolivia). Este reconocimiento nos compromete a seguir trabajando para mejorar la calidad de vida de la población boliviana.

TIGO RECIBIÓ EL PREMIO LAQI "EMPRESA BOLIVIANA DEL AÑO 2015"

Recibimos el premio "LAQI" durante la VIII edición del Bolivia Quality Summit que se desarrolló en la ciudad de Santa Cruz, y que congregó a más de un centenar de líderes empresariales, como "Empresa Boliviana del año 2015". La alta distinción fue otorgada por el Instituto Latinoamericano de Calidad (LAQI) de Panamá que reconoce la política de calidad y responsabilidad social empresarial (RSE).



PREMIOS MAYA 2015 - Tigo recibe el premio a la mejor empresa de telefonía celular del año

Premios MAYA entregó un galardón a Tigo como la mejor empresa de telecomunicaciones del país, ocupando un lugar de liderazgo en el sector por la calidad e innovación en los servicios que brinda.

También fue galardonado "Tigo Sport" como el mejor canal de televisión deportivo de Bolivia por la calidad de los contenidos difundidos y la transmisión de eventos importantes de la región.

El canal, que forma parte de la grilla de "Tigo Star", tiene los derechos de transmisión de la Copa América 2015, la Liga de Fútbol Profesional Boliviano, las Eliminatorias al Mundial Rusia 2018 y cuatro partidos por fecha de la Premier League en exclusiva.

RECONOCIMIENTO "ECOMMERCE DAY" - Tigo Money es elegida como la mejor iniciativa móvil de comercio electrónico

"Tigo Bolivia" fue seleccionada entre las empresas ganadoras de "eCommerce Award Bolivia 2015", obteniendo un reconocimiento en la categoría: "Mejor iniciativa Mobile para eCommerce".

Nos destacamos por el servicio Tigo Money que facilita pagos vía Internet para el comercio electrónico, innovación que convirtió a Tigo en el pionero de la billetera móvil en Bolivia, permitiendo transacciones seguras, a costos accesibles, de forma inmediata y propiciando la inclusión financiera móvil.



RANKING DE MARCAS - Tigo recibe premios en ocho categorías de reconocido ranking

Las marcas más influyentes de Bolivia se reunieron para ser premiadas en el reconocido "Ranking de Marcas de Bolivian Business" en su décima versión.

"Tigo Bolivia" fue merecedor de 25 galardones en el "Ranking de Marcas Bolivian Business 2015", entre ellos:

- Mejor Proveedor de Internet en La Paz
- Mejor Telefonía Pre Pago y Post Pago en Beni, La Paz y Santa Cruz
- Mejor Telefonía Celular en Santa Cruz, La Paz, Beni y Potosí
- Empresa con Mejor Servicio al Cliente en Beni, Chuquisaca, Cochabamba, La Paz y Santa Cruz
- Mejor Calidad de Producto o Servicio en Cochabamba y La Paz
- Empresa más Innovadora en Beni, Chuquisaca, Cochabamba, La Paz, Oruro y Santa Cruz
- Mejor Marketing y Publicidad en Chuquisaca
- Mejor Proveedor de Internet en la zona oeste de Bolivia, La Paz

