

tigo

2014

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

TIGO PARAGUAY / TELECEL S.A.





| | | | |
|----|---|----|------------------|
| 3 | PRESENTACIÓN | 27 | DERECHOS HUMANOS |
| 4 | MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL | 47 | TRABAJO |
| 5 | MILLICOM Y TIGO | 61 | MEDIO AMBIENTE |
| 23 | PACTO GLOBAL Y RED LOCAL | 66 | TRANSPARENCIA |
| 25 | PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA | 73 | ANEXO |



SEXTA EDICIÓN

CoP 2014



● PRESENTACIÓN

Esta Comunicación de Progreso (CoP) de la empresa Telecel S.A.¹ en Paraguay y su marca comercial Tigo² abarca del 1 de enero al 31 de diciembre 2014,³ e incluye un recuento de los principales avances en el cumplimiento de los principios del Pacto Global, sosteniendo de esta manera su compromiso de adhesión desde el 6 de marzo de 2008.

Este reporte es presentado a la sociedad y a los grupos de interés de la empresa, anualmente.⁴ La última edición fue publicada *online* el 28 de diciembre de 2014.⁵

Cabe mencionar que la presente publicación relaciona los principios del Pacto Global con los indicadores de sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI). Sin embargo, no representa este un informe exhaustivo, ni se han realizado consultas, a nivel local, a través de los públicos de interés en el proceso de recopilación. Globalmente, la compañía cuenta con un Análisis de Materialidad, que resulta referente para elaborar este informe.

La preparación de esta publicación anual está a cargo del Área de Responsabilidad Corporativa de Tigo en Paraguay.⁶

1 | G4-3

2 | G4-4

3 | G4-28

4 | G4-30

5 | G4-29 - <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/active/120681>

6 | GH-31

● MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL⁷

Transformando **vidas** a través de la tecnología

Esta consigna ha sido el motor de nuestros esfuerzos durante este 2014, un año en el cual hemos establecido como norte nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Global. Somos conscientes de que la tecnología está cambiando el mundo, y como empresa de telecomunicaciones hemos asumido la responsabilidad de transformar realidades, promoviendo la inclusión a través de la tecnología digital.

Este año, la marca Tigo cumple 10 años, marcando una historia de trabajo para construir la inclusión social en el país; historia en la que el foco de nuestras acciones ha sido el trabajo socialmente responsable, respetando el Código de Ética y los Derechos Humanos, tanto a nivel interno como en nuestra cadena de valor.



Hemos reestructurado nuestro programa de responsabilidad corporativa a nivel global, el cual apuesta en gran medida al compromiso firme con la inclusión social, educativa y digital, de todos los sectores de la sociedad.

En alianza con Unicef, trabajamos en la prevención de la mortalidad materno-infantil, a través del servicio gratuito “Tu Bebé”, con el cual las madres reciben periódicamente consejos para su embarazo y el cuidado de su bebé.

En materia de inclusión digital, estamos trabajando fuertemente en proyectos relacionados con la protección de la niñez, habiendo sido anfitriones del Primer Seminario de Protección a la Niñez Online, único en Latinoamérica. A través de esta iniciativa buscamos proponer y debatir sobre proyectos que permitan avanzar en la protección a la niñez dentro de la industria de las telecomunicaciones.

Nos complace mencionar, también, el lanzamiento de Premios Conecta, un concurso de ideas organizado en conjunto con la empresa social Koga Impact Lab, que promueve la innovación social, desafiando a los jóvenes a idear plataformas tecnológicas que solucionen alguna problemática social y/o ambiental que aqueja al país.

También es un orgullo para nosotros ser galardonados, por cuarto año, por Great Place To Work (GPTW) como una excelente empresa para trabajar, este año ubicándonos en el quinto lugar. Esto es gracias al constante esfuerzo en ofrecer a los colaboradores un ambiente laboral en donde el liderazgo, la comunicación y las oportunidades de crecer son factores clave.

Estamos convencidos de que ser una empresa socialmente responsable es el camino que queremos seguir construyendo. Por ello, renovamos nuestro compromiso de apostar por la tecnología para mejorar la calidad de vida de todos los paraguayos y, por supuesto, seguir fortaleciendo nuestro comportamiento corporativo, impulsando colaboradores comprometidos con esta honorable causa.⁸

José Perdomo
Director General

7 | G4-1
8 | G4-1

MILlicom Y TIGO

Millicom es una empresa líder a nivel mundial en telecomunicaciones y medios, focalizada en mercados emergentes de 14 países⁹ de Latinoamérica y África, todos con altas tasas de crecimiento y población mayoritariamente joven. La empresa fue fundada en 1990 y cuenta con sede central en la ciudad de Luxemburgo¹⁰ y filiales en las ciudades de Estocolmo (Suecia), Londres (Inglaterra) y Miami (EE. UU.).

En 2014, la compañía empleó a nivel global a 23.297 colaboradores, 71% en países de América del Sur. En toda la compañía las mujeres representaron el 33%, y los trabajadores que son contratados localmente, el 99%.

Tigo está orgulloso de contar con un grupo de colaboradores que representa una amplia diversidad de culturas. En el año que se reporta, se identificaron 75 nacionalidades distintas en la fuerza laboral de Millicom.

Con la marca Tigo se comercializan productos y servicios innovadores para móviles, cable, satélite y banda ancha.



- *Tigo fomenta un estilo de vida digital ofreciendo servicios de información, comunicación y entretenimientos.*

9 | G4-6

10 | GA-5

VISIÓN

Gente disfrutando del acceso a su mundo. Un mundo donde los servicios de telecomunicaciones son económicos, accesibles y están disponibles en todos lados y para todos.



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.

Valores Tigo

INTEGRIDAD

Actuamos con transparencia, honestidad y lealtad

Seguimos las reglas

Somos responsables de nuestras acciones

Estamos comprometidos con la ética

RESPETO

Valoramos las contribuciones de los demás

Tratamos a todos con dignidad

No discriminamos

Escuchamos

PASIÓN

Somos positivos

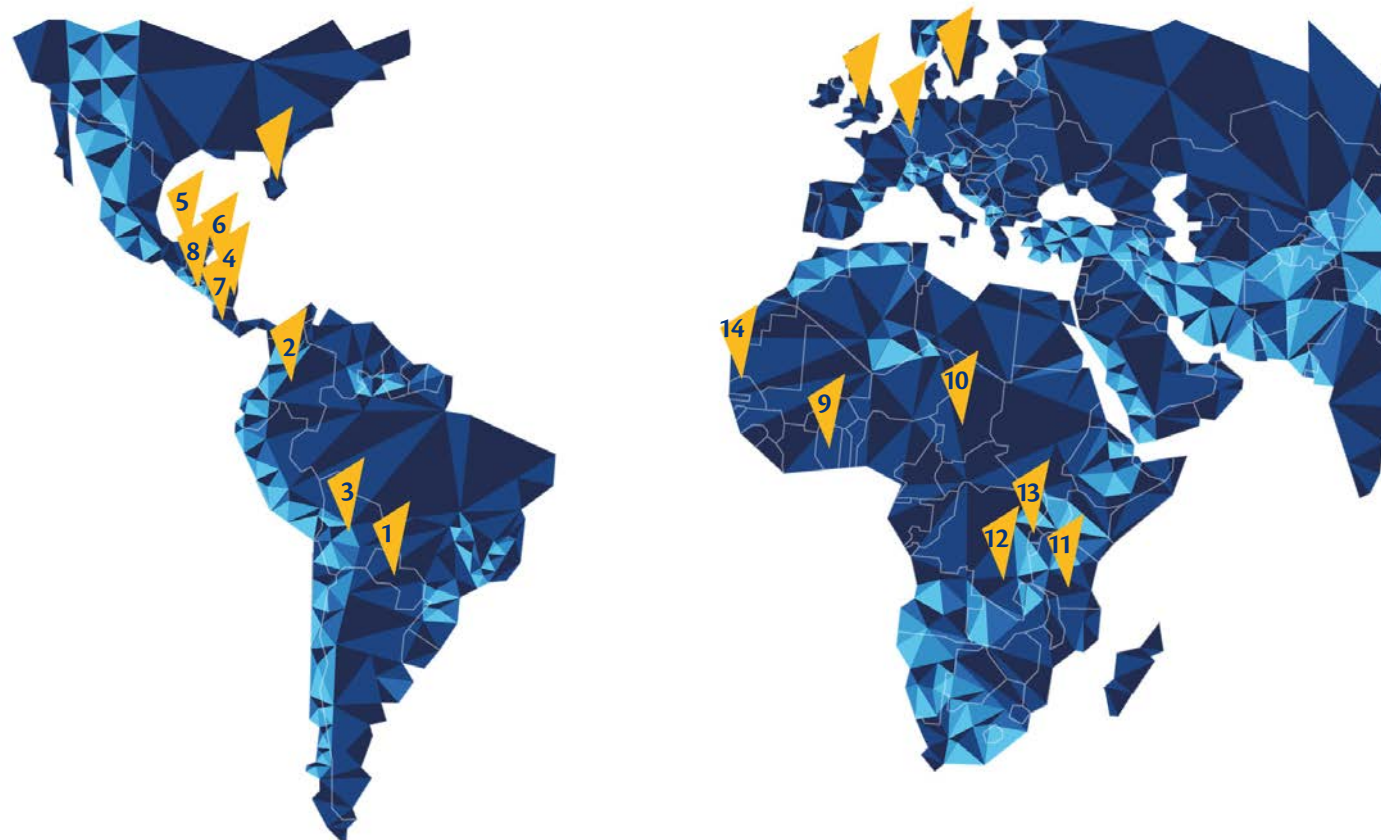
Estamos comprometidos con la ejecución y los resultados

Somos innovadores y creativos

Somos entusiastas

Somos valientes

Operaciones a nivel global y regional¹¹



- 1) Paraguay
- 2) Colombia
- 3) Bolivia
- 4) Honduras
- 5) El Salvador
- 6) Guatemala
- 7) Costa Rica
- 8) Nicaragua
- 9) Ghana
- 10) Chad
- 11) Tanzania
- 12) República Democrática del Congo
- 13) Rwanda
- 14) Senegal

Análisis de materialidad de Millicom

En el 2013, Millicom realizó un análisis de materialidad¹² con el fin de determinar los temas de relevancia para sus públicos de interés. A partir de este análisis, la Compañía delineó el nuevo Programa de Responsabilidad Corporativa orientado a integrar en forma más eficiente la responsabilidad del impacto del negocio en sus actividades.

Los grupos de interés son todas aquellas entidades o individuos a los que puede razonablemente afectar las actividades, los productos y los servicios de la organización y cuyas acciones pueden igualmente repercutir dentro de lo razonable en la capacidad de la empresa.

Los aspectos materiales o materialidad identificados se refieren a aquellos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, así como los aspectos que influirían significativamente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Para determinar la materialidad se realiza un análisis cualitativo, una evaluación cuantitativa y un debate de resultados.¹³



- *El análisis de materialidad permitió identificar las áreas más importantes y los objetivos para los próximos 5 años.*



Reporte de Responsabilidad Corporativa 2014 - Millicom:
<http://www.millicom.com/media/2511250/MillicomCRreport2014.pdf>

12 | G4-24

13 | Manual de aplicación para Memorias de Sustentabilidad. Glosario.

Público consultado:¹⁴

- Clientes
- Colaboradores
- Representantes del Gobierno
- Inversionistas
- Organizaciones Civiles y Organizaciones Internacionales
- Representantes de la Industria
- Proveedores

Asuntos prioritarios identificados en este análisis:¹⁵



15 | G4-19
 16 | G4-21
 17 | G4-20



Tigo Paraguay

En 1992, Telecel S.A.¹⁸ inició sus operaciones en Paraguay como el primer proveedor de servicio de telecomunicación móvil. Desde entonces sus servicios fueron evolucionando dinámicamente, y desde el 2004, como parte de una profunda renovación, la empresa adoptó la marca corporativa de Tigo.

En Paraguay, la oficina central está ubicada en la localidad de Fernando de la Mora¹⁹. La empresa local empleó durante el año que se reporta a 1.461 colaboradores²⁰ en forma directa, 35% de esta fuerza laboral fue femenina²¹.

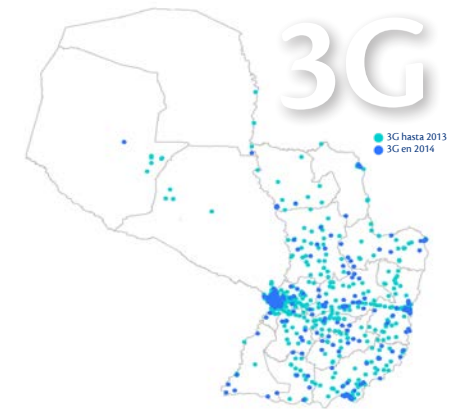
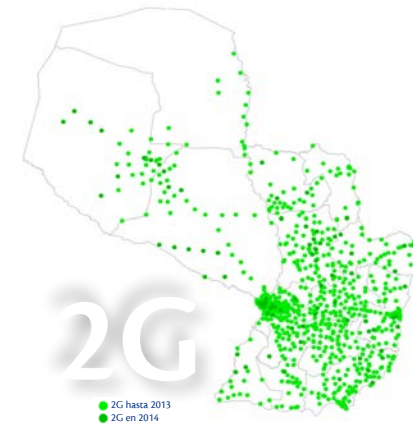
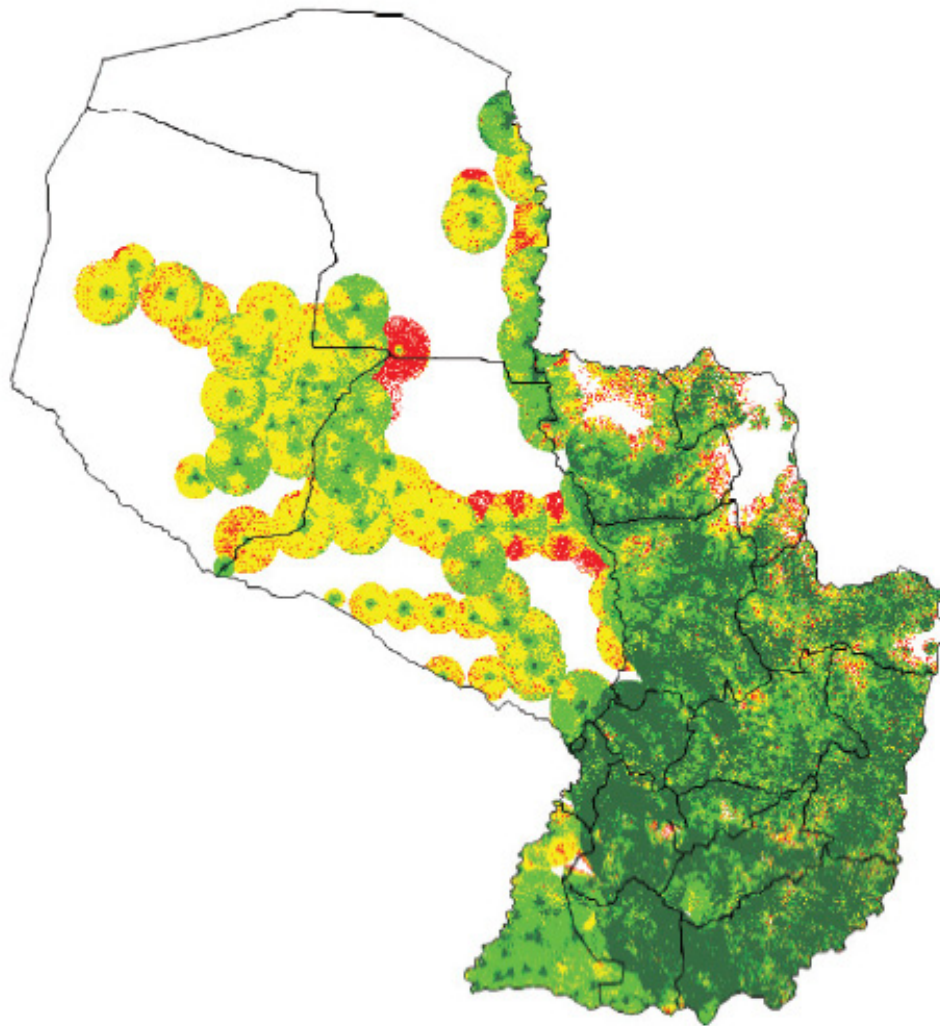
Tigo se mantiene en el mercado como empresa líder en provisión de telefonía celular, televisión paga e internet fijo y móvil, opera una red GSM y provee servicios 2G y 3G.²²

