





## DECLARACIÓN DEL NIVEL DE APLICACIÓN DE GRI

Declaramos que nuestra Memoria de Sostenibilidad cumple con los requisitos del **Nivel de Aplicación C** del estándar G3 de la Global Reporting Initiative (GRI).

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. Esta auto declaración confirma que la memoria presenta el conjunto y el número de contenidos que se exige para dicho Nivel de Aplicación, y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Nivel de aplicación de memoria		C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos	Información sobre el Perfil según la G3	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre todos los criterios enunciados en el Nivel. Además de: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Verificación externa de la Memoria	Los mismos requisitos que para el Nivel B	Verificación externa de la Memoria
	Información sobre el Enfoque de Gestión según la G3	No es necesario	Verificación externa de la Memoria	Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador	Verificación externa de la Memoria	Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador	Verificación externa de la Memoria
	Indicadores de Desempeño según la G3 e Indicadores de Desempeño de los Suplementos Sectoriales	Informa sobre un mínimo de 10 Indicadores de Desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre un mínimo de 20 Indicadores de Desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos.	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre cada Indicador principal y sobre los Indicadores de los Suplementos Sectoriales*, de conformidad con el principio de materialidad ya sea al informando sobre el indicador o bteplizando el metro de su omisión.	Verificación externa de la Memoria

\*Versión final del Suplemento Sectorial

# ESTRUCTURA DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

	Paginado
<b>0. ÍNDICE</b>	
<b>1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>	04
<b>2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	08
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>	14
Perfil de la Memoria	14
Alcance y cobertura de la memoria	15
Índice del contenido del GRI	18
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	20
Gobierno	20
Participación de los Grupos de interés	22
<b>5. INDICADORES DE DESEMPEÑO</b>	26
5.1. DIMENSIÓN ECONÓMICA	26
5.2 DIMENSION AMBIENTAL	28
5.3 DIMENSIÓN SOCIAL	30
<b>6. TABLA DE CONTENIDOS GRI</b>	34



- ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

# 1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

## 1.1 DECLARACIÓN DEL DIRECTIVO PRINCIPAL.

Tenemos el placer de presentarles este Informe anual de Sostenibilidad, con objeto de aportar información relevante a nuestros grupos de interés, sobre la gestión llevada a cabo en todas las actividades desarrolladas por nuestra empresa AXAFONE TELECOMUNICACIONES S.L. (en adelante AXAFONE), en el año 2011.

Este informe contiene indicadores Sociales, Económicos, Ambientales y de Buen Gobierno de AXAFONE, que complementan las cuentas anuales en registro mercantil. Pretendemos con ello reforzar nuestro compromiso con la transparencia y dotar de mayor información a los interesados en materia de gestión responsable.

Esta práctica, que voluntariamente realizamos, no tiene otro objetivo que conseguir el equilibrio y la transparencia en su Triple Cuenta de Resultados (Social, Económico y Medioambiental), porque consideramos como una política primordial de nuestra empresa la de informar a nuestros grupos de interés, para conseguir que se establezca una más estrecha relación de confianza en la búsqueda de soluciones y oportunidades en todos los ámbitos.

Mediante esta declaración, queremos reflejar las principales actividades, retos y oportunidades de esta nueva estrategia de Sostenibilidad, basada en nuestros compromisos de actuar de forma ética y responsable y desarrollar productos y servicios que contribuyan a una sociedad más sostenible. Está directamente ligada con la estrategia de Negocio, y a nuestro marco de gestión basado en nuestro Código de Conducta.

La transparencia en la comunicación de cómo gestionamos los temas de nuestra política de Sostenibilidad es vital para conseguir la confianza de nuestros grupos de interés, por ello confío que la lectura de este informe contribuya a proporcionar un mayor conocimiento y valoración de las actividades realizadas AXAFONE, así como de la concienciación, que sobre esta materia, existe en todos los que formamos este ilusionante proyecto.

Fdo. Zarko Pajariño  
Gerente



## 1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES.

### Principales impactos

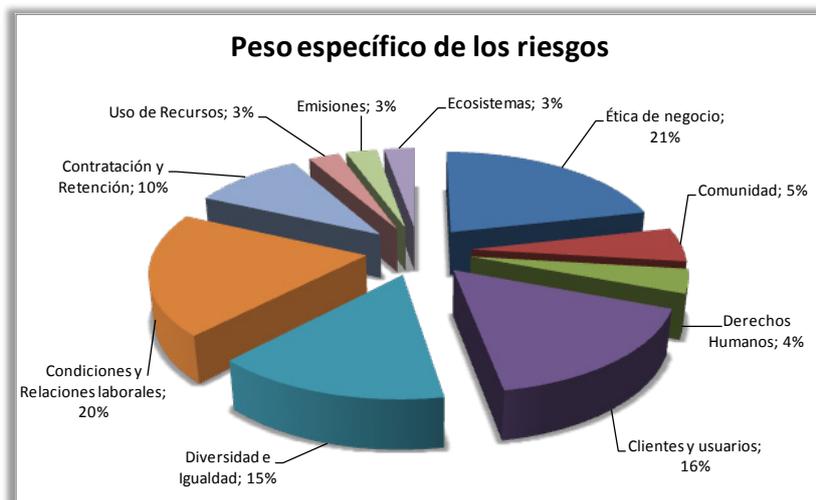
Impacto Económico identificado, es aquel por el cual AXAFONE distribuye los recursos económicos que obtiene en el desarrollo de las actividades, entre socios, trabajadores/as, proveedores y sociedad en general.  
Ver indicadores EC1, EC3 y EC4.

Impacto Social relevante para AXAFONE es aquel que incide en las personas que se relacionan de forma directa o indirecta con nuestra empresa. Quedan reflejados estos impactos en los indicadores en materia laboral y derechos humanos, impactos hacia la sociedad, aspectos de responsabilidad de producto y servicio.  
Ver indicadores LA1, LA2, LA4, LA7, LA10, LA13, S03, S04, PR5 y PR8.

Impacto Ambiental, es aquel que AXAFONE genera en el ejercicio de la actividad y que es susceptible de provocar efectos negativos sobre la salud de las personas y el medio ambiente. Debido a nuestra actividad no generamos grandes impactos ambientales significativos. Aún así aplicamos un control riguroso sobre los impactos ambientales de nuestras propias operaciones. Nuestras actuaciones medioambientales se centran fundamentalmente en la reducción del consumo energético y de sus emisiones de CO2 derivadas, así como en la reducción y control de los residuos generados.  
Ver Indicadores EN1, EN2, EN3, EN8 y EN 30.

### Principales riesgos

El principal riesgo se detecta en el área económica, sobre todo en la relación con nuestros clientes. Es por esto que valoramos la confianza que depositan en nosotros y protegeremos la información que nos proporcionan. Los temas de Sostenibilidad más relevantes para AXAFONE se priorizan en "Atención al Cliente/ Reclamaciones", "Comunicación Clara y Transparente de Precios y Tarifas", "Privacidad/Protección de Datos de nuestros clientes", "Desarrollo de Productos y Servicios Sociales", "Impacto en el Medio Ambiente y Cambio Climático" y "Publicidad y Marketing Responsable".



## Efectos sobre los grupos de interés

Nuestra estrategia en este ámbito contempla las actuaciones relacionadas con el compromiso con la clientela, las relaciones con el personal de la organización y la sociedad.

En el aspecto social, AXAFONE aplica un proceso para identificar aspectos de mejora y desarrollo profesional de la plantilla, establece un plan de formación, y aplica el cumplimiento estricto de legislación en materia laboral, seguridad y salud en el trabajo.

Asentamos nuestra relación con los clientes con nuestra política de gestión ética. Desde gerencia se asegura que se cumplen con los requisitos del cliente, con el propósito de aumentar la satisfacción de éste.

Trabajamos con las comunidades para que nos ayuden a entender y responder a las necesidades y expectativas que puedan tener, por ejemplo en relación con el despliegue de red. Nuestros Grupos de Interés tendrán acceso a la información que necesiten y generaremos confianza al actuar con integridad, transparencia, honestidad y objetividad. Vamos a invertir en la sociedad de manera que se haga un uso efectivo de nuestros recursos.