Número de galardones por departamento



INDICE DE CONTENIDO GRI 2015

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
Indicadores	Página	Reportado	Verificación Externa
Estrategia y Análisis			
G4-1	3	SÍ	SÍ
G4-2	3	SÍ	SÍ
Perfil de la organización			
G4-3	5	SÍ	SÍ
G4-4	5	SÍ	SÍ
G4-5	61	SÍ	SÍ
G4-6	5	SÍ	SÍ
G4-7	5	SÍ	SÍ
G4-8	50	SÍ	SÍ
G4-9	16;20;44	SÍ	SÍ
G4-10	44	SÍ	SÍ
G4-11	44	SÍ	SÍ
G4-12	43	SÍ	SÍ
G4-13	43	SÍ	SÍ
G4-14	9	SÍ	SÍ
G4-15	9	SÍ	SÍ
G4-16	9	SÍ	SÍ
Aspectos materiales y cobertura			
G4-17	16	SI	SI
G4-18	11	SI	SI
G4-19	11	SI	SI
G4-20	11	SI	SI
G4-21	4;11	SI	SI
G4-22	16	SI	SI
G4-23	11	SI	SI
Participación de los grupos de Interés			
G4-24	13	SÍ	SÍ
G4-25	13	SÍ	SÍ
G4-26	13	SÍ	SÍ
G4-27	13	SÍ	SÍ
Perfil de la Memoria			
G4-28	4	SÍ	SÍ
G4-29	4	SÍ	SÍ
G4-30	4	SÍ	SÍ
G4-31	61	SÍ	SÍ
G4-32	4	SÍ	SÍ
G4-33	4	SÍ	SÍ
Gobierno			
G4-34	7	SÍ	SÍ
G4-35	7	SÍ	SÍ
G4-36	7	SÍ	SÍ
G4-37	13	SÍ	SÍ
G4-38	-	NO	-
G4-39	7	SÍ	SÍ
G4-40	7	SÍ	SÍ
G4-41	7	SÍ	SÍ
G4-42	-	NO	-
G4-43	-	NO	-
G4-44	-	NO	-
G4-45	7	SÍ	SÍ
G4-46	-	NO	-
G4-47	7	SÍ	SÍ
G4-48	7	SÍ	SÍ
G4-49	7	SÍ	SÍ
G4-50	-	NO	-
G4-51	-	NO	-
G4-52	-	NO	-
G4-53	-	NO	-
G4-54	-	NO	-
G4-55	-	NO	-
Ética e integridad			
G4-56	9	SÍ	SÍ
G4-57	9	SÍ	SÍ
G4-58	9	SÍ	SÍ

ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

Aspectos materiales	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS			
	Indicadores	Información sobre el enfoque de gestión		
		Página	Reportado	Verificación Externa
Aporte al crecimiento del país y compromiso con el cliente	G4-EC1	16	SÍ	SÍ
	G4-EC2	-	NO	-
	G4-EC3	-	NO	-
	G4-EC4	-	NO	-
	G4-EC5	-	NO	-
	G4-EC6	-	NO	-
	G4-EC7	16	SÍ	SÍ
	G4-EC8	44	SÍ	SÍ
	G4-EC9	43	SÍ	SÍ
	G4-PR1	-	NO	-
	G4-PR2	-	NO	-
	G4-PR3	-	NO	-
	G4-PR4	-	NO	-
	G4-PR5	50	SÍ	SÍ
	G4-PR6	-	NO	-
	G4-PR7	-	NO	-
	G4-PR8	-	NO	-
	G4-PR9	-	NO	-
	G4-EN1	-	NO	-
	G4-EN2	-	NO	-
G4-EN3	41	SÍ	SÍ	
G4-EN4	-	NO	-	
G4-EN5	-	NO	-	
G4-EN6	41	SÍ	SÍ	
G4-EN7	-	NO	-	
G4-EN8	-	NO	-	
G4-EN9	-	NO	-	
G4-EN10	-	NO	-	
G4-EN11	-	NO	-	
G4-EN12	-	NO	-	
G4-EN13	-	NO	-	
G4-EN14	-	NO	-	
G4-EN15	-	NO	-	
G4-EN16	-	NO	-	
G4-EN17	-	NO	-	
G4-EN18	-	NO	-	
G4-EN19	-	NO	-	
G4-EN20	-	NO	-	
G4-EN21	-	NO	-	
G4-EN22	-	NO	-	
G4-EN23	38	SÍ	SÍ	
G4-EN24	-	NO	-	
G4-EN25	38	SÍ	SÍ	
G4-EN26	-	NO	-	
G4-EN27	41	SÍ	SÍ	
G4-EN28	-	NO	-	
G4-EN29	-	NO	-	
G4-EN30	-	NO	-	
G4-EN31	-	NO	-	
G4-EN32	-	NO	-	
G4-EN33	-	NO	-	
G4-EN34	-	NO	-	
G4-HR1	43	SÍ	SÍ	
G4-HR2	-	NO	-	
G4-HR3	49	SÍ	SÍ	
G4-HR4	-	NO	-	
G4-HR5	-	NO	-	
G4-HR6	-	NO	-	
G4-HR7	-	NO	-	
G4-HR8	-	NO	-	
G4-HR9	-	NO	-	
G4-HR10	-	NO	-	
G4-HR11	-	NO	-	
G4-HR12	-	NO	-	
G4-SO1	42	SÍ	SÍ	
G4-SO2	-	NO	-	
G4-SO3	-	NO	-	
G4-SO4	49	SÍ	-	
G4-SO5	-	NO	-	
G4-SO6	-	NO	-	
G4-SO7	-	NO	-	
G4-SO8	-	NO	-	
G4-SO9	-	NO	-	
G4-SO10	-	NO	-	
G4-SO11	-	NO	-	