- *Tigo es una marca simple, vivaz y cercana para sus clientes, con productos accesibles y convenientes, que están siempre disponibles y son fáciles de utilizar, con foco en los consumidores y una huella internacional que la hace una empresa única.*

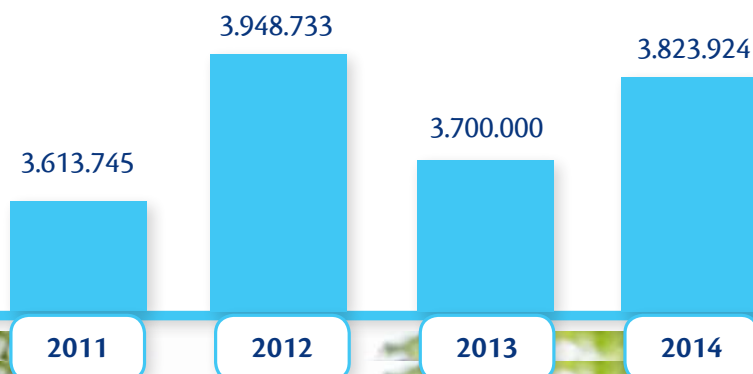


| | |
|----|-------|
| 18 | G4-7 |
| 19 | G4-5 |
| 20 | G-9 |
| 21 | G4-10 |
| 22 | G4-8 |

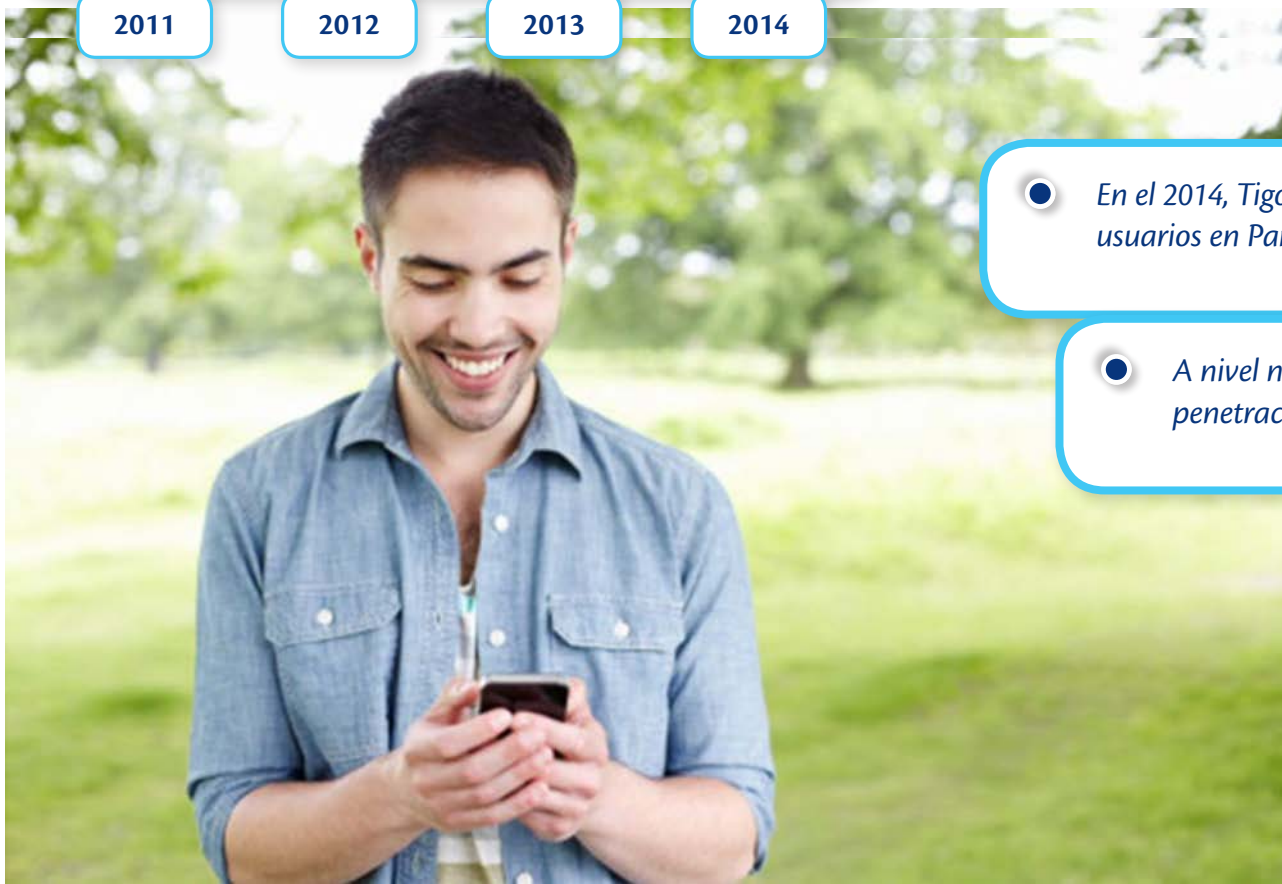
Cobertura 2G y 3G



Cientes Tigo en Paraguay



Cientes



- En el 2014, Tigo llegó a 3.823.924 usuarios en Paraguay.

- A nivel nacional se estima en 94.4% la penetración del servicio de telefonía móvil.

Marcas y servicios ofrecidos²³

Tigo ofrece un abanico de servicios en planes de telefonía celular, internet, televisión por cable y televisión digital.

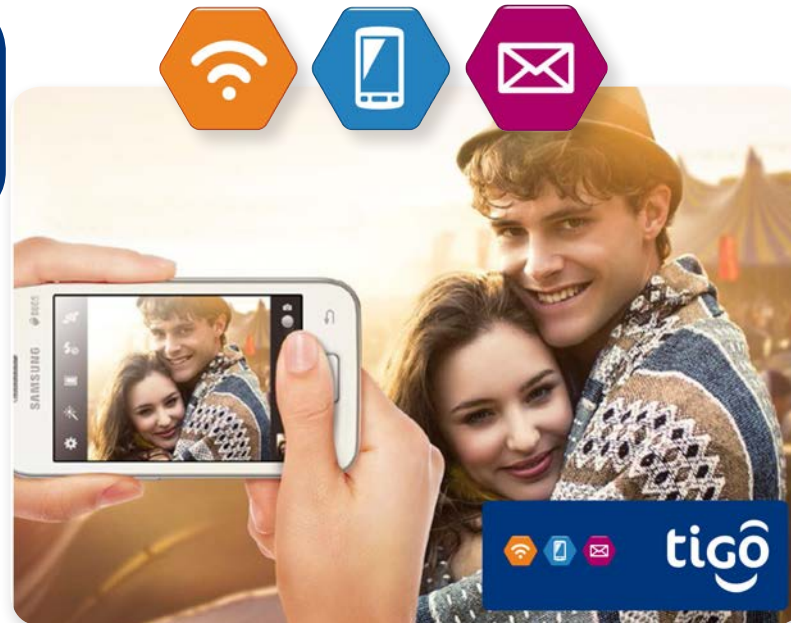




100% de descuento en Smartphones

En la Gran Feria Smart de Tigo que se llevó a cabo este año en su octava y novena edición, los equipos fueron ofrecidos tanto a clientes como no clientes con descuentos de hasta el 100% y con planes mínimos desde Gs. 50.000.

En la feria se incluyeron más de 30 modelos de equipos de las mejores marcas del mundo, con financiación en hasta 18 meses y sin intereses. La oferta incluyó 10 modelos de equipos sin costo, y todos con Facebook gratis.



En marzo, Tigo fue la primera empresa de telecomunicaciones en lanzar al mercado la preventa del Samsung Galaxy S5. En julio, TIGO y LG Paraguay presentaron a nivel local el primer smartphone curvo del mundo, el G Flex. El Nokia Lumia 1320 fue comercializado exclusivamente a clientes de Tigo.

- *Las Ferias de Smartphones buscan democratizar el acceso a internet.*

Día E: Escuchar, entender y emprender

Tigo ha llevado a cabo el Día E, donde más de 1.000 colaboradores de la empresa de telecomunicaciones Tigo, de Asunción y del interior del país, salieron a las calles para escuchar a sus clientes, detectar áreas de mejora, tomar sugerencias y actuar en consecuencia. A partir del Día E, Tigo lanzó servicios y promociones que los clientes manifestaron que eran de su interés.

Chequeo genera beneficios para clientes de Factura Fija

En agosto, Tigo emprendió una nueva acción denominada Chequeo, para sugerir a sus clientes planes que se adapten a sus necesidades según consumo. La empresa se comunicó proactivamente con más de 100.000 clientes para sugerir una combinación de planes pospagos más conveniente para cada usuario.

"Escuchamos las peticiones de los clientes recibidas durante el Día E, estudiamos el comportamiento de nuestros clientes y, con base en ello, les sugerimos el plan que se adapte a sus necesidades. Los resultados fueron fabulosos, más de 70% de aceptación".

Aníbal Corina, Gerente del Segmento Pospago.

The logo for tigo business, featuring the word "tigo" in a stylized font with a circular graphic around the 'o', followed by the word "business" in a sans-serif font, all contained within a dark blue rounded rectangle.

Nuevo sistema de Videovigilancia

Tigo Business lanzó Tigo Videovigilancia, un nuevo producto orientado a dar respuesta a las necesidades de control y seguridad de las empresas, de manejo sencillo e intuitivo, a través de la web o del smartphone.

El servicio ofrece el almacenamiento local de los datos recolectados por las cámaras en un equipo conectado directamente, lo que permite a su vez el tratamiento de esos datos cuando el usuario lo decida.

Soluciones tecnológicas para Pymes

Tigo Business creó un área especializada y dedicada al segmento de pequeñas y medianas empresas, impulsando de esta manera importantes herramientas tecnológicas para Pymes: telefonía, internet móvil e internet fijo, además de paquetes de seguridad y productividad.

Con este nuevo servicio, las pequeñas y medianas empresas accedieron a paquetes exclusivos para contribuir a operaciones más eficientes que mejoren la competitividad.

“Creamos este servicio porque estamos seguros que significará un aporte muy importante para las Pymes, al incluir herramientas que les permitirán enfrentar con éxito los desafíos del mercado y, por sobre todo, poder tener un crecimiento integral y mayor eficiencia”. Juan Emilio Roa, Director de Tigo Business.



Convenio con Apymes

En noviembre de 2014, Tigo Business Pymes firmó un convenio con la Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas (APYME), que facilitará la atención de las necesidades tecnológicas de los asociados al gremio. La APYME es una institución gremial sin fines de lucro que aglutina a cerca de 350 empresas del sector comercial e industrial.



Tigo Money fue lanzada en Paraguay en el 2011, y desde entonces viene consolidándose como un servicio financiero que desarrolla un paisaje financiero diferente y más inclusivo en el Paraguay. Para implementar este servicio, son claves los aliados financieros de Tigo.

● *Para Millicom, la empresa de Paraguay es líder en la región en el desarrollo de servicios financieros móviles.*



- Más de 500.000 personas que habitan en zonas con bajos niveles de inclusión financiera tuvieron acceso a servicios financieros móviles, recibiendo sus créditos, realizando giros y pagando sus servicios públicos y privados, desde la comodidad y seguridad de sus celulares.
- 3.200 puntos de venta cubriendo más 95% del territorio nacional.
- 300 ATMs donde se pueden realizar diversos servicios y extracciones de dinero.

- Más de 24.000 microcréditos desembolsados en el 2014 en alianza con el Banco Familiar.
- 57.000 tarjetas de crédito en alianza con el Banco Itaú.
- Durante este año se inició el Catastro de líneas Tigo, especialmente en zonas remotas como Itakyry y Fuerte Olimpo para gestionar el pago de transferencias condicionadas a familias del Programa Tekoporã (SAS). Con este proyecto se espera realizar unos 12.000 desembolsos.

● *Se estima que el 30% de la población adulta del país utiliza servicios móviles financieros.*



Tigo Star es la marca que resume el conjunto de innovaciones que Tigo ha desarrollado para sus clientes desde su incursión en el mundo del hogar, entre las cuales se pueden citar, como las más relevantes, la oferta de internet banda ancha, la mayor cantidad de señales HD ofrecidas para los hogares y la creación de Tigo Sports, el primer canal paraguayo de deportes concebido para dar espacio a disciplinas del ámbito local.

- *El 20 de marzo, Tigo lanzó su nueva marca "Tigo Star", con la que busca revolucionar el entretenimiento en el hogar.*

Tigo Star es un espacio de esparcimiento para la familia y los amigos, que combina la TV paga e internet para el hogar, transformando la vida de cotidiana a extraordinaria, a través de la tecnología.

- *En el 2014, Tigo Star amplió su cobertura a más de 105.000 nuevos hogares en la red de cable con servicio de Internet de alta velocidad.*

Lanzamiento de Tigo Sports

Tigo Sports está al aire como el primer canal de deportes paraguayo que ofrece contenido exclusivo de la más variada y completa oferta deportiva del país y del mundo. Fue concebido como estrategia para alentar y fortalecer el deporte como un genuino pilar social, capaz de generar oportunidades de desarrollo para todos.



- *El 1 de febrero de 2014, la empresa inició la transmisión de Tigo Sports, el primer canal premium de deportes del Paraguay.*



tigo STAR

Novedosa app para vivir el mundial desde un smartphone o tablet

Tigo compartió la pasión de sus clientes por el fútbol ofreciéndoles diversas experiencias y canales para vivir este esperado momento deportivo. Durante el 2013, se lanzó la aplicación de la Copa Mundial de la FIFA™ con sistema operativo Android e iOS.



- El 12 de junio, los clientes de Tigo Star con el servicio de Tigo TV pudieron disfrutar sin costo de la apertura con señal de alta definición.

Convenio con IPTV

Tras la firma de convenio, Copaco IPTV retransmitió la señal de los partidos de fútbol de Primera División, sumando así a 300.000 hogares con esta señal a través de Tigo Star y otras 84 empresas cableoperadoras de todo el territorio nacional.

Convenio con Cableoperadores

La Cámara de Cable Operadores del Paraguay y Tigo firmaron un acuerdo para la transmisión de la señal del campeonato local de Tigo Sports hasta el 2020, permitiendo así la llegada del fútbol paraguayo a todos los hogares del país.

TV Cámara con alcance nacional

A partir de un convenio interinstitucional entre TV Cámara y Tigo, celebrado en diciembre de 2014, los ciudadanos de todos los rincones del país reciben información legislativa desde la propia fuente.

Esta alianza interinstitucional se ha inscripto en el marco del compromiso con el acceso a la información pública, la transparencia y la responsabilidad social, y constituyó un aporte al fortalecimiento de la democracia y la identidad nacional en nuestro país.

El canal combina en su grilla información legislativa y cultura paraguaya, cumpliendo sus objetivos como medio de servicio público.

La Cámara de Diputados es de representación departamental, es decir, son 80 legisladores que provienen de todos los departamentos de la República, por lo que el alcance nacional del canal oficial de la institución cobra gran importancia.

APP para los fanáticos del Decano

El Club Olimpia desarrolló una aplicación móvil para smartphones para sus aficionados. Con ella, los fanáticos tendrán en la palma de su mano fotos y datos de sus jugadores, las músicas y lo mejor del club, que convierte a este deporte en pasión. La aplicación cuenta con un abanico de secciones para responder a todas las necesidades de información y entretenimiento.