En el aspecto ambiental, AXAFONE tiene objetivos anuales de minimización, gestión y reutilización de materias primas y materiales. De esta forma los efectos ambientales negativos en la mayoría de actividades son mejorados significativamente. El apartado indicadores ambientales, recogen los resultados obtenidos de estas acciones.



# 2

- PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

## 2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

### 2.1 NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN.

AXAFONE TELECOMUNICACIONES S.L.

### 2.2 PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.

AXAFONE nace de la idea de dos empresarios por hacer las cosas de forma diferente en el sector de las telecomunicaciones. Ambos tenemos amplia experiencia en otros sectores empresariales y siempre hemos apostado en todas nuestras empresas por la atención al cliente con mayúsculas, algo que hoy en día parece cada vez más difícil de conseguir.

Somos un Distribuidor Acreditado de Vodafone y nuestra labor es la de comercializar los productos de Vodafone para Autónomos y Empresas. Dentro de los productos que comercializamos hay 6 líneas principales: Telefonía Fija, Telefonía Móvil, Servicios de acceso a internet en movilidad, ADSL, Internet en el móvil y MOS Microsoft Online Services 365 (Cloud Services).



En AXAFONE perseguimos un mismo afán: ser cada día mejores. Hemos crecido en torno a valores innegociables:

- Cumplimiento de los plazos de entrega.
- Honestidad y responsabilidad en nuestras propuestas, en la toma de decisiones y en las actuaciones.
- Innovación en los procesos, en los productos y en los servicios.
- Involucrar a nuestro personal, con sus aportaciones, en la consecución de la mejora continua.
- Disponer de la flexibilidad suficiente para adaptarse a los requisitos legales y de nuestros clientes en un entorno dinámico, cambiante y competitivo.
- Igualdad, respeto a la diversidad, y conciliación entre la vida personal y laboral.

Los proveedores, y personas subcontratadas para algunos de nuestros servicios claves aportan solidez a los servicios de AXAFONE, por lo que nuestra empresa es la principal interesada en contar con partners de garantía. Para gestionar esta relación, buscando el beneficio mutuo y la generación de valor, AXAFONE cuenta con un departamento centralizado que ha implantado los procedimientos y sistemas necesarios para cerrar acuerdos y realizar el seguimiento oportuno.

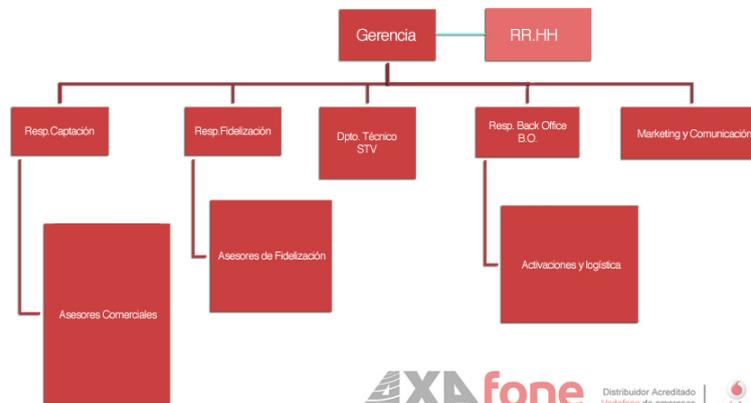
## 2.3 ESTRUCTURA OPERATIVA DE LA ORGANIZACIÓN.

AXAFONE cuenta con un organigrama que coloca al cliente en el centro de todas las decisiones. Este modelo organizativo busca promover la agilidad en la innovación, el trabajo en equipo, primar las responsabilidades de cada área sobre el estatus jerárquico y favorecer la comunicación entre diferentes áreas y departamentos. Este organigrama ha favorecido de forma sustancial que todos los profesionales compartan metas, medios, estructuras y trabajen en equipo.

La estructura de gobierno corporativo la desarrollan sus dos socios (hermanos), Ingo y Zarko Pajariño, con mucha experiencia acumulada y sabedores de las necesidades puntuales del mercado, la incorporación de nuevas referencias y novedades vitales en un mercado en continuo proceso de cambio.

Sus funciones se reparten desde las decisiones más básicas hasta el control financiero.

En torno a AXAFONE se ha constituido un grupo humano altamente cualificado, donde se combina la profesionalidad y experiencia. A continuación mostramos el organigrama de nuestra organización:



## 2.4 LOCALIZACIÓN DE LA SEDE PRINCIPAL DE LA ORGANIZACIÓN.

Nuestra empresa tiene sus instalaciones localizadas en el Rincón de la Victoria:

C/ Sierra de Almajara 4 Local 5  
 29730 - Rincón de la Victoria (Málaga)  
[www.axafone.com](http://www.axafone.com)  
[info@axafone.com](mailto:info@axafone.com)



## 2.5 NÚMERO DE PAÍSES EN LOS QUE OPERA LA ORGANIZACIÓN.

Nuestra empresa está ubicada en el Rincón de la Victoria, en la provincia de Málaga (España).

Nuestro ámbito de actuación es provincial. La mayoría de nuestros proyectos se encuentran en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

## 2.6 NATURALEZA DE LA PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA.

AXAFONE Telecomunicaciones es una Sociedad Limitada. Es propiedad al 100% de los hermanos Pajariño desde su fundación en el año 2010. Los Administradores de la sociedad son:

- D. Ingo Pajariño
- D. Zarko Pajariño

Ambos tienen poderes legales plenos para tomar y llevar a cabo cuantas ejecuciones administrativas deseen con dicha sociedad.

## 2.7 MERCADOS DONDE OPERA.

Nuestro objetivo es satisfacer las necesidades de nuestros clientes y por eso ofrecemos todo tipo de servicios de voz, datos y basados en Internet.

Trabajamos en toda la provincia de Málaga, y nuestros clientes son Pymes y Autónomos de cualquier sector. Algunos de nuestros clientes más relevantes son:

- Tragabuches. Cocina Andaluza Creativa
- Mulse. Bar & Rest
- Aguavida
- Transporte y Excavaciones JOYMA
- Tuvesa
- Copicentro
- Pure Home. Decoración & Interiores
- Gambrinus Rincón de la Victoria
- Ibser, SL
- C&F. Ingeniería de la Edificación y Patología
- Grupo Nebro

## 2.8 DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN.

AXAFONE Telecomunicaciones cuenta con una plantilla de 26 trabajadores/as en el año 2011, incluido uno de los socios que también ejerce como Gerente de la empresa.

Los números en el ejercicio 2011 se resumen en:

- Facturación anual: 1.250.000 €
- Clientes totales: 650
- Productos de Vodafone vendidos: 5.000



## 2.9 CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERIODO CUBIERTO POR LA MEMORIA.

Durante el año 2011 no ha habido cambios significativos en la empresa. AXAFONE no ha sufrido cambios en la estructura y ni en la propiedad de la entidad.

## 2.10 PREMIOS Y DISTINCIONES RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO INFORMATIVO.

Nuestra organización se encuentra inmersa en el proceso de diseño, desarrollo, e implantación, de un Sistema de Gestión de Calidad según la norma ISO 9001:2008. La auditoría de certificación se realizará durante el año 2012, por una Entidad Acreditada por ENAC.

Aunque la fidelidad y la confianza de nuestros clientes en estos tiempo tan complicados es el mejor de los premios o distinciones que podemos recibir.



# W

- PARÁMETROS DE LA MEMORIA

### 3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

#### PERFIL DE LA MEMORIA

##### 3.1 PERIODO CUBIERTO POR LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN LA MEMORIA.

La información que contiene este informe de Sostenibilidad hace referencia al ejercicio fiscal que comprende desde el 1 de Enero de 2.011 al 31 de Diciembre de 2.011, aunque al ser nuestra primera memoria de sostenibilidad haremos breves reseñas a años anteriores para que nuestros grupos de interés conozcan la realidad de AXAFONE desde sus orígenes hasta la actualidad.

