

Resumen del Informe Millicom 2014 sobre la Responsabilidad Corporativa



#8

Tigo figura en el número 8 de la lista de marcas más admiradas de África

6,2 millones

de nuevos clientes conectados a los servicios de datos en 2014, muchos de ellos por primera vez

Equipos de la «Voz del Cliente» en 13 países

Tolerancia cero contra los sobornos, la corrupción, la extorsión y el fraude

línea ética habilitada para todos los grupos de interés, con el fin de denunciar conductas irregulares



- 7,6 millones de dólares invertidos en iniciativas sociales en todos los países.
- De la mano de UNICEF trabajamos en el primer taller en línea para la protección de la infancia en América Latina.
- Recibimos más de 2.000 postulaciones provenientes de once países para el premio Tigo Digital Changemakers Award.
- El porcentaje de mujeres que ocupan cargos directivos ha aumentado en un 22%.
- La mitad de las personas que tienen posición directiva en África son mujeres.
- Pusimos en marcha los primeros comités de diversidad de género (Tigo Costa Rica y Tigo Ghana).
- Nuestro equipo humano incluye a personas de 75 nacionalidades distintas.
- En Tigo Bolivia contamos con 6 guarderías y salas de lactancia.
- Hemos logrado la reducción en un 39% las emisiones de CO2 por cada estación base en comparación con el año 2008.
- Hemos logrado la disminución de un 10% en el consumo energético de las estaciones base en comparación con 2013.
- Publicamos nuestro primer informe de transparencia, explicando quiénes somos, qué hacemos y cómo gestionamos las solicitudes de las autoridades gubernamentales.

Millicom es una empresa internacional líder en telecomunicaciones y medios de comunicación enfocada a los mercados emergentes de América Latina y África. Damos empleo a 23.297 personas y tenemos a más 56 millones de clientes móviles; 5 millones de unidades de cable generando ingresos y 5,6 millones de hogares conectados por nuestra red de cable.

Comercializamos productos y servicios innovadores para móviles, cable, satélite, banda ancha y servicios financieros móviles utilizando la marca Tigo en 14 países distintos. En 2014, experimentamos un fuerte crecimiento gracias a nuestra estrategia de estilo de vida digital, la innovación en servicios financieros móviles y la fusión con UNE en Colombia.

Nuestra visión de la responsabilidad corporativa

Trabajamos para tener un efecto positivo en la sociedad a través del acceso a un estilo de vida digital y la prevención y mitigación de los impactos que nuestra operación genera en las comunidades donde hacemos presencia.

En 2014 invertimos 1.294 millones de dólares para ampliar y mejorar la cobertura de nuestros servicios, proporcionando acceso a la telefonía móvil, a internet y al entretenimiento de calidad a millones de nuevos clientes. Además, nuestras ofertas permiten dar conectividad a aquellos que no cuentan con ingresos estables.

La responsabilidad corporativa de Millicom es supervisada por el Comité de Relaciones Gubernamentales y de Responsabilidad Corporativa, que forma parte del Consejo de Administración de la empresa.

Hemos focalizado nuestra estrategia social en cinco focos que reflejan nuestra preocupación y áreas de mayor impacto en los países en los que operamos, así: la diversidad, la protección

de la infancia, el derecho a la intimidad y a la libertad de expresión, la gestión responsable de la cadena de suministro y la reducción de nuestro impacto ambiental.

La inversión social que realizamos a través del premio Tigo Digital Changemakers nos ha permitido identificar y colaborar con el lanzamiento de soluciones innovadoras utilizando la tecnología digital y móvil para resolver desafíos sociales.

También invertimos en programas sociales en los países en los que trabajamos, a modo de ejemplo hemos desarrollado procesos formativos en las escuelas y ayudamos a los profesores a sacar el máximo partido a las nuevas tecnologías para obtener beneficios educativos.

Especial atención a la ética y a la gobernanza

Millicom está comprometida con un desarrollo ético y responsable de sus actividades. En 2014 nos concentramos en crear cimientos sólidos en materia de gobernanza, a través de herramientas como el código de conducta y la generación de marcos de actuación y procesos globales para la consecución de nuestros objetivos estratégicos.

Millicom tiene una política de tolerancia cero en materia de corrupción, sobornos, extorsiones y fraude. Nuestros colaboradores e intermediarios tienen prohibido ofrecer y/o aceptar sobornos o pagos, ninguna circunstancia justifica tal comportamiento.

Hemos puesto en marcha una línea de asistencia independiente y global, denominada Millicom Ethics Line, para que nuestros empleados y otras partes interesadas puedan denunciar comportamientos no éticos. Estas cuestiones pueden darse a conocer en la siguiente página de forma anónima: <https://secure.ethicspoint.eu/domain/media/es/gui/100713/index.html>

Resumen del Informe Millicom 2014 sobre la Responsabilidad Corporativa

Nuevo Código de Conducta para proveedores

de obligatorio cumplimiento para todos nuestros proveedores

37%

de los contratados en 2014 eran mujeres

Colaboración con las líneas de emergencia contra el maltrato infantil

En algunos de los países en los que operamos, hacemos posible que los más pequeños pidan ayuda y denuncien abusos mediante las llamadas gratuitas y la promoción de estas líneas.