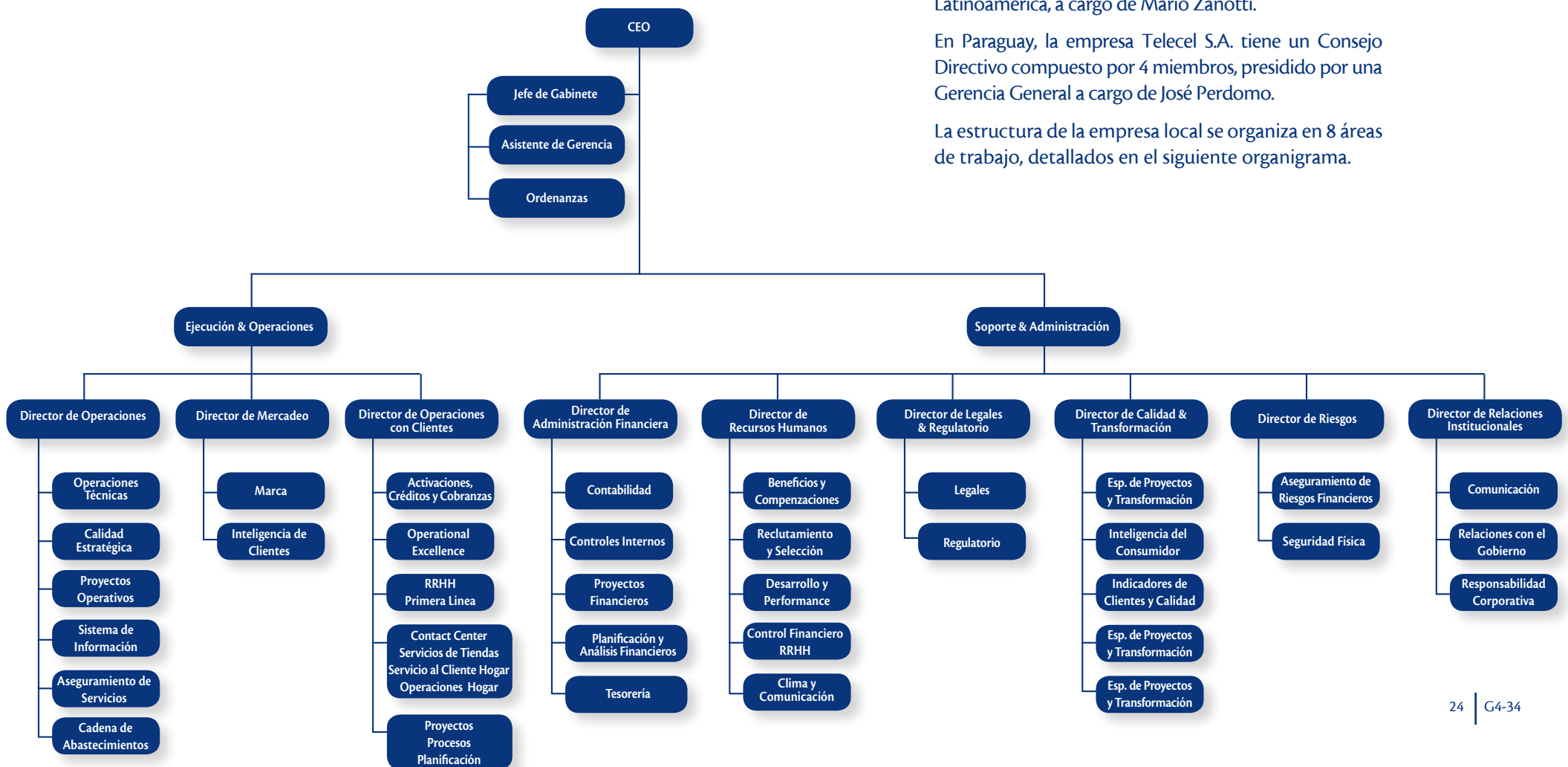
- El convenio logró la declaración de TV Cámara como "de interés público nacional" por parte de la CONATEL, hecho que facilitó el acuerdo con las cableoperadoras de todo el país.

Gobierno corporativo²⁴

La multinacional Millicom está dirigida por un Consejo Directivo de 9 miembros. En el 2014, la presidencia estuvo a cargo de Arthur Bastings y la vicepresidencia de Latinoamérica, a cargo de Mario Zanotti.

En Paraguay, la empresa Telecel S.A. tiene un Consejo Directivo compuesto por 4 miembros, presidido por una Gerencia General a cargo de José Perdomo.

La estructura de la empresa local se organiza en 8 áreas de trabajo, detallados en el siguiente organigrama.



Código de Ética²⁵

El Código de Ética de Millicom aplica a todos los directores, oficiales y empleados de la empresa y a sus compañías operativas.

El propósito del Código de Ética es:

- Fomentar la conducta honesta y ética, incluyendo negociaciones justas y el manejo ético de conflictos de interés.
- Fomentar la divulgación de información completa, justa, precisa, en tiempo y entendible hacia nuestros accionistas y mercados financieros.
- Fomentar el cumplimiento de las leyes aplicables y de los reglamentos y regulaciones gubernamentales.
- Asegurar la protección de los intereses financieros legítimos del Grupo Millicom, incluyendo las oportunidades corporativas, los activos y la información confidencial.
- Disuadir actos indebidos.²⁶

Este Código, ajustado al idioma y contexto nacional, considera los principios básicos de ética comercial, así como los requisitos legales que se aplican a toda la empresa. Cada una de las secciones del Manual del Código de Ética debe considerarse como una declaración de la política por derecho propio.

El documento, vigente desde el 1 de febrero de 2005, incluye los principios sobre los valores corporativos, las responsabilidades personales, en el lugar de trabajo y en el mercado. El documento es sistemáticamente presentado y difundido al público interno: empleados, gerentes y directores de la compañía, para aumentar su comprensión y conocimiento para su aplicación.

● *Cada persona que integra el equipo de Tigo asume el Código de Ética como parte de sus condiciones de trabajo.*



Acceso al Código de Ética en español:

http://files.shareholder.com/downloads/MICC/0x0x485093/40669f79-d887-4367-85e9-fb4fa8a263bd/C_DIGO_DE__TICA.pdf

Distinciones

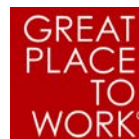
Durante el 2014, Tigo ha celebrado las siguientes distinciones:

Premio Interamericano de Finanzas e Innovación Empresarial

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), miembro del Grupo del BID²⁷, otorgó este premio a Tigo de Paraguay por su excelencia en el apoyo a la inclusión financiera, finanzas digitales y microempresa en América Latina. La premiación se realizó en noviembre de 2014 en Guayaquil, Ecuador, durante la sesión inaugural del Foromic Conference.

Great Place to Work

Tigo se ubicó en el quinto lugar del ranking en Paraguay, subiendo una posición con respecto al año pasado.



Top Of Mind 2014

Esta vez, Tigo ocupó el primer puesto en el rubro Comunicación, en la categoría Operadora y en el rubro de Comunicación - Internet.



Mejor stand de servicios de comunicación en la Expo Feria Internacional

La organización de la XXXIV Expo Feria Internacional de Ganadería, Industria, Agricultura, Comercio y Servicios otorgó a Tigo esta distinción.



Participación en la sociedad²⁸

Tigo mantiene una constante participación en espacios de asociación de la sociedad civil, buscando colaborar con objetivos que favorezcan al sector.

- Red Local del Pacto Global Paraguay
- Pacto Ético Comercial de la Cámara Paraguayo-Americana (PEC)
- Centro de Estudios, Regulación y Normas de la Comunicación (CERNECO)
- Cámara de Anunciantes del Paraguay (CAP)
- Cámara de Operadores Móviles del Paraguay (COMPy)
- Cámara de Comercio Paraguayo-Americana (AmCham Paraguay)
- Federación de la Producción, la Industria y el Comercio (FEPRINCO)

Tigo mantuvo alianzas con reconocidas organizaciones sin fines de lucro de la sociedad: Global Infancia, Fundación Teletón, Fundación Dequení, Fundación Fe y Alegría, Aldeas SOS y Plan Internacional, entre otras.

La empresa colabora con las acciones de UNICEF, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, en Paraguay. Para trabajar en forma conjunta en la Protección Online de la Infancia, desde el 2014, Tigo participa de una mesa de trabajo integrada por el Ministerio Público, la Secretaría de la Niñez y la Adolescencia, UNICEF y varias organizaciones sin fines de lucro del sector.



El Pacto Global es una iniciativa impulsada por las Naciones Unidas (ONU) para reunir a empresas de todo el mundo en el compromiso de la sustentabilidad. Este compromiso se plasma en 10 principios universales.

- *Las empresas adheridas al Pacto colaboran con la construcción de un mercado más estable, equitativo e incluyente, y promocionan sociedades más prósperas.*

A nivel global, más de 8.300 empresas de 162 países forman parte del Pacto Global. Esto ha convertido la iniciativa en el movimiento empresarial más grande del mundo, y Tigo de Paraguay forma parte de ella desde el 2008.

La adhesión al Pacto Global es voluntaria. Tigo comparte la convicción de que las prácticas empresariales deben respetar aspectos relacionados a la garantía de los derechos humanos, condiciones laborales para el desarrollo, el cuidado del medio ambiente y la gestión comercial, transparente y responsable.

En el Paraguay, Tigo integra la Red Local del Pacto Global, que reúne a más de 50 empresas. Estas se organizan en mesas temáticas buscando fortalecer conocimiento, compromiso y acciones orientadas al cumplimiento de los principios.

PACTO GLOBAL y RED LOCAL

Participación en la Mesa de Equidad y Prosperidad

En el 2014, Tigo participó de la creación de la Mesa de Equidad y Prosperidad, un nuevo espacio de aprendizaje conjunto que busca promover la igualdad social y evitar la discriminación de cualquier tipo, incluida la económica.

La mesa alinea esfuerzos empresariales mediante estrategias capaces de generar bienestar a través de la innovación social y la creación de valor compartido, y contempla todas las acciones que buscan evitar la discriminación de cualquier tipo, incluida la económica. En este sentido, la Mesa concentra sus esfuerzos en propiciar la generación de empleos.



10 principios del Pacto Gobal

DERECHOS HUMANOS



Principio N° 1:
Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional.



Principio N° 2:
No ser cómplice de abusos de los Derechos Humanos.



TRABAJO

Principio N° 3:
Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.



Principio N° 4:
Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realización bajo coacción.



Principio N° 5:
Apoyar la erradicación del trabajo infantil.



Principio N° 6:
Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.



MEDIO AMBIENTE

Principio N° 7:
Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.



Principio N° 8:
Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.



Principio N° 9:
Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.



TRANSPARENCIA



Principio N° 10:
Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

- *El 2014 fue un año de progresos importantes en la instalación de políticas y direcciones estratégicas para consolidar el Programa de Responsabilidad Corporativa de Millicom.*

La visión de Millicom en el marco de la responsabilidad corporativa es trabajar para tener un impacto positivo en la sociedad a través del acceso a un estilo de vida digital y la prevención y mitigación de los impactos en las comunidades donde trabaja.

La responsabilidad corporativa de la empresa es supervisada por el Comité de Relaciones Gubernamentales y de Responsabilidad Corporativa, que forma parte del Consejo de Administración de la empresa. El análisis de materialidad de 2013 y el compromiso firme con los diferentes actores implicados han permitido identificar claramente las áreas más importantes y los objetivos por alcanzar en los próximos cinco años.

La estrategia social de Millicom se focaliza en 5 ejes de trabajo, que están relacionados con el impacto del negocio, las oportunidades y los temas de relevancia identificados por los públicos de interés. Estas áreas son:

PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



Diversidad

Protección infantil

Privacidad y libertad de expresión

Responsabilidad en la cadena de suministros

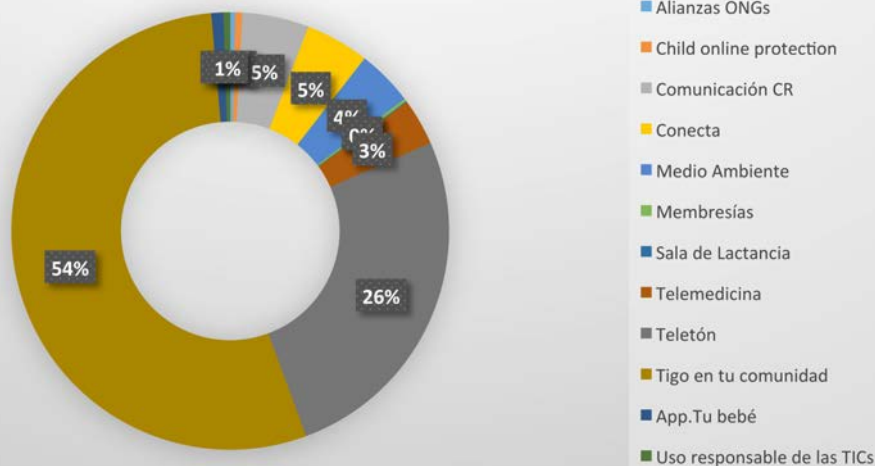
Cuidado del medio ambiente

A nivel local, los programas e iniciativas de Responsabilidad Corporativa de Tigo se organizan en dos ejes de trabajo: aquellos de inversión o impacto social y los relacionados con el comportamiento corporativo.

Es así como los colaboradores de Tigo trabajan, tanto a nivel interno como externo, en programas de impacto económico, social y ambiental que buscan la inclusión social, promoviendo servicios de salud, educación, digitales y financieros.

- *Todos los programas de Tigo se orientan a crear soluciones que a través de la tecnología mejoren la calidad de vida.*

Inversión 2014 Programa Responsabilidad Corporativa



La empresa en Paraguay desarrolla diversos programas de responsabilidad social; uno de ellos es “Tigo en tu Comunidad”, busca la transformación de la comunidad, ofreciendo oportunidades de aprendizaje, información, capacitación y comunicación a alumnos, docentes, padres.

La experiencia de Tigo en responsabilidad social corporativa también impulsó otros programas, como “Embajadores digitales” y “Tu Bebé” en el área de protección a la niñez.



- *En el 2014, Millicom fue reconocida por el MSCI Global Sustainability Indexes como una empresa destacada en su sector por sus altos indicadores de responsabilidad social, ambiental y de gobernanza.*





DERECHOS HUMANOS



Principio N° 1:
Apoyar y respetar
la protección de los
Derechos Humanos
proclamados a nivel
internacional.

El desafío de mejorar la calidad de la educación en el Paraguay cuenta con el compromiso firme de Tigo. En este sentido, la empresa busca generar oportunidades a través del acceso a la tecnología para niños, jóvenes y adultos de sectores más vulnerables.

“Tigo en tu comunidad” se inició en el 2011, a partir de la alianza con el Ministerio de Educación y Cultura, y organizaciones de la sociedad civil.

El Proyecto instala telecentro en escuelas o colegios de las comunidades beneficiadas. Un Telecentro es un contenedor adaptado en forma de aula, con 10 computadoras y el equipamiento necesario para la conectividad.

Tigo en tu Comunidad

Durante el 2014 se habilitaron 9 nuevos telecentros en Asunción y localidades del interior, como Ñemby, Tomás Romero Pereira, Yuty y Aba'i, sumando a 2.150 alumnos al proyecto.

Cinco de estos nuevos telecentros fueron instalados en escuelas públicas del MEC, y otros, en alianza con las municipalidades de Asunción y Ñemby, y con el Servicio Nacional de Promoción Profesional (SNPP). De esta manera, el proyecto llegó a 70 telecentros, con casi 30.000 alumnos con conectividad.