##### 3.2 FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR MÁS RECIENTE.

Esta es nuestra primera memoria de sostenibilidad, por ello hemos derrochado una enorme ilusión en intentar transmitir a nuestros grupos de interés la enorme proyección que tiene nuestra empresa, que para el año 2012 tiene como gran reto seguir siendo un referente en nuestro sector.

##### 3.3 CICLO DE PRESENTACIÓN DE MEMORIAS.

La periodicidad de presentación de memorias de Sostenibilidad relativas a nuestra organización, está establecida de forma voluntaria con carácter bianual. Contemplamos este hecho positivo para el seguimiento y medición de los indicadores y aplicación del principio de comparabilidad entre periodos uniformes.

Esto facilita a su vez la calidad de la información y periodicidad en plazo relativamente corto de tiempo, considerando sirve para una mayor utilidad, de los grupos de interés y partes interesadas.



### 3.4 PUNTO DE CONTACTO PARA CUESTIONES RELATIVAS A LA MEMORIA O SU CONTENIDO.

El Gerente Zarko Pajariño representa a AXAFONE en el Proyecto "Málaga PYME Socialmente Responsable y Sostenible" promovido por la Confederación de Empresarios de Málaga y financiado por el Ministerio de Industria.

Para poder contactar con él pueden hacerlo a través de nuestra oficina situada:

Calle de Sierra de Almajara, 4  
29730 Rincón de la Victoria

info@axafone.com  
Teléfono: 951.105.770

### ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

#### 3.5 PROCESO DE DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA.

El proceso seguido para la determinación del principio de "Materialidad" de nuestro informe se ha basado en el análisis de riesgos de RSE y su cruce con los grupos de interés. Gracias a ese análisis se ha podido determinar qué información debíamos incluir para que nuestra memoria fuera equilibrada, relevante, coherente con las características de nuestra empresa y de interés para el público al que nos dirigimos. De ahí, que los aspectos más relevantes de esta memoria sean los relacionados con los impactos relacionados con ámbito el Laboral (condiciones y relaciones laborales) y Social (fundamentalmente, aquellos aspectos vinculados a la clientela).

### 3.6 COBERTURA DE LA MEMORIA.

Atendiendo a los requisitos del principio de "Exhaustividad" en el contenido, la cobertura y el alcance, este informe de Sostenibilidad incluye todas las actividades que nuestra empresa realiza y sus relaciones con los grupos de interés en el periodo del año fiscal 2011.

### 3.7 INDICAR LA EXISTENCIA DE LIMITACIONES DEL ALCANCE O COBERTURA DE LA MEMORIA.

No se han definido limitaciones a la Memoria. Como es política de nuestra empresa, si queremos ser una organización que busca la excelencia, debemos ser transparentes, claros y exhaustivos en toda la información que damos a nuestros grupos de interés.

### 3.8 INFORMACIÓN DE NEGOCIOS CONJUNTOS QUE PUEDAN AFECTAR A LA COMPARABILIDAD ENTRE PERIODOS Y O ORGANIZACIONES.

Actualmente nuestra organización no tiene negocios conjuntos con otras empresas, eso no quita que se trabaje de forma conjunta con otras. Como muestra de ello hacemos una mención a nuestros principales proveedor: VODAFONE



### 3.10 REFERENCIAS A MEMORIAS ANTERIORES.

No existen Memorias anteriores por lo que no podemos definir referencias ni comparaciones al respecto.

### 3.11 CAMBIOS SIGNIFICATIVOS RELATIVOS A PERIODOS ANTERIORES EN EL ALCANCE, LA COBERTURA O LOS MÉTODOS DE VALORACIÓN APLICADOS EN LA MEMORIA.

No existen Memorias anteriores por lo que no podemos definir cambios significativos en relación a otras memorias.



## ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI

### 3.12 TABLA QUE INDICA LA LOCALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS BÁSICOS EN LA MEMORIA.

La tabla en la que se refleja dónde están localizados los contenidos básicos se puede encontrar en el apartado 6 de la presente memoria.

# 4

- GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

## 4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

### GOBIERNO

#### 4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN.

Los dos administradores son los máximos responsables de la empresa, compuesto por los dos hermanos Pajariño. No existen miembros independientes con poder ejecutivo pero sí miembros externos con capacidad de decisión.

Dentro de las personas de decisión a nivel operativo se incluyen dos responsables comerciales, un responsable técnico y un responsable de administración. No obstante, son sólo los administradores los que engloban las más importantes tareas de gobierno y dirección estratégicas, con responsabilidad directa sobre los aspectos Legales, Económicos, Sociales y Ambientales que se desprenden de las actividades que ejerce la empresa.

#### 4.2 MÁXIMO DIRIGENTE.

Aunque los dos socios tienen los mismos poderes legales, el máximo dirigente de la empresa es Zarko Pajariño, gerente de la misma.

Dada la preparación y experiencia de esta persona, es la que concita todas las decisiones de carácter operativo así como de contratación. Por su dedicación exclusiva a la dirección de esta empresa, lógicamente percibe unos emolumentos.

#### 4.3 MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO INDEPENDIENTES O NO EJECUTIVOS.

La información relativa a este apartado queda recogida en los puntos 2.6 y 4.1, "Naturaleza y forma jurídica" y "Estructura de gobierno de la organización" respectivamente, de la presente memoria.

#### 4.4 MECANISMOS DE LOS ACCIONISTAS Y EMPLEADOS PARA COMUNICAR RECOMENDACIONES O INDICACIONES AL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO.

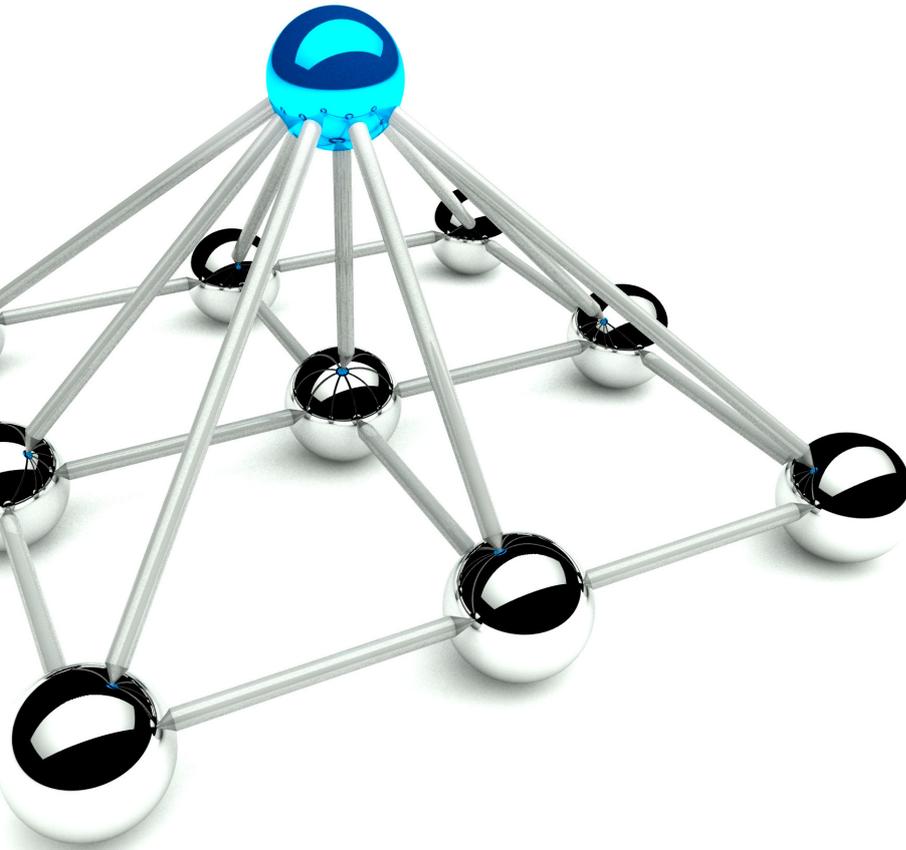
Para nuestra empresa la comunicación en todos sus niveles es fundamental para lograr alcanzar los objetivos marcados. Al tratarse de una pequeña empresa la comunicación con los grupos de interés es muy ágil e informal, se establece en la mayoría de los casos de forma verbal y personalizada a través de la propia operativa diaria de la actividad.