Compromiso con nuestros empleados (igualdad de condiciones para los empleados)	G4-LA1	44	SÍ	SÍ
	G4-LA2	48	SÍ	SÍ
	G4-LA3	-	NO	-
	G4-LA4	-	NO	-
	G4-LA5	-	NO	-
	G4-LA6	48	SÍ	SÍ
	G4-LA7	48	SÍ	SÍ
	G4-LA8	-	NO	-
	G4-LA9	48	SÍ	SÍ
	G4-LA10	48	SÍ	SÍ
	G4-LA11	49	SÍ	SÍ
	G4-LA12	44	SÍ	SÍ
	G4-LA13	-	NO	-
	G4-LA14	-	NO	-
	G4-LA15	-	NO	-
	G4-LA16	-	NO	-

INFORME DE SEGURIDAD LIMITADA DEL PROFESIONAL INDEPENDIENTE

10 de junio de 2016

A los Señores Presidente y Directores de
Telefónica Celular de Bolivia S.A.
Santa Cruz de la Sierra

Introducción

Hemos sido contratados para realizar un encargo de seguridad limitada sobre la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 de Telefónica Celular de Bolivia S.A. que incluye información de las operaciones de Servicios de Pago Móvil E-Fectivo S.A. (TIGO MONEY) y la Empresa de Giros Electrónicos Elegir S.R.L. (TIGO STAR) en adelante "Telefónica Celular de Bolivia S.A.", que ha sido preparada de acuerdo con los indicadores de Responsabilidad Social identificados como "Si" en la columna "Verificación Externa" del "Índice de Contenido GRI 2015" de dicha Memoria, en el marco de lo establecido en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 (en adelante, Guía GRI-4).

Alcance

Nuestro trabajo se realizó de acuerdo con la Norma Internacional ISAE 3000. Esta Norma establece que cumplamos con requerimientos éticos y que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo para obtener seguridad limitada en relación a cualquier aspecto significativo que llame nuestra atención y nos lleve a concluir que la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 de Telefónica Celular de Bolivia S.A. ha sido preparada de acuerdo con los indicadores de Responsabilidad Corporativa identificados como "Si" en la columna "Verificación Externa" del "Índice de Contenido GRI 2015" de dicha Memoria, en el marco de lo establecido en la Guía GRI-4.

En un encargo de seguridad limitada, los procesos de recopilación de evidencia son menores que un encargo de seguridad razonable, y por lo tanto, se obtiene un menor nivel de seguridad que en un encargo de seguridad razonable.

El alcance de nuestro trabajo consideró solamente los indicadores de Responsabilidad Corporativa identificados como "Si" en la columna "Verificación Externa" del "Índice de Contenido GRI 2015" de la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 elaborada por Telefónica Celular de Bolivia S.A.

Responsabilidad de la Gerencia

La Gerencia de Telefónica Celular de Bolivia S.A. es responsable de la preparación y presentación de la información incluida en la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 y de la selección de los criterios GRI utilizados para la preparación de la Memoria de acuerdo con la Guía GRI-4. Esta responsabilidad incluye: el diseño, implementación y mantenimiento de los controles internos relevantes para la apropiada preparación y presentación de la información incluida en la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 y la aplicación de una base adecuada para la preparación y elaboración de estimaciones que sean razonables para estas circunstancias.