Tigo
en tu Comunidad 



Objetivos específicos

- Promover la organización y concreción de proyectos educativos y comunitarios.
- Colaborar en el desarrollo social, económico, político de la comunidad y de las personas.
- Favorecer la inclusión digital de todas las personas pertenecientes a la comunidad.
- Ofrecer conocimientos e información acerca de las posibilidades que ofrecen las TICs.
- Ofrecer oportunidades de acceso a la comunicación entre los miembros de la comunidad a través de herramientas digitales que ofrece el telecentro.
- Capacitar en el uso de las TICs para el fortalecimiento del capital humano de docentes, alumnos, padres, madres, familiares y de la comunidad en general.
- Contribuir a la mejora de la educación, la metodología de la enseñanza y el aprendizaje de niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos, de escuelas, colegios, universidades y la comunidad.

- *Tigo en tu Comunidad busca la transformación de la comunidad, ofreciendo oportunidades de aprendizaje, información, capacitación y comunicación a los alumnos (niños, adolescentes y jóvenes), docentes y a cualquier persona con acceso al telecentro.*



Actores claves de Tigo en tu comunidad

Tigo

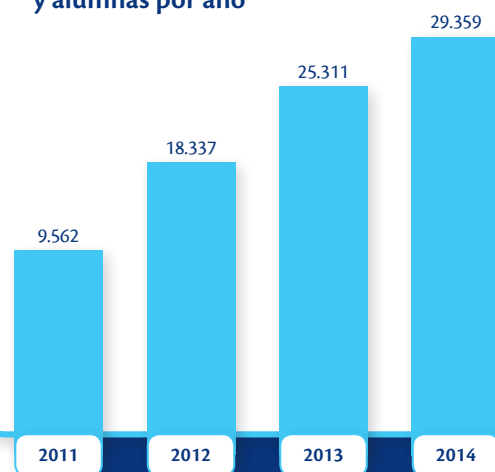
MEC

Institución
educativa y
comunidad

ONG Global Infancia



Cobertura de alumnos y alumnas por año



- *Tigo en tu Comunidad es una oportunidad para el trabajo comunitario. El programa considera que es importante que participen no solamente los profesores, o que sirva solamente para los alumnos de la institución educativa. Por eso abre las puertas a toda la comunidad: a otros colegios, a las universidades, a niños, adolescentes, jóvenes, padres y adultos.*



Telecentros por año

2011

Firma de convenio
18 telecentros

2012

38
telecentros

2013

61
telecentros

2014

70
telecentros

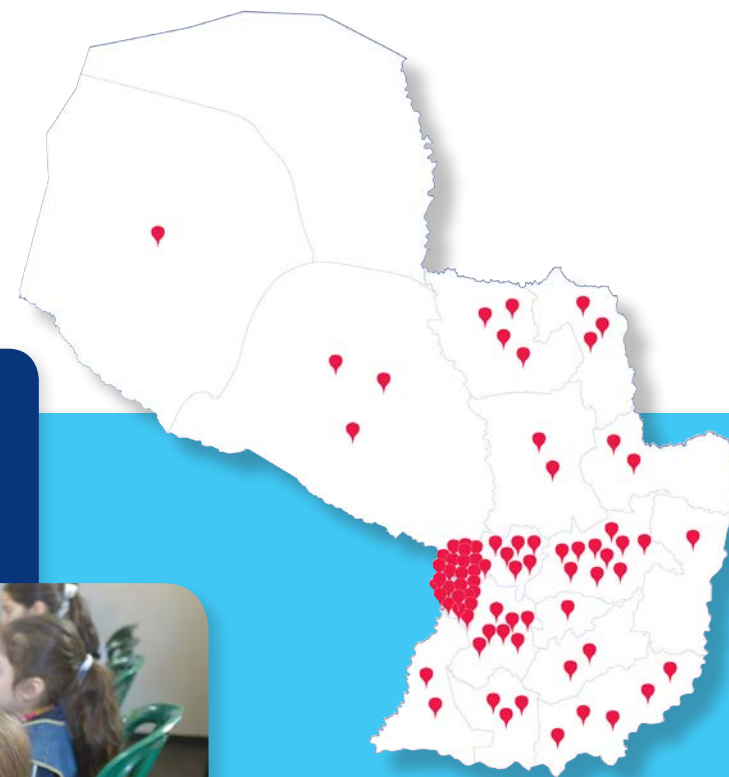
Durante este año, las capacitaciones de alfabetización digital y uso de la tecnología en contexto pedagógico siguieron a cargo del MEC. Global Infancia implementó la segunda fase de trabajo comunitario con los colegios, dando así continuidad a lo realizado el año anterior. También en las nuevas instituciones incorporadas al programa se desarrolló la primera fase de los talleres para el fortalecimiento de la comunidad.

Más allá del uso pedagógico escolar que se puede otorgar al espacio que representa el programa en una institución educativa, se busca generar un impacto positivo en la comunidad cercana. El Telecentro puede constituirse en una herramienta poderosa que facilite el desarrollo comunitario a través del uso de las TIC.

El programa se constituye como catalizador de diálogo entre los distintos miembros de la comunidad (jóvenes, asociaciones y agrupaciones locales, Intendencia, miembros de ONG locales, equipo de gestión del Telecentro, representantes locales del MEC, etc.), lo que fortalece la capacidad de generar demandas comunes y hacer conocer las aspiraciones, necesidades y problemas de la comunidad. Además, promueve la relación entre las instituciones sociales y estatales acercando a la comunidad a los procesos en los que se tiene un objetivo de trabajo común.



Tigo
en tu Comunidad



Mapa de telecentros
instalados

Escuelas e instituciones con Telecentro



1. Colegio Nacional Héroes del Chaco, J. Augusto Saldívar, Central.
2. Colegio Nacional Víctor Natalicio Vasconcellos, San Juan Bautista, Misiones.
3. Escuela Básica N° 355 Zenón Franco, Mariano Roque Alonso, Central.
4. Escuela Básica N° 7653 Santa Teresita, Benjamín Aceval, Pdte. Hayes.
5. Escuela Básica N° 80 Gral. José E. Díaz, Pirayú, Paraguari.
6. Escuela Básica N° 24 Rca. Dominicana, Fndo. de la Mora, Central.
7. Escuela Básica N° 702 San Ignacio de Loyola, San Ignacio, Misiones.
8. Colegio Nacional EMD Rigoberto Caballero, San Ignacio, Misiones.
9. Escuela Básica N° 1283 Padre Ramón Mayans, Isla Umbú, Ñeembucú.
10. Escuela Básica N° 1869 Gral. José Roa Benítez, Curuguaty, Canindeyú.
11. Escuela Básica N° 7721 San Pedro Apóstol, San Pedro del Ycuamandyyú, San Pedro.
12. Escuela Básica N° 1310 Dr. José G. Rodríguez de Francia, Pedro Juan Caballero, Amambay.

13. Escuela Básica N° 28 Próceres de Mayo, Horqueta, Concepción.
14. Escuela Básica Virgen de la Victoria, Villa Hayes, Presidente Hayes.
15. Colegio Nacional Blas Garay, Villa Hayes, Presidente Hayes.
16. Escuela Básica N° 349 Gral. Bernardino Caballero, Coronel Oviedo, Caaguazú.
17. Colegio Nacional EMD Dr. Eusebio Ayala, Eusebio Ayala, Cordillera.
18. Escuela Básica General Díaz, Mariscal Estigarribia, Boquerón.
19. Colegio Nacional Nuestra Señora del Perpetuo Socorro, Bella Vista, Amambay.
20. Escuela Básica N° 382 Acosta Ñu, San Antonio, Central.
21. Escuela N° 5590 y Colegio Nuestra Señora del Huerto, Ñemby, Central.
22. Colegio Nacional Nueva Londres, Nueva Londres, Caaguazú.

23. Colegio Nacional San Roque, Potrerito, Concepción.
24. Colegio Nacional Río Negro, Mbocayaty, Cordillera.
25. Escuela Básica N° 3233 Santa Luisa, Curuguaty, Canindeyú.
26. Escuela N° 7086 Eusebio Ayala, Ypané, Central.
27. APADEM - Colonias Unidas, Obligado, Itapúa.
28. Escuela N° 3364 Fray Teodoro, Coronel Oviedo, Caaguazú.
29. Escuela N° 37 Comandante Lara, Caraguatay, Cordillera.
30. Escuela Básica N° 804 República de El Salvador, Lambaré, Central.
31. Escuela Básica N° 3172 San Miguel Arcángel, Hernandarias, Alto Paraná.
32. Escuela Básica N° 475 Defensores del Chaco, Nueva Italia, Central.

70

TELECENTROS INSTALADOS HASTA DICIEMBRE DE 2014

33. Centro Casa de Acogida - Dequeni, Fernando de la Mora, Central.
34. Escuela Básica N° 375 Juan Gregorio Olmedo, Mbocayaty, Cordillera.
35. Escuela Básica N° 234 Gral. José Eduvigis Díaz, Concepción, Concepción.
36. Escuela Básica N° 966 Mcal. López, Dr. Juan Manuel Frutos, Caaguazú.
37. Escuela Básica N° 296 Dr. Juan Manuel Frutos, Dr. Juan Manuel Frutos, Caaguazú.
38. Escuela N° 489 Coronel Juan Ramón Escobar, Arroyos y Esteros, Cordillera.
39. Colegio Nacional Gregorio Ramón Cardozo, Acahay, Paraguari.
40. Escuela N° 704 Defensores del Chaco, Yaguarón, Paraguari.



41. Escuela N° 1807 San Francisco de Asís, Pilar, Ñeembucú.
42. Colegio Nacional Francisco Solano López, Capitán Bado, Amambay.
43. Escuela Básica N° 644 Adela Speratti, Obligado, Itapúa.
44. Colegio Nacional Santa Lucía, Coronel Oviedo, Caaguazú.
45. Escuela María Auxiliadora - Fe y Alegría, Areguá, Central.
46. Escuela Oñondive - Fe y Alegría, Luque, Central.
47. Escuela Clotilde Bordón, Villarrica, Guairá.
48. Centro Comunitario Sagrado Corazón de María - Dequeni, Ypané, Central.
49. Centro Comunitario El Triunfo - Dequeni, Caaguazú, Caaguazú.
50. Escuela San Cayetano - Fe y Alegría (Bañado Sur), Asunción.
51. Escuela N° 31 Braulio Zelada, San Pedro del Ycuamandyyú, San Pedro.
52. Escuela Básica N° 4719 San Salvador (Cía. Rincón), Limpio, Central.
53. Centro Comunitario Curupayty - Dequeni, Arroyos y Esteros, Cordillera.
54. Centro Comunitario Mitã Vy'a Renda - Dequeni, J. Augusto Saldívar, Central.
55. Colegio Nacional Florencio Zárate, Sapucaí, Paraguari.
56. Colegio Nacional Mauricio Cardozo Ocampo, Ybycuí, Paraguari.
57. Colegio Nacional Santa Ángela, Ybycuí, Paraguari.
58. Aldea Belén - Aldeas SOS, Belén, Concepción.
59. Escuela San Antonio - Fe y Alegría, San Lorenzo, Central.



60. Centro Educativo Arambé, Fundación Ramón T. Cartes, Luque, Central.
61. Fundación Club Cerro Porteño, Ypané, Central.
62. Municipalidad de Ñemby, Centro Cultural Digital Departamental, Ñemby, Central.
63. Servicio Nacional de Promoción Profesional (SNPP), Asunción.
64. Escuela Básica N° 2507 Manuel Ortiz Guerrero, Tomás Romero Pereira, Itapúa.
65. Escuela Básica N° 7136 Asentamiento 8 de Diciembre, Tomás Romero Pereira, Itapúa.
66. Colegio Nacional Carlos Antonio López, Trinidad, Itapúa.
67. Escuela Municipal N° 4878 Oñondivepa, Asunción.
68. Escuela Municipal N° 14716 Marangatu Rape, Asunción.
69. Escuela Básica N° 63 Dr. Pedro Zarza Roa, Yuty, Caazapá.
70. Colegio Nacional Cnel. Rogelio R. Benítez, Aba'i, Caazapá.



Luces para Aprender

La OIE²⁹ inició este proyecto en el 2012 a partir de un convenio con el MEC, específicamente a través de su Dirección General de Educación Indígena.

“Luces para Aprender” tiene como objetivo instalar energía solar y acceso a internet a más de 66.000 escuelas en Iberoamérica.

Avance por año

2011

- Firma de convenio con el MEC
- Identificación de escuelas

2013

- 12 escuelas en Paraguay con acceso a energía
- 4 escuelas con conectividad

2012

- Primeras escuelas inauguradas
- Firma de convenio con Tigo

2014

- 37 escuelas beneficiadas con el programa
- 4 escuelas con conectividad
- 2 escuelas conectadas con instituciones de educación del exterior del país

Una experiencia piloto en Paraguay planteó llegar a 40 escuelas en comunidades indígenas muy aisladas y en otras zonas rurales medianamente pobladas, ubicadas en Amambay, Concepción, Itapúa, Caazapá, Caaguazú y Canindeyú.

En el 2012 Tigo firmó un convenio con el MEC y la OEI con el fin de proveer de conexión a internet en forma gratuita a 20 escuelas del proyecto ubicadas dentro del área de cobertura. Al 2014, Tigo instaló el servicio de internet en 4 escuelas.



Componentes de Luces para Aprender

- **Energía:** instalación de placas solares en las escuelas y al menos un equipo informático.
- **Conectividad:** conexión a internet en el centro educativo.
- **Formación docente:** formación para incorporar tecnologías de la información y la comunicación en el aula.
- **Fortalecimiento comunitario** a través del acceso de energía eléctrica e internet.
- **Sostenibilidad:** plan para la conservación de infraestructura y capacitación a jóvenes de la comunidad en el mantenimiento de las placas solares y el sistema energético.

Alianza con Dequení

- *Tigo contribuye con la misión de Dequení de promover la superación de la pobreza de niños, adolescentes y sus familias a través de una corriente solidaria.*

Durante el 2014, la empresa motivó a sus colaboradores a participar de las actividades de la Fundación y apoyar el desarrollo y la protección a la niñez paraguaya.

La Corrida de la Solidaridad invitó a empresas a correr, con sus colaboradores, por una mejor educación para los niños. De esta manera, destacó el pedido de aumentar la inversión para la educación: “7% del PIB para la educación”. Para este evento, se realizaron actividades de sensibilización al interior de Tigo y jornadas entrenamiento para participar como equipo empresarial de la 3ª Corrida de la Solidaridad, el domingo 24 de agosto en el Parque Ñu Guasu.

- *Los corredores de Tigo tuvieron una entusiasta participación en la 3ª Corrida de la Solidaridad de Dequení.*

La empresa también apoyó la organización de la Noche del Pan y el Vino, que se realizó el 9 de mayo en el Teatro del Banco Central del Paraguay, un distinguido encuentro anual con benefactores de Dequení.

Con su apoyo institucional, Tigo propició la participación de Dequení en espacios de incidencia pública, redes y consejos para la protección de la niñez y la adolescencia.

Alcance 2014 del apoyo de Tigo a Dequení



Dequení también participa del proyecto “Tigo en tu Comunidad”, propiciando el acceso a la tecnología y la transformación comunitaria a través de los telecentros. Hasta el 2014, se instalaron 4 telecentros en distintos proyectos de la fundación.

Se viene la tradicional Corrida de Dequení
el domingo 24 de agosto, en el parque Ñu Guasú.

Las primeras 20 personas que se anoten enviando un mail a Camila.Varela@tigo.net.py confirmando su presencia, son quienes quedarán habilitadas para participar del evento representando a nuestra empresa.

Unámonos un año más a esta causa que nos mueve,
¡a correr por nuestros niños!

Área de Responsabilidad Corporativa
Tigo Paraguay

En alianza con Unicef

En Octubre de 2014, Tigo presentó dos iniciativas de protección a la infancia en alianza con el MSPBS³⁰ y Unicef.