En AXAFONE se utilizan determinados medios para establecer la comunicación, como pueden ser la intranet, reuniones conjuntas, despacho individual, correo electrónico o memorándum. Estos son los métodos más utilizados con el personal y los proveedores.

A las personas que trabajan en la empresa se les informa de manera inmediata de los acuerdos y decisiones más relevantes para la empresa que se toman en la Junta General de Socios.

De cara a nuestros clientes, la comunicación es directa. La política de la empresa de tratar al cliente de forma amable, atendiendo a lo que necesita y minimizando el tiempo de espera. Se llevan a cabo encuestas de satisfacción de manera periódica, y se fomenta la participación de los mismos en eventos que organizan los fabricantes de teléfonos así como algunos proveedores de servicios.

Por lo que respecta a la estrecha relación que existe entre AXAFONE y su principal proveedor, Uodafone, se realizan llamadas de forma sistemática para el seguimiento de cada uno de los aspectos de esta relación.



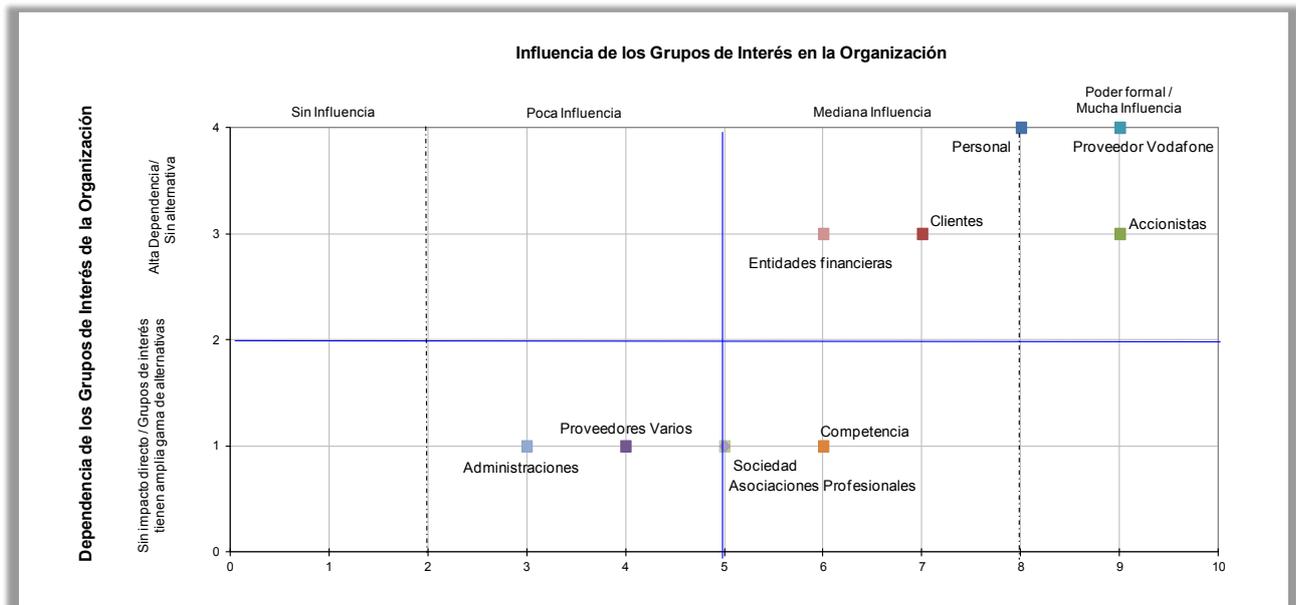
## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

### 4.14 RELACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS QUE LA ORGANIZACIÓN HA INCLUIDO.

Identificamos en este informe los siguientes grupos de interés:

- Personal
- Clientes
- Accionistas
- Proveedor varios
- Proveedor Vodafone
- Competencia
- Administraciones
- Entidades financieras
- Asociaciones profesionales
- Sociedad

Para la identificación y priorización de los mismos, nos hemos basado en una metodología desarrollada por la consultora Roadmap, en la que se han tenido en cuenta dos parámetros importantes: influencia y dependencia. Posteriormente, posicionamos a los grupos de interés en una matriz, e indicamos los diferentes comportamientos que vamos a desarrollar en función del lugar que ocupe cada uno de ellos en dicha matriz.



## 4.15 BASE PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE LA ORGANIZACIÓN SE COMPROMETE.

Identificamos a un grupo de interés como toda persona física, jurídica o colectivo, a la cual le interesan o le afectan las actividades que desarrollamos, o que tiene un impacto sobre nuestra estrategia. A la hora de priorizarlos, como he comentado anteriormente, hemos utilizado los parámetros influencia, entiendo por ésta en qué medida el grupo de interés tiene poder, autoridad o valimiento para influir en la organización; y dependencia, esta hace referencia a la capacidad que tiene el grupo de interés de elegir otra alternativa a la ofrecida por la organización.

La participación de los mismos en nuestra gestión es de diferente modo en cada uno de ellos. Cabe destacar que nuestra magnitud como empresa y en la mayoría de casos la mayor magnitud de las organizaciones que forman parte de nuestros grupos de interés, en la mayoría de casos, se produce mediante diálogo en las negociaciones habituales de contratación y durante el desarrollo de servicios.

Describimos a continuación la forma en la cual establecemos estos canales de comunicación y participación, y un breve resumen de las principales respuestas e inquietudes obtenidas.

- **Participación con el Personal de la empresa:** Para nuestra organización es primordial que nuestros trabajadores/as se sientan valorados/as y reconocidos/as en el desempeño de sus funciones, para ello los intentamos tener informados de todas las decisiones importantes de la empresa, ya que queremos que ellos se sientan parte de la misma. Para nosotros son nuestro principal activo y creemos que para crecer tenemos que cuidar a nuestra plantilla para buscar su implicación y hacerles llegar que luchan por un objetivo común.