PricewaterhouseCoopers S.R.L. Santa Cruz – Bolivia Edif. Omnia Dei Piso 1. Equipetrol Norte Calle Dr. Viador Pinto esquina calle I, T: (591-3) 3444311, F: (591-3) 3444312, www.pwc.com/bo

Responsabilidad del profesional independiente

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión con nivel de seguridad limitada sobre si la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 de Telefónica Celular de Bolivia S.A. ha sido preparada de acuerdo con los indicadores de Responsabilidad Corporativa identificados como "Si" en la columna "Verificación Externa" del "Índice de Contenido GRI 2015" de dicha Memoria, en el marco de lo establecido en la Guía GRI-4. Nuestra responsabilidad es solamente con Telefónica Celular de Bolivia S.A. de acuerdo con la propuesta de servicios profesionales acordada con la Sociedad. Por este motivo, no aceptamos ni asumimos ninguna responsabilidad para cualquier otro propósito ni con cualquier otra persona u organización.

Resumen de procedimientos realizados

Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del profesional independiente y son los que se describen a continuación:

- Entrevistas con personal de Telefónica Celular de Bolivia S.A. encargado de la elaboración del documento Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 y con personal de las áreas responsables de la generación de la información.
- Comparación de los datos financieros, del documento Memoria de Responsabilidad Corporativa con la información financiera incluida en los estados financieros auditados de esa gestión.
- Entrevistas con las gerencias y personal que opera la estrategia social y la implementación de las políticas y/o procedimientos sociales de la empresa.
- En base a las entrevistas, se indagó acerca del tipo de información de respaldo existente.
- Posteriormente, se efectuaron pruebas analíticas y/o descriptivas a efectos de verificar la información presentada en la Memoria de Responsabilidad Corporativa 2015 elaborada por Telefónica Celular de Bolivia S.A.

Limitaciones inherentes

No hemos realizado ningún examen sobre datos que no se encuentren definidos en la sección alcance del presente informe y en la propuesta firmada con Telefónica Celular de Bolivia S.A.

La información no financiera está sujeta a limitaciones propias distintas que la información financiera, dada su naturaleza y los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar valores. Las interpretaciones cualitativas de relevancia, materialidad y exactitud de los datos están sujetas a suposiciones y criterios individuales.

No hemos llevado a cabo ningún trabajo sobre información presentada correspondiente a períodos anteriores o con relación a objetivos y proyecciones futuras. No hemos realizado ningún trabajo fuera del alcance acordado y por ello, nuestra conclusión se limita a los indicadores de Responsabilidad Corporativa identificados como "Si" en la columna "Verificación Externa" del "Índice de Contenido GRI 2015" de dicha Memoria, en el marco de lo establecido en la Guía GRI-4.



Nuestra independencia y control de calidad

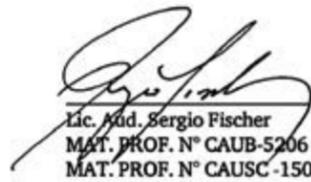
Hemos cumplido con el Código de Ética para Profesionales en Contabilidad emitidos por el Directorio de Normas Internacionales de Ética para Contadores (IESB por sus siglas en inglés), que incluye aspectos relacionados con la independencia y otros requerimientos basados en principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y cuidado profesional, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (ISQC 1 por sus siglas en inglés) y consecuentemente mantiene un sistema de control de calidad que incluye la documentación de las políticas y procedimientos relacionados con el cumplimiento de requerimientos éticos, normas profesionales, legales y regulatorias aplicables.

Conclusión

Basados en nuestro trabajo, nada ha llamado nuestra atención que nos haga pensar que los indicadores de Responsabilidad Corporativa identificados como "Si" en la columna "Verificación Externa" del "Índice de Contenido GRI 2015" de la Memoria de Telefónica Celular de Bolivia S.A. no ha sido preparada en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con lo establecido en la guía GRI-4.

PricewaterhouseCoopers S.R.L.


(Socio)
Lic. Aud. Sergio Fischer
MAT. PROF. N° CAUB-5206
MAT. PROF. N° CAUSC-1504

PUNTO DE CONTACTO (G4-31)

Nombre: Telefónica Celular de Bolivia S.A.

Nombre Comercial: TIGO

Sede Oficina Nacional: Doble vía La Guardia 5TO. Anillo, N° 4050 (G4-5)

Teléfono (591 -3365001) – **fax** (591-3365002)

Santa Cruz - Bolivia