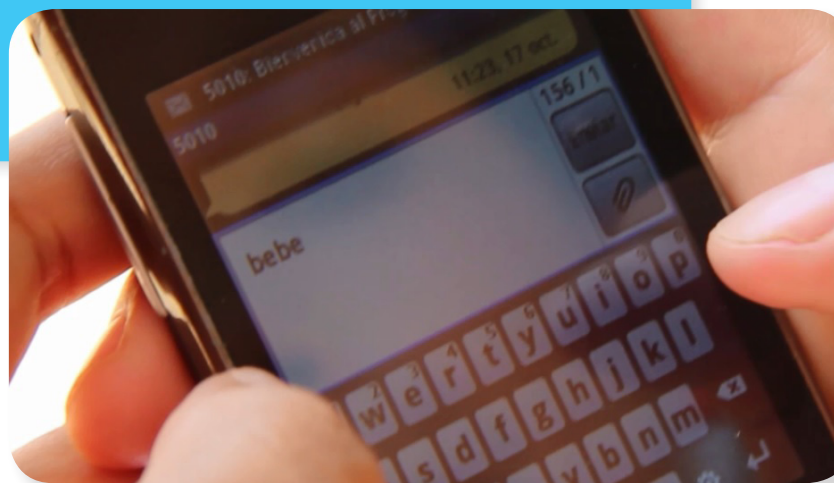
“Tu Bebé” es un servicio gratuito que, vía mensajes de texto a teléfonos celulares, entrega contenido a mamás de todo el país. Esta información, basada en la edad del bebé desde el periodo de gestación hasta el primer año de su nacimiento, busca prevenir muertes evitables. Para suscribirse, la usuaria solo debe enviar gratis la palabra “BEBE” al 5010.

- *Mamás de todo el país recibieron vía SMS mensajes con recomendaciones y datos clave del embarazo que ayudaron a tomar decisiones rápidas y oportunas para evitar complicaciones y salvar vidas.*

Esta aplicación se desarrolló como parte de la Campaña #CeroMuertesEvitables, que buscó reducir los índices de mortalidad infantil en el Paraguay.

En el país, una mujer muere cada tres días por causas relacionadas con el parto, todos los días fallecen cuatro niños menores de 28 días; en ambos casos, la mayoría de las muertes es evitable. Es importante destacar que el 20% de las muertes maternas se registra en adolescentes embarazadas, debido a que sufren mayores riesgos por su corta edad.

- *Tigo asumió el compromiso firme de proteger a la niñez.*



Salas de Lactancia

También en alianza con Unicef, fue habilitada en el mes de agosto una sala de lactancia en la oficina principal de Tigo, en Fernando de la Mora, en el marco de la Semana Internacional de la Lactancia Materna.

Las salas de lactancia son espacios especialmente dedicados a las madres cuyos hijos se encuentren en periodo de amamantamiento, y brindan comodidad para la extracción y el almacenamiento de la leche materna.

La Semana de la Lactancia Materna es auspiciada por la Alianza Mundial por la Lactancia Materna (WABA, por sus siglas en inglés), que es una alianza mundial de redes y organizaciones que protegen, promueven y apoyan la lactancia materna, y que tiene status consultivo con Unicef y con el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (ECOSOC).

Posteriormente, otra sala de lactancia, para clientes y colaboradoras, fue habilitada en la Tienda Tigo de Mcal. López y San Martín, en Asunción. En el 2015 se habilitarán otras 5 salas de lactancia en diferentes instalaciones de la empresa.



- Las salas de Lactancia son montadas con el asesoramiento de la Dirección de Salud Integral de la Niñez y la Adolescencia (MSPBS) y Unicef.



Programa Embajadores Digitales

Embajadores Digitales es un proyecto de Tigo que busca brindar a la mayor cantidad de personas la oportunidad de acceder al mundo digital en forma segura y responsable.

Este año, Tigo continuó desarrollando el proyecto, por cuarto año consecutivo, propiciando espacios que ayudaron a articular esfuerzos con otras organizaciones, públicas, privadas e internacionales.

Este es el caso del Seminario sobre Protección de la Infancia Online organizado por Unicef, GSMA³¹ América Latina³² y Tigo realizado el 13 y 14 de octubre de 2014, con la participación del MIC³³, Unicef, SENATICS³⁴ y el Ministerio Público. A partir de este evento se organizó una mesa de trabajo para articular las acciones de las diferentes organizaciones. Fue el primero de su tipo en Latinoamérica.

Avance de “Embajadores Digitales”

2013

7.705 alumnos, 715 padres, 519 docentes y 395 colaboradores alcanzados.

9.334 personas capacitadas.

101 charlas en empresas, universidades, institutos técnicos y otros.

2014

2 workshops con la GSMA, MIC, Unicef, SENATICS, Fiscalía.

1 mesa de trabajo con Unicef, Fiscalía, Secretaría de la Niñez y la Adolescencia y ONG.

● *La industria de las telecomunicaciones en Paraguay se reunió para trabajar sobre la protección online de la infancia.*

La iniciativa partió de la convicción de que la colaboración es clave para proteger a los niños que tienen acceso a internet; que los mejores resultados se logran cuando operadores móviles y proveedores de servicio de internet trabajan en conjunto con el Gobierno, el Poder Judicial y la sociedad civil para desarrollar programas y procesos que salvaguarden los derechos de los niños en el mundo digital.

Durante este encuentro, las operadoras móviles de Paraguay trabajaron sobre las Directrices de la Industria para la Protección de la Infancia Online, lanzadas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU) y Unicef.

Las Directrices para la Industria sobre Protección de la Infancia Online³³ proveen consejos a la industria de las TIC para contribuir a promover el uso seguro de internet por parte de los niños y adolescentes, así como proveer una guía de cómo favorecer la ciudadanía digital responsable, educación y participación cívica.

- 31 Groupe Speciale Mobile Association.
- 32 www.itu.int/en/cop/Pages/guidelines.aspx
- 33 MIC, Ministerio de Industria y Comercio.
- 34 SENATICS: Secretaría Nacional de Tecnologías de Información y Comunicación.

● *Estas directrices exhortan a asumir una responsabilidad compartida entre todos los actores de la sociedad para así asegurar un entorno seguro y saludable para los más pequeños.*

Expertos internacionales acompañaron el seminario en Paraguay: Katia Dantas de ICMEC (International Centre for Missing and Exploited Children), Fred Langford y Eija Hietavuo de IWF (Internet Watch Foundation), Milka Pietikainen de Millicom, Jenny Jones y Mauro Accurso de GSMA.

Alianza con Teletón

La diversidad e inclusión social es un área de trabajo destacado del Programa de Responsabilidad Social Corporativa de Tigo en Paraguay. Abarca no solo la accesibilidad de los edificios, sino también las campañas de sensibilización, la movilización del voluntariado corporativo, la inclusión laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de productos y servicios inclusivos.



Por sexto año consecutivo, renovó su compromiso con esta organización y comprometió su activa participación en sus principales actividades: la Gran Comilona, la gira por el interior del país y la maratón televisiva. En todos los casos, movilizó a sus colaboradores como voluntarios y a los clientes.

- Tigo brinda un importante apoyo a las actividades de la Fundación Teletón en el Paraguay.



- Más allá de derribar las barreras arquitectónicas, Tigo trabaja para derribar las barreras culturales para lograr una sociedad inclusiva.



Gran Comilona

- *La Comilona es un evento solidario que se convirtió en la fiesta gastronómica más importante del país.*

Bajo el eslogan “Un mensaje de esperanza en cada plato”, Tigo apoyó la Gran Comilona de Teletón que se realizó el domingo 1 de junio en Rakiura Resort Day. Cerca de 50 voluntarios de Tigo ofrecieron a los comensales la riquísima y tradicional paella, elaborada por los chefs de la Taberna Española. Lo recaudado durante el evento aportó al sostenimiento de los Centros de Rehabilitación Integral de Teletón (CRIT) de Asunción, Coronel Oviedo y Paraguarí.



Maratón de Teletón 2014

Este gran evento se realizó el 31 de octubre y el sábado 1 de noviembre. Bajo el eslogan “El centro somos todos”. Por sexto año consecutivo, Tigo fue el operador oficial, apoyó la causa no solo como sponsor, sino también como canal de donación.

- *Para Tigo, es muy importante ser parte de la construcción de un Paraguay inclusivo; por ello se involucra e invita a toda la ciudadanía a participar activamente y realizar donaciones para apoyar esta importante causa.*



Donaciones a través de SMS y Tigo Money

Los clientes de Tigo enviaron sus donaciones a través de mensajes de texto (SMS) sin costo con la palabra TELETON al 220 o se acercaron a los más de 3.000 puntos de Tigo Money y 16 centros de atención al cliente Tigo habilitados en horario extendido. Los clientes de Tigo Money también donaron con dinero electrónico en su billetera.

- *Tigo no cobró comisiones por los servicios y las donaciones fueron destinadas íntegramente a la Fundación Teletón.*

Duplicación de donaciones

En esta edición, Tigo duplicó las donaciones realizadas por los clientes a través de los diferentes canales habilitados. Es decir, además de entregar íntegramente el monto donado por sus clientes, la empresa hizo una donación a la Fundación por el mismo monto.

Canal digital

Tigo habilitó un canal digital para que todas aquellas personas que trabajaban por Teletón durante la telemaratón compartieran sus esfuerzos a través del hashtag #ElCentroSomosTodos en las redes sociales. Mensajes y respuestas fueron visualizados en la página web www.elcentrosomostodos.com.

Movilización de voluntarios Tigo

Las principales actividades del voluntariado corporativo se organizaron en el marco de la Gran Comilona Teletón y la maratón Teletón. En la primera, participaron cerca de 50 voluntarios, y en la segunda, más de 300.



Donaciones a Teletón

| AÑO | SMS | Tigo Money | Colaboradores Tigo | Donación de la empresa |
|------|----------------|----------------|--------------------|------------------------|
| 2010 | G. 386.331.000 | - | G. 33.846.000 | G. 700.401.000 |
| 2011 | G. 404.779.303 | - | G. 41.150.000 | G. 500.000.000 |
| 2012 | G. 492.821.349 | G. 150.617.391 | G. 66.107.050 | G. 700.000.000 |
| 2013 | G. 629.293.382 | G. 203.839.778 | G. 78.319.650 | G. 650.000.000 |
| 2014 | G. 729.296.000 | G. 524.544.962 | G. 64.286.350 | G. 1.250.000.000 |

Premios Conecta

En setiembre de 2014, la empresa social paraguaya Koga Social Business Lab, la organización internacional Ashoka y Tigo, desde su área de Responsabilidad Corporativa, lanzaron por primera vez los Premios Conecta, buscando inspirar a jóvenes paraguayos y demostrar su compromiso social, a través de emprendimientos de impacto social basados en plataformas tecnológicas.

● *A través de Conecta, Tigo estimula emprendimientos tecnológicos con un enfoque social, confiados en el poder que tiene la tecnología para el desarrollo y la transformación social.*

Se seleccionaron 10 proyectos finalistas, y en diciembre de este año tres equipos resultaron ganadores, a los que se les brindó la oportunidad de desarrollar sus proyectos digitales orientados a dar respuesta a alguna problemática social o ambiental.

● *En esta primera edición, se presentaron 102 equipos conformados por jóvenes mayores de 18 años de Asunción, Gran Asunción, Caacupé, Ciudad del Este, Encarnación y San Pedro.*

PREMIOS **tigo**
conecta
En alianza con **KOGA**

Los indicadores de selección fueron la creatividad de los proyectos, el impacto, la sustentabilidad, la solidez, la diversidad de los integrantes y la claridad del objetivo, entre otros.



Los tres equipos ganadores recibieron capital semilla para sus proyectos y el acompañamiento de Koga y Teixidó por 3 meses, además del asesoramiento de Legal Startup. Los ganadores fueron incorporados a la comunidad global "Avancemos" de jóvenes líderes de cambio de la organización internacional Ashoka.



El elegido por la gente

Samsung Paraguay también apoyó la iniciativa, premiando el proyecto más votado por la gente en la página web de Conecta con 4 unidades de Galaxy Tab 4. El ganador de este premio fue Po Paraguay.

PREMIOS **tigo**
conecta
En alianza con **KOGA**

El primer puesto: Po Paraguay

Plataforma online de medición, diseño y distribución para prótesis impresas en 3D. Su objetivo es brindar la posibilidad de adquirir prótesis personalizadas, a un bajo costo y en menor tiempo.

Premio: US\$ 5.000 + acompañamiento de Koga y Teixidó por 3 meses + incorporación a la comunidad global "Avancemos" de Ashoka.

"Existen en el país 1.200.000 personas con algún tipo de discapacidad. Uno de cada mil personas nace con alguna anomalía en el brazo o en la mano, sin contar la cantidad de personas que sufren accidentes de tránsito o accidente laboral. Nosotros vemos que menos de 1% de estas personas pueden acceder a una prótesis. Con Po Paraguay queremos hacer posible que las personas con discapacidad en las manos puedan adquirir prótesis personalizadas, a un bajo costo y en menor tiempo."

Eric Dijkhuis

El segundo puesto: Celiapp de Fupacel (Fundación Paraguaya de Celiacos)

Consiste en una aplicación que ofrecerá información actualizada sobre alimentos permitidos para celíacos, lugares dónde comprarlos, lector de código de barras de los productos, noticias y guía médica, que contribuirá al tratamiento de la celiaquía, que es la dieta libre de gluten.

Premio: US\$ 3.000 + acompañamiento de Koga y Teixidó por 3 meses + incorporación a la comunidad global "Avancemos" de Ashoka.

"Cada vez que un celíaco consume gluten se está envenenando. La celiaquía es una enfermedad en que el gluten atrofia las paredes intestinales, trayendo consigo consecuencias irreparables. El gluten se encuentra en cereales como el trigo, la avena, el centeno y la cebada, es decir, en todas las harinas tradicionales. Es decir, el único tratamiento efectivo es la alimentación libre de gluten."

Luciana González

Tercer puesto: Proyecto Guaranglish

Aplicación interactiva para guaraníparlantes que desean aprender inglés, y viceversa. La intención es derribar las barreras de la información y promover la igualdad de oportunidades para miles de personas.

Premio: US\$ 2.000 + acompañamiento de Koga y Teixidó por 3 meses + incorporación a la comunidad global "Avancemos" de Ashoka.

"Esta propuesta surge de una experiencia llevada a cabo en la ciudad de Cecilio Báez, en donde 20 jóvenes guaraníparlantes aprenden inglés. Hoy tenemos un aliado que es la tecnología; con guaranglish queremos ser un aliado para conectar personas y oportunidades y mostrar nuestra cultura a nivel mundial".

Luis Rojas



Última Milla

El programa “Última Milla”, financiado por el BID, se inició en el 2011 con la meta de bancarizar a unas 45.000 personas de 50 ciudades, sin acceso a servicios financieros. El objetivo fue implementar un modelo de negocio que articule la gestión de entidades financieras y del operador de telefonía celular.

En noviembre de 2014, concluyó este exitoso programa con un alto impacto social, alcanzando a 500.000 personas con servicios financieros móviles, residentes en zonas aisladas y con difícil acceso al sistema financiero.

- *Última Milla permitió la inclusión financiera a través del acceso a servicios como créditos, giros y pagos a través de 3.200 puntos de venta Tigo Money de 240 distritos distribuidos en todo el territorio.*

Con el Banco Familiar se desarrolló el servicio “CrediMóvil”, para facilitar el acceso al crédito. Desde el 2013, este servicio brindó créditos a más de 40.000 personas.

- *Tigo Money cosechó el premio del BID como mejor proyecto en Finanzas Digitales 2014, en el marco del Premio Interamericano a la innovación financiera y empresarial.*

Educación financiera vía SMS

Tigo y Visión Banco desarrollaron desde el mes de julio de 2014 un innovador sistema de enseñanza, que convirtió al celular en un medio para el aprendizaje. El programa de educación financiera, a través de mensajes de texto sin costo para los usuarios, se integró al proyecto “Última Milla”.