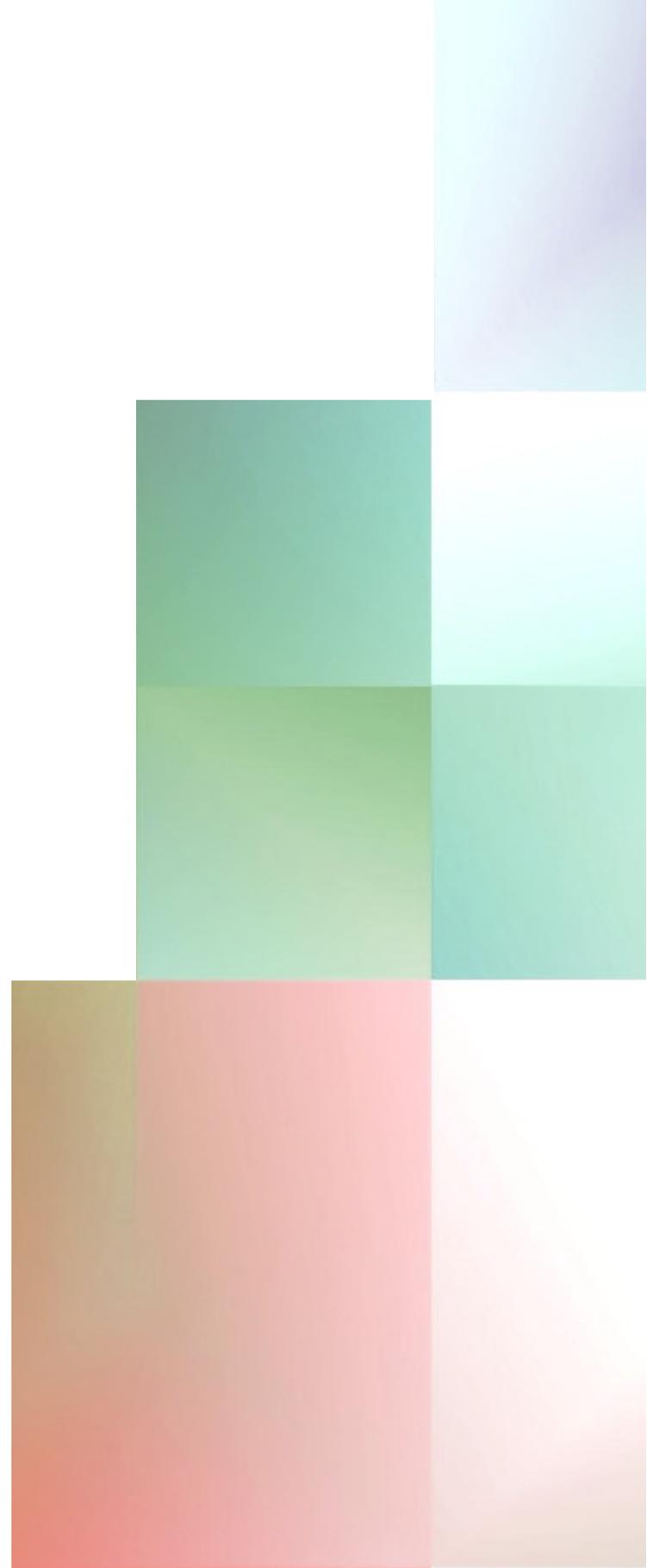
- **Participación de los Clientes:** Saber que estamos cumpliendo con una necesidad que pide la sociedad es una motivación extra para seguir trabajando para conseguir un producto o un servicio que cubra dicha petición, por ello intentamos cuidar y escuchar a nuestros potenciales clientes, tanto públicos como privados, a través de nuestra encuestas de satisfacción. Intentamos tenerlos informados, en la medida de lo posible, dentro de unos parámetros de confidencialidad.

- **Participación de la Competencia:** Para AXAFONE es importante saber lo que se está haciendo en nuestro sector, y conocerlos de primera mano, pero siempre bajo el marco del respeto y de la confidencialidad.

- **Participación de las Entidades Financieras:** La imagen actual de la empresa, como una organización seria y solvente, nos ha llevado a estar bien considerados dentro de las entidades financieras, para nosotros es un grupo de interés importante.

- **Participación de la Sociedad:** La opinión de la sociedad sobre la empresa nos importa, por ello queremos dar la imagen de una empresa sostenible, que respeta el medioambiente, que vean que somos serios y rigurosos pero flexibles y tolerantes a la vez.







CS

■ INDICADORES DE DESEMPEÑO

## 5. INDICADORES DE DESEMPEÑO

### 5.1 DIMENSIÓN ECONÓMICA.

#### ENFOQUE DE GESTIÓN ECONÓMICA.

La dimensión económica de la sostenibilidad afecta al impacto de AXAFONE sobre las condiciones económicas de nuestros grupos de interés y de los sistemas económicos sobre todo a nivel local.

Nuestro objetivo desde un principio siempre ha sido el tener dos planes, uno a corto y otro a largo plazo. Desde nuestros inicios, la gestión económica de la empresa ha ido por detrás de la concepción del proyecto. Dentro de nuestra misión está incluida la palabra "servicio al cliente" y "sentimiento de pertenencia a la empresa por parte del/a trabajador/a", eso nos ha hecho que, aunque hasta el momento los objetivos cuantitativos de ventas se han cumplido, no ha ocurrido lo mismo con los beneficios, pues el compromiso con estos es menor que el compromiso con la idea del proyecto, y eso nos ha hecho desviarnos de nuestro resultado económico. Hemos tenido que invertir más costes de lo previsto en mantener dicho compromiso con los clientes y con las personas que trabajan en la empresa. Nuestro principal acierto ha sido el no desviarnos del plan original y nuestro principal fracaso es descuidar los beneficios. En estos momentos hemos sobrepasado el plan de crecimiento y de ingresos que teníamos previsto a 3 años (solo ha transcurrido año y medio), lo que significa que vamos por buen camino. Sin embargo, tenemos que frenar el crecimiento, al menos durante 6 meses, y aumentar los beneficios para mediados del próximo año.

Asentamos nuestra relación con los clientes en nuestra política de gestión ética. Desde gerencia se asegura el que se cumplan con los requisitos del cliente y con el propósito de aumentar la satisfacción de éste.

Nuestra organización se encuentra sumergida en proceso de diseño, desarrollo e implantación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma UNE-EN ISO 9001:2008, que nos permitirá gestionar nuestros servicios a través de los más altos estándares de calidad. El marco de referencia está apoyado en la misión, visión y valores.

Nuestra Misión es ser un distribuidor líder de soluciones integrales de telecomunicación, proporcionando a nuestros clientes servicios innovadores y de gran valor, a través del desarrollo humano, y de la aplicación y administración de tecnología punta.

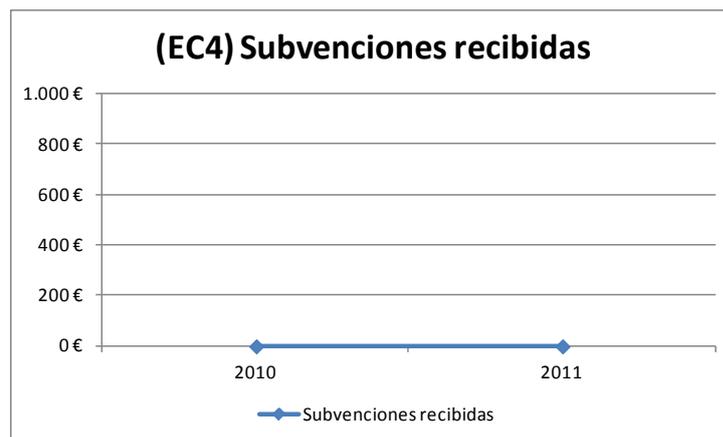
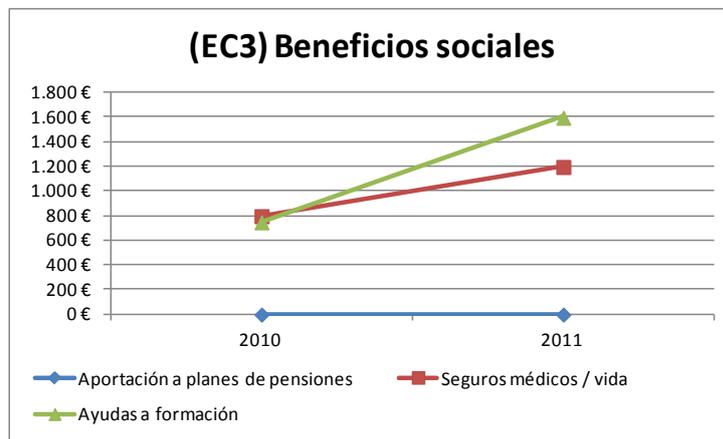
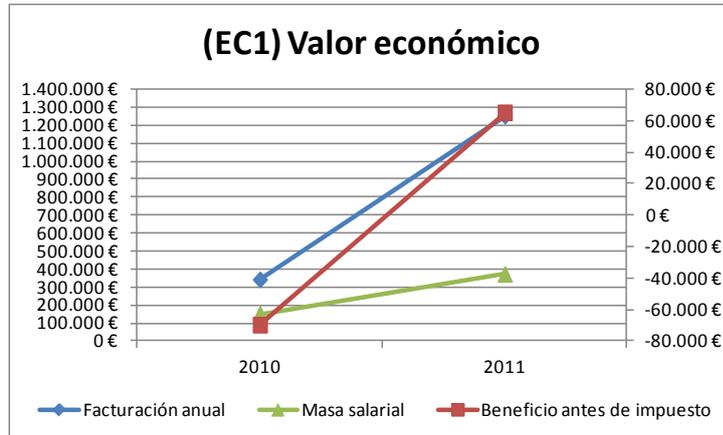
Tenemos una Visión, que es ser una empresa de referencia local en el sector, conocida como la empresa que da una solución global en telecomunicaciones, ya sea residencial o empresarial, siempre brindando la mejor atención en el servicio.