39%

de reducción de la emisión de CO₂ por estación base en comparación con 2008; en camino para conseguir la reducción del 50% antes del 2020

En 2015 iniciaremos la implementación de la norma ISO 27001 para fortalecer nuestros sistemas de seguridad de la información.



La experiencia del cliente

Nuestras principales prioridades son las de ofrecer a nuestros clientes productos y servicios seguros y fiables, mejorar la calidad de nuestra oferta y hacer que la tecnología sea asequible y accesible. Nuestro compromiso de 2014, incluyó la creación de comités como el de la «Voz del Cliente» y de encuestas de satisfacción, las cuales refuerzan nuestra orientación hacia el cliente y tiene como resultado un mayor nivel de fidelización frente a la prestación del servicio.

Prevención de riesgos

Las condiciones de seguridad existentes en algunos de nuestros mercados y los riesgos relacionados con el trabajo de mantenimiento de las redes hacen de la seguridad una de nuestras prioridades. En 2014 pusimos en marcha una nueva herramienta para informar incidentes y mejoramos el control interno; además, continuamos implementando el sistema de prevención de riesgos en todas nuestras actividades.

En 2014 realizamos nuestras primeras auditorías externas de acuerdo con la norma OHSAS 18001 en Bolivia y en Tanzania.

Nuestras prioridades en Responsabilidad Corporativa

En 2014 nos esforzamos por continuar integrando prácticas responsables en las actividades y en la estrategia de la empresa. Nuestro análisis de materialidad de 2013 y firme compromiso con las diferentes partes implicadas nos ha permitido identificar claramente las áreas más importantes y los objetivos que debemos alcanzar en los próximos cinco años.



Cadena de suministro responsable

Consideramos que los proveedores éticos son más dados a ofrecer productos y servicios de calidad, así como que las prácticas de nuestros proveedores contribuyen a reforzar nuestra propia reputación. Hemos actualizado nuestro Código de Conducta para proveedores, el cual debe cumplirse como requisito para todos los contratos desde enero de 2015. También esperamos que los proveedores se autoevalúen y nos rindan cuentas del cumplimiento de nuestro Código.



Diversidad

Para satisfacer las necesidades de una base de clientes con distintos intereses, es crucial contar con un equipo humano que cuente con diversos perfiles profesionales y una amplia gama de habilidades. En 2014, establecimos un programa global cuya principal prioridad es la de mejorar la diversidad en materia de género, sobre todo en lo que concierne a cargos directivos. También creemos que es necesario promocionar el talento local, por lo que durante el 2014 el 84% de los

puestos de mando y el 99% de todos los puestos de trabajo de la empresa estuvieron ocupados por personas de origen local.



Protección de la infancia

A través de nuestra colaboración con UNICEF, ayudamos al sector de las Telecomunicaciones a asegurarse de respetar los derechos de la infancia e integramos este imperativo en nuestra política empresarial, ya que, proporcionar a los niños un entorno adecuado, seguro y positivo en el uso de las TIC es vital para generar escenarios de apropiación de las herramientas que ofrecen las nuevas tecnologías, este es un tema que preocupa a muchos de nuestros clientes, en especial a padres y docentes.



Reducción de nuestro impacto ambiental

Como empresa de operación global, debemos actuar con responsabilidad y ayudar a conservar la sostenibilidad de los entornos en los que trabajamos, con el fin de prevenir, mitigar y compensar los impactos que causamos en el medioambiente y obtener una relación favorable de costo-beneficio. La eliminación de los materiales utilizados en productos electrónicos es una cuestión de gran interés en nuestra gestión. Tigo El Salvador y en 2014 Tigo Tanzania fueron los primeros en implementar un programa de reciclaje responsable de desechos electrónicos.



Derecho a la intimidad y libertad de expresión

La protección de los datos de nuestros clientes es vital para que confíen en nosotros. Los inversores y las ONG tienen especial interés en el modo en que cooperamos con las autoridades policiales, en cómo respondemos a sus solicitudes de información sobre nuestros clientes y en la manera en que protegemos al máximo la confidencialidad de los datos de nuestros clientes. En 2014, presidimos el diálogo del sector de las telecomunicaciones sobre este tema y participamos en distintos acontecimientos públicos, demostrando así nuestra estrategia proactiva frente al tema de derecho a la intimidad y la libertad de expresión.

Prioridades en 2015

Nuestras prioridades para el año 2015 incluyen el fortalecimiento de nuestra gobernanza y procesos de riesgos, especialmente para los Servicios Financieros Móviles, y el lanzamiento de nuestra nueva política contra la corrupción. Continuaremos ampliando nuestros estándares de seguridad, especialmente en los mercados en los que existen situaciones complicadas, y trabajaremos para cumplir con la norma OHSAS 18001 en algunas unidades. Tenemos objetivos concretos para continuar mejorando en cada una de las áreas de responsabilidad corporativa que hemos descrito anteriormente.