En la primera fase, el programa estuvo disponible para usuarios de San Pedro, Cordillera, Lambaré, Luque, San Lorenzo, Fernando de la Mora, Capiatá, Areguá, Ñemby, Villa Elisa y Mariano Roque Alonso, llegando a más de 44.000 personas.

El mecanismo del curso incluyó el envío de mensajes desde el número 606 de Tigo con información del proyecto, luego de tips educativos. Posteriormente, el usuario recibía preguntas que le permitirán evaluar el avance de su aprendizaje, y al responderlas recibirá minutos de regalo.

- *Al cierre de la Capacitación, fueron premiados 11 ganadores del Programa de Educación Financiera Móvil.*

Módulos de Educación Financiera con Visión Banco

Módulo 1:
PRESUPUESTO

Módulo 2:
AHORRO E
INVERSIÓN

Módulo 3:
CRÉDITO

Módulo 4:
SERVICIOS
FINANCIEROS

Módulo 5:
EMPREDURISMO

Módulo 6:
CRÉDITO II

Avance de los módulos de capacitación a través de SMS

- Más de 44.000 clientes recibieron regularmente los Tips de educación financiera a través del celular.
- 9.700 clientes contestaron las evaluaciones a los módulos de capacitación: 4.000 clientes por cada módulo, en promedio.
- 92% de las respuestas fueron correctas, lo que confirma la incorporación de conocimientos.
- 65 personas fueron suscritas al programa de capacitación.
- 22% de participación, lo que superó la expectativa inicial.

Otras acciones

Campaña para ayudar a las familias afectadas por las inundaciones

Ante la situación de miles de familias desplazadas por las inundaciones de los ríos y las intensas lluvias, Tigo organizó una colecta de alimentos, ropas y frazadas, movilizándolo a sus colaboradores en diferentes locales. La colecta estuvo vigente del 5 al 13 de junio de 2014 y lo logrado fue entregado al Arzobispado de Asunción, institución encargada de coordinar los esfuerzos de ayuda ante esta emergencia.

Además Tigo apoyó otras iniciativas ciudadanas como el proyecto "Chake Ou" de Plan Paraguay, la Campaña Luque Solidario y la Campaña ASU solidaria. Para estas campañas de movilización públicas Tigo donó saldo de minutos para los voluntarios. Las personas pudieron donar a través de Tigo Money y SMS. La empresa también apoyó con mensajes de sensibilización a sus clientes, entregó equipos y líneas telefónicas para la recepción de llamadas y la coordinación. Tigo TV habilitó una pantalla gigante y movilizó famosos y aliados de prensa.

Teniendo en cuenta la dramática situación que están viviendo cientos de nuestros compatriotas afectados por las intensas lluvias y crecidas en nuestro país; les invitamos a que juntos, como familia Tigo, ayudemos a estas familias con:

- Alimentos no perecederos
- Ropa y abrigos
- Frazadas y mantas

Los aportes serán recepcionados desde el jueves 5 de junio al viernes 13 de junio en: Edificio Tigo, 4M, Eusebio Ayala, Encarnación, Concepción, Ciudad del Este, Pedro Juan Caballero y Coronel Oviedo.

Dejó tu aporte en los puntos de colecta señalizados en cada edificio, demostrará tu solidaridad y logremos juntos una colecta histórica.

Contamos contigo! :)

* Es una iniciativa del equipo Customer del Edif Tigo, apoyada por el área de Responsabilidad Corporativa.

Club de Donantes

En junio de 2013 se concretó un convenio con el Programa Nacional de Sangre (PNS) del MSPBS, a partir del cual Tigo inició la promoción para sumar a sus colaboradores al Club de Donantes de Sangre.

Este proyecto busca mejorar el stock de sangre segura disponible para pacientes en situación de urgencia en diferentes comunidades del país.

Para implementar esta iniciativa, Tigo nombró a un trabajador de la empresa como coordinador y facilitó medidas para su funcionamiento, conforme a un reglamento interno.

- *Paraguay necesita 80.000 volúmenes de sangre para cubrir la necesidad nacional. Se necesita cubrir un déficit de casi 50%. Tigo quiere colaborar a través de un Club de Donantes.*

Colecta interna para Techo

El 6 y 7 de setiembre se realizó una Colecta al interior de las oficinas de Tigo para reunir fondos a beneficio de la Fundación Techo, apoyando de esta manera la mejora de la calidad de vida trabajando en comunidades vulnerables del país.

Esta iniciativa se realizó en los locales de 4 Mojones (Casa Central), Eusebio Ayala, Palma, Edificio Tigo (Mariscal López y San Martín) y Tigo Star, y fue bien recibida por los colaboradores de la empresa. Voluntarios de Techo visitaron las oficinas de Encarnación, Ciudad del Este y Coronel Oviedo para que los colaboradores puedan realizar sus donaciones.



Requisitos para integrar el Club de Donantes

- Contar con una edad de entre 18 a 65 años.
- Peso igual o mayor a 55 kg.
- Hemoglobina igual o mayor de 12 gramos por dL.
- Buen estado de salud.
- No incurrir en conductas de riesgo*: promiscuidad, drogadicción, VIH.
- Que la muestra de su sangre sometida a estudios serológicos dé como resultado "no reactivo".

De no reunir estos requisitos, el miembro no podrá asociarse al Club como colaborador para promocionar la donación voluntaria de sangre.

La cantidad de sangre a donar, por persona, no excederá los 450 mililitros (menos del 10% de su volumen total de sangre).

Es importante recordar que para donar sangre no se debe estar en ayunas, solo se extrae el 10% de sangre (380 ml), que es repuesto al momento con la ingesta de líquidos. Los hombres pueden donar hasta cuatro veces por año; las mujeres, hasta tres.

Capacitación de periodistas

El Foro de Periodistas del Paraguay (FOPEP) y Tigo realizaron durante el 2014 una serie de conferencias en el interior del país, en alianza con universidades, creando espacios de capacitación y actualización para los profesionales del periodismo y estudiantes.

Las conferencias, de acceso libre y gratuito, fueron organizadas en Ciudad del Este, Coronel Oviedo, Encarnación y San Juan Bautista.

● *"@periodistas en la era digital" tuvo como expositores a los periodistas Andrés Colmán Gutiérrez, Richard Ferreira Candia y Susana Oviedo.*

En abril, en el marco del Día del Periodista, se organizó el panel "Periodismo integrado y convergencia de medios: Los desafíos de la era digital". Participó del evento, Mariano Vico, periodista argentino y coordinador del proyecto de redacciones integradas de Artear Argentina para Canal 13 y TN Todo Noticias.

Desayuno de trabajo con Bernardo Kliksberg

El desayuno de trabajo congregó el 6 de noviembre a empresarios de diversas áreas invitados por la STP³⁵, Tigo y CENCOPAN, con el objetivo de que las empresas dimensionen su rol en el ámbito de la educación y los efectos positivos que genera la participación privada.

● *Bernardo Kliksberg, reconocido internacionalmente como fundador de la gerencia social, compartió sus conocimientos sobre la contribución a la educación pública desde el sector privado.*



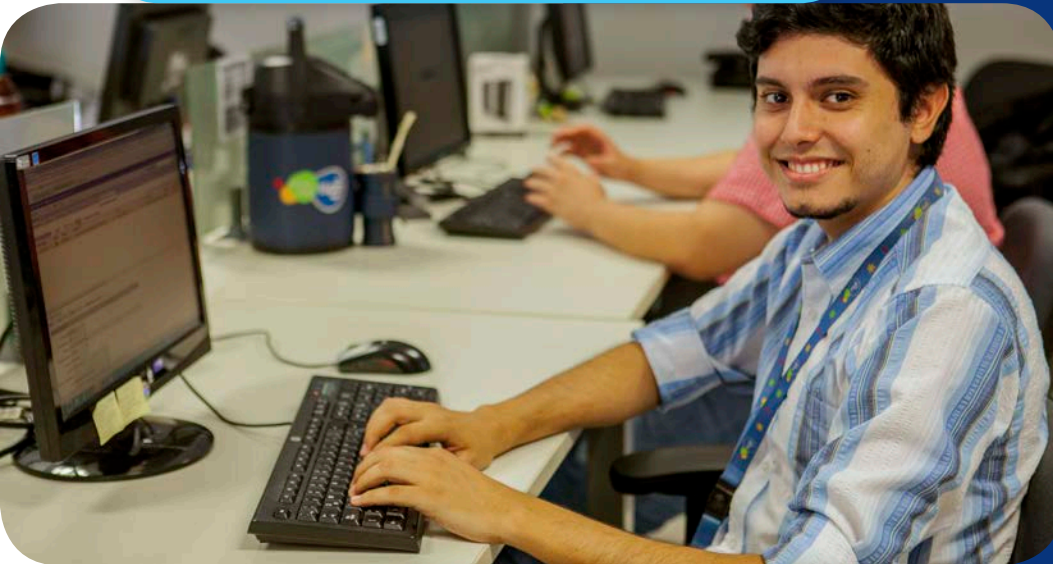
Principio N° 2:
No ser cómplice de abusos de los Derechos Humanos.

Tigo realiza esfuerzos permanentes para internalizar los principios comprometidos con el Pacto Global, buscando una gestión empresarial que respete los Derechos Humanos y valore la dignidad de las personas.



TRABAJO

- *Nuevamente en el 2014, Tigo se ubicó en el ranking de la Great Place to Work, esta vez en 5ª posición.*



- *El ambiente laboral de Tigo alienta el crecimiento personal y aprendizaje continuo.*

La Compañía se compromete a mantener un ambiente de trabajo seguro, mitigando los riesgos reconocidos. Como compañía, Tigo está comprometida con la igualdad de oportunidades laborales y el tratamiento imparcial de todos los individuos, basados en calificaciones relacionadas al trabajo, sin tener en cuenta raza, color de piel, género, edad, nacionalidad u origen étnico, religión, credo, orientación sexual, estado civil, ciudadanía, discapacidad o cualquier otro concepto prohibido por ley.³⁶

Trabajadores de Tigo por año

2011

1.676

2012

1.676

2013

1.426

2014

1.461



Principio N° 3:
Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.

Uno de los principales objetivos de Tigo es el tratarse los unos a los otros con respeto y dignidad, valorando las diferencias individuales y culturales. El reconocer esa calidad excepcional empieza con las personas; la empresa otorga la autoridad suficiente a los individuos para desarrollar sus capacidades al máximo para así satisfacer a sus clientes.

Tigo People

En 2014, la fuerza laboral de Tigo en Paraguay estuvo conformada por 3.249 personas, de las cuales 1.461 fueron colaboradores contratados y 1.788 colaboradores tercerizados. Este año fueron contratados 501 colaboradores tercerizados del sexo femenino y 960 del sexo masculino.

En cuanto a inclusión laboral de personas con discapacidad, Tigo cuenta con experiencias exitosas ya que la inclusión se vive de manera transversal en toda la compañía. Cinco personas con discapacidad forman parte del plantel de colaboradores, y todas las oficinas Tigo a nivel país cuentan con rampas de accesibilidad y otras adecuaciones.

En este sentido, para los próximos años, se proyecta un diagnóstico de accesibilidad de las principales oficinas, un plantel de atención al cliente entrenado en materia de inclusión y un programa interno de visitas, pasantías e incorporación de más personas con discapacidad.



Política de beneficios a empleados³⁷

La actual Política de Beneficios para los colaboradores de Tigo tiene vigencia desde octubre de 2013 e implementa una variedad de servicios para funcionarios de las empresas que forman parte de la compañía.:

Entre estos servicios se incluyen:

- Cumpleaños: un día libre y un regalo
- Casamientos: regalo de USD 200, 5 días hábiles de permiso y un obsequio.
- Nacimientos: regalo por maternidad, paternidad o adopción, USD 200 por cada hijo/a y un obsequio para el bebé.
- El permiso por paternidad es de 5 días hábiles, y el de maternidad es 90 días corridos. En caso de adopción, la madre tendrá permiso de 60 días corridos, y el padre 5 días hábiles.
- Amamantamiento: 2 horas diarias de permiso para la madre durante el periodo de amamantamiento, hasta los 6 meses de edad del recién nacido³⁸.
- Beneficio adicional por maternidad: 2 salarios mientras dure el permiso por maternidad.
- Reposos por enfermedad: cobertura del 100% del salario cuando los reposos son iguales o superiores a 15 días, además del 50% del promedio de salarios gestionado por IPS.
- Fallecimiento: ayuda social de USD 100 y 5 días hábiles de permiso, en caso de fallecimiento de padres, cónyuges, hijos y hermanos. La ley además contempla 3 días hábiles en caso de fallecimiento de abuelos, no así la ayuda social.
- Seguro médico: beneficio del 55% del seguro médico familiar o individual designado por Telecel a ser descontado a través de la Asociación de Empleados. En el caso de los gerentes, la empresa abonará el 100% del seguro médico familiar o individual, quedando a elección del gerente la empresa prestadora. El monto máximo a reembolsar será el mismo monto del costo de la empresa designada por Telecel en forma colectiva.
- Almuerzo: subsidio alimenticio de Gs. 330.000 por mes, a excepción de Subgerentes y Gerentes.
- Beneficios adicionales según Ley 286/93: anualmente, la empresa podrá otorgar a sus colaboradores un premio monetario independiente al salario u otros

beneficios establecidos por ley, cuyo monto es definido por la compañía.

- Permisos por estudio.
- Reconocimiento a nuevos egresados.
- Descuento en la compra de equipos de telecomunicaciones.
- Líneas de empleado y Plan Familia.
- Cursos y especialización para empleados.
- Cursos de capacitación en idiomas extranjeros

37 | POL_RRH_06

38 | Beneficio no aplicable a Transcom por menos carga horaria.



Asociación de Empleados Tigo

La empresa también cuenta con una Asociación de Empleados conformada por colaboradores interesados en compartir servicios y beneficios. La asociación tiene sede en la casa central de Tigo.

- 1.307 colaboradores de Tigo forman parte de la Asociación de Empleados.

Asociados
por año

2013

1.274

2014

1.307

Beneficios para miembros de la Asociación de empleados:

- Descuentos en comercios (farmacias, tiendas de ropas y otros).
- Retiro de productos a cuotas y sin intereses en comercios de electrodomésticos, mueblerías, ópticas, joyerías.
- Préstamos personales a través de la Asociación.
- Retiro de productos y servicios de Tigo en cuotas y sin intereses (teléfonos, cable, internet, entradas a conciertos, etc.).

Vida saludable en Tigo

Buscando alcanzar el mejor ambiente laboral, además de la política de beneficios, Tigo desarrolla desde el 2010 el Programa “Work and Life”, orientado a lograr un equilibrio entre el tiempo de trabajo y la vida familiar y personal.

Durante el año, se destacan las siguientes actividades:

- En el gimnasio habilitado en la sede central en 4 Mojones se desarrollaron clases de zumba.
- En el menú del comedor se incluyeron alimentación saludable, frutas y la tradicional Caesar salad.
- Los proveedores del comedor fueron auditados por un equipo de nutricionistas para garantizar la calidad de los alimentos y la inclusión de opciones sanas.
- El área de finanzas implementó 3 viernes por la tarde libres al mes.
- El resto de los colaboradores implementó el viernes “4 YOU”, con salida a las 16 horas los días viernes.
- Todas las mujeres en etapa de amamantamiento tuvieron 2 horas menos de trabajo³⁹.
- La sala de lactancia estuvo habilitada en 2 sucursales más.
- El Concurso de descenso de peso se realizó en una nueva edición.



El Concurso de descenso de peso duró 3 meses y contó con la participación de 60 colaboradores en 3 categorías.



39 | Beneficio no aplicado a colaboradores con contacto directo con clientes.

Salud ocupacional

Tigo cuenta con una política de seguridad ocupacional que abarca la supervisión y el control en obras, la protección del personal, la prevención de accidentes de trabajo y las reglas de seguridad en trabajos de riesgo.