Nuestros Valores son las cualidades que nos distinguen y nos orientan:

- Honestidad y responsabilidad en nuestras propuestas, en la toma de decisiones y en las actuaciones
- Innovación en los procesos, en los productos y en los servicios
- Involucrar a nuestro personal, con sus aportaciones, en la consecución de la mejora continua.
- Disponer de la flexibilidad suficiente para adaptarse a los requisitos legales y de nuestros clientes en un entorno dinámico, cambiante y competitivo.
- Igualdad, respeto a la diversidad, y conciliación entre la vida personal y laboral

A continuación se muestran nuestros indicadores económicos, estos son fundamentales para comprender nuestra organización y nuestro compromiso con la sostenibilidad.

INDICACIONES GRI DE DESEMPEÑO ECONÓMICO



## 5.2 DIMENSIÓN AMBIENTAL.

### ENFOQUE DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.

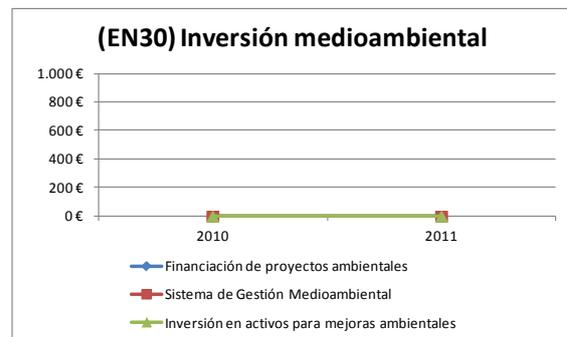
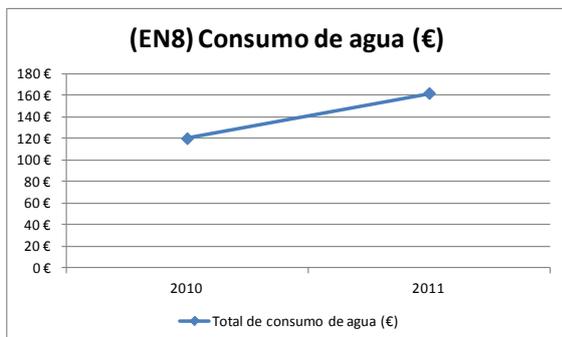
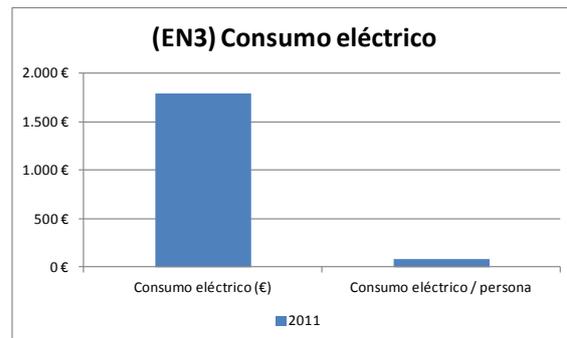
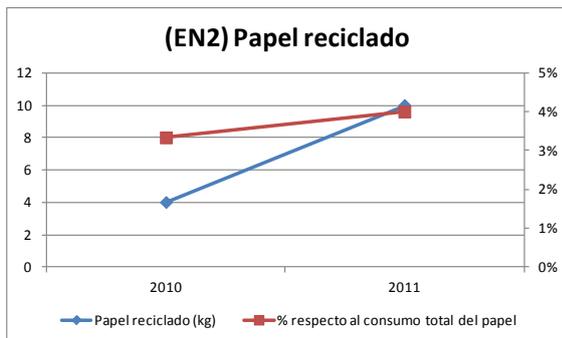
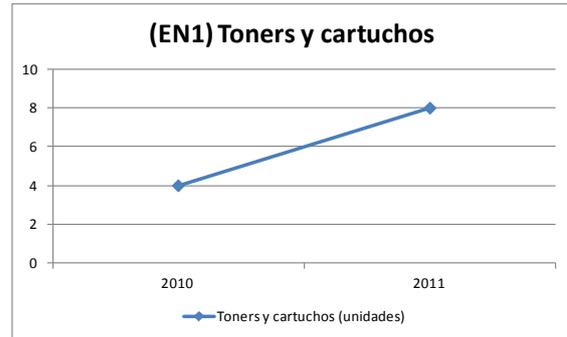
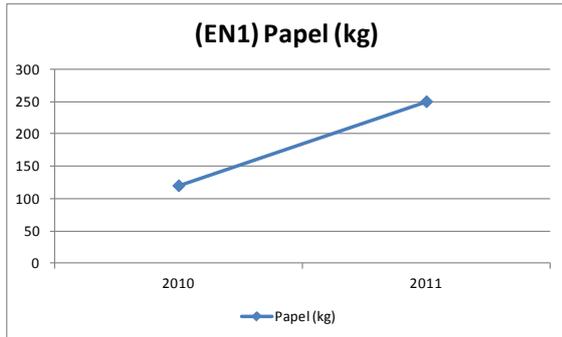
AXAFONE está comprometida con su entorno. Estamos muy interesados en alcanzar y demostrar nuestro sólido desempeño ambiental mediante el control de los impactos que generan nuestras actividades sobre el medio ambiente, que como ya comentamos anteriormente no es significativo. Además de cumplir con los requisitos legales aplicables, AXAFONE aplica buenas prácticas ambientales en su trabajo diario. El compromiso de estas medidas se traslada desde la plantilla a todas las empresas colaboradoras que realicen sus actividades en sus instalaciones.

Debido a las características de nuestra empresa, los impactos que generamos sobre el medioambiente derivados de nuestra actividad son mínimos. Por esta razón, no creemos necesario el implantar un Sistema de Gestión Ambiental. No obstante, sí que llevamos a cabo pequeñas prácticas que nos ayudan a minimizar los ya de por sí bajos impactos, y por tanto a mejorar nuestro desempeño ambiental. Como primera actuación realizamos una evaluación de aspectos ambientales que nos ha servido de base para priorizar el resto de actuaciones y enfocar los esfuerzos hacia aquellas actividades o servicios de nuestra organización susceptibles de mejorar en materia ambiental.

Hemos aumentado el consumo de algunos de nuestros recursos, como se puede observar en nuestros indicadores ambientales. Esto se debe al aumento de plantilla que ha sufrido la organización del año 2010 a 2011.



INDICADORES GRI DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL



## 5.3 DIMENSIÓN SOCIAL.

### ENFOQUE DE GESTIÓN SOCIAL.

Aunque no existe ninguna política documentada que recoja el compromiso de AXAFONE con la sociedad, sí que existe una conciencia de colaboración con el entorno social en el que desarrollamos nuestra actividad.

Respecto al área laboral, es una de la más complejas pero a la vez relevante para AXAFONE puesto que aquí se identifican los riesgos más elevados para la organización, junto con los aspectos éticos y relacionados con la clientela. Desde el momento en que detectamos una necesidad de personal, se activan nuestros mecanismos de selección y contratación, garantizando políticas de neutralidad de los procedimientos en aspectos concretos como solicitudes de empleo, archivo de información y datos personales, y decisiones sobre promociones.

El enfoque de la gestión social es importante para nuestra organización, dado que existe un fuerte compromiso por parte de los accionistas con este aspecto. Se actúa con el máximo rigor en el cumplimiento de los derechos humanos y la ética en el trabajo, para ello existe un código de conducta en nuestras guías de trabajo que se entrega a cada persona que se incorpora en plantilla. Tenemos como objetivo que todo el mundo sienta que tiene las mismas oportunidades en la empresa (en todos los ámbitos) así como de sentirse orgulloso/a de trabajar en AXAFONE.

Buscamos la excelencia en el trato con nuestros/as trabajadores/as, mediante la formación continua, reuniones lúdicas periódicas, utilización de instrumentos tipo Intranet para la integración del personal, fomentamos las reuniones fuera de nuestras instalaciones, entre otros. En lo referente a la formación debemos decir que nuestra plantilla este año ha sido formada en Prevención de Riesgos Laborales por nuestro Servicio de Prevención Ajeno. La formación fue en nuestras oficinas en horario laboral y con un coste asumido por la empresa tras el contrato firmado con el servicio de prevención, donde no sólo se estipula el control de seguridad y medidas preventivas de la empresa, sino también la formación y vigilancia de la salud de nuestros/as trabajadores/as.

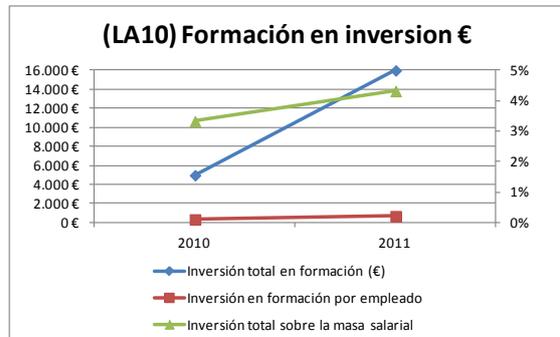
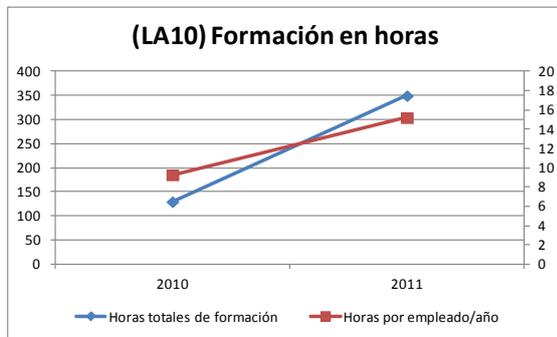
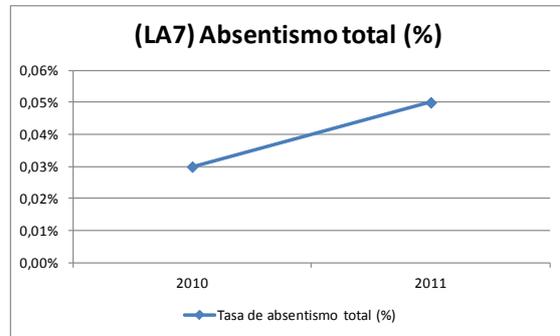
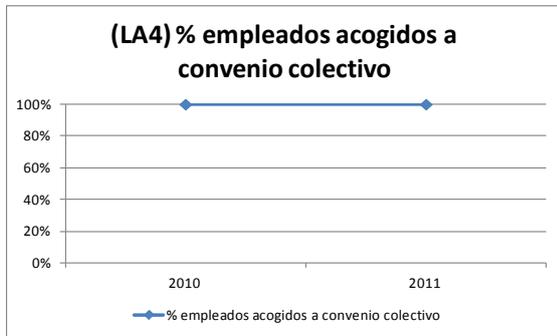
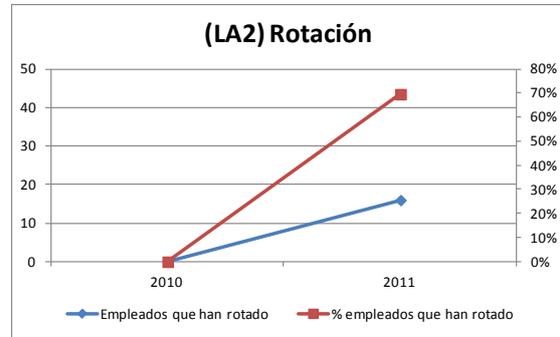
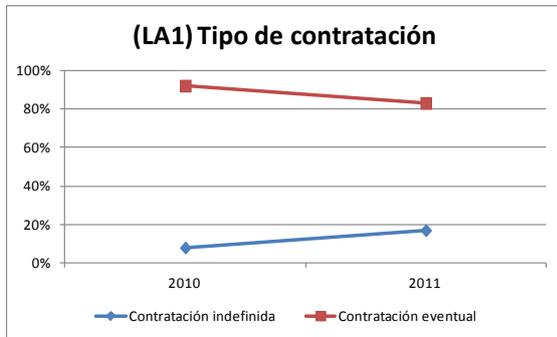
Dos aspectos a destacar, como positivo el bajo nivel de absentismo, tan sólo el 0,05%, y como negativo el alto índice de rotación de la plantilla, este refleja un estado de flujo continuo en el departamento comercial.

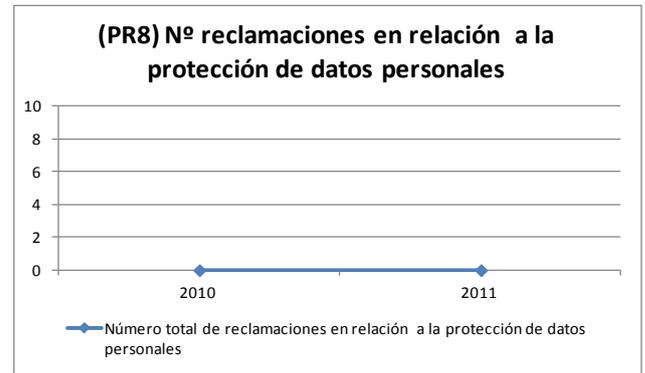
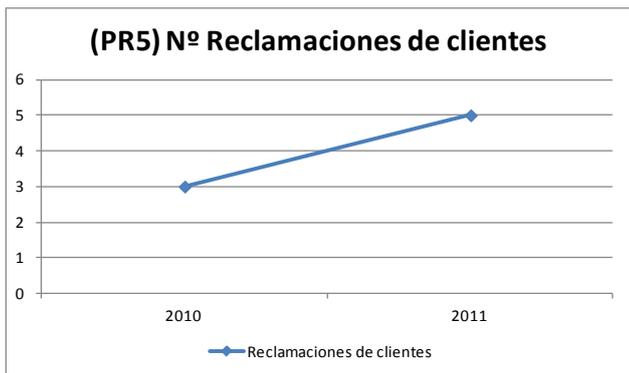
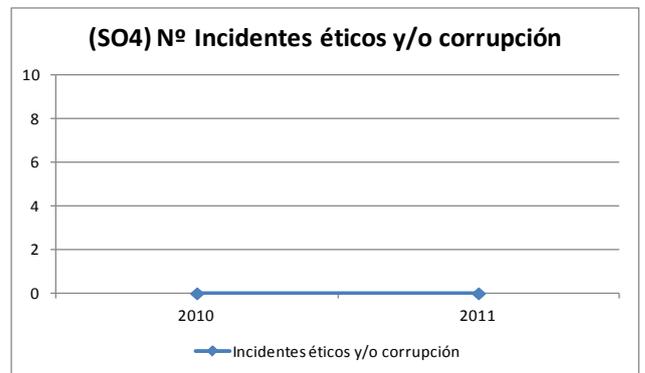
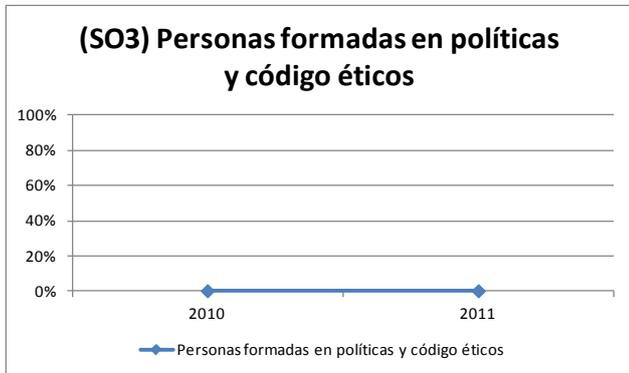
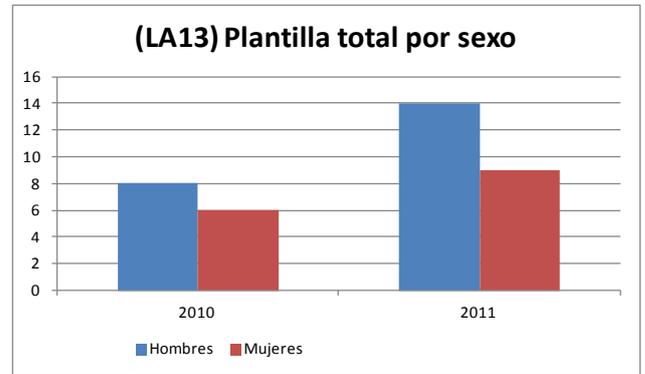
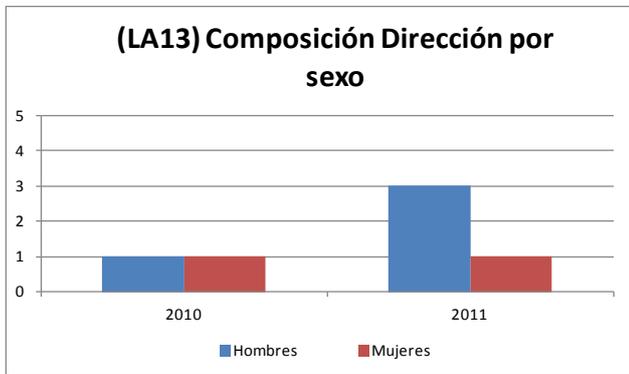
En lo referente a las personas formadas en políticas y códigos éticos debemos decir que en la actualidad, uno de los socios, está participando en un curso de Responsabilidad Social Empresarial organizado por la Confederación de Empresarios de Málaga, financiado por el Ministerio de Industria e impartido por Roadmap, consultoría especializada en la Responsabilidad Social Empresarial.