- *El Manual de Salud Ocupacional HSE de Millicom⁴⁰ define la estructura creada y los programas de Salud y Seguridad Ocupacional.*

El principal objetivo de esta política es optimizar la Asistencia Sanitaria Integral de los colaboradores, la instalación de un medio ambiente saludable y el establecimiento de una política de prevención de riesgos ocupacionales.

Se busca de esta manera garantizar un nivel elevado de bienestar físico, psicológico y social de todos los funcionarios, así como de los usuarios de sus servicios, lo que a su vez impacta en mejores índices de eficiencia en todas las actividades de la empresa.

Como todo proceso, la instalación de esta política y la implementación de su estrategia requieren la colaboración y el compromiso de todos los colaboradores de la empresa y deben estar integradas en todos los procesos.

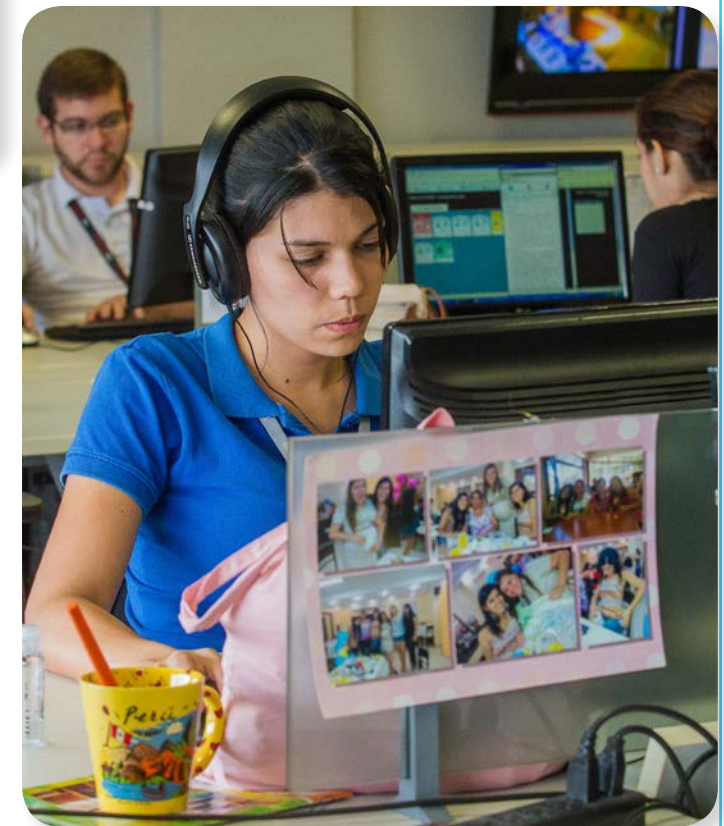
En este sentido, tanto el compromiso como la capacitación son esenciales, ya que ninguna situación de emergencia justifica la desatención de la seguridad y salud de las personas.



- *Tigo anima a sus colaboradores a trabajar de manera segura, fomentando la responsabilidad, la salud y seguridad de los otros.*

Otro de los objetivos importantes es reducir el desperdicio, tanto de consumo de energía como del agua. Así también, se promueve la reutilización y el reciclaje de materiales en todas las operaciones, promoviendo de esta manera la cultura de sustentabilidad.

En caso de riesgos, la prioridad es salvar las vidas humanas, y por ello, dos veces al año se realizan procedimientos o simulacros de evacuación, con la intención de reforzar los mecanismos para enfrentar casos de accidentes, desastres o emergencias.



Principales actividades del 2014

- Capacitaciones en materia de seguridad, como también un manejo defensivo.
- Brigadistas.
- Seguridad en depósitos y almacenes.
- Modo de uso y prevenciones con montacargas.
- Capacitaciones a guardias de seguridad en acciones de emergencia.
- Durante la Semana de la Salud se realizaron controles de vista, oído y exámenes médicos de rutina.
- En cuanto a los incidentes del 2014, se registraron apenas dos incidentes, que fueron controlados sin índices de gravedad.

Las medidas de prevención más destacadas son las capacitaciones. De esta forma, se logra que las personas identifiquen a los expuestos a diferentes riesgos (áreas técnicas, de ingeniería y guardias de seguridad), específicamente en seguridad en almacenes, trabajos en altura, trabajos con riesgo eléctrico y primeros auxilios.

- *Las señalizaciones de seguridad ubicadas en los edificios de Tigo informan sobre riesgos, recomendaciones y planos de evacuación.*



Dentro de las instalaciones de la compañía se ubicaron dispositivos de seguridad, los cuales apuntan a prevenir incendios, trabajando de manera conjunta, para resguardar la integridad de las personas.

- *Equipos de protección personal son dotados a técnicos e ingenieros expuestos a situaciones de riesgo, siguiendo las recomendaciones de seguridad.*

Semana de la seguridad y salud laboral

- *Para Tigo, la salud y seguridad de sus colaboradores es una prioridad.*

En el 2014, la semana de Seguridad y salud laboral inició el 28 de abril con una campaña de nutrición, en la que se buscó sensibilizar sobre la importancia de una alimentación saludable. Esta incluyó, entre otras acciones, la distribución de frutas a los colaboradores de varias sucursales.

El 29 de abril se realizó una jornada donación de sangre, en cuya motivación y sensibilización se viene trabajando desde el 2013. La Semana cerró el 2 de mayo con atención oftalmológica gratuita a los empleados.

Prevención y protección contra incendios

Tigo cuenta con una brigada de colaboradores en la Casa Central de 4 Mojones, que desempeña funciones específicas en el caso de alguna eventual emergencia. Este equipo es capacitado anualmente sobre medidas de evacuación, prevención de accidentes y atención de primeros auxilios. Los brigadistas asumen un especial liderazgo en sus equipos de trabajo para la atención y prevención de accidentes.

Durante el año se realizaron capacitaciones a los brigadistas (personal y guardias) sobre primeros auxilios, sistema de evacuación ante evento de incendio, modo de uso y clasificación de extinguidores.

- *Se realiza en forma periódica la verificación, el mantenimiento preventivo y el mantenimiento de los sistemas contra incendios, y la dotación de mecanismos adecuados en lugares sin sistemas.*

Tigo cuenta con sistemas de prevención y detección de incendios:

- Detección por aspiración de humo
- Detección lineal óptico de humo
- Extinción automática de gas
- Extinción manual

Los extintores se encuentran situados en todas las instalaciones de Tigo. Es el medio más eficaz para actuar de manera rápida y ante un principio de incendio. Todos se encuentran a mano, tienen un peso que permite utilizarlo por cualquier persona y se encuentre en buenas condiciones de uso, con mantenimientos constantes.

- *Todos los extintores de la empresa fueron verificados por el INTN. [4]*

Las instalaciones de la empresa también cuentan con bocas de incendio equipadas, ubicadas de manera estratégica y atendiendo un recorrido real máximo de 30 metros.

Existen puestos de enfermería en las sucursales de Tigo Curva, Cónsul y Mcal. López. Los demás locales cuentan con botiquines de primeros auxilios.

Al personal de Logística se capacitó sobre precauciones de uso de montacargas, manejo defensivo y actualizaciones de políticas de conducción. El plantel de guardias fue capacitado en la inducción de seguridad, manejo de crisis, uso de equipos de lucha contra incendio, alarmas.



Capacitación

Tigo desarrolla anualmente el programa de Tigo Talent School. Para apoyar la formación especializada de sus trabajadores, otorga becas para maestrías, posgrados y cursos de capacitación.

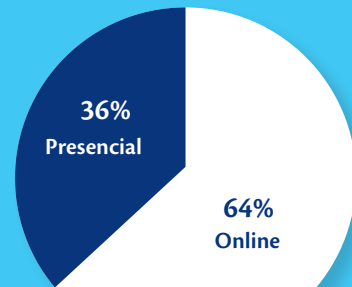
Muchos de los colaboradores acceden a cursos de inglés online con el patrocinio de la empresa y cursos presenciales de idiomas con facilidades propiciadas a través de convenios.

Tigo ofrece a sus colaboradores sesiones de coaching y apoya la formación de instructores de coachs entre sus trabajadores.

La plataforma E-learning de Millicom University facilita más de 10.000 cursos online de varios proveedores internacionales como Harvard, CEGOS, Skillsoft, Getabstract, entre otros.



Capacitación Tigo People



Capacitación Tigo People

| | Personas capacitadas | Horas de capacitación |
|------|----------------------|-----------------------|
| 2013 | 1.274 | 32.068 |
| 2014 | 1.684 | 9.141 |



Voluntariado corporativo

Tigo motiva la participación de sus colaboradores como voluntarios de diversas iniciativas solidarias y de bien comunitario. Este año los voluntarios acompañaron la Comilona y la telemaratón de Teletón, y colaboraron con las actividades organizadas en telecentros de "Tigo en tu Comunidad". Se registraron 370 voluntarios en estas actividades.

La experiencia de los trabajadores de Tigo como voluntarios favorece un mejor ambiente laboral y estimula una sociedad más solidaria.

Evaluación de desempeño

Cada fin de año, Tigo realiza una evaluación de desempeño de todos sus colaboradores, basándose en objetivos fijados al inicio del periodo. Esta evaluación, que revisa y discute el logro de objetivos, así como las competencias esperadas por la compañía, es un medio de retroalimentación entre jefe y colaborador. Los resultados de la evaluación de desempeño son considerados para la distribución de utilidades anuales y las revisiones de remuneración.

- En el 2014, se realizaron 1.310 evaluaciones de desempeño.

Pasantías laborales

Durante este año se realizaron 22 pasantías de colegio y 3 pasantías universitarias. Dos de los pasantes universitarios fueron contratados por la empresa.



Principio N° 4:
Apoyar la
eliminación de toda
forma de trabajo
forzoso o realización
bajo coacción.

Tigo busca asegurar que tanto los productos que la empresa adquiere como los servicios que proporciona sean producidos bajo condiciones laborales que cumplan las normas de la SA 8000 –un instrumento internacional relacionado con los principios de Responsabilidad Social Empresarial.

Un código de conducta al que se adhieren sus proveedores está orientado a involucrar y comprometer a proveedores sobre normas establecidas en los Convenios Internacionales de la OIT⁴¹ en relación con el trabajo infantil, y solicita que los proveedores se comprometan a prohibirlo.

La posición corporativa sobre el tema del trabajo infantil está expresada públicamente por Millicom en su Código de Conducta para proveedores.⁴²

41 | Organización Internacional del Trabajo.

42 | <http://www.millicom.com/media/1491460/Supplier-Code-of-Conduct-Updated-.pdf>



Principio N° 5: Apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Millicom cree que la educación para todos los niños es esencial para el desarrollo a largo plazo. Millicom está estrictamente en contra del uso de mano de obra infantil y, en tal sentido, prohíbe su uso en sus operaciones, su red de distribución y en la producción o implementación de los productos o servicios que adquiere.

Los proveedores deberán prohibir el trabajo infantil, garantizar que los niños no son empleados por sus propios proveedores y seguir otras recomendaciones pertinentes de la OIT y Unicef con respecto a los derechos del niño.

(Extraído del Código de Conducta para Proveedores - Prohibición del trabajo infantil)



Tigo prohíbe la utilización de niños en la fuerza laboral de sus operaciones, en la red de distribución y en la fabricación o ejecución de los productos y servicios adquiridos.

Este compromiso es mencionado en una cláusula específica en los contratos que la empresa firma con sus proveedores.

De igual manera, Tigo cumple con los estándares de edad mínima para trabajar, que es de 18 años, en sus contrataciones.

Tigo no cuenta con un sistema de verificación para confirmar la no utilización de trabajo infantil en su cadena de valor.

Cabe mencionar que, como ya fue desarrollado en el apartado de Derechos Humanos, Tigo apoya el trabajo de organizaciones sociales tales como Unicef, Global Infancia y Plan Paraguay, que están abocadas a la protección de la niñez en riesgo de trabajo.



Acceso al documento en:

<http://www.millicom.com/media/1491460/Supplier-Code-of-Conduct-Updated-.pdf>



Principio N° 6:
Apoyar la abolición
de las prácticas
de discriminación
en el empleo y la
ocupación.

La política de la Compañía es la de proporcionar un ambiente de trabajo libre de intimidación o acoso. El acoso de empleados por parte de sus compañeros de trabajo, supervisores o terceras personas, está prohibido.

El acoso incluye comportamientos, ya sea en persona o por otros medios, como envío de e-mails de tipo ofensivo a individuos o grupos, incluidos avances sexuales mal recibidos, comentarios sugestivos gratuitos de una naturaleza sexual, comentarios sexistas o racistas, burlas religiosas y chistes étnicos, si tal comportamiento interfiere con el rendimiento de un empleado o crea un ambiente intimidatorio, hostil u ofensivo.

(Extraído del Código de Ética)



Tigo cree que la diversidad entre sus colaboradores es un importante motor de continua innovación; por lo tanto, promueve el respeto mutuo.

La igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres es otro aspecto importante para la empresa. El último año, creció la participación de mujeres en la compañía a un 35%.

Cinco colaboradores de Tigo son personas con discapacidad que ingresaron a la empresa en el

marco de un programa de inclusión laboral efectiva. A través de ellas, el equipo de trabajo de Tigo está aprendiendo sobre adecuaciones y prácticas que colaboran con la inclusión social.

Tigo trabaja en alianza con organizaciones de la sociedad civil que luchan por lograr una inclusión verdadera de las personas con discapacidad en la sociedad, como lo es la Fundación Teletón.

Tigo es una empresa global y multicultural que reúne entre sus colaboradores a 76 nacionalidades.

A woman with dark hair tied back, wearing a green t-shirt with a logo, is focused on cleaning a window. She is using a brush with a black handle and light-colored bristles. The window has a black frame and is set against a bright, yellowish background. The scene is lit with warm, natural light. The image is framed by a dark blue border at the top and bottom, with small blue light effects.

MEDIO AMBIENTE



Principio N° 7:
 Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos ambientales.

Millicom, como empresa de operación global, asume la responsabilidad de actuar con responsabilidad y ayudar a conservar la sostenibilidad de los entornos en los que trabaja, prevenir, mitigar y compensar impactos que causa al medioambiente y obtener una relación favorable de costo-beneficio.

En el 2008, la empresa anunció su posición sobre los cambios sociales y medioambientales que resulten del cambio climático.

Plan de emergencia ambiental

El Plan de Emergencia Ambiental de Tigo está relacionado con todos los procesos, productos o servicios ofrecidos por la empresa que involucren situaciones de riesgo. Sus colaboradores son regularmente capacitados y entrenados de modo que puedan enfrentar estas situaciones.

Medidas de prevención de emergencias:

La empresa cuenta con reservorios contenedores para que, en caso de derrame de combustible en los switches, el desperdicio y la contaminación sea mínima.

Los sistemas de detección y extinción de incendios son altamente eficientes en los switches.

Se realiza en forma constante el control y monitoreo de los sistemas.

Las estaciones radiobase cuentan con nuevos gabinetes equipados con sistemas de alarma de detección de humo que son monitoreados desde un centro de monitoreo.

Las antenas cuentan con nuevos gabinetes equipados con sistemas de detección de humo y sistemas de extinción.

Reducción de emisiones de CO2 por estaciones radiobase

Millicom viene reportando hace 4 años y a nivel global la emisión de gases de efecto invernadero y otros indicadores de impacto en el medio ambiente. La empresa en Paraguay aporta anualmente información para la elaboración de este informe incluido en el Reporte de Responsabilidad Corporativa.

● *Millicom se propuso como meta reducir a no menos del 50% la emisión de CO2 en las radiobases para el 2020.*

En el 2014, a nivel global, la empresa registra la reducción del 39% la emisión de CO2 por estación radiobase en comparación con el 2008.

Agua y energía

Millicom está comprometida a la reducción del consumo de energía en todos los sectores de su actividad: operaciones de red, flotas de vehículos y oficinas. Esta reducción se está logrando gracias a actualizaciones tecnológicas (equipamiento de bajo consumo) y cambios (sistemas de refrigeración de aire, fibra óptica, etc.), la implementación de fuentes de energía alternativas (sistemas solares y baterías de ciclo profundo), allá donde el contexto económico y tecnológico lo haga posible y la optimización de las operaciones de la flota. A través de diversas iniciativas, se promueve igualmente la reducción del consumo de energía en las oficinas y el transporte.

Consumo de agua

Durante este último año, Tigo ha utilizado 5.741.191,85 litros de agua para las operaciones.



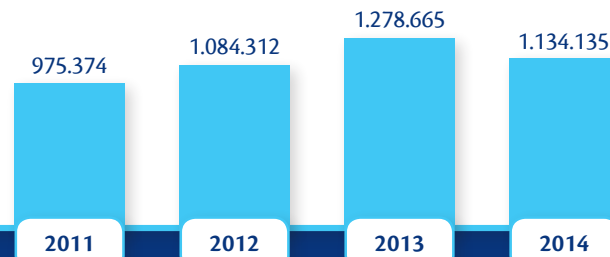
El volumen corresponde al total utilizado por todas nuestras sucursales. La mayor cantidad la utilizan las sucursales de Cuatro Mojones, E. Ayala (Cónsul) y Mcal. López y en su mayor proporción la primera ya que posee un sistema de refrigeración que funciona a base de agua. Se utiliza principalmente el agua proveída por ESSAP. Para el 2015 se tiene previsto realizar una campaña para reducir el uso del agua.

Energía

Las operaciones en el Paraguay reportan anualmente el consumo de combustible fósil (diésel) para las radiobases, para las oficinas corporativas, las tiendas y data center, además de la utilización en la flota de vehículos.

Consumo de diésel

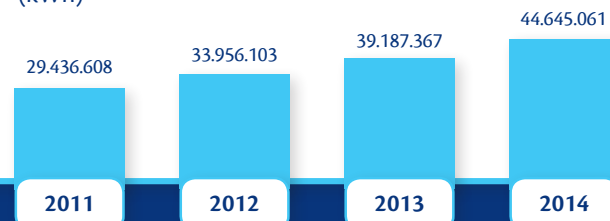
(en litros)



En cuanto al consumo de energía renovable, se utiliza energía eléctrica para el funcionamiento de las radiobases, el sistema de refrigeración, data centers, tiendas y oficinas corporativas.

Consumo de electricidad

(kWh)





Principio N° 8:
Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

La Hora del Planeta

En el 2014, Tigo mantuvo su apoyo a la WWF con su campaña La Hora del Planeta. Este año, el evento se realizó el sábado 29 de marzo de 2014, de 19:30 a 20:30 horas. Tigo se sumó con el apagón en sus oficinas corporativas.

- *La Hora del Planeta es la acción voluntaria más importante del mundo en la lucha contra el cambio climático y es promovida por WWF, la Organización Mundial de Conservación.*

Manejo de residuos

E-Waste (basura electrónica)

El manejo de basura electrónica (e-waste) continúa siendo un área de focalización estratégica en Millicom. En la mayoría de los países donde opera Millicom, la falta de infraestructura y servicios para la disposición final o el reciclaje de basura electrónica resulta una de las principales limitantes para desarrollar un sistema adecuado en este sentido. Paraguay no es la excepción.

Por esta razón, la multinacional inició en 2013 un sistema de manejo responsable de basura electrónica, con una primera experiencia en El Salvador. También se están desarrollando experiencias en algunos mercados sobre el retorno de teléfonos móviles, con lo cual los clientes pueden depositar los aparatos ya en desuso o rotos con la garantía de que recibirán un tratamiento adecuado para no afectar el medio ambiente.

Así como los otros países Paraguay vende los residuos electrónicos a una empresa social y ambientalmente responsable que se encarga de verificar la disposición final de estos residuos.

- *En el 2014, 17 toneladas de residuos electrónicos fueron vendidos a la empresa Seis A SRL.*

Padrinazgo a la Plaza de las Américas

En el mes de octubre de 2014 se cumplieron 2 años del apadrinamiento de Tigo a la Plaza de las Américas de Asunción y se realizó la inauguración de nuevas mejoras: un nuevo sistema de riego automático y el cambio de la instalación eléctrica necesario para el nuevo sistema de luces.

- *La Plaza de las Américas logró un renovado aspecto con el trabajo de pintura y el mejoramiento de la jardinería, sumados al vallado perimetral, la conexión gratuita a WiFi, basureros y nuevos bancos que ya fueron realizados en la etapa anterior.*

Este proyecto de padrinazgo de Plazas de Asunción busca que cada vez sean más los usuarios que aprovechen y disfruten de espacios públicos seguros, verdes y tecnológicos.



Principio N° 9:
Favorecer el desarrollo
y la difusión de
las tecnologías
respetuosas con el
medio ambiente.

Tigo invierte constantemente en la actualización de su estándar tecnológico con vistas a reducir el consumo de energía y la utilización de energías limpias y no contaminantes.

En el año 2014, los gabinetes para telefonía tuvieron un consumo mucho menor al de años anteriores, sobre todo por causa de los equipos utilizados. Los nuevos gabinetes, ya preparados para alojar a las nuevas tecnologías (3G y LTE), cuentan con un sistema intercambiador de calor en reemplazo de los gabinetes con aires acondicionados incorporados. El ahorro en energía es considerable, puesto que se registra un porcentaje del 30% de energía en comparación con los gabinetes anteriores. También, se redujo la potencia de los nuevos grupos generadores, lo cual reduce el consumo de diésel por sitio. (de 3,3 lts/h a 2,0 lts/h).

Para el año siguiente se planea la conformación de un equipo multidisciplinario de las áreas clave de la empresa para conformar un "Comité Verde" que se encargará de promover mejoras en el desempeño ambiental.





TRANSPARENCIA



Principio N° 10:
Trabajar contra la
corrupción en todas
sus formas, incluidos
la extorsión y el
soborno.

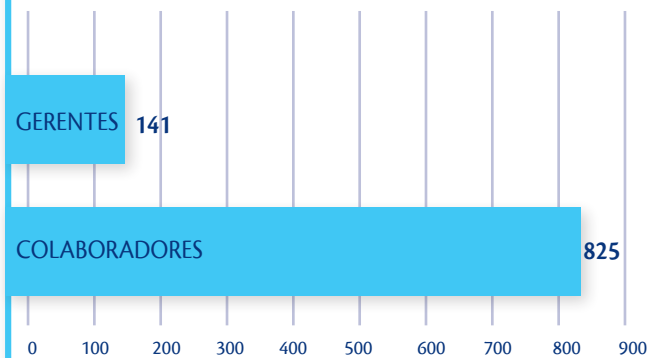
Ética y gobernanza

Millicom está comprometida con un desarrollo ético y responsable de sus actividades. Por esta razón, durante este año, 2014, la empresa trabajó en consolidar su gobernanza, a través de herramientas como el Código de Conducta y la generación de marcos de actuación y procesos globales orientados a los objetivos estratégicos.

- *Millicom tiene una política de tolerancia cero en materia de corrupción, sobornos, extorsiones y fraudes.*

Políticas Corporativas y Código de Ética

Cantidad de colaboradores entrenados
en anticorrupción - 2014



Todos los directores, oficiales y empleados del Grupo Millicom están adheridos a las Políticas Corporativas, que incluyen el Código de Ética. Durante este año, 1.448 colaboradores firmaron este Código, incluidos 30 gerentes.

Tigo realiza capacitaciones y comunicaciones periódicas a sus colaboradores en las que les recuerda el compromiso de la empresa de tener un comportamiento orientado en valores como la ética, la integridad, el respeto y la honestidad.

Cadena de proveedores responsables

Además de la conducta de la empresa y sus trabajadores, Tigo promueve igualmente la actuación ética y responsable de sus proveedores. Como parte de cada contrato, se realiza la firma del Código de Ética para proveedores, que es de carácter obligatorio.

Este acuerdo involucra a proveedores, vendedores, contratistas, distribuidores, consultores y/u otras terceras partes que provean productos, bienes, servicios y suministros (incluido software) para dar apoyo a las operaciones de Millicom. En setiembre de 2014 se renovó el documento contractual a su versión 2.0.

- *En el 2014 se registran 80 acuerdos sobre el Código de Ética con proveedores, 3 de ellos con empresas consideradas estratégicas.*

Comité Local de Confiabilidad

Con la finalidad de alcanzar cada vez mayor transparencia en la gestión, sobre todo en lo que se refiere a la administración de costos, Tigo cuenta a nivel interno con un Comité Local de Confiabilidad⁴³ que está integrado por representantes de la Gerencia General y representantes de las áreas de Factory, Marketing y Customer.

Este comité se encarga de analizar casos denunciados que impactan directamente en el saldo del cliente, en la comprensión del ciclo de los productos (suscripción, cobro, eliminación y baja) y en las respuestas que puedan darse en los aspectos técnicos, gestiones de facturación y campañas de comunicación, con el objetivo de aumentar la transparencia en los productos y mensajes de la empresa.

- *El Comité Local de Confiabilidad se enfoca en conocer en detalle las necesidades de los clientes a fin de que, por un lado, se diseñe una oferta que verdaderamente llene sus expectativas, y por otro, se brinden herramientas que fomenten la transparencia y la confianza.*

43 | G457

El Comité Local de Confiabilidad pasó de un accionar reactivo, en el que respondía a reclamos ante ciertos casos, a una estrategia proactiva capaz de diseñar, desde el inicio de un nuevo producto, un servicio orientado a la satisfacción del cliente o una nueva campaña de comunicación con mensajes fáciles de comprender.

En este sentido, es importante mencionar que a través del *611# el cliente puede gestionar ágilmente sus consultas sobre su cuenta: saldo, suscripciones activas, últimas transacciones, activación y/o desactivación de productos y servicios, entre otros.

Política de Denuncias (Whistleblower)

El objetivo de esta política es alentar a todas las partes relacionadas a reportar conductas indebidas sin el riesgo de consecuencias negativas.

- *Esta Política es aplicable a todas las compañías del grupo Millicom, incluidas sus subsidiarias, afiliadas y asociadas, así como todas sus respectivas partes relacionadas.*

El documento de la Política de Ética fue revisado por el Departamento de Cumplimiento y Ética Empresarial y puesto en vigencia el 1 de septiembre de 2014. Está disponible en español en el siguiente enlace:



<http://www.millicom.com/media/3568991/Whistleblower-Policy-Spanish-2014.pdf>

- *Durante el 2014 se han recibido 10 denuncias de fraude de la empresa en el Paraguay a través de los canales de Whistleblower.*

Línea de Ética de Millicom (Ethics Line)

Millicom ha puesto en marcha una línea de asistencia independiente y global denominada "Ethics Line"⁴⁴ para que los empleados y otras partes de interés puedan denunciar comportamientos no éticos. La Línea está disponible a través del teléfono o la web, 24 horas al día, siete días a la semana, durante todo el año. El servicio se ofrece en los tres idiomas oficiales de la empresa: inglés, francés y español. Está alojada en un proveedor de terceros y operada por representantes de terceros especialmente entrenados.

Los números de teléfono pertinentes por país y el acceso a la herramienta de informes en línea accesible, a través del siguiente enlace:



<https://secure.ethicspoint.eu/domain/media/es/gui/100713/index.html>

Importante contribuyente del Estado

Tigo se mantuvo en el 2014 entre las principales empresas que aportan al Estado con sus impuestos. Este año ocupó el cuarto lugar de este ranking.

- *Tigo pagó en concepto de impuestos la suma de 223.909 millones de guaraníes.*

Comunicación con nuestros clientes

Tigo mantiene diferentes canales de comunicación con sus clientes y públicos de interés:

- Call Center
- Redes sociales
- Sitio web
- Centros de atención a clientes
- Líneas de denuncias
- Hable con el gerente
- Comunicación con los vecinos de las oficinas corporativas.

Call Center

El servicio de Call center tiene cobertura nacional, atención las 24 horas y un promedio de 300 personas que trabajan en horarios escalonados y brindan servicios de atención según el producto y el soporte interno.

A través de la atención telefónica y electrónica, que se registran en chat y redes sociales, en promedio este equipo atiende cerca de 10.000 llamadas por día. El 62% de estas se logran resolver inmediatamente; de los reclamos cerrados en segunda línea, 50% se resuelve dentro de los 5 primeros días.⁴⁵



Redes sociales

Tigo mantiene cuentas en las redes sociales más populares, como Facebook, Twitter y YouTube.

En el 2014, el perfil de Facebook recibió un promedio mayor a 14.000 mensajes por mes. En Twitter, el promedio fue mayor a 16.000. De esta manera, más de 30.000 contactos interactuaron por mes a través de las redes sociales. La tasa de respuesta durante el segundo semestre del año fue del 66%.



Oficinas corporativas

Edificio Corporativo 4 Mojonés

Avda. Zavala Cue esq. Artillería,
Fernando de la Mora

Servicios de Atención al Cliente, Masivos & Corporativos

Avda. Mariscal López N° 4050 esq.
República Argentina, Asunción

Tel.: (595-21) 618-9000

Fax: (595-21) 618-9000 - int. 4955

Centro Integral de Activaciones & Ventas Directas

Avda. Eusebio Ayala 4209 casi R.I. 2
de Mayo, Asunción

Centro de Atención al Cliente en el Microcentro

Palma c/ 14 de Mayo, Asunción

Sucursales:

Ciudad del Este

Avda. San Blas esq. Patricio Colmán,
Edificio Emperador

Pedro Juan Caballero

Mariscal López N° 1296 esq. Curupayty

Encarnación

Bernardino Caballero N° 1821 esq.
Mariscal Estigarribia

Coronel Oviedo

Tuyutí casi Dr. Luis María Argaña

Concepción

Avda. Presidente Franco esq. 14 de Mayo

Ficha Técnica

Edición:

Área de Responsabilidad Corporativa

Camila Varela

María Paz Domínguez

Kathya Jara

Soporte de Comunicación

Alejandro Zelaya

Colaboradores:

Comunicación Corporativa

Mariana Flecha

Tigo People

Soledad Díaz

Paulina Castagnino

Analía Lezcano

Karina Aquino

Violeta González

Seguridad

Diego Orué

Humberto Becker

Digital

David Velázquez

Renato Vera

Customer Services

Diego Giménez

Marcelo Sosa

Catherine da Ponte

Medio Ambiente

Ricardo Moral

Víctor Valdez

Aldo Bogado

César Torres

Gobierno Corporativo y Transparencia

Miguel Almada

Coordinación editorial:

Contenido: Activamente SRL

Diseño gráfico: Olga Barriocanal

Fotografías: Archivo de Tigo

ANEXO

Referencia de índices GRI
citados en este documento:

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

Estrategia y Análisis

| | |
|------|--|
| G4-1 | Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla. |
|------|--|

Perfil de la Organización

| | |
|-------|--|
| G4-3 | Nombre de la organización |
| G4-4 | Principales marcas, productos y servicios más importantes. |
| G4-5 | Lugar donde se encuentra la sede central de la organización. |
| G4-6 | Indicación del número de países en que opera la organización y nombre de aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad que se abordan en el informe. |
| G4-7 | Descripción de la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. |
| G4-8 | Mercados atendidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios). |
| G4-9 | Determine el tamaño de la organización. |
| G4-10 | Describe el perfil de los empleados. |

Aspectos materiales y cobertura

| | |
|-------|---|
| G4-19 | Lista de todos los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria. |
| G4-20 | Indica la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material. |
| G4-21 | Indica la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material. |

Participación de los Grupos de Interés

| | |
|-------|--|
| G4-24 | Lista de grupos de interés vinculados a la organización. |
|-------|--|

Perfil de la Memoria

| | |
|-------|--|
| G4-28 | Indica el periodo objeto de la memoria (por ejemplo año fiscal o año calendario). |
| G4-29 | Señala la fecha de la última memoria. |
| G4-30 | Indica el ciclo de presentación de las memorias (anual, bienal, etc). |
| G4-31 | Facilita un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria. |

tigo