En la actualidad no se ha producido ningún hecho en la empresa de incidentes éticos ni susceptibles de corrupción, tampoco reclamaciones por tener una mala gestión en la protección de datos de la organización.



INDICADORES GRI DE DESEMPEÑO SOCIAL







## ■ TABLA DE CONTENIDOS GRI

## 6. TABLA DE CONTENIDOS GRI

Paginado

### 1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

1.1 Declaración del directivo principal	04
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	05

### 2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

2.1 Nombre de la organización	8
2.2 Principales marcas, productos y o servicios	8
2.3 Estructura operativa de la organización	9
2.4 Localización de la sede principal de la organización	9
2.5 Número de países en los que opera la organización	9
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	10
2.7 Mercados donde opera	10
2.8 Dimensiones de la organización	10
2.9 Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria	11
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo	11

### 3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

#### Perfil de la memoria

3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria	14
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente	14
3.3 Ciclo de presentación de memorias	14
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	15

#### Alcance y cobertura de la memoria

3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria	15
3.6 Cobertura de la memoria	16
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	16
3.8 Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos	16
3.10 Referencia a memorias anteriores	17
3.11 Cambios significativos relativos a períodos anteriores	17

#### Índice del contenido del GRI

3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria	18
---	----

## 4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Paginado

### Gobierno

4.1 Estructura de gobierno de la organización	20
4.2 Presidente del máximo órgano de gobierno	20
4.3 Miembros del máximo órgano de gobierno independientes o no ejecutivos	20
4.4 Mecanismos de comunicación de accionistas y personal	21

### Participación de los grupos de interés

4.14 Relación de grupos de interés	22
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete	23

## 5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICACIONES DE DESEMPEÑO

### DIMENSIÓN ECONÓMICA

Enfoque de gestión	26
Indicadores de desempeño económico	27

- EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no retribuidos y pagados a proveedores de capital y a gobiernos.
- EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.
- EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos

### DIMENSIÓN AMBIENTAL

Enfoque de gestión	28
Indicadores de desempeño ambiental	29

- EN1 Materiales utilizados por peso o volumen
- EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados
- EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias
- EN8 Captación total de agua por fuentes
- EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales

## DIMENSIÓN SOCIAL

Paginado

Enfoque de gestión	30
Indicadores de desempeño dte Prácticas laborales y éticas del trabajo	31
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	
LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	
LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	
LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	
LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	
<b>Indicadores de desempeño de Sociedad</b>	<b>32</b>
S03 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización	
S04 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	
<b>Indicadores de desempeño de la Responsabilidad sobre productos</b>	<b>32</b>
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y a la fuga de datos personales de clientes	



**Organiza:**



**Financia:**



**RSE-PYME 2011**

**Colabora:**





**Red Española del Pacto Mundial**  
**C/Félix Boix, nº 14, 4ºB**  
**28036 - Madrid**

Málaga, 22 de Octubre de 2012

Estimados/as Sres. /as del Pacto Mundial,

Les escribo con el objetivo de mostrarles el interés de AXAfone Telecomunicaciones por continuar formando parte del compromiso de implantación de los **Diez Principios del Pacto Mundial** en toda nuestra actividad, estrategia y toma de decisiones.

Desde sus inicios en 2010, la filosofía de AXAfone Telecomunicaciones ha estado siempre marcada por un fuerte compromiso hacia sus dos principales grupos de interés: su clientela y su personal.

Nuestros clientes han decidido confiar en nosotros. A cambio, nosotros debemos esforzarnos para anticiparnos a sus necesidades y satisfacerles con nuestros servicios. Por lo que respecta a nuestro personal, sin su profesionalidad, entrega y entusiasmo, no habría sido posible el éxito de este ilusionante proyecto.

El año 2011 ha supuesto un hito en nuestra organización ya que hemos materializado nuestra filosofía empresarial a través de diversas actuaciones orientadas a explicitar nuestro compromiso no sólo hacia estos dos grupos de interés, si no hacia otros con los que nos relacionamos durante el desarrollo de nuestra actividad y en relación hacia otros aspectos que para nosotros son importantes.

Así, AXAfone Telecomunicaciones he realizado una identificación y análisis de sus Grupos de Interés con el fin de priorizar sus actuaciones para con ellos en función de sus necesidades y expectativas. De la misma forma, se ha sometido a una evaluación de riesgos en materia de sostenibilidad. De ella se desprende que de las cuatro áreas analizadas (Ética de negocio, Social, Laboral y Medioambiente) es en la Ética de Negocio y en el área Laboral, más concretamente en Condiciones y Relaciones Laborales, donde residen los mayores riesgos de la empresa. Esto nos permitirá, una vez más, encaminar nuestras acciones para eliminar o minimizar dichos riesgos.

Otro avance en nuestra organización ha sido la elaboración de un Código Ético en el que se recogen los compromisos que AXAfone asume de cara a sus principales grupos de interés, y de un Código de Conducta donde se especifican los comportamientos esperados por el personal de la empresa en relación a diferentes aspectos.

En otro orden de cosas, la protección del medio ambiente también está presente en nuestra toma de decisiones, y a pesar de que por las características de nuestra actividad los impactos que generamos sobre el medio ambiente son mínimos, siempre hay pequeños gestos que podemos poner en práctica para



mejorar nuestro desempeño ambiental. En base a este principio, hemos definido una guía de buenas prácticas ambientales para nuestro personal.

Por último, hemos querido comunicar nuestros logros y lo hemos hecho a través de nuestra Memoria de Sostenibilidad, comprometiéndonos a su revisión anual. Pretendemos así reforzar el compromiso con la transparencia y dotar de mayor información a los interesados.

Como objetivo para el 2012 nos marcamos la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad, lo que nos permitirá mejorar la gestión interna de la organización a través del desarrollo y documentación de las políticas, los procedimientos, las instrucciones y las órdenes de trabajo presentes en la empresa, y su medición. Como fin último para la implantación de esta herramienta se encuentra la mejora en la prestación de nuestros servicios y por tanto de la relación con nuestros clientes.

Un cordial saludo,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Zarko Pajariño Hermán".

D. Zarko Pajariño Hermán  
Gerente de AXAfone Telecomunicaciones